

Розділ 2

Інновації у маркетингу

УДК 339:13:663.64

JEL Classification: L53, L66, M21

Азарян Елена Михайловна,

*д-р экон. наук, профессор, проректор по научной работе,
Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского;*

Файвищенко Диана Сергеевна,

*канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и коммерческого дела,
Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТРАСЛИ МИНЕРАЛЬНОЙ ВОДЫ

В статье приведены теоретические аспекты понятия и экономического содержания конкурентоспособности, оценки конкурентных позиций отрасли минеральной воды, выявлены положительные тенденции развития и предложены основные направления повышения конкурентоспособности отрасли в системе продовольственного комплекса. В процессе исследования использовались: принцип функциональности, принцип системности всеобщей связи и развития, методы гносеологического анализа (аналитический, обобщения, научной абстракции, декомпозиции, логический, сравнения) для уточнения основных понятий.

Ключевые слова: конкурентоспособность, отрасль минеральной воды, теоретические аспекты конкурентоспособности, продовольственный комплекс.

Постановка проблемы в общем виде. В условиях всемирной глобализации национальная экономика Украины начинает приобретать всё более открытый характер, наблюдаются тенденция роста конкуренции и необходимость проведения анализа обеспеченности конкурентоспособности отдельных отраслей. Ужесточение конкуренции стимулирует развитие производства, настраивает предприятия на максимальное удовлетворение потребностей рынка. Повышение конкурентоспособности отрасли, в частности, отрасли минеральной воды, является сложным, многогранным и требует проведения комплексных исследований, направленных, прежде всего, на разработку нового аналитического инструментария оценивания конкурентоспособности, уточнение понятий конкурентоспособности, установление их показателей, позволяющих оценить реальную конкурентоспособность.

Исследование и анализ обеспеченности конкурентоспособности отрасли минеральной воды в системе продовольственного комплекса являются актуальными и важными вопросами современной экономической теории и практики.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам оценки конкурентоспособности посвящены работы отечественных и зарубежных ученых: Азарян Е. [1], Дойля М. [2], Пунгина И. и Пунгиной В. [5], Анисимова А. [6], Чернеги О. [7], Мусаева Т. [8], Воронова А. [9] и др. Однако следует отметить, что не существует однозначных показателей, методик, путей повышения и оценки конкурентоспособности на отраслевом уровне, реализации интеграционного взаимодействия предприятий на рынке минеральной воды. Отсутствуют единая система показателей, комплексная и обоснованная система оценки с учетом конкурентной среды, которая проявляется лишь во фрагментарных предложениях по решению проблем.

Обозначенные проблемы обусловили объективную необходимость исследования, определили актуальность, цель и задачу.

Целью статьи является теоретическое обоснование конкурентоспособности отрасли минеральной воды, проведение комплексных исследований, направленных, прежде всего, на разработку нового аналитического инструментария оценивания конкурентоспособности в целом, уточнение понятий конкурентоспособности, разработка основных направлений повышения конкурентоспособности отрасли в системе продовольственного комплекса. Для достижения этой цели сформулированы соответствующие задания:

- обобщить теоретический опыт понятия и сферу использования методологии конкурентоспособности;
- провести анализ конкурентоспособности отрасли минеральной воды, выявить положительные тенденции развития;
- разработать основные направления повышения конкурентоспособности отрасли в системе продовольственного комплекса.

В процессе исследования использовались: принципы аксиологичности и функциональности, с помощью которых раскрыты сущность и природа конкурентоспособности отрасли, принцип системности всеобщей связи и развития, который позволил раскрыть взаимосвязь между методами конкурентоспособности, методы гносеологического анализа (аналитический, обобщения, научной абстракции, декомпозиции, логический, сравнения) для уточнения основных понятий. Информационной базой анализа являются научные работы учёных-экономистов по вопросам анализа и путей повышения конкурентоспособности, вопросам государственного регулирования развития отраслей, законодательные и нормативные акты Украины, европейские стандарты, отчеты о хозяйственной деятельности предприятий, материалы исследований авторского коллектива.

Основной материал. Понятие конкурентоспособности можно представить как внутреннее свойство экономического объекта, которое проявляется только в процессе конкуренции и рыночных отношений, характеризуется большей степенью удовлетворения потребностей покупателей по сравнению с аналогичными объектами, представленными на рынке, и определяется преимуществами в различных областях деятельности объекта по отношению к конкурентам [3]. Как отмечает Власенко А.А. [4], под конкурентоспособностью отрасли следует понимать эффективность работы отдельной отрасли национального хозяйства, оцениваемую, помимо традиционных критериев, по показателям, характерным и описывающим

степень живучести и динамичности отрасли при различных вариантах развития экономики данной страны и всего мира в целом. Пунгин И.В., Пунгина В.С. [5] предлагают выделить следующие конкретные цели оценки конкурентоспособности отрасли:

- поиск точек экономического роста (с точки зрения региона);
- поиск точек экономического роста (с точки зрения экономики в целом).

Спиридонов И.А. дает определение конкурентоспособности отрасли как наличие у нее конкурентных преимуществ, позволяющих: во-первых, производить (с издержками не выше интернациональных) продукцию высокого качества, удовлетворяющую требованиям конкретных групп покупателей (потребителей) к потребительской ценности товаров, их рыночной новизне и стоимости (цене), во-вторых, поставлять продукцию на рынок в оптимальные сроки, диктуемые рыночной ситуацией [11]. Проецируя данные понятия на отрасль минеральной воды, следует отметить, что по запасам минеральных природных вод Украина занимает одно из первых мест в мировом рейтинге. В последние годы эта страна славится уникальными источниками минеральных вод, раскрывает скрытый в ней огромный потребительский потенциал. Украина имеет широкую и разнообразную ресурсную базу, представленную почти всеми бальнеологическими типами минеральных вод: углекислые; радоновые; сульфидные; железистые; бромные, йодо-бромные и йодные; кремнистые; воды с повышенным содержанием органических веществ; воды без специфических компонентов и т. д. Подземные воды, которые имеют минерализацию около 1 г/л и обладающие определенными специфическими лечебными, терапевтическими свойствами и составом, можно отнести к минеральным. К определению «минеральная вода» можно отнести естественную (без искусственного вмешательства), полученную из подземных источников воду, не учитывая морскую и прочие надземные воды. Сфера применения и минерализация позволяют выделить и классифицировать следующие виды воды: столовые, лечебно-столовые и лечебные. Столовые минеральные воды с минерализацией до 1 г/л не оказывают биоактивного влияния на организм и не требуют определенных ограничений в применении.

В торговой сети наиболее распространены лечебно-столовые минеральные воды с минерализацией от 2 до 15 г/л. Лечебные минеральные воды имеют минерализацию в 3 раза больше и содержат широкий спектр активных компонентов действия, продаются только в аптеках и нуждаются в специальных применениях по рецепту врача. Долю в производстве воды минеральной ведущих производителей можно представить в виде диаграммы (рис. 1).

Так, основными крупными игроками на украинском рынке минеральной воды выступают крупные производители:

- *IDS Group* (ТМ «Миргородська», «Моршинська», «Аляска», «Трускавецкая», «Трускавецкая кристалльная», «Старый Миргород», «Сорочинская». Также *IDS Group* является эксклюзивным импортером грузинской «Боржоми» в Украине);
- «Кока-Кола Бевериджиз Украина (ТМ «*BonAqua*»);
- «Оболонь» (ТМ «Оболонская», «Прозора», «Подгорная», «Ахтырская», «АкваБаланс»);
- «Росинка» (ТМ «София Киевская»);
- Прат «Ерлан» (ТМ «Біола Знаменівська», «Два океани»).

Розділ 2 Інновації у маркетингу



Рисунок 1 – Доля в производстве воды минеральной натуральной ведущих производителей (в натуральном выражении, %) [10]

Согласно аналитическим и статистическим данным Агентства промышленных новостей (АПН) [10] динамику объема украинского рынка минеральной воды за 2011 и 2012 годы можно представить в виде диаграммы (рис. 2).

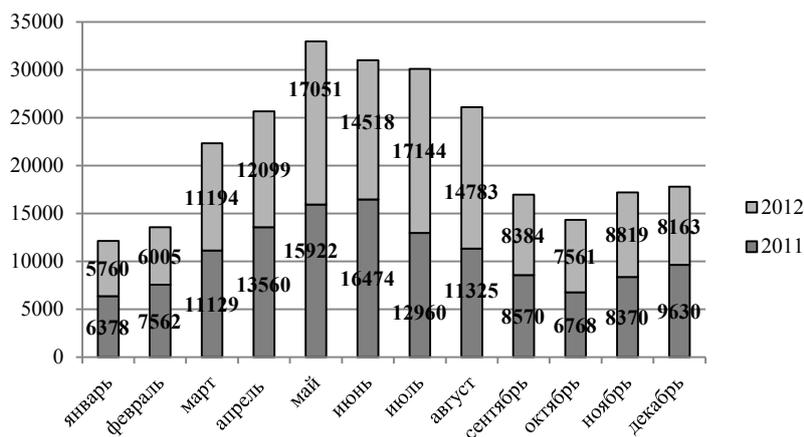


Рисунок 2 – Динамика объема украинского рынка воды натуральной минеральной, тыс. дол. [10]

На основе аналитических данных и калькуляции совместно с АПН в разрезе потребления воды с газом и без газа (рис. 3) можно сделать вывод, что около 50% украинского рынка газированной воды и 70% негазированной принадлежит 10 игрокам, которые заняли лидирующие позиции и довели капитализацию бизнеса до уровня более 100 млн дол.

Так, например, в январе 2012 г. компания «*JDS Borjomi Beverages NV*» выставила на продажу бренды минеральной воды «Боржоми», «Миргородская», «Моршинская» и «Трускавецкая». Сумма сделок составила 400-500 млн дол. Основные претенденты – зарубежные и российские фонды. Особый интерес проявили такие компании: *Standart Capital*, *Ashmore*, Российский фонд прямых инвестиций (РФПИ), *TPG Capital*, *Klever Asset Management*, АФК «Система», фонд, близкий к «Альфа-Групп» [13].

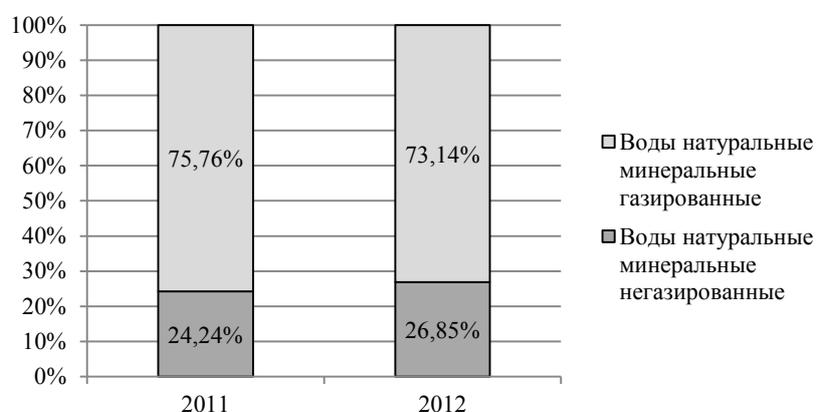


Рисунок 3 – Динамика доли воды минеральной в производстве основных видов продукции, натуральные единицы в % [10]

Анализ отрасли минеральной воды Украины позволяет выделить следующие конкурентные преимущества:

- наличие благоприятных условий с соответствующими ресурсами и новшествами предприятий, способствующих росту отечественной продукции, культуры потребления минеральной воды украинского производства;
- выделение конкурентных преимуществ минеральной воды отечественного производителя, где основной акцент сделан на первичную формулу воды, не подверженной техногенным преобразованиям, что позволяет, не разрушая уникального состава, доносить полезные свойства знаменитых источников до потребителей нашего государства;
- наличие уникальной рецептуры, передовой производственной, технологической собственной базы; развитой инфраструктуры отдельных украинских производителей, что позволяет производить отечественную уникальную продукцию высокого качества;
- выведение инновационного и трендового продукта на рынок в оптимальные сроки, диктуемые маркетинговой деятельностью и потребительским спросом;
- взаимодействие с конкурентными фирмами-лидерами, изучение и внедрение международного опыта по производству, маркетинговой стратегии и реализации продукции;

– тесное сотрудничество внутри отрасли, с другими отраслями в стране и с аналогичными отраслями за ее пределами.

В системе управления конкурентоспособностью на разных уровнях принятия управленческих решений требуется различная информация как по объему, так и по содержанию. Наиболее сложным этапом при проектировании информационного обеспечения является этап определения информационных потребностей каждого пользователя, участвующего в выработке и принятии управленческих решений. Для его реализации необходимо осуществить: детализацию процесса по использованию ресурсов предприятия; определение сегментов рынка, круга конкурентов и их возможностей; оценку уровня конкурентоспособности предприятия и продукции; определение круга пользователей, принимающих участие в планировании, оценке и анализе конкурентоспособности, их прав, обязанностей и ответственности; определение информационной потребности каждого пользователя для реализации конкретных задач, т. е. выработка форм документов и определение сроков их представления конкретному пользователю; определение совокупности информации, получение которой предусматривается пользователем по запросу [12].

С усилением конкуренции на рынке минеральной воды производители задумываются об освоении пока еще уникальных в нашей стране рыночных сегментов, которые могут обеспечить высокую динамику роста. Украинский рынок минеральных вод находится в фазе активного передела, наблюдаются интенсивное зарубежное инвестирование в развитие данной отрасли и государственное формирование показателей качества и безопасности, контроль соответствия требованиям нормативных документов по показателям качества и безопасности минеральных вод, создание паспортизованных пунктов с природной минеральной водой, жесткая борьба с фальсификацией минеральных вод Украины. Вопрос государственного регулирования природопользования, рационального использования и развития отрасли минеральной воды является достаточно актуальным, перспективным и сложным. С одной стороны, необходимо четкое соблюдение правил, норм экологической безопасности, с другой – экономическое развитие страны в целом, урегулирование нормативно-правовой базы, качества воды, использование и сбыт минеральной воды с учетом согласования с Европейским законодательством, принятие определенных изменений в законодательных актах, позволяющих отечественным производителям наладить выпуск высококачественной продукции, соответствующей нормам Европейского Союза, способствование продвижению и занятию лидирующих позиций отечественных товаров на международных и европейских рынках [9].

В результате теоретического обоснования конкурентоспособности отрасли минеральной воды можно предложить основные направления роста проанализированной отрасли:

– необходимо направить усилия на улучшение научно-исследовательской работы в приоритетных направлениях развития продовольственного комплекса, в частности, отрасли минеральной воды;

– обеспечение сферы научно-исследовательской деятельности современным и модернизированным лабораторным и контрольно-испытательным оборудованием, приборами, информационно-вычислительными системами и др. для более детального анализа и производства минеральной воды отечественного производителя;

– государственная поддержка научно-технологических возможностей предприятий по выработке, производству и разливу минеральной воды; поддержка высоких технологий, соответствующих мировому уровню и мировым стандартам в изучаемом направлении;

- предоставление и создание условий, обеспечивающих быстрый рост производства, с учетом новых технологических устройств, инновационного оборудования, формирование точек роста, секторов развития отечественных предприятий отрасли минеральной воды;
- увеличение экспортного потенциала с учетом развития отечественного производства наукоемкой и конкурентоспособной продукции;
- качественное удовлетворение потребностей населения в товарах народного потребления, в частности, минеральной воды;
- заимствование опыта и ориентация на международные стандарты для создания экологически чистых и безопасных производств, выпуска новых видов продукции;
- рост конкурентоспособности выпускаемой продукции с помощью развития и внедрения национальной системы сертификации отечественной продукции, повышение систем качества с учетом международных стандартов;
- структуризация организационной системы, планирование процессов, ресурсов и документации предприятий отрасли минеральной воды;
- оптимизация организации информационного обеспечения, направленной на повышение эффективности управления конкурентоспособностью в целом;
- изучение внешней и внутренней маркетинговых сред предприятия и процессов использования ресурсов, направляемых на повышение конкурентоспособности отрасли в целом;
- оперативное получение и быстрая обработка качественно новой информации, характеризующей реальное положение предприятия и его конкурентов в данной отрасли с учетом рыночных отношений экономики переходного периода.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что проанализированная отрасль минеральной воды является перспективной, растущей и рентабельной. С учетом теоретических аспектов и экономического содержания конкурентоспособности отрасли минеральной воды можно наблюдать положительные тенденции развития, пути увеличения конкурентоспособности в системе продовольственного комплекса, занятие отечественными предприятиями лидирующих позиций в Украине и за рубежом.

Перспективами дальнейших исследований являются более детальный анализ и мониторинг рынка минеральной воды, оценка его конкурентных позиций, внедрение новых аналитических инструментов для оценки конкурентоспособности в целом, формирование маркетинговой системы позиционирования торговых марок.

1. Азарян О.М. Шляхи підвищення ефективності розвитку підприємств у роздрібній торгівлі / О.М. Азарян, В.О. Соболев // Вісник ДонНУЕТ. Серія «Економічні науки». – 2008. – № 3 (39). – С. 175-180.

2. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии / П. Дойль ; пер. с англ. С. Жильцова. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2002. – 708 с.

3. Конкурентоспособность отрасли: конкурентные преимущества, факторы, критерии и показатели оценки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dengifinance.ru/part-xi/konkurentosposobnost-otrasli-konkurentnye-preimuschestva.html>.

4. Власенко А.А. Методология оценки конкурентоспособности отрасли [Электронный ресурс] / А.А. Власенко. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/29_DWS_2009/Economics/53408.doc.htm.

5. Пунгин И.В. Инновационный подход к изучению конкурентоспособности продукции, отрасли, региона / И.В. Пунгин, В.С. Пунгина // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования СГУ. – 2009. – Вып. 2. – Режим доступа: <http://koet.syktso.ru/vestnik/2009/2009-2/8/8.htm>.

6. Анисимов А.С. Сущность и типология стратегий / А.С. Анисимов // Консультант директора. – 2000. – С. 5-11.
7. Чернега О.Б. Структурная конкурентоспособность: некоторые актуальные вопросы / О.Б. Чернега // Экономические проблемы и перспективы стабилизации экономики Украины. Донецк : ИЭП НАН Украины. – 1999. – Т. 1. – С. 78-87.
8. Мусаев Т.З. Структурная перестройка и ее влияние на конкурентоспособность промышленности Азербайджана : автореф. дис. ... д-ра ф. наук по экон. : 08.00.05 / Т.З. Мусаев ; НАНА ИЭ. – Б., 2011. – 42 с.
9. Воронов А.А. Моделирование конкурентоспособности продукции предприятия / А.А. Воронов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 4. – С. 44-52.
10. Исследование рынка. Агентство промышленных новостей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.apn-ua.com/>.
11. Спиридонов И.А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности / И.А. Спиридонов. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 170 с.
12. Белоусов Д.В. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Белоусов Дмитрий Вячеславович ; РАН ИЭ. – Москва, 2006. – 178 с.
13. Водный фонд Украины: инвестиции в жажду [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ugmk.info/art/1348063234/3.html>.

О.М. Азарян, д-р экон. наук, профессор, проректор із наукової роботи, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського;

Д.С. Файвішенко, канд. экон. наук, доцент кафедри маркетингу і комерційної справи, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

Теоретичні аспекти конкурентоспроможності галузі мінеральної води

У статті наведено теоретичні аспекти поняття та економічного змісту конкурентоспроможності, оцінки конкурентних позицій галузі мінеральної води, виявлено позитивні тенденції розвитку, розроблено основні напрями підвищення конкурентоспроможності галузі в системі продовольчого комплексу. У процесі дослідження використовувалися: принципи аксіологічності і функціональності, принцип системності загального зв'язку і розвитку, методи гносеологічного аналізу (аналітичний, узагальнення, наукової абстракції, декомпозиції, логічний, порівняння) для уточнення основних понять.

Ключові слова: конкурентоспроможність, галузь мінеральної води, теоретичні аспекти конкурентоспроможності, продовольчий комплекс.

E.M. Azarian, Doctor of Economics, Professor, Vice-rector on scientific work, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky;

D.S. Faivishenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Marketing and Business Affairs, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky

Theoretical aspects of competitiveness of the industry of mineral water

The aim of the article. The article presents theoretical aspects of the concept and content of economic competitiveness for its competitive positions. Authors found positive trends, essential trends of increasing the competitiveness of the food industry as a complex system. The article shows theoretical basis for the competitiveness of the industry of mineral water, clarifies the concepts of competitiveness. Authors suggest development of the main directions of improving the competitiveness of the food complex sector.

The results of the analysis. Authors generalized theoretical experience of the concept and scope of the use of the methodology of competitiveness; analysis of the competitiveness of the industry of mineral water, revealed positive trends; developed the main directions of improving the competitiveness of the sector in food complex. Analysis of the mineral waters of Ukraine reveals the following competitive advantages: the ability to produce high quality products with an unique competitive advantage. Creating favorable conditions relevant resources and innovation of enterprises in order to increase their profitability, improve the culture of consumption of mineral water Ukrainian production, the elimination

of the innovative and trend- to-market at the optimum time dictated by the marketing activity and consumer demand. Interaction with competitive firms, leaders of the study and implementation of international experience in the production and marketing strategy and sales, cooperation within the industry and with other industries in the country and with similar industries abroad, presence of unique recipes, advanced manufacturing, processing its own base; infrastructure.

Conclusions and directions of further researchers. There is an intensive foreign investment in the development of the industry of mineral water. Formation of the state of quality and safety, monitoring compliance with in terms of quality and security of mineral waters, creating with natural mineral water; tough fight falsification of mineral waters of Ukraine. Prospects for further study is more detailed analysis of mineral water market, assessing its competitive position, introduction of new analytical tools for assessing competitiveness, formation of marketing brand positioning systems.

Keywords: competitiveness, industry of mineral water, theoretical aspects of competitiveness, food industry.

1. Azarian, O.M., & Sobolev, V.O. (2008). Shliahy pidvyshchennia rozvytku pidpriemstv u rozdribnii torhivli [Ways to improve the performance of enterprises in retail]. *Visnyk DonNUET – Bulletin of the DonNUET. Seriya «Ekonomiczni nauky» Series: «Economics», 3(39), 175-180* [in Ukrainian].

2. Doyle, P. (2002). *Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti rozvytku pidpriemstv u rozdribnii torhivli [Marketing Management and Strategy]* (S. Zhiltsova, Trans.). St. Petersburg: Piter [in Russian].

3. Konkurenosposobnost otrasli: konkurentnyie preimushchestva, faktory, krinerii i pokazateli otsenki [Competitiveness of the industry: competitive advantage, factors, criteria and indicators for assessing]. (n.d.). *dengifinance.ru/part-xi/konkurenosposobnost-otrasli-konkurentnyie-preimushchestva*. Retrieved from <http://dengifinance.ru/part-xi/konkurenosposobnost-otre-preim.html> [in Russian].

4. Vlasenko, A.A. (2009). Metodolohiia otsenki konkurenosposobnosti otrasli [Methodology to assess the competitiveness of the industry]. (n.d.). *rusnauka.com*. Retrieved from http://www.rusnauka.com/29_DWS_2009/Economics/53408.doc.htm [in Russian].

5. Punhin, I.V., & Punhina, V.S. (n.d.). Innovatsionnyi podkhod k izucheniiu konkurenosposobnosti produktii otrasli, rehiona [An innovative approach to the study of the competitiveness of the industry products in the region]. *koet.syktsu.ru*. Retrieved from <http://koet.syktsu.ru/vestnik/2009/2009-2/8/8.htm> [in Russian].

6. Anisimov, A.S. (2000). Sushchnost i tipolohiia stratehii [The nature and typology of strategies]. *Konsultant Direktora – Consultant Director, 1, 5-11* [in Russian].

7. Cherneha, O.B. (1999). Strukturnaia konkurenosposobnost: nekotoryie aktualnyie voprosy [Structural competitiveness: some topical questions]. *Ekonomichekieskie problemy i herspektivy stabilizatsii ekonomiki Rossii [Economic problems and prospects of stabilizing the Russian economy], 1, 78-87* [in Ukrainian].

8. Musaiev, T.Z. (2011). Strukturnaia perestroika i eie vliianie na konkurenosposobnost promyshlennosti [Restructuring and its impact on competitiveness of industry in Azerbaijan]. *Extended abstract of Doctors thesis*. Baku: NANA IE [in Azerbaijan].

9. Voronov, A.A. (2006). Modelirovaniie konkurenosposobnosti produktii predpriiatiia [Modeling product competitiveness of enterprises]. *Marketing v Rossii i za Rubegom – Marketing in Russia and Abroad, 4, 44-52* [in Russian].

10. Issledovaniia rinka. Ahentstvo promyshlennykh novostei [Market research. Agency of Industrial News]. (n.d.). *apn-ua.com*. Retrieved from <http://www.apn-ua.com/> [in Russian].

11. Spiridonov, I.A. (1997). *Mezhdunarodnaia konkurentsia i puti povysheniia konkurenosposobnosti [International competition and ways of competitiveness increasing]*. Moscow: INFRA [in Russian].

12. Belousov, D.V. (2006). Upravleniie konkurenosposobnostiu promyshlennoho predpriiatiia [Management of industrial enterprise competitiveness]. *Candidate's thesis*. Moscow: RAN IE [in Russian].

13. Vodnyi fond Ukrainy: investitsii v zhazhdu [Water Fund of Ukraine: investing in thirst]. (n.d.). *ugmk.info*. Retrieved from <http://www.ugmk.info/art/1348063234/3.html> [in Russian].

Отримано 30.09.2013 р.