

УДК 338

АНАЛІЗ І ПРОГНОЗИ РОЗВИТКУ РИНКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ДРІЖДЖІВ УКРАЇНИ

В. Грабовенський

*Львівський національний університет імені Івана Франка
79008, м. Львів, проспект Свободи, 18
e-mail: volodya4u@hotmail.com*

У статті проведено дослідження ринку хлібопекарських дріжджів та проблем споживчого попиту на хлібопекарські дріжджі в Україні.

Ключові слова: ринок хлібопекарських дріжджів, виробництво, реалізація, конкурентоспроможний продукт, асортимент, анкетне опитування

Вступ

У часи становлення незалежності України виробництво хлібопекарських дріжджів в Україні знаходилося у важкому становищі. В Україні працювали 14-15 дріжджових і спирто-дріжджових заводів. Підприємства розкрадалися, обладнання – застаріле, автоматизація – відсутня. Львівський дріжджовий завод, підприємство із столітньою історією, намагалися закрити як екологічно небезпечне виробництво. Однак галузь дуже швидко зростала, змінювалась, залишаючи інші галузі далеко позаду, хоча нею ніхто практично не займався.

Із західних країн з'явилася висококонкурентна продукція. Вона коштувала дорожче, ніж українська, зате вирізнялася кращою якістю, і споживач, який хотів випекти якісний хліб, почав переходити на імпортні дріжджі. Особливої поразки вітчизняні підприємства зазнали у західних областях України, які межували з Угорщиною, Польщею, Чехією, звідки й надходили європейські дріжджі. Щоб утриматися на ринку, вітчизняні підприємства були змушені випускати конкурентоспроможний продукт.

Постановка проблеми. Метою даної статті є дослідження ринку хлібопекарських дріжджів України та проблем попиту на них. Для дослідження даного напрямку будуть використані такі методи маркетингових досліджень: збирання, обробка та аналіз вторинної маркетингової інформації, а також первинної – шляхом опитування торговельних представників.

Результати

Аналіз товарної пропозиції на ринку дріжджів України. Асортимент дріжджів, що пропонується на ринку України, досить великий, але однозначно класифікувати ці харчові продукти досить важко. Найбільш оптимальним є поділ дріжджів на класи за їх активністю, тобто за рівнем підйомної сили замісу тіста. В цілому дріжджі можна поділити на такі класи: звичайні (пресовані), підвищеної активності, для здоби та дорогих сортів хліба, спиртові та сухі.

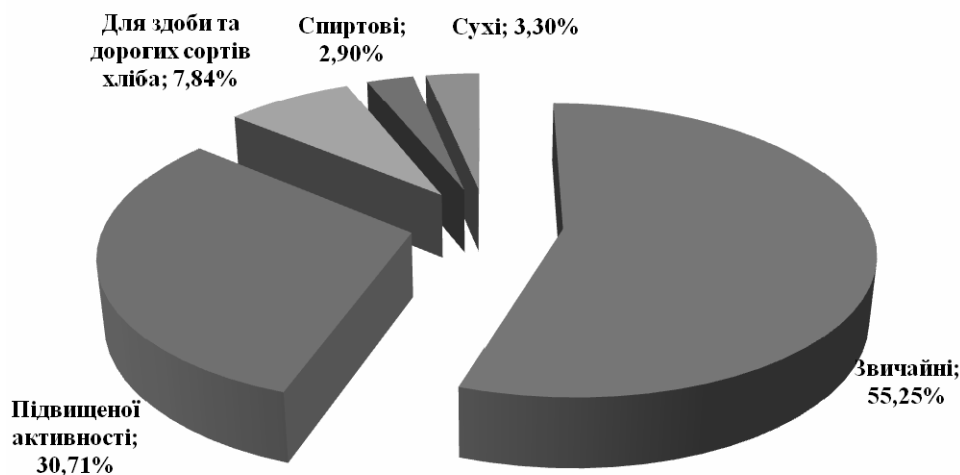


Рис 1. Структура продажу хлібопекарських дріжджів за класами

Асортимент дріжджів виробництва ЗАТ "Ензим" складається з наступних позицій:
дріжджі *львівські хлібопекарські пресовані*. Використовуються як на потужних хлібозаводах для традиційних способів приготування тіста, так і на міні-пекарнях для прискорених способів приготування тіста;

дріжджі *"Ефект +15%"*. Придатні для традиційного та прискореного способу приготування тіста, для виробництва хлібобулочних виробів, різноманітних за рецептурою;

дріжджі *"Екстра"*. Придатні для традиційного та прискореного способу приготування тіста, для виробництва широкого асортименту хлібобулочних виробів, різноманітних за рецептурою;

спиртові дріжджі *"Первак"*. Спільний проект з торговою маркою "Гетьман": спеціальні дріжджі для виготовлення міцних напоїв в домашніх умовах;

дріжджі *львівські хлібопекарські сухі*. Використовують на хлібозаводах та міні-пекарнях для приготування різноманітних за рецептурою хлібобулочних виробів.

Таблиця 1.

Якісні показники асортиментних позицій дріжджів виробництва ЗАТ "Ензим"

Асортимент	Підйомна сила, хв (не більше)	Кислотність, мг оцтової кислоти (на кінець терміну зберігання)	Вологість, % (не більше)	Термін зберігання, діб	Температура зберігання, °C
Пресовані	40	120	71	30	0 - 8
Ефект +15%	34	240	68,5	30	0 - 8
Екстра	30	240	70	30	0 - 8
Первак	30	240	70	30	0 - 8
Сухі	25	-	8	12 міс.	не вище +15

Завдяки ретельному підбору культури, в поєднанні з сучасним обладнанням та використанням досягнень сучасної біотехнології, з дотриманням належних санітарних норм, дріжджі виробництва ЗАТ "Ензим" усіх асортиментних позицій мають стабільно високі якісні показники [1].

Таблиця 2. Роздрібні ціни дріжджів за класами на дріжджовому ринку

Клас дріжджів	Діапазон цін, грн. за 1 кг
Пресовані	6 - 7
Підвищеної активності	6 - 7
Для здоби та дорогих сортів хліба	7 - 8
Спиртові	8 - 9
Сухі	26 - 28

З аналізу таблиці випливає, що на даний час домашня випічка – досить дороге задоволення. Найбільш доступною позицією для домашньої випічки є звичайні пресовані дріжджі.

Аналіз фірмової структури ринку. Сьогодні "Ензим" – найбільший виробник пресованих і сухих хлібопекарських дріжджів в Україні. Продукція заводу під ТМ "Львівські дріжджі" забезпечує понад 60% українського дріжджового ринку. Окрім цього, 25% виготовленої продукції компанія експортує в країни Європи. У 2008 році з дріжджів компанії випечено близько 2,5 млн. тон хлібобулочних виробів.

Головними конкурентами ЗАТ "Ензим" є ЗАТ СП "Одеські дріжджі", ЗАТ "Харківський дріжджовий завод" та ЗАТ "Наdejда" (Кривий Ріг), котрі також експортують свою продукцію. До іноземних конкурентів імпортуючих продукцію на наш ринок належать S.I. Lesaffre (Франція) та Fermipan (Італія).

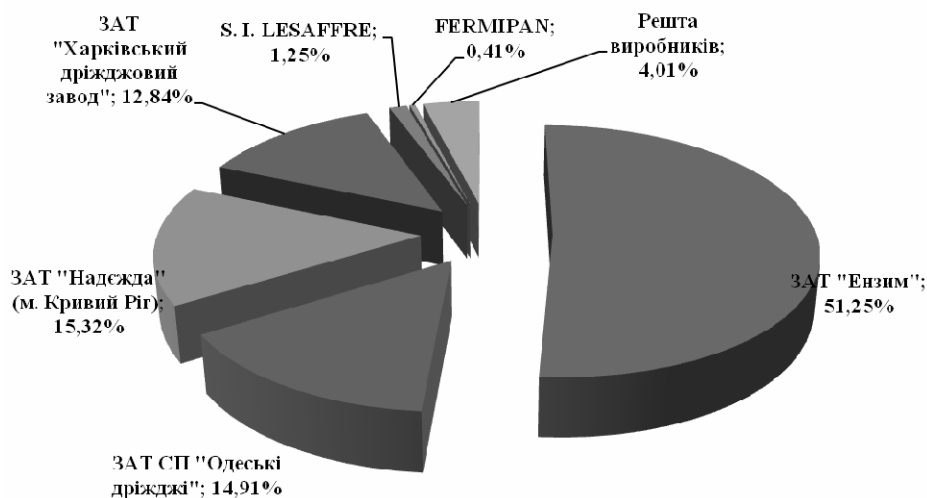


Рис 2. Структура дріжджового ринку за обсягами реалізації хлібопекарських дріжджів

Існуюча ситуація. Протягом 2009 року обсяг українського дріжджового ринку скоротився на 5,60% (3 897т) і становить 65 710т. Темпи падіння обсягу ринку збільшилися (падіння за 2008 рік становило 2,20%). Імпорт сухих дріжджів в Україну за 2009 рік збільшився на 723т (17%) і становить 5 017т (дані по сухих дріжджах вказані в перерахунку, коефіцієнт перерахунку на пресовані дріжджі становить 3,8). Частка ринку ЗАТ "Ензим" за 2009 рік склала 51,13%. Вироблено – 33 597т (з них 30 508т пресованих, 3 089т сухих) [2].

Тенденції. Зважаючи на економічну кризу в країні та становища на ринку дріжджів можна прогнозувати такі тенденції на ринку:

1) При зниженні рівня доходів населення, споживання хлібобулочних виробів зростатиме (люди в умовах кризи почнуть заощаджувати і переходити з дорогих продуктів на дешевші, в тому числі на хліб), тому скорочення обсягу дріжджового ринку України за 2010 рік складе не більше 3%; звідси – ємність українського ринку дріжджів хлібопекарських та спиртових в 2010 році прогнозовано складе 69 530т.

2) Зменшення реальних доходів населення приведе до зменшення частки промислового хлібопечення (люди відмовляються від дорогих сортів хліба) та збільшення частки домашньої випічки, що мало б привести до зміщення в реалізації частки дріжджів великого фасування на користь дрібного фасування.

3) В зв'язку із збільшенням ціни на готові алкогольні вироби (зріс акцизний збір на 13%), при подорожчанні спирту та відносно незмінних цінах на цукор і дріжджі, споживачі алкогольних напоїв перейдуть з дешевої оригінальної горілки та спиртового сурогату на дріжджовий самогон. Частка спиртових дріжджів, вироблених спиртовими заводами, буде зменшуватися.

4) Збільшується частка сухих дріжджів в загальній ємності ринку дріжджів присутніх на території України. За 2009 рік частка сухих дріжджів в загальній ємності ринку склала – 12,34% (в 2008 році – 10,29%). В умовах високого курсу долара ціна на імпортовані сухі дріжджі зростає. При збереженні низької ціни львівських сухих дріжджів, в 2010 році їх реалізація зростатиме. В умовах кризи можливою є активізація імпорту сухих дріжджів з Росії.

Прогноз ЗАТ "Ензим" у 2010 році. При утриманні частки ринку більше 50% ЗАТ "Ензим" необхідно реалізувати протягом 2010 року не менше 35 000т дріжджів. Оскільки обсяг ринку пресованих дріжджів скорочується, а сушених – збільшується, підприємству потрібно реалізувати наступного року 30 100т пресованих, 4 900т сухих дріжджів (обсяг ринку пресованих дріжджів прогнозовано спадатиме на 7 - 9%, обсяг ринку сухих дріжджів прогнозовано зростатиме на 13 - 15%).

Темпи падіння обсягів продажу дріжджів дрібного фасування будуть знівельовані через зростання домашнього хлібопечення, обсяги продажу дріжджів фасування 1кг, будуть спадати. На ринку хлібопекарських дріжджів відбудеться перерозподіл, який виглядатиме так: 18 - 20% займатиме дрібне фасування; 80 - 82% – дріжджі вагою 1кг.

Фактори споживчого попиту. Оскільки ціни виробників на основні асортиментні позиції дріжджів суттєво не різняться між собою, найважливішим фактором споживчого попиту є якість продукції.

Вирощування дріжджів – живої культури – вимагає спеціального природного середовища: важливими є насиченість повітря киснем, якість води та повітряний обмін.

Саме тому завод будувався на околиці Львова, на території з артезіанською водою та із врахуванням рози вітрів, і впливу повітря, що приходить із Карпатського регіону. Це сприяє циркуляції чистого повітря. Також підприємство оточене лісопарковою зоною.

Не лише добрий мікроклімат зумовлює успішний процес виробництва. Якість дріжджів залежить як від штаму дріжджової клітини, так і від сировини, умов та технології виробництва і, звичайно ж, від професіоналізму, відповідальності персоналу.

ЗАТ "Ензим" – перший український виробник дріжджів, який впровадив систему управління безпечністю харчових продуктів згідно з вимогами міжнародного стандарту ISO 22000:2005.

Найбільші зміни на підприємстві відбулися у сфері вимог до санітарії – впроваджено додатковий контроль за миттям та дезінфекцією, вдосконалено графіки санітарної обробки приміщень, устаткування тощо. Сучасне автоматизоване обладнання встановлено задовго до початку сертифікації. А основне – створено групу безпечності, в яку ввійшли фахівці-технологи, працівники лабораторії, фахівці технічної служби і служби контролю якості. Кожен з них аналізує виробничі процеси на своєму рівні, а у разі виявлення невідповідностей – група безпечності спільно розробляє коригувальні дії, виконання яких контролює служба гарантування якості.

Контроль показників якості продукції ЗАТ "Ензим" забезпечують висококваліфіковані спеціалісти лабораторії, використовуючи новітні контрольні-вимірні засоби та передові методи контролю.

Вся вхідна сировина підлягає лабораторному контролю щодо відповідності вимогам нормативних документів та супроводжується: висновком санітарно-епідеміологічної експертизи, сертифікатом якості, сертифікатом відповідності, які гарантують її безпечність і якість.

Вода і повітря проходять триступеневу очистку. Здійснюється контроль мікробіологічної чистоти води, повітря, обладнання, сировини на відповідність їх вимогам санітарного законодавства.

Показники якості та безпечності визначаються в кожній партії готової продукції, випробовуються технологічні властивості дріжджів при випіканні хлібобулочних виробів. Промисловий штам пекарських дріжджів, який використовує ЗАТ "Ензим" на виробництві, виділено за допомогою традиційних мікробіологічних підходів. Він не містить алергенів і не є генетично модифікованим.

Продукція компанії конкурентоспроможна на зовнішньому ринку та відповідає вимогам міжнародних стандартів.

Дріжджова технологія постійно розвивається – щороку ЗАТ "Ензим" пропонує споживачам новинки. У 2005 році на ЗАТ "Ензим" почали виготовляти "Ефект+15" – пресовані дріжджі, виготовлені з нового штаму, які мають стабільніші і кращі якісні показники, незмінні протягом всього терміну зберігання. Якщо дотримуватися технологічних параметрів виробництва, то дозування "Ефект+15" скорочується на 15-20%, порівняно з дозуванням традиційних пресованих дріжджів. В 2007 році "Ензим" випустив інстантні сушені дріжджі, які можна зберігати до 12 місяців – вони вигідні для малих пекарень у віддалених районах чи селах, які не мають змоги часто закуповувати пресовані дріжджі. Також спеціалісти ЗАТ "Ензим", вперше в Україні, подовжили термін зберігання дріжджів у дрібному фасуванні до 24 діб. Цей результат був досягнутий без додавання будь-яких консервантів, лише завдяки високій

технології виробництва: ретельному підбору культури, забезпеченню мікробіологічної чистоти, сучасному обладнанню.

Варто відзначити, що ЗАТ "Ензим" тісно співпрацює з Львівським інститутом біології клітини, де науковці в лабораторних умовах вивчають різні види дріжджів. Щомісяця "Львівські дріжджі" проходять тестування за різними показниками у Берлінському науково-дослідному інституті дріжджової промисловості, а фахівці підприємства мають змогу отримувати консультації з актуальних питань.

Не зважаючи на позитивні прогнози щодо росту місткості ринку дріжджів фасування 100г на 2010 рік, по ЗАТ "Ензим" в даному сегменті в I кварталі 2010 року спостерігався спад, порівняно з аналогічним періодом минулого року, на 10%. Необхідно визначити, з яких причин ЗАТ "Ензим" втрачає свої позиції на ринку дріжджів фасування 100г. Для вирішення цієї проблеми було проведено опитування представників торговельної мережі ТМ "Львівські дріжджі".

Анкета була розіслана торговельним представникам в електронному вигляді MS Word на їх електронні поштові скриньки 1 квітня 2010 року. Відсоток заповнених і повернутих в відділ маркетингу ЗАТ "Ензим" анкет складає 54%. Нижче приводиться узагальнений аналіз анкет (в дужках зазначена кількість голосів, відданих за той чи інший варіант відповіді):

1. Ціна продукту для пересічного споживача:

Висока, але доступна (7),
висока і недоступна (5),
низька (0),
варіанти представників (2).

Як свідчать результати опитування, думки представників щодо ціни продукту для пересічного споживача розділилися між високою, але доступною і високою та недоступною. Враховуючи ще й те, що жоден представник не вважає ціну дріжджів фасування 100г низькою, можна зробити висновок, що ключове слово, яке характеризує ціну продукції є слово "висока". Найбільш точну характеристику ціни продукту дав представник з м. Рівне (Склад №2): "Найвища в сегменті 100 грам і не підкріплена споживчим попитом".

2. Якість продукту:

висока і стабільна (9),
висока, але нестабільна (5),
низька (0),
варіанти представників (0).

Абсолютно всі опитані представники вважають якість львівських дріжджів фасування 100г високою. Думки щодо стабільності розділилися: більша частина представників вважає якість стабільною. Але ці дані не можна розглядати як об'єктивні. В зв'язку з тим, що дріжджі фасування 100г замовляються в невеликих кількостях під замовлення гуртових і для "покуців-любителів", важко говорити про поведінку великої партії цих дріжджів під час тривалого зберігання (особливо в літній період).

3. Співвідношення ціна/якість продукту:

оптимальне (середнє) (9),
вище середнього (3),
нижче середнього (2),
варіанти представників (0).

Більшість представників вважає, що співвідношення ціна/якість продукту є оптимальним. Можна зробити припущення, що до цього питання представники підійшли зі своєї точки зору (продавця) або з точки зору виробника: за високою ціною ви отримаєте продукцію високої якості. Щодо бачення споживача: споживач, який може собі дозволити високоякісний продукт за більш високою ціною, надасть перевагу готовим хлібобулочним виробам, не витрачаючи час на випічку. Менш заможні покупці надають перевагу дріжджам виробництва фірм конкурентів.

4. Ступінь інформованості (обізнаності) споживачів про продукт:

висока (4),
середня (8),
низька (1),
варіанти представників (1).

Ступінь інформованості споживачів про львівські дріжджі фасування 100г – середня, тобто така, що не створює потребу в даному продукті при наявності на ринку менш активних дріжджів.

5. Рекламне забезпечення, супровід та підтримка продукту:

цілком достатнє (5),
достатнє, але не в повній мірі (2),
недостатнє (7),
варіанти представників (0).

Думки представників щодо рекламного забезпечення продукту розділилися. Можливо це можна пояснити активністю представника в цьому питанні та рівнем продажу дріжджів 100г фасування. З точки зору відділу маркетингу можна сказати, що кінцевий споживач проінформований про наявність даного продукту на ринку, але жодним чином не зацікавлений в його купівлі (немає стимулювання споживача).

6. Рівень прибутку представників та сертифікованих продавців від продажу продукту:

високий (0),
середній (6),
низький (8),
варіанти представників (0).

В залежності від регіону заробіток представників усіх рівнів від продажу львівських дріжджів фасування 100г коливається між середнім та низьким. Це не пов'язано з "небажанням" представника заробляти гроші. При досить високій вхідній ціні, представник, враховуючи сформовані настрої споживачів (товар хорошої якості за доступну ціну) не може зробити достатньої націнки. Це однозначно приводить до небажання продавати даний продукт.

Аналізуючи результати опитування, доцільно врахувати пропозиції та зауваження торговельних представників, щодо збільшення обсягу продажу "Львівських дріжджів"® фасування 100г:

зниження вхідної ціни до рівня цін конкурентів на дріжджі фасування 100г. Як результат можливі два варіанти: 1. відпускна ціна представника, а також ринкові ціни (гуртова та роздрібна) несуттєво знизяться, і за інших рівних умов прибутки представників зростуть, що стимулюватиме продаж львівських дріжджів фасування 100г. 2. відпускна ціна представника, а також ринкові ціни суттєво знизяться і за інших умов споживач

зацікавиться більш якісним продуктом, що спричинить ріст попиту на дріжджі фасування 100г, а отже і рівня продажу продукту;
зміна дизайну фольги (можливо на більш яскраву);
активніша рекламна підтримка: більше візуальної реклами, можливо проведення регіональних або всеукраїнської акцій підтримки дріжджів фасування 100г за участю представників;
стимулювання вибору споживача;
стабілізація якості та забезпечення стійкості дріжджів під час продажу (зберігання) в торгових точках без холодильного обладнання (особливо в літній період).

Висновки. Ринок дріжджів в Україні фактично сформований. Ринок пройшов етап становлення та зростання і увійшов в стадію зрілості. Тобто ринок є цілком насичений товаром і українські виробники розглядають свій експортний потенціал.

При зниженні рівня доходів населення, споживання хлібобулочних виробів зростає (люди в умовах кризи заощаджують і переходять з дорогих продуктів на дешевші, в тому числі на хліб).

Темпи падіння обсягів продажу дріжджів дрібного фасування будуть знівельовані через зростання домашнього хлібопечення, обсяги продажу дріжджів фасування 1кг, будуть спадати.

На даний час домашня випічка є досить дорогим задоволенням. Найбільш доступною позицією для домашньої випічки є звичайні пресовані дріжджі.

Збільшується частка сухих дріжджів в загальній ємності ринку дріжджів присутніх на території України. При збереженні низької ціни сухих дріжджів вітчизняного виробництва їх реалізація зростає. В умовах кризи можливою є активізація імпорту сухих дріжджів з Росії.

Останніми роками Львівський дріжджовий завод зробив прорив на дріжджовому ринку. Завдяки планомірній і ретельно продуманій реконструкції підприємства його виробничі потужності зросли в 7 разів. Спеціалістами підприємства не лише розширено асортимент, а й запроваджено західну концепцію виробництва.

Результати проведеного опитування представників торговельної мережі ТМ "Львівські дріжджі" використані при розробці рекомендацій, щодо збільшення обсягів продажу "Львівських дріжджів"®.

1. Офіційний сайт ЗАТ "Ензим" – Інтернет-ресурс: www.enzym.lviv.ua
2. Рынок хлеба и хлебобулочных изделий. Украина. 2010 год – Інтернет-ресурс: http://www.marketing.net.ua/view_notes.php?num=89699
3. Дослідження та аналіз ринку дріжджів – Інтернет-ресурс: http://www.souz-inform.com.ua/index.php?language=ukr&menu=schedule/2102000000_drozzhzhi

**ANALYSIS AND PROGNOSSES OF MARKET OF BAKER'S YEASTS OF
UKRAINE DEVELOPMENT****V. Hrabovenskyy**

*Ivan Franko National University of Lviv
Svobody Ave., 18. UA-79008 Lviv, Ukraine
e-mail: volodya4u@hotmail.com*

The market researches of Ukraine's baker's yeasts and consumer demand problems on baker's yeasts in Ukraine are conducted in the article.

Key words: market of baker's yeasts, production, realization, competitive product, assortment, questionnaire questioning