

Комолов Сергей Андреевич

аспирант факультета экономики и управления,

Московский государственный университет пищевых производств

Biz211@mail.ru

ЧТОБ БЫЛО ВКУСНО И ПОЛЕЗНО

**инновационное развитие кондитерских предприятий:
сладости на пути к здоровому питанию**

Аннотация

Рассматриваются одно из направлений инновационного развития кондитерских предприятий, связанное с современным трендом здорового и правильного питания, и возможные источники финансирования инвестиционной деятельности, которые при этом необходимо активно использовать. Данное направление инновационного развития позволяет предприятию получить дополнительные конкурентные преимущества и занять свободные ниши на рынках сбыта кондитерских изделий.

Ключевые слова: инновационное развитие, инвестиционная деятельность, кондитерская продукция, здоровое питание

В современных условиях инновационность является одним из основных факторов развития предприятия, если для него важно быть успешным на рынке. Основным направлением инновационного развития кондитерского предприятия выступает совершенствование имеющихся рецептов и разработка новых.

Не все полезно, что вкусно

Во всем мире в настоящий момент ведущими трендами питания являются:

- ограничение в питании;
- функциональное питание;
- здоровое и правильное питание.

В нашей стране всегда отдельно от всех сегментов развивался только сег-

мент питания для людей, больных диабетом, причем почти весь шоколад в России для диабетиков импортного производства, а потому достаточно дорогой, его розничная цена больше, чем в два раза превосходит цену обычного молочного шоколада.

К сожалению, очевидно, что не все вкусное одновременно является и полезным. Очень сложно отождествлять такие понятия, как «кондитерские изделия» и «полезные продукты». Из всех сладких продуктов наиболее полезными являются мармелад и пастила. В составе мармелада содержится природный полисахарид – пектин и агар, который необычайно богат йодом, кальцием, железом и другими

ценными веществами. Пастила – низкокалорийное, богатое пектином, витаминами и углеводами кондитерское изделие.

Средства массовой информации все больше внимания уделяют вопросам здорового питания, являющегося залогом благополучной жизни. Такая тенденция давно существует в мире, и российский покупатель к ней присоединяется, например, увеличивается спрос на горький шоколад. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, около 30% россиян предпочитают горький шоколад, потому что он более полезный, а наиболее высокий уровень его потребления – 37% – наблюдается среди респондентов в возрасте 45-54 лет (1). Кондитерский концерн «Бабаевский», входящий в состав холдинга «Объединенные кондитеры», еще в 2008 году наладил выпуск новых марок шоколада «Бабаевский горький с миндалем», «Бабаевский горький с фундуком», «Бабаевский горький с фундуком и изюмом», «Элитный 65% какао», «Элитный 85% какао», «Бабаевский горький с дробленным фундуком» и «Бабаевский горький с дробленным миндалем». Фабрика «Красный Октябрь», которая производит широкий ассортимент шоколада, выпускает также горький шоколад «Люкс», «Президентский» и «Красный Октябрь» с содержанием какао 80%.

Следуя запросам потребителей, производители чаще стали выпускать кондитерские изделия на основе растительных компонентов, которые можно употреблять в пост. В частности, кондитерская фабрика «Ударница» подготовила ассортимент постной продукции: во-первых, клюкву в сахарной пудре, во-вторых, мармеладное ассорти, включающее четыре вкуса в одной

коробке, и фруктовый коктейль – мармелад с натуральным вкусом ягод, повторяющий их форму.

Поэтапное достижение успеха

Известно, что спрос рождает предложение. В связи с тем, что рынок кондитерских изделий один из наиболее конкурентных и сильно перенасыщенных, производителям продукции приходится действовать в жестких условиях. Основной проблемой борьбы за будущее, как утверждают Г. Хамел и К. Прахалад, «является опережающее создание компетенций, обеспечивающих переход к завтрашним возможностям, а также поиск нового применения нынешних ключевых компетенций» (2), где под «компетенцией», на наш взгляд, понимается фактор успеха. Фактор успеха – это ядро или комплексобразователь, обеспечивающий платформу, на которой можно создать целый комплекс уникальной кондитерской продукции. Работа по созданию комплекса продукции проходит несколько этапов и на каждом этапе ставится своя задача. На первом этапе предприятию необходимо выбрать ключевую идею своего инновационного развития. В связи с тем, что одна из тенденций современного рынка – это ориентир на здоровый образ жизни и здоровое питание, производители планируют производство кондитерской продукции, позиционируемой как продукция здорового питания, рассчитывая на то, что продажа кондитерских изделий в этом сегменте в соответствии с мировым трендом менее подвержена колебаниям спроса.

увеличивается спрос
на горький шоколад

на первом этапе
предприятию необходимо
выбрать ключевую идею
своего инновационного
развития

Крупным холдингам, таким как «Объединенные кондитеры», конечно, проще. У них есть все возможности для того, чтобы анализировать ситуацию и корректировать стратегию в зависимости от требований современного рынка. Таким предприятиям не нужно стремиться кого-то побеждать, а надо просто приложить максимум усилий, чтобы выпустить хорошую продукцию, которая придется по душе покупателям. Для предприятий, не имеющих таких возможностей, но стремящихся упрочить свое положение на рынке, на наш взгляд, один путь – создать свою стратегию развития, основанную на ключевых факторах успеха, желательном с ориентацией на здоровое питание, а не на стратегию выживания. При этом предприятия должны четко осознавать, что на рынке есть место для инноваций, но уровень спроса на инновационные кондитерские изделия пока гораздо ниже, чем на традиционные классические.

На втором этапе создания комплекса уникальной продукции стоит задача разработки уникальных технологий новых производств. В случае приобретения лицензий на выпуск новой продукции предприятие получает выигрыш во времени, но теряет, на наш взгляд, основное, что является ядром фактора успеха, – уникальность продукции.

На третьем этапе, так как предприятие не останавливает производство, а про-

должает работать и выпускать продукцию, появляются ресурсные рычаги в связи с применением разработанных новых технологий. Этот этап значительно легче протекает в случае отказа от выпуска части старого ассортимента и высвобождения ресурсов.

Четвертый этап характеризуется конкуренцией полученных платформ для создания букета уникальных продуктов. Затем наступает последний этап – борьба за нишу на рынке кондитерской продукции. На этом этапе в случае необходимости предприятие может продавать лицензии на производство новых продуктов другим предприятиям.

Легче продвигать свои новинки опять-таки крупным и известным производителям, чья продукция охотно принимается на реализацию дистрибьюторами.

Внедрение новых видов продукции сегодня занимает достаточно много времени и требует значительных финансовых вложений, при этом велик риск того, что продукт окажется нерентабельным, что связано с определенной консервативностью наших покупателей. Однако хотя продукция холдинга «Объединенные кондитеры» и пользуется повышенным спросом у покупателей, так как классическая продукция высокого качества пользуется большим спросом всегда, именно специалисты указанного холдинга запустили абсолютно новую линейку функциональных продуктов торговой марки «Польза от природы». Продукты под этим брендом предназначены для тех, кто по определенным причинам вынужден исключать кондитерские изделия из рациона.

Шире привлекать источники

Предприятиям, которые выбрали инновационное развитие, необходимы крупные инвестиции. Основным

механизмом внедрения нововведений, которые обеспечивают рост конкурентной позиции предприятия на рынке, является инвестиционная деятельность. На выбор инвестиционной стратегии оказывает влияние дефицит необходимого оборудования, инвестиционных и оборотных денежных средств. При недостатке денежных средств на финансирование инновационного развития предприятия часто в качестве источников финансирования используют прибыль и мало привлекают заемные средства. Это, на наш взгляд, может привести к ухудшению финансового положения предприятия. Заемные средства, как правило, привлекаются в случае отсутствия спроса на выпускаемую продукцию или при дефиците необходимого оборудования. Для осуществления эффективного инновационного развития предприятие должно активно использовать все возможные источники финансирования – прибыль предприятия, амортизационные ресурсы и заемные средства.

Вывод

Предприятия, которые планируют активно развиваться в направлении оптимизации ассортимента в сегменте тренда здорового питания и выхода на новые рынки сбыта, смогут использовать все возможности новых приобретений, включая дополнительные конкурентные преимущества. Разработка и вывод на рынок новой продукции путем рационального изменения существующей технологии и внедрения новых технологий создаст для предприятий необходимую инвестиционную силу. Новинки должны помочь в увеличении доли рынка предприятия, несмотря на активные действия конкурентов.

Литература

1. Войлокова Т., Мтиулишвили П. Особенности потребления шоколада в России (Текст) // Russian Food & Drinks Market Magazine, 2012, №2.
2. Хамел Г., Прахалад К.К. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня (Текст) / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002.

кэ

Sergey A. Komolov

*Postgraduate Student, Faculty of Economy and Management,
Moscow State University of Food Productions*

Innovative Development of Confectionery Enterprises: Candies on a Way of Healthy Nutrition

Abstract

Article considers one of directions of confectionery enterprises innovative development connected with current trend of healthy and right nutrition and possible financial sources of investment activity that are necessary to use dynamically. This direction of innovation development allows enterprise to get additional competitive advantages and to occupy free niches on market outlets of confectionary products.

Keywords: innovative development, investment activity, confectionary products, healthy nutrition