

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА РЫНКА КАРТОФЕЛЯ БЕЛАРУСИ

Гарасюк В.С.

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск*

Ключевые слова: маркетинг, рынок, рынок картофеля, маркетинговый подход, маркетинговые исследования, анализ рынка.

Keywords: marketing, market, potato market, marketing approach, marketing research, market analysis.

Аннотация: Статья посвящена обоснованию необходимости применения маркетингового подхода в изучении рынка картофеля Беларуси. Автором проанализированы характерные особенности рынка картофеля Беларуси. Выявлена и обоснована необходимость использования методов маркетингового исследования рынка картофеля.

Summary: The article is devoted to the substantiation of the necessity of applying the marketing approach in studying the potato market in Belarus. The author analyzes the characteristic features of the potato market in Belarus. The necessity of using the methods of marketing research of the potato market is revealed and substantiated.

В условиях глобализации и возрастающей межрегиональной конкуренции обеспечение эффективного функционирования рынка картофеля имеет не только экономическое, но и стратегическое значение, поскольку его продукция традиционно является гарантом продовольственной безопасности населения. Это обуславливает возрастающую значимость маркетингового подхода в развитии данного рынка, позволяющего гармонизировать процессы производства и реализации произведенной продукции. Мировой опыт показывает, что ведение предпринимательской деятельности невозможно без рыночной информации, которую можно получить, исследуя рынок картофеля и тенденции его развития.

В Республике Беларусь производство картофеля является традиционным направлением растениеводства, одной из отличительных особенностей национального уклада жизни. В 2015 году в хозяйствах всех категорий произведено 5995 тыс. тонн (95,5 % к уровню 2014 года) при средней урожайности 194 ц/га. В структуре валового сбора наблюдается тенденция постепенного снижения доли хозяйств населения (с 89,6 % в 2007 году до 79,4 % в 2015 году), что является основной причиной уменьшения объемов его производства в республике [1].

Применительно к рынку картофеля Беларуси можно выделить следующие сегменты коммерческого потребления продукции: население, перерабатывающие предприятия, организации общественного питания. Информация представлена в таблице 1 [2].

Несмотря на обеспеченность внутреннего рынка отечественным картофелем, цены на него в 2015 г. характеризовались высокими темпами прироста и резко выраженной зависимостью от сезонных колебаний (рисунок 1) [3]. Рост цен на данный вид продукции сменился понижением в мае, а уже в июле скачок цены по сравнению с июнем составил 143,4 %. После этого скачка цен вплоть до октября цена на картофель падала, подскочив в ноябре на 20,5 % по сравнению с октябрём, а в декабре вновь упала на 1,3 % по сравнению с ноябрём.

Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь в 2015 году объем экспорта картофеля составил 300,9 тыс. тонн (144,7 % к уровню 2014 года). При этом в структуре экспорта Россия занимает 90,2 % (271,4 тыс. тонн).

Объем импорта в 2015 году достиг 16,2 тыс. тонн. Закупки представлены в основном семенным и ранним картофелем. Основными поставщиками семенного картофеля в Беларусь являются Нидерланды (16,7 %), Германия (6 %), Франция (3,3 %), раннего – Македония (14,9%), Египет (3,3 %), Украина (29,7 %) [4].

Таблица 1 – Анализ сегментов потребления картофеля, 2012-2015 гг.

Сегмент	Интенсивность потребления	Оценка перспектив развития сегмента
Население	Наиболее емкий сегмент. Основные потребители – городское население. Пик потребления приходится на осень – период минимальных цен. В остальное время года – равномерное потребление, небольшие закупки.	Основным требованием для потребителей становится отсутствие внешних повреждений картофельных клубней и цена за килограмм. Для отдельной категории покупателей (доход средний и выше среднего, основное место покупки – супер- и гипермаркеты) важным требованием является чистота картофеля, наличие удобной упаковки и маркировки. Перспективный сегмент требует развития дистрибьюторской сети, брендинга продукции.

Сегмент	Интенсивность потребления	Оценка перспектив развития сегмента
Перерабатывающие предприятия	Второй по емкости сегмент. Пик потребления также приходится на осень. Важное значение имеет качество сырья. Основными проблемами отрасли остаются: низкое качество сырья, физический и моральный износ технологического оборудования, отсутствие производственных участков для рационального использования отходов картофелеперерабатывающих производств.	Рост рынка составляет в среднем 10 % в год. Необходимо обеспечение поставок соответствующих сортов картофеля для производства той или иной продукции. Основной задачей предприятий отрасли должно стать создание современных производств по обеспечению населения республики качественными картофелепродуктами и производству импортозамещающей продукции из картофеля.
Организации общественного питания	Годовой объем потребления средним предприятием общепита – 17 тонн. Потребление равномерное в течение года, закупки осуществляются небольшими партиями.	Количество организаций в сегменте ежегодно увеличивается. Особенностью является наличие высоких требований к работе поставщиков и закупаемому сырью.

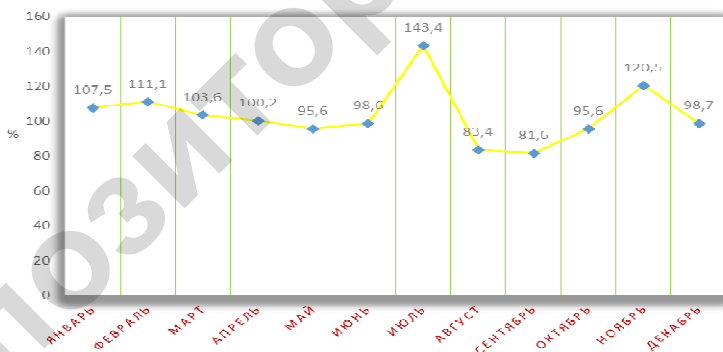


Рисунок 1. Динамика цен сельскохозяйственных товаропроизводителей на картофель в 2015 г., % к предыдущему месяцу

Согласно прогнозу сбалансированности, производство картофеля в Республике Беларусь в 2020 году составит 5648 тыс. тонн, при этом экспорт увеличится до 800 тыс. тонн. Сохранится достаточно высокий уровень потребления на душу населения при увеличении доли продукции с высокой степе-

ную переработки. Экспортная направленность рынка соответствует специализации Беларуси на рынке ЕАЭС как производителя высококачественного семенного материала (таблица 2) [4].

Таблица 2 – Прогноз сбалансированности рынка картофеля, тыс.т.

Показатели	Год				
	2013	2014	2015	2016 (прогноз)	2020 (прогноз)
Спрос - всего	5923,4	6296,3	6011,2	6061,0	5648,0
в том числе:					
внутренний рынок	5688,0	6088,3	5710,3	5561,0	4848,0
экспорт	235,4	208,0	300,9	500,0	800,0
Предложение - всего	5923,4	6296,3	6011,2	6061,0	5648,0
в том числе:					
производство	5912,0	6280,0	5995,0	6041,0	5628,0
импорт	11,4	16,3	16,2	20,0	20,0
Производство на душу населения, кг/год	624,6	663,3	632,0	636	618
Потребление на душу населения, кг/год	179,0	177,0	177,0	180,0	181,0

Маркетинговый подход в развитии рынка картофеля предполагает рационализацию организационных и экономических отношений между его участниками, совершенствование технологии производства, переработки и реализации продукции картофелеводства.

Стратегия развития рынка картофеля должна предусматривать осуществление системы мер по повышению конкурентоспособности продукции: рациональное размещение сельскохозяйственного производства; оптимизация структуры производства в направлении первоочередного удовлетворения потребностей внутреннего рынка, а также целевого наращивания объемов экспорта продукции; повышение эффективности использования производственных ресурсов (земельных, материально-технических, финансовых и трудовых); внедрение инновационных энерго- и ресурсосберегающих технологий производства и сбыта; совершенствование организационно-управленческой структуры АПК на основе развития продуктовых кооперативно-интегрированных формирований регионального, республиканского и межгосударственного уровней.

Проведенное исследование позволило сделать вывод, что развитие рынка картофеля во многом будет определяться восстановлением крупнотоварного производства в сельскохозяйственных предприятиях при повсеместном стимулировании кооперации и интеграции, внедрении новых эффективных

форм инновационных технологий, обеспечивающих техническое и технологическое перевооружение отрасли, оптимизацию структуры и объемов производства, совершенствование системы реализации продукции.

Список использованной литературы

1. Статистический ежегодник 2016 : статистический сборник / под ред. И.В. Медведевой. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2016. – 518 с.
2. Продовольственная безопасность Республики Беларусь. Мониторинг-2014: в контексте сбалансированности развития продуктовых рынков / В.Г. Гусаков [и др.]. – Минск: Ин-т системных иссл. в АПК НАН Беларуси, 2015. – 229 с.
3. Цены производителей в Республике Беларусь 2016 : статистический сборник / под ред. И.В. Медведевой. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2016. – 191 с.
4. Продовольственная безопасность Республики Беларусь в условиях функционирования Евразийского экономического союза. Мониторинг-2015. В 2 ч. Ч. 2 / В.Г. Гусаков [и др.]. – Минск: Ин-т системных иссл. в АПК НАН Беларуси, 2016. – 141 с.

УДК 631.158

ПРОБЛЕМЫ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК БЕЛАРУСИ

Григорьева В.Б.

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск*

Ключевые слова: сельское хозяйство, агропромышленный комплекс, трудовые ресурсы, кадровый потенциал, учреждения образования, численность населения, аграрные вузы, подготовка специалистов.

Keywords: agriculture, agro-industrial complex, human resources, personnel potential, institutions of education, population, agrarian higher education institutions, training of specialists.

Аннотация: В статье идет речь о проблемах, связанных с обеспечением и подготовкой специалистов в аграрной сфере Республики Беларусь. Анализируется демографическая составляющая, престижность труда в данной отрасли. Рассматриваются пути решения обозначенных проблем.

Summary: The article deals with the problems associated with the maintenance and training of specialists in the agrarian sphere of the Republic of Belarus. Examines the demographic component, the prestige of labor in the industry. Discusses the ways of solving the problems identified.

Одной из главных проблем АПК Беларуси, которые тормозят его эффективное развитие, является острый кадровый дефицит.