

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

© 2014 В.Я. Вишневер*

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная среда, концентрация, коэффициент Джини, кривая Лоренца.

Проведен конкурентный анализ рынка кондитерских изделий России, определен уровень его концентрации.

Исследование конкурентной среды отраслевого рынка возможно с помощью применения различных методологических принципов и методических приемов. На наш взгляд, большой научный и практический потенциал имеет использование гарвардской парадигмы “структура - поведение - результат”, которая включает в себя системный анализ отраслевого рынка как совокупности нескольких элементов, оказывающих прямое и обратное влияние друг на друга. Изначально данная парадигма предлагала концентрировать внимание на анализе базовых условий развития отраслевого рынка, таких как границы рынка, характеристика предложения, особенности спроса. Эти особенности позволяют проанализировать экзогенно заданную структуру отдельного товарного рынка, которая, в свою очередь, определяет эндогенный тип рыночного поведения фирм и в конечном счете результативность их деятельности. Современное представление отмеченной базовой парадигмы включает в себя оценку роли государственной экономической политики в формировании структуры отраслевого рынка, в воздействии на конкурентные стратегии фирм и эффективность их деятельности. Таким образом, практическое применение парадигмы “структура - поведение - результат” в анализе конкурентной среды современных отраслевых рынков можно свести к двум основным моментам:

1) изучение структуры отрасли для определения уровня и интенсивности конкурентной среды;

2) исследование основных тенденций изменения системных элементов отраслевого рынка для понимания перспектив его раз-

вития и прогнозируемых результатов экономической деятельности фирм.

В данной статье автор предпринимает попытку применения элементов системного отраслевого конкурентного анализа для исследования конкурентной среды российского рынка кондитерских изделий.

Имеющиеся данные свидетельствуют о том, что в настоящее время 90% предложения кондитерских изделий в России создает внутреннее производство¹, в то же время 94% производимого продукта также потребляется на территории России², а потому в качестве географических границ отрасли следует выделить границы РФ.

Временные границы - временной период, на котором осуществляется анализ отраслевого рынка. Существует множество методик выделения адекватных временных рамок, связанных с цикличностью развития экономики или отрасли, сезонностью, прочими факторами. В рамках данной работы достаточным будет временной промежуток 2010 - 2012 гг.

Крупнейшие производители кондитерских изделий в России: группа компаний “Объединенные кондитеры”, компании “Марс”, “Нестле Россия”, корпорация Roshen, “КДВ-Групп”, “Крафт Фудс Рус”.

Важнейшим базовым параметром, определяющим развитие структуры рынка кондитерских изделий, является наличие сырьевой базы и доступность сырьевых ресурсов: сахара, какао-бобов, масложировой продукции, муки.

Российский рынок сахара на 70% формируется за счет внутреннего производства сахара и на 30% зависит от импорта сахара

* Вишневер Вадим Яковлевич, кандидат экономических наук, доцент Самарского государственного экономического университета. E-mail: ab3535@mail.ru.

из Украины, Казахстана, Белоруссии, Бразилии.

Ведущие компании - поставщики сахара в Россию:

- ◆ Cargill (США);
- ◆ Sucden (Франция);
- ◆ Vitol (Голландия).

Какао-сырье поставляется в РФ из стран произрастания какао-бобов и из стран, где перерабатываются какао-бобы и производятся какао-продукты. Если говорить об импорте какао-бобов, то практически весь импорт (98%) в Россию поступает из двух африканских стран: Кот-д'Ивуара (около 80%) и Ганы (около 20%). Основными поставщиками тертого какао на территорию РФ являются Кот-д'Ивуар, Нидерланды и Гана. Импорт какао-масла в РФ распределяется следующим образом: Малайзия (около 35%), Нидерланды (около 30%), Индонезия (около 15%). Если же говорить об импорте какао-порошка, то основная доля импорта приходится на Германию и Малайзию, за которыми следуют Индонезия, Испания и Нидерланды.

На рынке масложировой продукции крупнейшими поставщиками являются российские: "Юг Руси", "Астон", "Солнечные продукты", а также Bunge (США) и Glencore (Швейцария).

В мукомольной отрасли выделяются следующие крупнейшие российские мукомольные компании - ОАО "Макфа", ОАО "Мельник", Ленинградский и Старооскольский комбинаты хлебопродуктов, Новосибирский мелькомбинат № 1.

Сырьевые товарные рынки достаточно волатильны, к тому же рынки сахара, какао-бобов и муки подвержены колебаниям ввиду погодного фактора, однако на указанном временном промежутке анализа они были относительно стабильны и не оказали существенного влияния на развитие рынка кондитерских изделий; упомянуть стоит, пожалуй, лишь недавний взлет цен на муку (2013 г.).

Предложение на рынке кондитерской продукции достаточно неэластичное.

Для рынка кондитерской продукции традиционно характерна сезонность: так, в весенне-летний период большим спросом пользуются сахаристые кондитерские изделия, а в осенне-зимний - шоколадные и какао-продукты.

Эластичность спроса довольно высока ввиду большого количества взаимозаменяемых товаров.

Анализ структуры российского отраслевого рынка кондитерских изделий предполагает измерение концентрации рынка через определение рыночных долей ведущих фирм рынка. Нами рассчитаны показатели концентрации: индекс концентрации, индекс Херфиндаля - Хиршмана, коэффициент Джини, построена соответствующая кривая Лоренца.

В 2012 г. предложение кондитерских изделий в России достигло 2,94 млн т, а объем реализации превысил 580 млрд руб.³

Годовой оборот четырех крупнейших компаний рынка кондитерской продукции за 2012 г. составил⁴:

Q_1 : "Марс" - 56 996 млн руб.;

Q_2 : Группа компаний "Объединенные кондитеры" - 42 824 млн руб.;

Q_3 : "Нестле Россия" - 66 829 млн руб.;

Q_4 : "Крафт Фудс Рус" - 44 730 млн руб.;

Соответствующий показатель концентрации:

$$CR_4 = Q_1 + Q_2 + Q_3 + Q_4 / UQ;$$

$$CR_4 = 56\,994 + 42\,824 + 66\,829 + 44\,730 / 580\,000 = 0,36.$$

Как видим, рынок кондитерской продукции имеет низкую концентрацию.

Подтверждением данного вывода являются полученные результаты расчета индекса Херфиндаля - Хиршмана (НИ) для российского рынка кондитерской продукции за 2012 г. Доли ведущих компаний на рынке рассчитаны ниже:

$$S_1: \text{"Марс"} \quad 56\,996 / 580\,000 \cdot 100\% = 9,82\%;$$

$$S_2: \text{Группа компаний "Объединенные кондитеры"} \quad 42\,824 / 580\,000 \cdot 100\% = 7,38\%;$$

$$S_3: \text{"Нестле Россия"} \quad 66\,829 / 580\,000 \times 100\% = 11,52\%;$$

$$S_4: \text{"Крафт Фудс Рус"} \quad 44\,730 / 580\,000 \times 100\% = 7,71\%;$$

$$S_5: \text{"КДВ-Групп"} \quad 24\,905 / 580\,000 \times 100\% = 4,29\%;$$

$$S_6: \text{"Roshen"} \quad 16\,591 / 580\,000 \cdot 100\% = 2,86\%.$$

Еще в России насчитывается около 2000 кондитерских компаний (преимущественно российской регистрации). На их долю приходится 56% от всего производства кондитерских изделий (т.е. около 0,28% на каждую). Теперь рассчитаем НИ:

$HNI = 9,82^2 + 7,38^2 + 11,52^2 + 7,71^2 + 4,29^2 + 2,86^2 + 2000 \cdot 0,28^2 = 679,2 < 1000$, что характеризует низкий уровень концентрации, т.е. высокий уровень интенсивности конкурентной среды российского рынка кондитерских изделий.

Уровень концентрации проявляется также в неравномерности распределения долей рынка среди фирм. Для соответствующего анализа мы используем коэффициент Джини, показывающий процентную долю рынка, приходящуюся на процентное число фирм.

Коэффициент Джини равен нулю, когда все фирмы отрасли имеют одинаковые доли рынка, и единице - при абсолютной монополии. Чем больше коэффициент, тем выше концентрация в отрасли (см. таблицу).

$$K_{\text{Джини}} = (1\ 784\ 048 / (0,5 \cdot 10 \cdot 580\ 000)) - 1 = 0,38.$$

Коэффициент Джини подтверждает результаты расчетов коэффициента концентра-

ции и индекса Херфиндаля - Хиршмана о низкой степени концентрации российского рынка кондитерской продукции.

Коэффициент Джини иллюстрируется кривой Лоренца (см. рисунок).

Конкуренция на рынке во многом определяется уровнем рыночных барьеров входа и выхода. В зависимости от факторов, влияющих на рынок, выделяют следующие барьеры входа на рынок: нестратегические барьеры (технологические, экономические, институциональные), стратегические (неценовые и ценовые).

Барьеры выхода с рынка определяются уровнем связанных издержек, которые не могут быть компенсированы при принятии решений о выходе с рынка.

Применительно к рынку кондитерской продукции можно говорить о высоких технологических барьерах: высокая стоимость оборудования, помещений, специфичность

Расчет простой и кумулятивной сумм продаж фирм рынка кондитерской продукции в 2012 г., млн руб.

Фирмы в отрасли	Продажи	Накапливаемые продажи
"Марс"	56 996	56 996
Группа компаний "Объединенные кондитеры"	42 824	99 820
"Нестле Россия"	66 829	166 694
"Крафт Фудс Рус"	44 730	211 379
"КДВ-Групп"	24 905	236 284
"Roshen"	16 591	252 875
Другие фирмы	327 125	580 000
Сумма	580 000	1 784 048

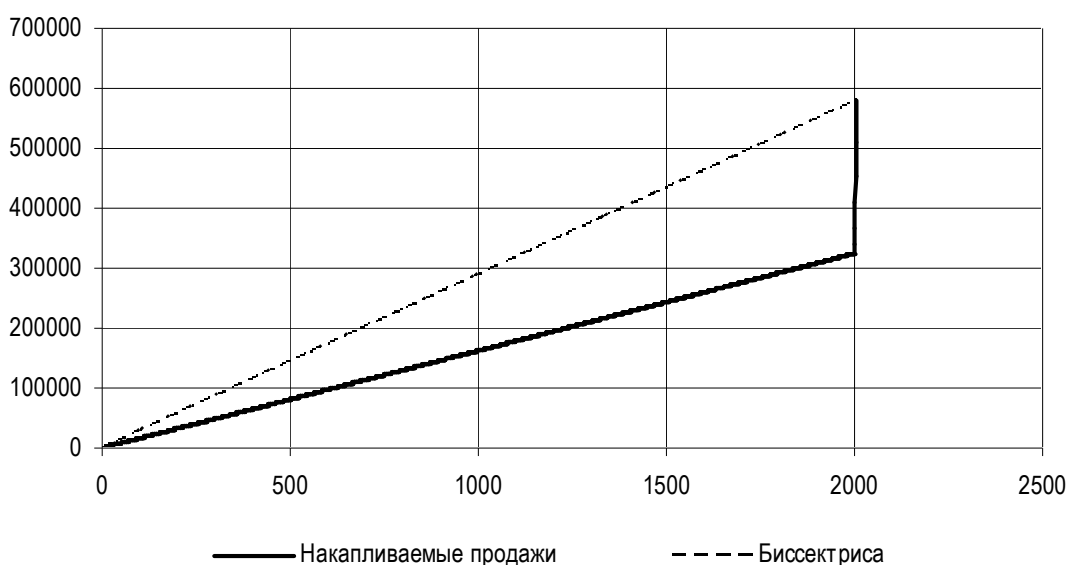


Рис. Кривая Лоренца для российского рынка кондитерской продукции в 2012 г.

рабочих кадров, сложность достижения необходимой экономии от масштаба - все это, безусловно, останавливает множество предпринимателей, желающих открыть свою фирму в данной отрасли.

Достаточно высоки и экономические барьеры: рынок в настоящее время насыщен кондитерскими изделиями, сложно найти неудовлетворенный сегмент.

Институциональные барьеры на рынке кондитерской продукции не высоки: продукция должна быть сертифицирована, однако условия сертификации разумные, а сроки получения сертификата не слишком велики.

Барьеры выхода также достаточно высоки: производство кондитерской продукции обладает высокой специфичностью, а потому связанные издержки на специализированное оборудование, подготовку кадров являются существенными.

Таким образом, рынок кондитерской продукции закрыт большим количеством высоких, объективно существующих барьеров, затрудняющих вход в него и выход с него.

Относительно стратегических барьеров можно заметить следующее. На рынке кондитерских изделий наблюдается достаточно сильная конкуренция между крупнейшими участниками, что затрудняет применение ценовых барьеров. В то же время присутствуют достаточно высокие рекламные барьеры и барьеры брендинга, дополнительно затрудняющие создание в рассматриваемой отрасли сильных предприятий.

Проведенный нами анализ поведения ведущих фирм российского рынка кондитерских изделий позволил выявить следующие основные тенденции:

♦ инвестиционная политика фирм направлена на сохранение своих позиций в отрасли и интенсификацию развития. Многие компании пренебрегают выплатой дивидендов, реинвестируя прибыль в производство для удержания своей доли;

♦ предпринимаются значительные усилия, направленные на поглощение более мел-

ких перспективных предприятий кондитерской промышленности, концентрацию производства;

♦ важную роль фирмы придают инновациям: обновлению основного капитала, приобретению и освоению новейших западных технологических устройств, стандартов маркетинга и менеджмента;

♦ товарную стратегию фирм характеризуют как стремление к дифференциации товаров, разработка эффективных систем иерархии покупательной ценности, создание сильных торговых марок, концентрация внимания на упаковке, маркировке и гарантии;

♦ ценообразование осуществляется преимущественно с использованием стратегии дифференцированных цен.

Таким образом, анализ конкурентной среды на российском рынке кондитерской продукции позволил выявить развивающийся характер данного рынка, низкий уровень его концентрации, достаточно высокие барьеры входа и выхода, тенденции усиления концентрации рынка в будущем. Конкуренция влияет на экономическую эффективность коммерческой деятельности предприятий кондитерской промышленности⁵.

¹ Рынок кондитерских изделий 2012. Февраль. 2012 г. URL: <http://marketing.rbc.ru/author/562949965094351.shtml>.

² Анализ рынка кондитерских изделий в России в 2007-2011 гг., прогноз на 2012-2016 гг. Ноябрь 2012 г. URL: <http://marketing.rbc.ru/research/562949985147908.shtml>.

³ Российский рынок мучных кондитерских изделий длительного хранения: вафли, печенье, пряники, кексы, рулеты. Октябрь 2012 г. URL: <http://marketing.rbc.ru/research/562949984909789.shtml>.

⁴ Рейтинг крупнейших компаний России 2012 г. по объему реализации продукции подготовлен журналом "Эксперт". URL: <http://expert.ru/ratings/expert400-2012>.

⁵ Гордеева С.Е., Сосунова Л.А. Оценка экономической эффективности коммерческой деятельности ОАО "Кондитерское объединение "Nestle - Россия" // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 8 (94). С. 50.

Поступила в редакцию 12.05.2014 г.