

## **РЕАЛИЗАЦИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ФИРМЕННОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ**

**Рожкова А.В.**

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

*В настоящее время на изучаемом региональном рынке макаронных изделий наблюдается непостоянный спрос к макаронной продукции местных производителей, со стороны потребителей. Более того, в настоящее время наблюдается усиление конкуренции между производителями продуктов питания в связи с этим, для того, чтобы привлечь потребителей к своей продукции компании-производители, в первую очередь, должны более эффективно выстроить маркетинг взаимоотношений через фирменную торговлю.*

**Ключевые слова:** рынок макаронных изделий, региональный рынок, фирменная торговля, маркетинг взаимоотношений.

## **REALIZATION OF OPPORTUNITIES OF A FIRM TRADE NETWORK IN THE REGIONAL MARKET OF MACARONI PRODUCTS**

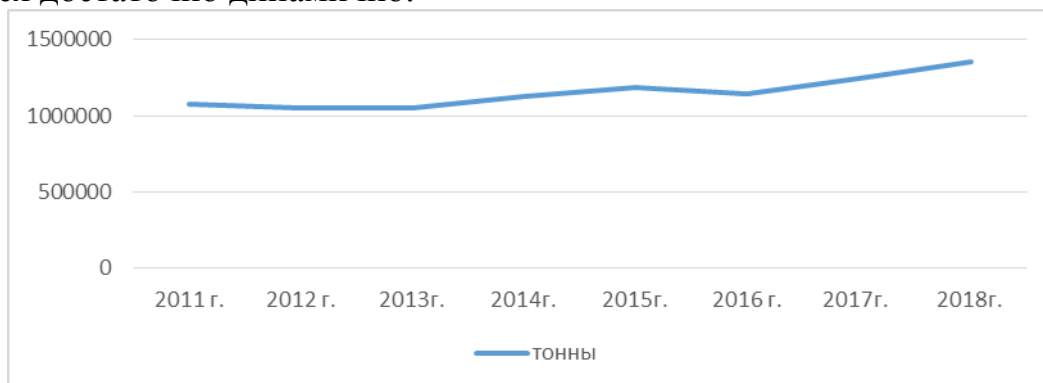
**Rozhkova A.V.**

**Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia**

*Currently, the study of the regional market of pasta there is a volatile demand for pasta products of local producers, from consumers. Moreover, currently there is increased competition between food manufacturers in this regard, in order to attract consumers to their products, manufacturing companies; first of all, must more effectively build marketing relationships through brand trade.*

**Key words:** pasta market, regional market, brand trade, relationship marketing.

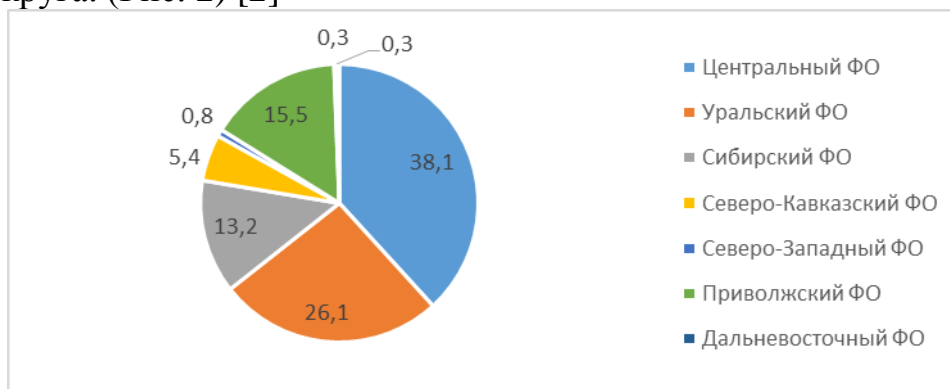
Рынок макаронных изделий - это рынок, предоставляющий товары под видом макарон и их разновидностей. Современный рынок макаронных изделий развивается достаточно динамично.



*Рисунок 1 - Объемы производства макаронных изделий в России с 2011- 2018гг.  
[1]*

За последние восемь лет годовой объем производства макаронных изделий, вырабатываемых отечественными предприятиями, превысил 1 млн тонн. Следует отметить, что динамика производства макаронных изделий с 2011 по 2018 волнообразная. Так, в 2011 году было произведено 1 076 855 тонн макаронных изделий, затем в 2012 и 2013 годах произошел небольшой спад производства, а в 2014 и 2015 годах объемы производства увеличились. В 2016 году снова произошел спад производства на рынке, а далее с 2017г. на рынке макаронных изделий наблюдается рост.

Географическая структура производства макаронной продукции в России охватывает территорию всех 9 федеральных округов. Лидерами данного производства в 2017 году стали Центральный, Уральский, Приволжский и Сибирский округа. (Рис. 2) [2]



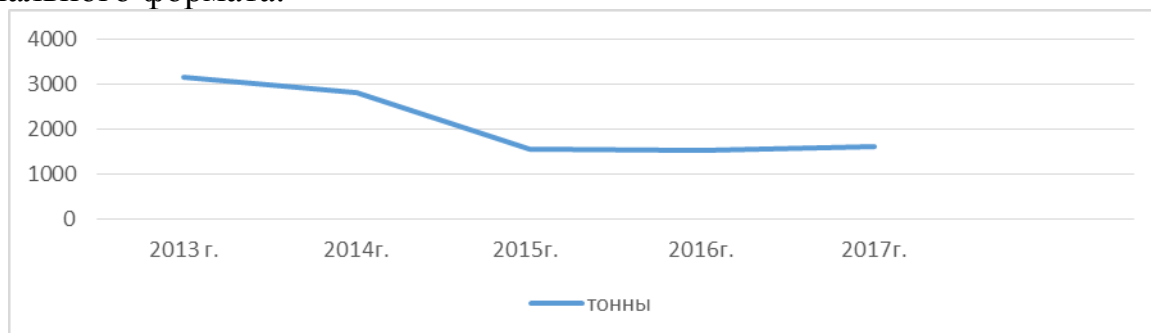
*Рисунок 2 – Лидеры производства макаронных изделий в России, %*

Среди основных лидеров российского рынка макаронных изделий можно выделить Челябинскую фабрику «Макфа» и Московскую «Экстра М», которые занимают по разным оценкам от 18 до 25% на рынке макаронных изделий. ОАО «Экстра М» производит около 60 тыс. т макаронных изделий свыше 30 различных наименований ежегодно, причем на рынке г. Москвы она занимает более 30% рынка г. Москвы. Ежегодные объемы производства макарон «Макфы» составляют более 70 тыс. тонн в год. Торговые марки «Макфа» и «Экстра М» конкурируют как на рынках крупных городов, и в особенности на столичном рынке, так и на рынках регионов. На втором месте находится Красноярское ЗАО «Алейскзернопродукт», далее вниз по рейтингу идут Московские компании ЗАО «Инфолинк», ЗАО «Байсад», ОАО «Экстра М», Алтайские: ТД «Алтан» и ОАО «Алтайские макароны», ОАО «Шебекинские» Белгородской области.

На местные рынки выходят и федеральные сети, которые имеют свои торговые марки в любом широкомасштабном городе России, так и появляются локальные торговые марки производителей макаронных изделий.

Красноярский край занимает одно из лидирующих мест по количеству предприятий, изготавливающих макаронные изделия, что говорит о высоком уровне конкуренции. По данным одного из электронных каталогов

зарегистрированных компаний в Красноярском крае производством макаронных изделий занимается 53 фабрики. В Красноярском крае наблюдается тенденция наращивания объемов производства макаронных изделий повышенной пищевой ценности, продукции с нетрадиционными натуральными добавками, а также макаронных изделий оригинальных форм и специального формата.



*Рисунок 3 – Динамика производства макаронных изделий в Красноярском крае в 2013-2017гг.*

Продукция рынка макаронных изделий в Красноярском крае пользуется большим спросом среди потребителей. Несмотря на то, что объем производства макаронных изделий в Красноярском крае на протяжении 2013-2017гг имел отрицательную динамику, динамика розничной продажи макаронных изделий с 2015-2017гг. в Красноярском крае наблюдается положительная[4].

Среди компаний, занимающихся продажей макаронных изделий, наибольший объем выручки (6 320 050 тыс. руб.) от продаж за 2017 г. получила компания АО «Макфа». Наименьший объем выручки от продаж за соответствующий год наблюдается у АО «Краскон» (145 934 тыс. руб.) и у компании «Инфолинк» (66 647 тыс. руб.).

Акционерное общество кондитерско-макаронная фабрика «Краскон» (АО "Краскон») - это крупнейший производитель кондитерских и макаронных изделий в Красноярском крае.

Деятельность производственного предприятия АО «Краскон» осуществляется в условиях риска. Выделены основные риски, препятствующие реализации возможностей предприятия на региональном рынке макаронных изделий: ужесточение норм контроля качества продукции с помощью стандартизации и сертификации продукции, изменение налогового законодательства и отмена политики защиты производственной отрасли местных властей; получение отрицательных результатов от контактов с партнёрами, поставщиками, ошибки персонала, который не располагает навыками действия в кризисной обстановке, сбой; снижение объёмов продажи макаронных изделий, рост затрат; отсутствие возможности поддерживать прежний уровень доходов на вложенный капитал; природные катаклизмы, которые могут повлиять на урожайность; невозможность реализовать макаронные изделия или снижение объёмов их реализации потребителям, падение спроса, потери качества предлагаемого продукта [5].

Одним из конкурентных преимуществ АО «Краскон» является то, что имеется собственная фирменная торговля, представленная в г. Красноярске.

Однако анализ реализуемой системы распределения показал, что одной из основных причин понижения спроса является неэффективное взаимодействия с предприятиями фирменной торговли. Между тем анализ технологий взаимодействия компании «Краскон» с фирменными магазинами показал, что функции фирменной торговли незначительно отличаются от функций розничной торговли. Это снижает эффективность взаимодействия с потребителями и приводит к снижению продаж продукции не только фабрики, но и фирменных магазинов. Существующая практика взаимоотношений АО «Краскон» с фирменными магазинами требует модернизации в первую очередь[6].

В последнее время широкое распространение получила концепция управления взаимоотношениями и одно из направлений – маркетинг взаимоотношений. [5] Для достижения цели увеличения реализации продукции через фирменную торговую сеть и использование возможностей регионального рынка макаронных изделий следует учитывать факторы, влияющие на спрос макаронных изделий АО «Краскон»:

- потребительские предпочтения покупателей: макароны «низкого» и «среднего» сегментов, вкус продукта, качество и материал упаковки, отношение к марке и производителю и т.д.
- современное оборудование по производству продуктов, и, как следствие, совершенствование состава продукта
- изменение уровня доходов населения
- изменение уровня цен на продукт
- рост численности населения
- сезонность (количество предложения на рынке в зависимости от урожайности - зерна)

В заключение следует отметить, что рынок макаронных изделий, насыщен. Это старый, хорошо развитый рынок. Его рост в основном происходит уже за счет экстенсивного развития компаний. Пока этот рост небольшой, продолжают сказываться последствия кризиса и ограничений. Тем не менее и в такой ситуации есть предпосылки для роста. Изучение потребительского спроса на рынке через модель взаимодействия АО «Краскон» и фирменной торговли в цепочке создания ценностей на рынке макаронных товаров г. Красноярска, сейчас становится первоочередной задачей для его функционирования.

### **Литература**

1. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва [электронный ресурс] - режим доступа: <https://krasstat.gks.ru/>
2. Шмидт Ю.И. Структурные сдвиги в аграрном секторе экономики (на материалах Тверской области): дисс. на соиск. учен. степ. канд. доктора экон.наук: 08.00.05. / Ю.И. Шмидт. - Москва, 2014
3. Куракина Н.Э., Красина И.Б. Маркетинговые исследования потребительских мотиваций и предпочтений при выборе кондитерских

изделий/Н.Э. Куракина, И.Б. Красина // Научные труды КубГТУ, № 12, 2016 г.

4. Верба В.С. Межфирменное взаимодействие как фактор инновационного развития высокотехнологичных предприятий/ В.С. Верба, Е.Н. Горлачева, А.Г. Гудков и др.// Инновации. 2011.-№ 3.-С.56-63.

5. Резниченко И.Ю., Рензяева Т.В. Формирование ассортимента мучных кондитерских изделий функциональной направленности / И.Ю. Резниченко, Т.В. Рензяева, и др. // Техника и технология пищевых производств. – 2017. – Т. 45. – № 2. с. 149–162.