

УДК 664. 8:339. 138

Бурцева О. А.,
*аспірант кафедри маркетинга Белорусського торгово-економічного університету
потребительской кооперации*

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОНСЕРВНОЙ ОТРАСЛИ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

У статті досліджуються сучасні тенденції, які відображають ринкові можливості виробників консервної галузі Гомельської області. Викладено бачення проблем розвитку цієї галузі з позицій використання ресурсного потенціалу, впровадження ефективних форм і методів роботи на ринку, сучасних технологій і інструментів маркетингу в діяльності вітчизняних переробних підприємств. Окреслено пріоритети консервної галузі Гомельської області із врахуванням потенційних можливостей розвитку ринку.

Ключові слова: консервна галузь, ресурсний потенціал, ринок, інструменти маркетингу, переробні підприємства.

В статье исследуются современные тенденции, отражающие рыночные возможности производителей консервной отрасли Гомельской области. Изложено видение проблем в развитии данной отрасли с позиций использования ресурсного потенциала, внедрения эффективных форм и методов работы на рынке, современных технологий и инструментов маркетинга в деятельности отечественных перерабатывающих предприятий. Определены приоритеты консервной отрасли Гомельской области с учетом потенциальных возможностей развития рынка.

Ключевые слова: консервная отрасль, ресурсный потенциал, рынок, инструменты маркетинга, перерабатывающие предприятия.

The author of the given article investigates modern tendencies and possibilities of the producers of canning industry in Gomel Region. The article present the picture of the problem from the point of the usage of resource's potential, implementation of effective production methods, end further, modern marketing technologies and instruments of marketing in the work of home processing industries are explored. Also priorities and potentials of processing industry in Gomel Region are defined.

Key words: canning branch, resort potential, market, marketing instruments, processing enterprise.

Постановка проблеми. Высокий уровень конкуренции, сложившийся на рынке плодоовощной консервированной продукции, вызывает объективную необходимость поиска предприятиями консервной отрасли наиболее эффективных путей завоевания целевых потребителей пу-

тем освоения привлекательных рыночных ниш и максимального использования своих конкурентных преимуществ. Производство соков и плодоовощных консервов является одним из наиболее приоритетных направлений пищевой промышленности Беларуси, на развитие которого направлен ряд программ отраслевого и областного уровней, определяющих политику модернизации организаций консервной отрасли.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам состояния и развития плодоовощного подкомплекса Республики Беларусь, внедрения современных форм и методов работы на перерабатывающих предприятиях посвящены работы таких ведущих ученых как Гусакова В. Г., Гануша Г. И., Ильиной З. М., Дайнеко А. Е., Мелешени А. В., Байгот Л. Н. Однако, несмотря на достаточное количество научно-практических публикаций по данной тематике, освещаемые в них вопросы развития консервной отрасли рассматриваются, преимущественно на уровне республики в целом, глобально, без учета специфики соответствующих факторов маркетинговой среды, влияющих на функционирование предприятий плодоовощной консервной отрасли конкретного регионального рынка.

Цель и задания исследования. Целью исследования, проведенного автором, является анализ современных тенденций, отражающих рыночные возможности производителей консервной отрасли Гомельской области, и определение приоритетов в развитии отрасли с учетом удовлетворения потребностей рынка в консервной продукции.

Изложение основного материала. Динамика развития плодоовощной промышленности до 1991 г. характеризовалась поступательным ростом [1]. Однако, в последующие годы рост производства в республике сменился ощутимым спадом, так в 1995 г. производство плодоовощных консервов уменьшилось в 3 раза по сравнению с 1990 г., производство соков – в 4,2 раза.

Кризис отрасли обусловили следующие экономические причины: значительное удорожание энергоносителей и материально-технических средств; резкое сокращение инвестиций; свертывание специализации хозяйств; ослабление отраслевого управленческого воздействия на региональном и республиканском уровнях, а также падение спроса на продукцию из-за узкого ассортимента и высокой цены, вызванных увеличением издержек производства, хранения и реализации.

Оценивая динамику выпуска плодоовощных консервов за 1995-2007 гг., следует отметить, что, начиная с 2003 г., официальная статистика республики отмечает стабильное производство, а по некоторым категориям даже значительный рост выпуска овощных и фруктовых консервов [2, с. 384], среднегодовой темп которого, начиная с 2000 г. составляет 104,7%. В целом, в процессе анализа конъюнктуры продовольственного рынка Гомельской области нами были выделены следующие ключевые тенденции его развития:

1) Несмотря на положительные сдвиги, следует отметить, что затянувшийся-

ся кризис в пищевой промышленности еще не преодолен. По отдельным видам пищевых продуктов до сих пор не достигнут уровень 1990-х годов (см. рис. 1). Основными причинами низких темпов роста и падения объемов производства, по нашему мнению, являются: недостаток сырья, его высокая стоимость при низком качестве, устаревшая материально-техническая база, повышение цен на энергоносители и транспортные перевозки, снижение конкурентоспособности отечественных товаров, затоваривание производственных складов готовой продукцией, преобладание импортной продукции, недостаточно глубокие маркетинговые исследования товарных рынков, недостаток финансовых ресурсов, выделяемых на маркетинговые исследования отсутствие специалистов, обладающих стратегическим мышлением.

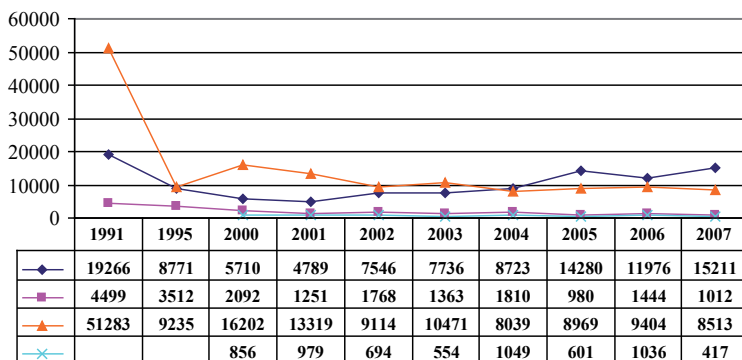


Рис. 1. Производство плодовоовощных консервов в Гомельской области по видам, тыс. условных банок (т. у. б.)*

* Составлено по данным Гомельского областного управления статистики

Финансовое состояние некоторых предприятий остается довольно сложным: значительное число убыточных организаций (15,6%) [3, с. 398], существующие мощности консервных заводов используются недостаточно эффективно – по данным Гомельского областного управления статистики процент использования среднегодовой мощности в плодовоовощной консервной отрасли в 2007 г. составил 65,5% (в 2006 г – 69,9%); износ основных средств – 50,2%. Модернизация производственных фондов и оборудования производится только на отдельных предприятиях. Так, коэффициент обновления промышленно-производственных средств в организациях плодовоовощной консервной отрасли в 2007 г. составил 8,9% (в 2006 г. – 24,3% соответственно).

Из 14 заводов Гомельской области, выпускающих консервы из плодов и овощей, наращивание суммарного объема производства обеспечивается только за счет одного предприятия – ОАО “Туров”, вошедшего

в республиканскую программу развития консервной отрасли, темп роста объема производства которого в 2007 г. по отношению к 2006 г. составил 177,1%. Вместе с тем, на большинстве предприятий произошло существенное снижение выпуска консервной продукции (18,3% – 93,1% от объема производства 2006 г.). Однако такие предприятия как ЧПУП “Рогачевский консервный комбинат”, КСУП “Брилево” и ОАО “Жлобинский консервный завод” сохранили прежний уровень производства и даже обеспечили небольшой прирост (100,1% – 103,3%) (см. табл. 1 и рис. 2).

Прирост производства по Гомельскому региону обеспечивается только за счет увеличения выпуска овощных консервов, среднегодовой темп роста которого, начиная с 2002 г. составил 124%. Тенденция увеличения объемов производства натуральных соков, характерная для республики в целом, в Гомельской области не прослеживается. Так, среднегодовой темп роста их выпуска в период с 2000 по 2007 г. в Республике Беларусь составляет 115,7%, в Гомельской области – 103,5%.

Хотя необходимо отметить, что соки начинают занимать все более прочные позиции в повседневном рационе белорусов, чему способствует расширение в торговой сети ассортимента сокосодержащей продукции за счет появления функциональных продуктов питания (для пожилых людей, беременных и кормящих матерей), разнообразия рецептов, варьирования с дизайном и упаковкой. Однако, отечественные потребители ориентированы, в первую очередь, на российские марки соков и нектаров. Так, в ранжированном ряду данных по осведомленности населения о различных марках соков и нектаров, полученных Агентством маркетинговых исследований “MASMI” в ходе опроса 2500 человек, проживающих в Минске и областных городах Республики Беларусь, сок “Джой” отечественного производства находится только на пятом месте после российских брендов “Моя семья”, “Фруктовый сад”, “Я”, “Добрый” [4].

Таблица 1
*Производство консервов на предприятиях Гомельской области **

Предприятие	2006 г., т. у. б.	2007 г., т. у. б.	Доля, %	Темп роста 2007 г к 2006 г., %
ОАО “Туров”	6511	11528	45,83	177,05
КСУП “Брилево”	3125	3131	12,45	100,19
ЧПУП “Рогачевский консервный комбинат”	2626	2713	10,79	103,31
ОАО “Ельский консервный завод”	3298	2199	8,74	66,68
ЧПУП “Калинковичский производственный комбинат”	2310	1932	7,68	83,64
СОАО “КОДРУ”	3325	1769	7,03	53,20
ОАО “Жлобинский консервный завод”	1038	1039	4,13	100,10

ПКУП "Копцевичский овощесушильный завод"	1281	649	2,58	50,66
ОАО "Паричский консервный завод"	173	161	0,64	93,06
ОАО "АФПК "Жлобинский мяскокомбинат"	142	26	0,10	18,31
ОАО "Калинковичский мяскокомбинат"	31	6	0,02	19,35
Всего:	23860	25153	100	105,42

* Составлено по данным Гомельского областного управления статистики

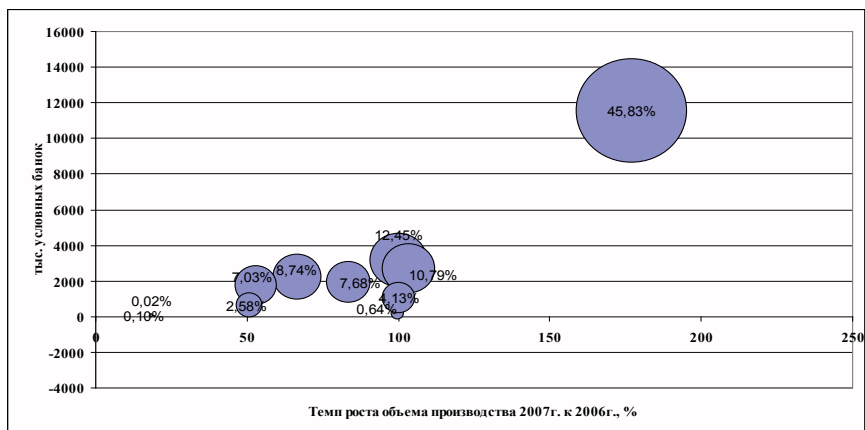


Рис. 2. Объем производства и доля рынка основных производителей плодовоовощных консервов Гомельской области *

* Составлено по данным Гомельского областного управления статистики

Оборот розничной торговли плодовоовощной консервной продукцией растет, соответственно, рынок данной продукции обладает постоянно высокой емкостью и характеризуется стабильным спросом, что делает отрасль привлекательной для инвестиций. По данным Гомельского областного управления статистики динамика оборота розничной торговой сети продукцией консервной отрасли выглядит следующим образом (табл. 2).

Развитию рынка продовольственной продукции в немаловажной степени способствует рост покупательной способности населения. С 2004г. наблюдается тенденция роста индекса реальных доходов населения, который в среднем в год составляет 115,3%.

На рынке консервированных продуктов питания существенную долю занимает импортная продукция. Суммарный объем выпуска плодовоовощных консервов предприятиями Гомельской области составил в 2007 г. 25153

тыс. усл. банок (или 10061 т.). Однако импорт продуктов переработки плодов, овощей, орехов в Гомельскую область в 2007 г. достиг 7230 т. против 853 т. в 2006 г., то есть импорт в натуральном выражении вырос в 8,5 раз. Только соков фруктовых и овощных было импортировано 7095 т.

Таблица 2
*Розничный товароборот плодоовощных консервов в торговых организациях Гомельской области**

Показатели	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Консервы овощные, млн. руб	2151,4	3659,6	4398,7	4719,1	6019,4	8629	12683	15608
темп роста, %		170,1	120,2	107,3	127,6	143,4	147,0	123,1
индекс цен на прод. товары, %	197,2	150,0	130,0	124,6	116,3	108,4	106,5	115,9
темп роста, скорректированный с учетом индекса цен на прод. товары, %		113,4	92,5	86,1	109,7	132,2	138,0	103,5
Консервы фруктово-ягодные, млн. руб.	2307	5181,5	6144,5	6876,7	9079,6	13181	18083	24984
темп роста, %		224,6	118,6	111,9	132,0	145,2	137,2	138,2
темп роста, скорректированный с учетом индекса цен на прод. товары, %		149,7	91,2	89,8	113,5	133,9	128,8	116,2

*Данные областного управления статистики. Составлено по форме отчетности 3-торг "Отчет о розничной торговле"

В свою очередь, экспорт продуктов переработки плодов, овощей, орехов в натуральном выражении в 2007 г. составил 1316 т. по сравнению с 2006 г., вырос в 3,7 раз.

Тенденция замещения консервированной продукции свежими овощами и фруктами, связанная с популяризацией здорового образа жизни, характерна только для небольшой части населения республики, обладающей высоким доходом. Это обуславливается большей доступностью цен для массового потребителя именно на переработанные овощи и плоды, что

еще раз подчеркивает привлекательность потребительского рынка Беларуси для производителей плодоовощных консервов.

Так, темп роста физического объема продаж овощей в 2007г. составил 104,6%, фруктов – 116,4,1%; консервов овощных соответственно – 125,38%, консервов фруктово-ягодных – 134,2% [5, с. 59-60].

Уровень переработки овощей незначителен – около 30% их валового сбора [6, с. 145]. Это связано с нешироким ассортиментом выращиваемых в республике овощных культур, представленным в основном капустой, свеклой, морковью, луком, горохом, на которые приходится более 90% посевных площадей. Не обеспечивается потребность перерабатывающих предприятий в томатах, корнишонных огурцах, фасоли, перце, капусте брокколи, брюссельской и цветной.

К тому же, несмотря на то, что почвы Беларуси достаточно овощепригодны, и климат вполне благоприятен для произрастания многих (более 60 видов) овощных культур [7, с. 3-4], в республику импортируются даже овощи массового потребления, которые успешно культивируются на территории Республики Беларусь (морковь, капуста, свекла, лук и др.).

Уровень переработки выращиваемых в Беларуси плодов и ягод выше, чем овощной продукции – порядка 40% от валового сбора. В структуре валового сбора плодов и ягод наибольший удельный вес занимают традиционные для республики семечковые культуры (более 70%), что ограничивает вариативность ассортимента плодово-ягодных консервов.

На предприятиях консервной отрасли прослеживается неразвитость маркетинговой инфраструктуры, отсутствие системности в области использования инструментов маркетинга. В Беларуси половина конечного продукта АПК производится в сельском хозяйстве, а маркетинговой сфере принадлежит лишь $\frac{1}{4}$. В то же время в США почти $\frac{2}{3}$ конечного производственного продукта принадлежит маркетинговой сфере и только 10% производится в сельском хозяйстве. Отставание маркетинговой сферы – одна из причин громадных (до 25-30% валового производства) потерь сельскохозяйственного сырья и продовольствия [8, с. 35].

Планирование объема производства ассортимента на консервных заводах осуществляется специалистами планового отдела на основании текущего товарооборота и плана объема сбыта. Планирование ассортимента ориентировано, прежде всего, на предложение: не проводится детальное изучение спроса потребителей, идей инновационных разработок конкурентов.

Так, удельный вес предприятий пищевой промышленности, проводящих определенные виды маркетинговых исследований, распределился следующим образом (рис. 3).

Не проводится тщательное тестирование новых товаров перед выходом на рынок (их вкусовых качеств, дизайна, упаковки). Не оценивается перспектива развития товарных линий с учетом факторов маркетинговой среды, что приводит к неточным прогнозам продаж отдельных ассор-

тиментных позиций, поскольку выбор продуктов для производства основывается только на выполнении текущих показателей.

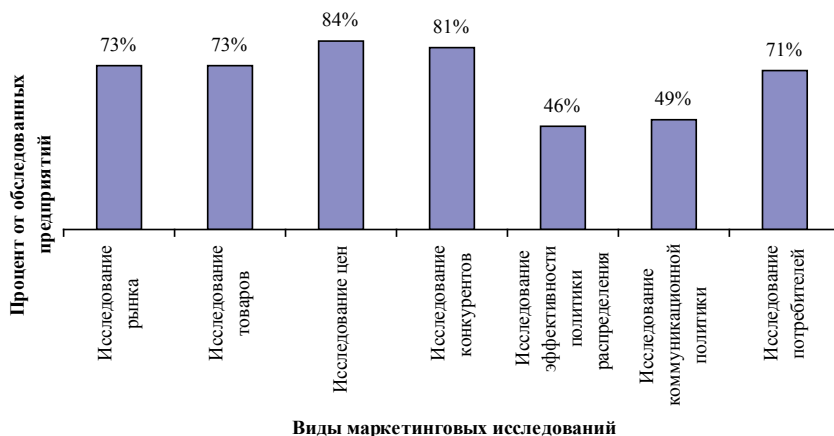


Рис. 3. Удельный вес предприятий пищевой промышленности, проводящих маркетинговые исследования [9, с. 157]

Совокупность данных положений обуславливает актуализацию обеспечения пропорциональности между спросом и предложением на рынке плодоовощных консервов. Продовольственная обеспеченность страны, то есть степень удовлетворения потребностей в продукции овощеперерабатывающих предприятий в расчете на одного среднестатистического потребителя, является не только важнейшим социальным аспектом развития эффективности переработки овощей и фруктов, но и ключевым стратегическим ориентиром устойчивого развития перерабатывающих предприятий. В связи с этим, представляется целесообразным сопоставить производство плодоовощных консервов предприятиями Гомельской области и продажу данных продовольственных товаров торговыми организациями.

Согласно научно обоснованной норме потребления 70 у. б. на человека [7] потенциальная емкость потребительского рынка плодоовощных консервов Гомельского региона составляет около 102802 т. у. б. Однако реальный, или платежеспособный, спрос на данную продукцию на 63% ниже потенциальной емкости рынка, рассчитанной по нормативу потребления (38317,9 т. у. б.). Указанная разница определяет перспективность и целесообразность развития производства плодоовощных консервов, обусловленного также проблемой повышения уровня продовольственной обеспеченности Республики Беларусь (табл. 3).

До 2007 г. в статистической отчетности не фиксировалась продажа консервов овощных и фруктово-ягодных в натуральных единицах

измерения, поэтому проследить уровень самообеспеченности области плодоовощными консервами в динамике не представляется возможным.

Таблица 3

Потенциал рынка плодоовощных консервов Гомельской области в 2007 г.

Показатель	Объем
Производство плодоовощных консервов всего, т. у. б.	25153
Ввоз продуктов переработки плодов, овощей, орехов всего, т. у. б.	45188
Вывоз продуктов переработки плодов, овощей, орехов всего, т. у. б.	3290
Емкость рынка по потенциалу потребления, т. у. б. .	102802
Емкость рынка по фактически сложившемуся спросу, т. у. б. .	38317,9
Уровень самообеспеченности плодоовощной консервной продукцией по фактически сложившемуся спросу	0,66
Уровень самообеспеченности плодоовощной консервной продукцией по рациональной норме потребления	0,24

По данным Гомельского областного управления статистики в 2007 г. торговыми организациями области было реализовано 38317,9 т. у. б. плодоовощных консервов, из них 11757,0 т. у. б. консервов овощных и фруктово-ягодных, соков – 26560,9 т. у. б. Таким образом, степень самообеспеченности области в плодоовощной консервированной продукции по фактически сложившемуся спросу в 2007 г. составила 66%:

$$25153 \text{ т. у. б.} / 38317,9 \text{ т. у. б.} * 100\% = 66\%$$

По рациональной норме потребления степень самообеспеченности области продукцией данного вида достигла лишь 24%.

Рассчитанные уровни самообеспеченности области плодоовощной консервной продукцией по фактически сложившемуся спросу и по потенциалу потребления подчеркивают достаточно низкий уровень эффективности работы перерабатывающей отрасли, провоцирующий прочную зависимость от импорта плодоовощных консервов, отсутствие резерва для реализации консервированной продукции Гомельской области на экспорт. Вместе с тем, ресурсный потенциал, определяющий возможности развития консервной отрасли, обуславливает приоритеты и направления в повышении эффективности деятельности отечественных перерабатывающих предприятий консервной отрасли.

Выводы. Проведенное комплексное исследование рынка плодоовощной консервированной продукции дало возможность оценить специфику предложения и спроса на консервы из плодов и овощей, оценить объем неудовлетворенных потребностей в продукции данного вида, вскрыть причины дисбаланса и степень их влияния на конъюнктуру рынка. Рынок Гомельского региона имеет достаточно большую емкость, а спрос населения удовлетворяется, в основном, за счет ввозимой продукции. Увеличение покупательной способности населения, в свою очередь, является предпосылкой для роста спроса на продовольствие, что обуславливает

потенциал отечественной консервной отрасли. Соответственно, развитие овощеперерабатывающих предприятий в большей степени должно опираться на собственную сырьевую базу, активизацию маркетинговой деятельности, эффективное использование результатов рыночных исследований, внедрение инновационных видов продукции, привлечение высококвалифицированных специалистов в области маркетинга.

Систематическое внимание производителей консервной отрасли Гомельской области к данным аспектам будет способствовать не только развитию объемов собственного производства, но и обновлению, совершенствованию ассортимента продукции и повышению ее качества.

Литература:

1. Ботяновский, Ф. Г. Состояние и перспективы развития плодоовощного подкомплекса Республики Беларусь // Экон. бюллетень НИЭИ Мин. экономики РБ. – № 7. – 2006. – С. 14-19.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь. 2008 / М-во стат. и анализа РБ. – Мн.: М-во стат. и анализа РБ, 2008. – 599 с.
3. Регионы Республики Беларусь: стат. сб. / М-во стат. и анализа РБ. – Мн.: М-во стат. и анализа РБ, 2008. – 845 с.
4. Осведомленность населения о различных марках продовольственных товаров // Пищевая промышленность, 2007. – №10. – С. 17.
5. Розничная торговля Республика Беларусь: стат. сб. / М-во стат. и анализа РБ. – Мн.: М-во стат. и анализа РБ, 2008. – 133 с.
6. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. / М-во стат. и анализа РБ. – Мн.: М-во стат. и анализа РБ, 2008. – 147 с.
7. Гануш, Г. И. Плодоовощной подкомплекс / Г. И. Гануш. – Мн.: УМЦ Минсельхозпрода Респ. Беларусь, 2000. – 144 с.
8. Организация маркетинга и бизнеса в аграрной сфере / В. Г. Гусаков, А. Е. Дайнеко, Л. Н. Байгот [и др.]. – Мн.: БелНИИ аграрной экономики, 2000. – 232 с.
9. Маркетинговая деятельность промышленных предприятий: вопросы теории и практики / Т. Н. Байбардина [и др.]: под ред. Т. Н. Байбардиной. – Гомель: ЦИИР, 2008. – 391 с.