

АНАЛИЗ РЫНКА ПРОДАЖ ГОТОВОЙ К УПОТРЕБЛЕНИЮ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ В Г. АНГАРСКЕ***

В статье рассматривается рынок продаж рыбопродуктов в городе Ангарск, приводятся анализ крупнейших производителей готовой рыбной продукции. Также, в работе представлены основные тенденции рыбопререработки и прогнозы развития рынка в ближайшем будущем.

Ключевые слова: рыбная продукция, монополистическая конкуренция, потребление рыбы

В России рыба и морепродукты всегда были особенно востребованы лишь в тех регионах, что приближены к морю, а большая протяженность страны заставляла потенциальных покупателей сомневаться в свежести товара, привезенного, скажем, в центральные регионы.

В девяностых ситуация на рынке рыбной продукции стала меняться. Тогда, помимо охлажденной и замороженной рыбы появился богатый ассортимент рыбы соленой, вяленой, вакуумированной. Так, рыба намного дольше оставалась свежей, при этом, продукт стал удобен, ведь он не нуждался в дальнейшей обработке.

По состоянию на 2012 год, в России наблюдался стремительный рост потребления рыбы и рыбной продукции (рис. 1), г. Ангарск Иркутской области не стал исключением. Обуславливалось это, прежде всего, тем, что рыбная продукция стала доступнее по цене. Немаловажным является факт того, что на рынок рыбной продукции г. Ангарска вошла крупная красноярская компания – «Делси», которая на сегодняшний день занимает около 50 % рынка [1].

На сегодняшний день объёмы потребления готовой рыбной продукции, что связано с экономическим кризисом. Теперь они составляют 19 кг рыбы и рыбопродуктов на человека в год. При том, что в 2015 эта отметка была еще ниже – 15 кг на человека в год [2].

Рынок готовой рыбной продукции, города Ангарск представлен в лице нескольких крупных заводов и множества рыбообрабатывающих цехов. К сожалению, нет официальной статистики, позволяющей узнать процентное соотношение продаж каждой из рассматриваемых компаний. Однако, уже на основании состава рынка и простых наблюдений, мы можем смело утверждать, что

* Куник Арина Павловна – студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: a_kunik@mail.ru.

** Винокурова Мария Викторовна – доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: vmv_univer@mail.ru.

*** По материалам научно-практической конференции 2017 года «Совершенствование механизма хозяйствования: состояние и проблемы».

на рынке готовой рыбной продукции г. Ангарска установилась монополистическая конкуренция.

Среднедушевое потребление рыбы и рыбопродуктов (кг)

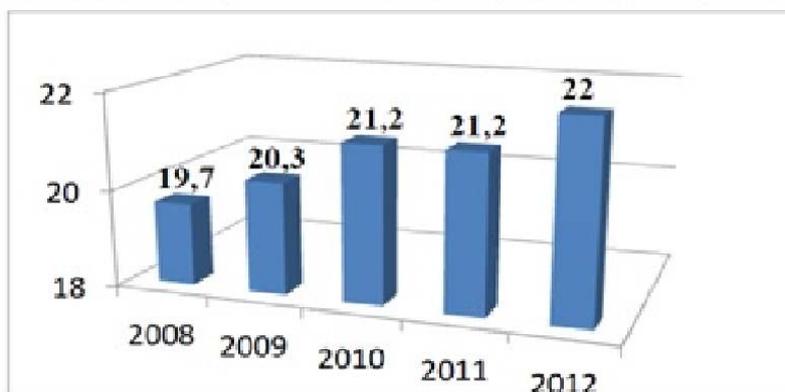


Рис. 1. Среднедушевое потребление рыбы и рыбопродуктов на период 2008–2012 гг.

Продукция, представленная на рынке очень разнообразна. Она включает в себя более ста пятидесяти наименований рыбы, которые, в свою очередь могут быть приготовлены совершенно по разным технологиям.

Самыми популярными видами готовой продукции на рынке г. Ангарска в последние пять лет остаются пресервы, продукты холодного копчения, вакуумированная продукция и слабосоленая сельдь. Тем не менее, способов приготовления рыбы в условиях производства, гораздо больше. Это и сушка, и вяление, и горячее копчение, а также много другое. Подобное разнообразие позволяет привлечь максимальное число потенциальных потребителей продукции. На диаграмме представлено распределение покупательского спроса на рыбную продукцию, приготовленную различными способами (рис. 2)

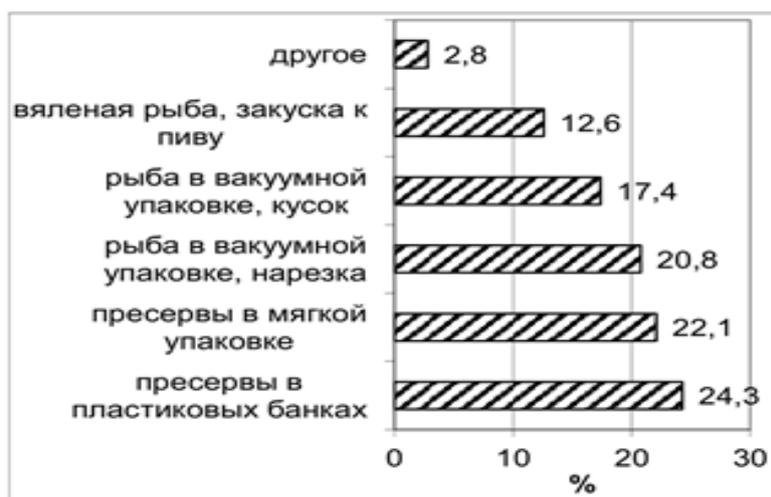


Рис. 2. Распределение потребительского спроса на рыбную продукцию [3]

Тенденцией 2016 г. стал выход на рынок полуфабрикатов из рыбы, требующих дальнейшего приготовления, разогревания или разморозки дома. Примером могут послужить: «Рыбное тесто», пельмени с рыбой, рулетики из сёмги – «ИП Шарпинская», которые уже можно встретить на прилавках г. Ангарска.

Также несомненным трендом 2016 г. стала рыбная продукция «Юкола», которая благодаря интересу к своему необычному названию прочно обосновалась на рыбных витринах города. Хотя, на самом деле, в случае с промышленным производством, «Юкола», это не способ приготовления, а лишь вариант разделки копчено-вяленой рыбы. Получается, что потребитель переплачивает за красивую подачу, но ест ту же рыбу, что лежит на прилавке рядом.

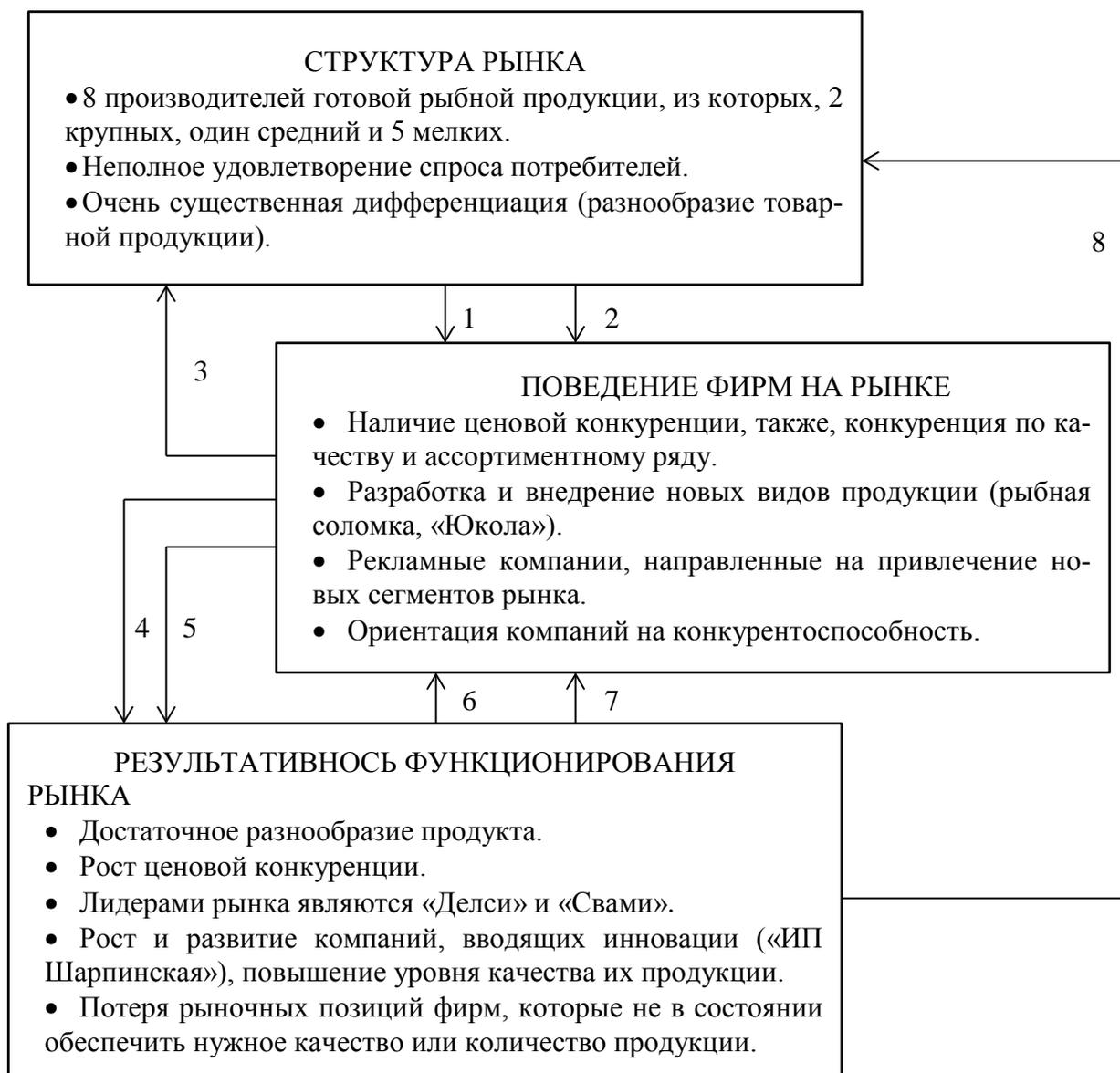


Рис. 3. Прямые и обратные связи

Что касается прогнозов на ближайший год, мы можем говорить об анонсировании сразу несколькими организациями запуска в торговлю нескольких

принципиально новых видов продукции. Например, «ИП Шарпинская» уже представила первые партии рыбной соломки «К пенным напиткам» на оценку потребителям. В пивной сезон такое нововведение может существенно укрепить позиции данного рыбоперерабатывающего цеха. Также, известно, что производителям рыбы в Иркутской области выделяют деньги для оплаты кредитов, что станет существенным фактором, который позволит мелким предприятиям продолжать функционировать [4].

На основе данных СМИ проведем анализ рынка готовой к употреблению рыбной продукции г. Ангарска и выделим прямые и обратные связи (рис. 3).

1 – Так как на рынке готовой к употреблению рыбной продукции г. Ангарска действуют два наиболее крупных поставщика, можно наблюдать их ориентацию на конкурентоспособность.

2 – Недостаточно полное удовлетворение потребительского спроса ведет к поиску новых поставщиков сырья и внедрению инноваций (разработке новых продуктов).

3 – Конкуренция на рынке приводит к росту потребительского спроса на рассматриваемом рынке.

4 – Внедрение инноваций некоторыми фирмами ведет к тому, что они увеличивают свое влияние на рынке («ИП Шарпинская»)

5 – Наличие конкуренции по качеству и ассортиментному ряду ведут к потере некоторыми компаниями своих рыночных позиций.

6 – Активный рост ассортиментного ряда продукции некоторых фирм повышает конкуренцию рынка.

7 – Разнообразие рынка побуждает производителей к разработке новой продукции.

8 – Функционирование нескольких крупных предприятий на рынке ведет к стимулированию развития конкурентов.

Список использованной литературы

1. Электронный портал «Делси». – Режим доступа: <https://www.delsy.ru/about> (на 07.04.2017).

2. Электронный портал «Финмаркет». – Режим доступа: <http://www.finmarket.ru/news/4179566> (на 07.04.2017).

3. Солдатова И. Н. Особенности потребительских предпочтений на рынке рыбопродуктов / И. Н. Солдатова. – Научные труды Дальрыбвтуза. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-potrebitelskih-predpochteniy-na-rynke-ryboproductov> (на 07.04.2017).

4. Электронный портал «Fishretail». – Режим доступа: <http://irkutsk.fishretail.ru/news/proizvoditelyam-ribi-v-irkutskoy-oblasti-videlyat-368088> (на 07.04.2017).