

УДК 332.055: 658.8.011.1
JEL classification: L20; L51

<https://doi.org/10.33619/2414-2948/67/34>

ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА ОТРАСЛЬ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ КИРГИЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

©*Кыдыгалиева А. Б.*, ORCID: 0000-0001-7923-4712, Кыргызско-Российский славянский,
г. Бишкек, Кыргызстан, alina230196@gmail.com

THE IMPACT OF COVID-19 ON THE CONFECTIONERY OF THE KYRGYZ REPUBLIC

©*Kydygalieva A.*, ORCID: 0000-0001-7923-4712, Kyrgyz-Russian Slavic University,
Bishkek, Kyrgyzstan, alina230196@gmail.com

Аннотация. На протяжении полутора лет коронавирусная инфекция продолжает распространяться по всему миру. И она оказала воздействие не только на здоровье и продолжительность жизни населения планеты, но и на общее психологическое и финансовое состояние людей по всему миру. И Кыргызская Республика не является этому исключением, ведь с началом пандемии и введением карантинных мер, многие граждане потеряли привычный заработок, лишившись места работы, т. к. большая часть мелких предприятий закрылись, не сумев противостоять конкуренции на рынке. Так было и на рынке кондитерских изделий Кыргызстана. В данной статье рассматриваются основные компании на рынке кондитерских изделий Кыргызстана, их рыночные доли, а также объемы импортируемых продуктов за последние 8 лет. Определены основные факторы, повлиявшие на снижение объемов потребления кондитерских изделий во время пандемии и изменения в структуре работы компаний.

Abstract. The coronavirus infection has been continuing to spread all around the world for a year and a half. And it has had an impact not only on the health and life expectancy of the population, but also on the overall psychological and financial condition of people all around the world. The Kyrgyz Republic was no exception to this. Because, unfortunately, tons of employees lost their jobs during the quarantine. The competition killed most part of small businesses. The same situation was in the confectionery market of Kyrgyzstan. This article examines the main companies in the confectionery market of Kyrgyzstan, their market shares, as well as the volume of imported products over the past 8 years. Also, the paper shows the main factors that influenced the indicators of confectionery consumption and changes in the companies management structure during the pandemic.

Ключевые слова: коронавирус, пандемия, импорт, кондитерские изделия, торговля, COVID-19, ковид, влияние, дистрибьюция, коронавирусная инфекция, сладости.

Keywords: coronavirus, pandemic, import, confectionery products, trading, COVID-19, impact, distribution, coronavirus infection, sweets.

Автором статьи был разработан опросник, включающий такие вопросы как: возраст, пол, опыт работы в данной сфере, занимаемая должность, а также вопросы, касающиеся знаний в отрасли кондитерских изделий. Согласно, результатам опросов большую часть респондентов составили торговые представители компаний (82%) и супервайзеры (18%), средний возраст участников опроса составил 27,1 лет (с колебаниями от 18 до 46 лет).

По результатам исследования: 73% опрошенных работают в городе Бишкек, 21% — в Чуйской области, 6% — в других регионах страны (Ошская область, Ысык-Кульская область, Нарынская область, Таласская область).

Согласно, результатам исследования на начало 2021 г в Кыргызстане насчитывается несколько десятков компаний, реализующих кондитерские изделия. Большая часть из них занимается дистрибьюцией товаров из России и Украины. А отечественное производство занимает лишь 2-4% от всего объема кондитерских изделий. То есть большая часть потребляемых кыргызстанцами печений, конфет и вафель приходится не на отечественных производителей, а на российских и украинских производителей.

В соответствии с Рисунком 1 можно прийти к выводу о том, что большую часть рынка занимает компания «КДВ Бишкек» (19%), которая известна товарами фирмы «Яшкино»; следующую строчку занимает «SilkRoadTrading LTD» (15%), которая занимается реализацией товаров американской корпорации «Mars»; затем идет компания «Дос ЛТД» (14%); «ФростДистрибьюшн» — 10%, которая известна продукцией украинской компании «Рошен»; «Форестер» — 9%, «Яшар» — 8%, а все остальные компании занимают рыночную долю кондитерских изделий от 0,3% до 6%.

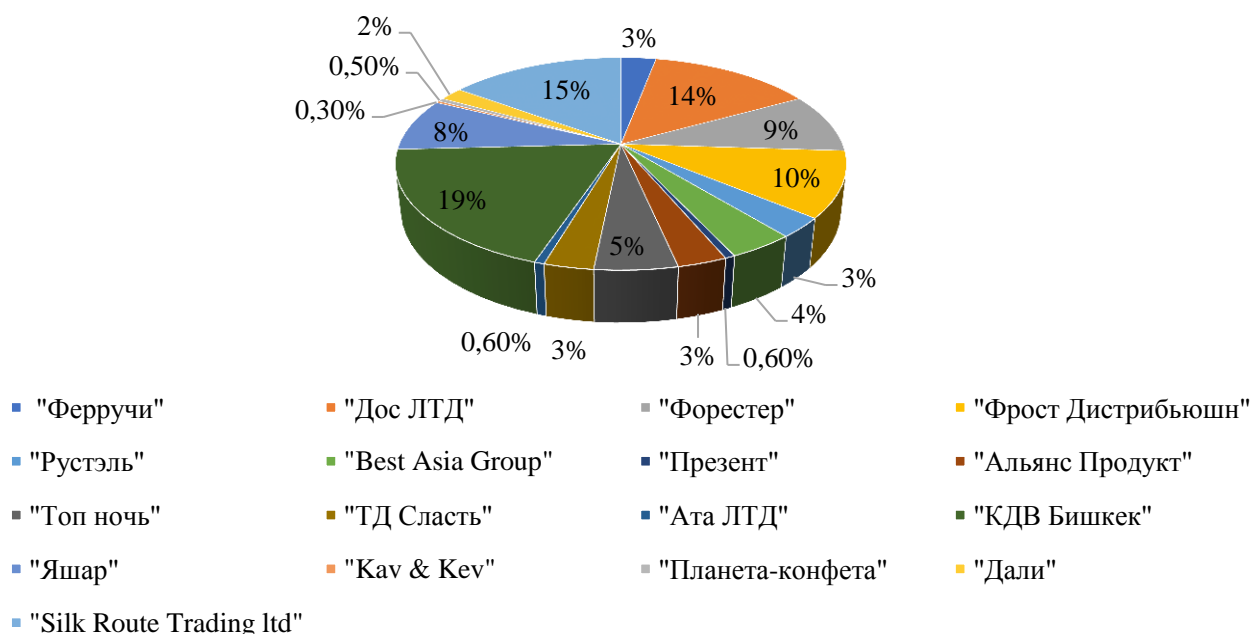
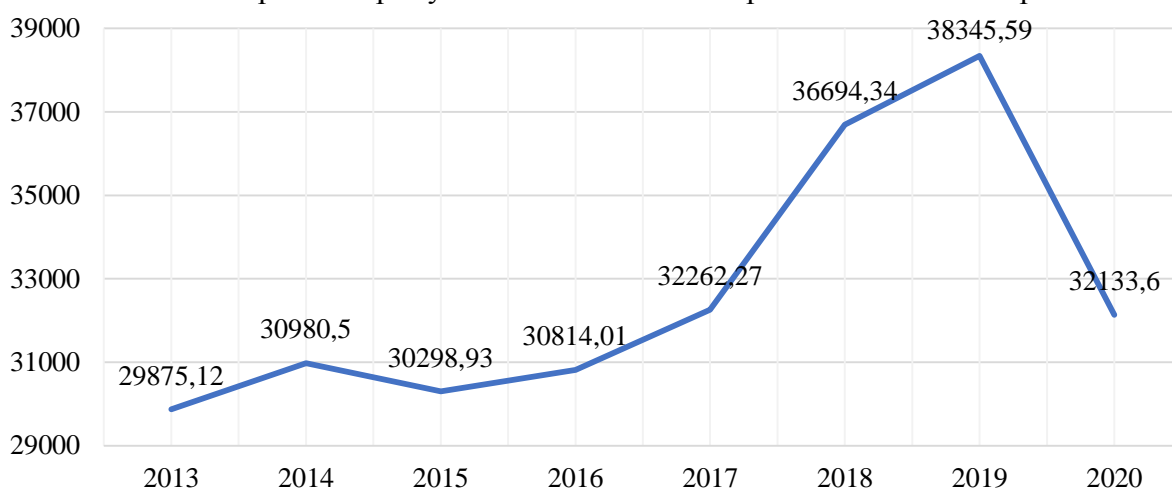


Рисунок 1. Доля рынка кондитерских изделий по компаниям

Объемы импорта кондитерских изделий на прямую зависят от спроса на продукцию. Так, согласно данным, представленным на Рисунке 2, можно прийти к выводу о том, что импорт кондитерских изделий с 2013 г непрерывно рос до 2019 г в среднем на 5,6%, но в 2020 г данный показатель снизился на 16% по сравнению с 2019 г, и стал равным объемам импортируемых кондитерских изделий 2017 г. А это, конечно же оказывает влияние на

прибыль не только дистрибьюторских компаний, но и на доходы работников данных фирм, заработная плата которых на прямую зависит от объемов реализованных товаров.



Источник: составлено автором на основе данных (<https://clck.ru/VNp65>; <https://clck.ru/VNpGH>; [1])

Рисунок 2. Объем импорта Киргизской Республики кондитерских изделий за 2013-2020 гг.

Данный спад объемов импорта обусловлен влиянием отдельных факторов, а именно: уменьшение доходов населения; страх; снижение спроса; неизвестность; международный локдаун; повышение цен.

Объемы реализуемых кондитерских изделий снизились за счет снижения доходов населения, т.к. многие жители страны в связи с потерей работы или уменьшением заработной платы стали тратить только на предметы первой необходимости, а покупка десертов отошла на второй план, не являясь чем-то жизненно необходимым.

Фактор страха оказал воздействие на рынок сладостей тем, что за счет неизученности болезни и отсутствие каких-либо сведений о воздействии различного рода продуктов на организм больного или человека переболевшим COVID-19 в сетях Интернет стали появляться статьи о негативном воздействии сладкого на организм больного. И как результат граждане исключили сладкое из рациона.

В данном случае снижение спроса обусловлено тем, что из-за введенных карантинных мер и постоянного пребывания дома у всех появилось время для приготовления домашней еды и вследствие, отсутствие необходимости в покупке заводских кондитерских изделий.

За счет отсутствия точной информации насколько долго может продлиться пандемия потребители стали экономить деньги, боясь того, что в любой момент можно лишиться работы и как результат нехватка на продукты первой необходимости. Поэтому стали меньше покупать кондитерские изделия. Полное закрытие международных границ соседних государств стал результатом несвоевременного прибытия товаров на территорию Киргизской Республики и тем самым сократился общий объем поставляемых товаров из-за границы.

Повышение цен на продукты питания, во-первых, повлияло на рынок кондитерских изделий тем, что граждане стали покупать только самые необходимые товары экономя на сладостях, и во-вторых кондитерские изделия стали недоступны некоторым слоям населения (<https://clck.ru/VNpc7>).

Также пандемия коронавируса оказала воздействие на пакеты фирм российских производителей, которыми владели отдельные дистрибьюторские компании в Кыргызстане. Так, до вспышки всемирной болезни основной пакет фирмы «Хлебный Спас» принадлежал

дистрибьюторской компании «ТопНочь», но спустя год после начала пандемии данная компания отказалась от дистрибуции и пакет вернулся фирме «Ферручи», которая ранее поставляла товары фирмы «Хлебный Спас». Это связано с тем, что компания «ТопНочь» выбрала не самое подходящее время для раскрутки нового вида товаров, то есть время для продвижения товара совпало со временем повышения цен на продукты питания и снижением доходов населения. А для того, чтобы найти постоянных покупателей, наладить связи и реализовывать товары в больших количествах, как нам известно, необходимо время.

Согласно результатам проведенного опроса изменилась система работы предприятий в целом до и после пандемии. Так, если до пандемии компании уделяли большое внимание проверке качества поставляемых товаров и ассортименту продукции, то после введенных карантинных мер и снижения продаж большое внимание стало уделяться именно рекламным и PR-мероприятиям. То есть компании стали активнее вести страницы в социальных сетях; стали принимать участие в ярмарках; выступали спонсорами на городских мероприятиях, в обеспечении средствами защиты и в покупке медицинского оборудования для больниц. Если до пандемии рекламной и PR-деятельностью занимались лишь единицы компаний и в небольших масштабах, то после – почти все компании, данные изменения представлены на Рисунке 3.

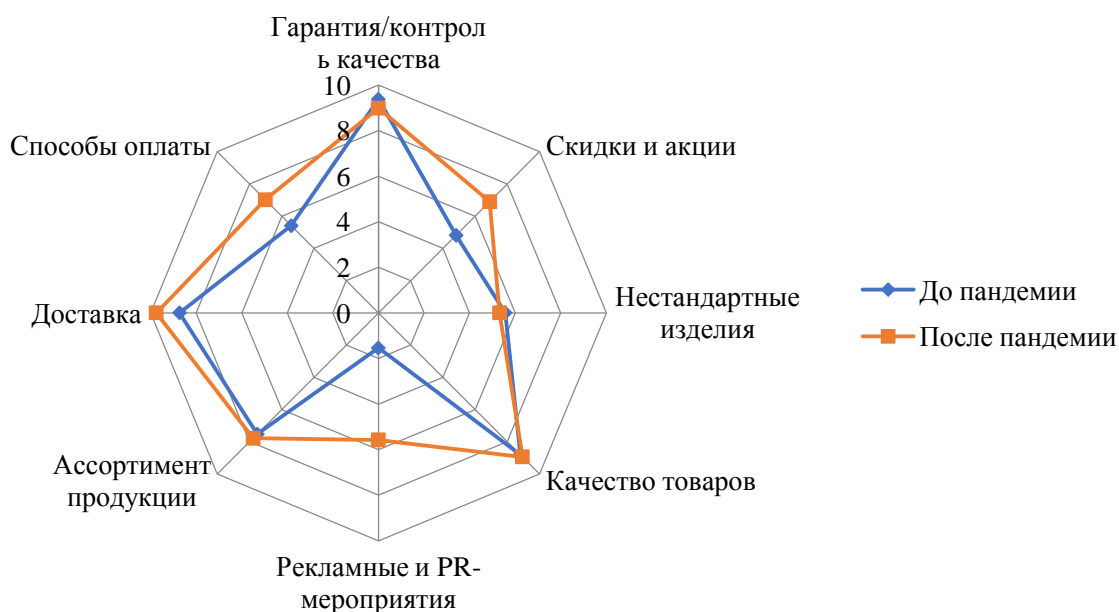


Рисунок 3. Изменения в структуре работы компаний до и после пандемии

Также особое внимание стало уделяться проведению различного рода акций и скидок постоянным клиентам компаний. Количество акций по результатам опросов выросло почти в полтора раза. Это связано со снижением объемов продаж и попытками менеджмента компаний восстановить прежний объем продаж за счет проведения таких мероприятий.

По мнению респондентов, улучшились услуги доставки товаров в магазины городов и регионов, и некоторые компании перешли на безналичные способы оплаты за товар. Это обусловлено тем, что во время пандемии многие покупатели не могли самостоятельно вывести товар со склада и логистические службы компаний-дистрибьюторов отработали наиболее эффективную и дешевую систему доставки, а оплата стала производиться перечислением в банки компаний [2; 3].

На основе вышеизложенного можно прийти к выводу о том, что после наступления пандемии основными шагами компаний на рынке кондитерских изделий Кыргызстана стали

действия, направленные на стимулирование сбыта путем увеличения количества акций, скидок и многих других методов продаж, а также клиентоориентированность компаний.

Таким образом, на основе проведенного исследования можно прийти к выводу о том, что пандемия оказала сильное влияние на отрасль кондитерских изделий Кыргызстана, да и на отрасль торговли в целом. И предпринимателям необходимо задействовать все ресурсы и силы для того, чтобы оставаться на плаву в данной экономической и эпидемиологической ситуации. Ведь в нынешних условиях эффективны любые средства, так как происходит «естественный отбор» и выживают только сильнейшие компании имеющие многолетний опыт в сфере торговли, маркетинга и адаптации к кризисам.

Список литературы:

1. Основные показатели таможенной статистики внешней торговли Киргизской Республики за 2019 год: доклад-проспект // Отдел статистики Управления таможенных платежей Государственной таможенной службы при Правительстве Киргизской Республики. Бишкек, 2020. 35 с.
2. Сыргак Н., Нурғалиева Ч., Казакбаева Э. Отчет по результатам влияния COVID-19 на молодежь в Кыргызстане. Бишкек: ЮНИСЕФ, 2020. 113 с.
3. COVID-19 in the Kyrgyz Republic: Socioeconomic and Vulnerability Impact Assessment and Policy Response // Asian Development Bank and the United Nations Development Programme. Bishkek, 2020. 87 p.

References:

1. Osnovnyye pokazateli tamozhennoi statistiki vneshnei torgovli Kirgizskoi Respubliki za 2019 god: doklad-prospekt. (2020). Otdel statistiki Upravleniya tamozhennykh platezhei Gosudarstvennoi tamozhennoi sluzhby pri Pravitel'stve Kirgizskoi Respubliki. Bishkek. (in Russian).
2. Syrgak, N., Nurgaliev, Ch., Kazakbaeva, E. (2020). Otchet po rezul'tatam vliyaniya COVID-19 na molodezh' v Kyrgyzstane. Bishkek. (in Russian).
3. COVID-19 in the Kyrgyz Republic: Socioeconomic and Vulnerability Impact Assessment and Policy Response (2020). In *Asian Development Bank and the United Nations Development Programme*, Bishkek.

*Работа поступила
в редакцию 05.05.2021 г.*

*Принята к публикации
10.05.2021 г.*

Ссылка для цитирования:

Кыдыгалиева А. Б. Влияние COVID-19 на отрасль кондитерских изделий Киргизской Республики // Бюллетень науки и практики. 2021. Т. 7. №6. С. 319-323. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/67/34>

Cite as (APA):

Kydygalieva, A. (2021). The Impact of COVID-19 on the Confectionery of the Kyrgyz Republic. *Bulletin of Science and Practice*, 7(6), 319-323. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/67/34>