

Н.А. Жданова (5 курс, каф. ЭиМТМ), А.Н. Кобышев, д.э.н., проф.

АНАЛИЗ РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В процессе инвестирования возникает необходимость в оценке инвестиционной привлекательности объекта капитальных вложений. В данной работе дан анализ рыночной ситуации в пищевой промышленности как одной из наиболее динамично развивающихся отраслей.

Целью данной работы было выявление подотраслей пищевой промышленности, наиболее перспективных для иностранных (в частности, немецких) инвестиций. В ходе анализа были рассмотрены следующие основные подотрасли пищевой промышленности: мясная, молочная, рыбная, хлебобулочная и кондитерская, макаронная, винная и ликероводочная, пивоваренная, табачная, а также производство плодоовощных консервов, безалкогольных напитков и растительных масел.

Было проведено исследование пищевой отрасли в целом, а также ее подотраслей по следующим характеристикам: динамика объема производства, потребительский рынок, объем экспорта и импорта, основные производители.

В результате исследования выявлена положительная динамика объема производства пищевой отрасли начиная с 1999 года. На объем производства влияет спрос на потребительском рынке, который характеризуется сильной поляризацией как по регионам, так и по уровню доходов населения. Особенно ощутима поляризация по уровню доходов в таких отраслях как мясная, табачная, производстве растительных масел. Она влияет не только на объем потребления, но и на ассортимент (например, при росте уровня доходов населения растет потребление колбасных изделий, снижается спрос на мясные консервы).

В последнее время прослеживается тенденция предпочтения отечественных продуктов импортным. Следуя этой тенденции, многие зарубежные производители перешли на торговые марки с традиционно русскими названиями. Финский концерн Valio поставляет в Россию масло под торговой маркой “Вологда” (регион знаменитый своей высококачественной молочной продукцией); новозеландское масло продается под маркой “Доярушка”; Соса-Сола разливает свои напитки в бутылки емкостью 0,5 л (во всем мире – 0,33 л).

За последние годы объем импорта значительно сократился. На снижение доли импорта повлиял как финансовый кризис 1998 года, так и смещение потребительских симпатий в сторону отечественного производителя. Что касается экспорта продукции пищевой промышленности, его доля по-прежнему, к сожалению, ничтожно мала.

Основные рыночные стратегии:

- дифференциация, активное продвижение российских брендов на рынках всех пищевых продуктов;
- интеграционные процессы с целью замещения импортного сырья отечественным (особенно характерны для таких импортозависимых отраслей как мясная, молочная, рыбная, пивная);
- концентрация (кондитерская, пивоваренная промышленность).

На основе проведенного анализа можно сделать следующие *выводы*:

- почти все подотрасли привлекательны для инвестирования (особенно – производство пива, плодоовощных консервов, а также производство технического и упаковочного оборудования для пищевой индустрии);
- пищевая промышленность перспективна для прямых инвестиций и организации производственного процесса в России;
- сфера производства технического и упаковочного оборудования перспективна для поставки импортного оборудования в Россию (в т.ч. лизинг).