

ВПЛИВ КОН'ЮКТУРИ РИНКУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ХОЛДИНГУ «ВІТМАРК»

Петренко Н.С.

Науковий керівник – ст. викл. каф. “Економіка підприємств” Нізяєва С.А.

Вивчення кон'юктури товарних ринків містить у собі обробку, аналіз і систематизацію кількісних показників і якісної інформації, що характеризує розвиток ринку в даний період часу. Вибір системи показників визначається цілями конкретного дослідження, наприклад, аналіз розвитку ринку, аналіз ситуації на ринку за певний період часу, зміна техніко-економічних характеристик виробництва.

Усі кон'юктуроутворюючі фактори, що стимулюють розвиток ринку або стримуючі його, класифікуються на : постійні, тимчасові, циклічні, нециклічні.

До постійно діючих факторів ставиться державне регулювання економіки, науково-технічний прогрес, інфляція, сезонність у виробництві й споживанні товарів. До тимчасових - стихійні лиха, соціальні конфлікти, надзвичайна обстановка. У розвитку ринків може з'являтися певна повторюваність, циклічність, викликана сезонною зміною попиту та пропозиції, життєвими циклами товарів (виведення товарів на ринок, ріст, зрілість, занепад), зрушення у відтворювальній структурі, коливаннями інвестиційної активності, зміною економічної політики. Фактори нециклічного характеру визначають специфіку виробництва й реалізацію конкретних товарів.

Завдання кон'юктурних досліджень полягає у визначенні ступеня впливу окремих факторів на формування кон'юктури в певний момент часу. Розв'язати таке завдання можливо, якщо вести дослідження кон'юктури з урахуванням нових явищ, що виникають у сфері виробництва. Холдинг «Вітмарк» - визнаний лідер у виробництві якісних натуральних продуктів на основі фруктів і овочів. До складу Холдингу входять: СП "Вітмарк-Україна" ВАТ (Одеса), ВАТ "Одеський консервний завод дитячого харчування"

(ОКЗДХ) (Одеса), Кучурганський завод, Рахнянсько-Лісовий Консервний Завод.

На сьогоднішній день у сегменті сокової продукції в ламіновані картонному впакуванні частка компанії «Вітмарк» становить 30%. А в сегменті соків у скляній тарі вона є абсолютним лідером. При цьому темпи росту Холдингу вдвічі перевищують темпи росту самого ринку - приріст обсягів продажів за останні 3 роки становить 80-90% при середньоринковому показнику 30%. Основна причина росту цін — подорожчання закордонної сировини й упакування. « Наприкінці 2009-го практично всі українські виробники соків підняли ціни на 5–7%, — додає маркетинговий директор компанії «Вітмарк - Україна» Денис Барляєв.

Через зниження купівельної здатності продажі скоротилися в середньому по ринкові на 25–30%. За даними останніх досліджень, у період кризи 36% споживачів готові заощаджувати на соках і нектарах. В 2009 році попит скоротився, місткість ринку склало приблизно 650 млн. л проти 750 млн. л в 2008-м.

За прогнозом, продажі СЗН (сокозмістові напої. — Прим. Контрактів) в Україні будуть на рівні минулого року. Але, швидше за все, обсяг внутрішнього ринку скоротиться приблизно на 3–5% у натуральному вираженні.