

УДК 338.43

**ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПЧЕЛОВОДСТВА
В КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ****Шиврина Т.Б., Жукова Ю.С., Наговицына Э.В.***ФГБОУ ВПО «Вятская государственная сельскохозяйственная академия», Киров,
e-mail: shivrina.t@yandex.ru*

Проведена оценка потенциальной емкости рынка меда Кировской области. Оценка формирования и развития регионального рынка меда и других продуктов пчеловодства позволила авторам составить прогноз развития рынка с учетом спроса и предложения. С учетом данного прогноза обоснованы предложения по продвижению продукции пчеловодства на региональном рынке и формированию бренда «Вятский мед». Применение предложенных мероприятий позволит увеличить объемы сбыта продукции пчеловодства и, в конечном итоге, улучшить финансовое положение пчеловодов Кировской области.

Ключевые слова: продукция пчеловодства, продвижение продукции, региональный рынок, емкость рынка**THE PROBLEMS OF PROMOTION OF BEE PRODUCTS IN THE KIROV
REGION AND WAYS OF THEIR SOLUTION****Shivrina T.B., Zhukova Y.S., Nagovitsyna E.V.***Vyatka State Agricultural Academy, Kirov, e-mail: shivrina.t@yandex.ru*

Conducted to assess the potential capacity of the honey market of the Kirov region. Evaluation of formation and development of the regional market of honey and other bee products allowed the authors to make the forecast of development of market based supply and demand. Taking into account this forecast is justified proposals for the promotion of bee products in the regional market and the formation of the brand «Vyatka honey». Application of the proposed measures will allow to increase volumes of sales of bee products and, ultimately, improve the financial situation of beekeepers in the Kirov region.

Keywords: bee products, products promotion, regional market, the capacity market

Россия – страна традиционного пчеловодства и по праву занимает одно из ведущих мест среди стран с развитым пчеловодством, несмотря на то, что большая часть ее расположена в зоне рискованного сельского хозяйства. Пчелы являются неотъемлемой составляющей агробиоценозов, а пчеловодство – важной отраслью агропромышленного комплекса. В то же время пчеловодство – уязвимая во многих отношениях отрасль. На ее состояние влияют как природные климатические аномалии, так и социально-экономические потрясения. Одной из наиболее острых проблем отрасли, в настоящее время, стала проблема продвижения продукции, доведение ее до конечного потребителя.

Цель исследования – выявление проблем, возникающих при продвижении продукции на региональном рынке меда и других продуктов пчеловодства и поиск путей их решения.

Материалы и методы исследования

Объектом исследования является отрасль пчеловодства Кировской области, проблемы, возникающие при продвижении продукции пчеловодства на региональном рынке.

В работе использованы экономико-математическое моделирование и экономико-статистические методы.

**Результаты исследования
и их обсуждение**

В советский период, производство мёда и попутной пчеловодческой продукции было очень широко распространено, а качественный мёд присутствовал на прилавках многих магазинов даже в период дефицита. Сейчас пчеловодство находится в относительной стагнации. Количество крупных и средних пчеловодческих хозяйств катастрофически сокращается. Это связано со многими причинами: это и распространение городского образа жизни, и ускорение её темпов, и, сложности с реализацией продукции, а самое главное – огромные временные затраты. Но тем временем пчеловодство может приносить солидную прибыль при должном отношении к делу, ведь любой бизнес требует времени и внимательного отношения, только в этом случае он будет приносить доход. В среднем от одной пчелосемьи за сезон получают примерно 30 кг товарного мёда. Однако помимо основного продукта – мёда – спросом пользуется и такие продукты пчеловодства как воск и прополис, цветочная пыльца и пчелиный яд.

В соответствии с рекомендациями по рациональному питанию, разработанными в рамках реализации Федерального закона

от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» продукты пчеловодства отнесены к одним из важнейших элементов оптимизации питания и обеспечения здоровья населения, к альтернативным источникам пищевых и биологических активных веществ, что способствует расширению рынка продуктов пчеловодства, увеличению продукции на их основе.

Биологически активные продукты пчеловодства – пыльца, маточное молочко, прополис, мед и др. – имеют сложный химический состав и обладают многообразным положительным физиологическим действием на организм человека.

По медицинским нормам человек может съесть в год до 5 кг меда, в России в настоящий момент на душу населения приходится около 400 граммов. По оценкам аналитиков потенциал производства меда в России составляет порядка 500–700 тысяч тонн. Такие амбициозные цифры наталкиваются на недостаточность платежеспособного спроса внутри страны и слабую динамику продаж на внешнем рынке.

Потенциал для роста рынка продуктов пчеловодства огромный. Использование меда в качестве ингредиентов для пищевой, парфюмерной и медицинской промышленности, несомненно, станет серьезным подспорьем для производителей меда в плане увеличения объемов рынка потребления. Пищевая промышленность наиболее значима в сфере закупок меда, так как производство продуктов питания, имеющих в своем составе мед, наиболее перспективное направление ее развития. При прямом сотрудничестве предприятий пищевой промышленности и производителей меда основной проблемой становится обеспечение постоянства цен и качества продукции, предоставляемой производителям, в рамках долгосрочного сотрудничества.

Фактическая емкость рынка меда Кировской области, исходя из сложившегося в России потребления продукта на душу населения, составляет порядка 530 тонн. При сложившемся уровне потребления Кировская область является избыточной по производству меда, так как в среднем в год его производится около 1000 тонн. Часть произведенной продукции не реализуется.

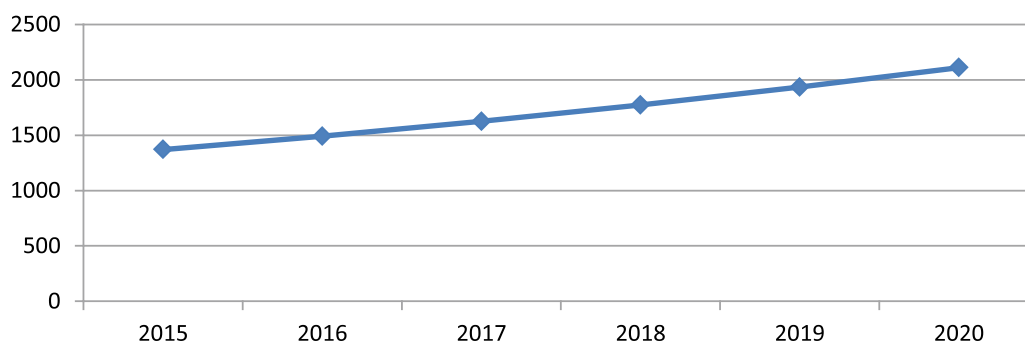
Потенциальная емкость рынка меда Кировской области на много больше – от 2000 до 6500 тонн. Если человек съедает 5 кг меда в год, то он преодолевает дефи-

цит биологически активных веществ, поэтому необходимо предложить профильным департаментам Правительства Кировской области разработать региональную программу по преодолению дефицита важнейших групп биологически активных веществ в питании населения Кировской области на основе традиционных и инновационных продуктов пчеловодства.

Оценка формирования и развития регионального рынка меда и других продуктов пчеловодства позволила составить прогноз развития рынка с учетом спроса и предложения. При сохранении тенденций развития пчеловодства в Кировской области, сложившихся за последние 14 лет (в период с 2000 по 2013 годы) возможно производство и потребление меда в объемах, показанных на рисунке [1].

Данный прогноз не учитывает погодные и другие факторы, влияющие на развитие пчеловодства. При правильной организации мероприятий по племенной работе, использовании передового опыта и современных технологий в пчеловодстве возможно и увеличение производства меда до 2300 тонн. Прогноз, составленный авторами, показал, что при сохранении существующих тенденций к 2020 году производство меда на территории Кировской области практически полностью будет осуществляться в личных подсобных хозяйствах населения – 99,6%, доля сельскохозяйственных организаций и крестьянских (фермерских) хозяйств будет год от года снижаться.

По различным источникам, рентабельность пчеловодства может варьироваться от 15 до 100%. Всё зависит от имеющейся у пчеловода материальной базы, а самое главное – от способа реализации продукции. В последнее время в отрасли сложилась ситуация при которой сдавать мед оптовыми партиями для реализации через торговые сети стало невыгодно. Оптовая цена на мед сейчас не превышает 5 долларов США за килограмм. Тогда как килограмм меда на рынке стоит минимум 10 долларов. Именно по этой причине большинство пчеловодов, имеющих сравнительно небольшие хозяйства, предпочитают продавать свою продукцию в розницу, стараются найти постоянных клиентов и таким образом выгодно наладить сбыт. Наиболее успешные пчеловоды организуют собственные специализированные магазины и постоянные торговые точки в крупных городах.



Прогнозное производство меда (товарного) в Кировской области, тонн

Согласно прогнозам ввоз меда и продуктов пчеловодства на территорию Кировской области будет расти более высокими темпами, чем предложение его местными товаропроизводителями, что связано не только с наращиванием объемов поставок из регионов Российской Федерации, но и вступлением России во Всемирную Торговую Организацию (ВТО). Усилилась экспансия медов из Украины, Киргизии, Узбекистана, Китая – все стараются продать мед в Россию, как наикрупнейшему потребителю [2, 3].

При этом задача местных производителей меда заключается в том, чтобы сохранить спрос на местный мед и выглядеть более достойно на фоне конкурентов.

Но при этом не стоит забывать, что рынок не может быть полностью освобожден от проявлений стихийности. Это явление – неотъемлемое свойство действия рыночного механизма. Поэтому необходимо учесть риск, то есть вероятность того, что представленные прогнозные оценки могут быть не достигнуты. И здесь необходимо помнить о таком факторе, как государственное регулирование. Мы считаем, что для оптимального и поступательного развития рынка продукции пчеловодства требуются определенные шаги со стороны государства. В первую очередь, необходимо более четко определить понятие «качество меда». Мед является одним из самых фальсифицируемых продуктов питания, при этом его потребительские качества общеизвестны. Для борьбы с фальсификацией продуктов пчеловодства необходим строгий ввозной контроль и четко прописанные меры наказания.

Учитывая емкость рынка и объемы производства меда на территории Кировской области необходимо уделить особое внимание вопросу продвижения продукции

пчеловодства на рынке. Данный вопрос обсуждался на межрегиональном съезде пчеловодов Кировской области 27 февраля 2015 года, где одним из решений было подготовить предложения в муниципальные органы власти о выделении торговых мест и развитии реализации продукции местных сельскохозяйственных производителей, в том числе пчеловодов, а также продумать систему маркетинговой поддержки продукции пчеловодства как органической и рекомендованной Биотехнологическим кластером Кировской области.

Конкурентоспособность продукции – это способность продукции продаваться. Она обеспечивается за счет превосходства отдельных характеристик товаров над аналогичными характеристиками товаров-конкурентов.

Мед – самый популярный продукт пчеловодства. Именно он может стать «лицом» пчеловодного бренда области. Рыночное название бренда необходимо выбрать в ходе профессионального построения бренда, авторы предлагают остановиться на названии «Вятский мёд».

При продвижении бренда на рынке, в первую очередь, необходимо говорить об общеизвестных потребительских качествах меда, влияя на выбор потребителя, но самым сильным положительным ожиданием потребителя может быть только гарантия качества. Второй сильной стороной в формировании бренда продуктов пчеловодства может стать ощущение прямого контакта потребителя с пчеловодом, аналог продажи меда «из рук в руки». И последний, региональный, аспект – богатство природы Кировской области. На этом фундаменте и предлагается построить и сам бренд и его защиту от фальсификации.

Несмотря на существование практически стандартных алгоритмов исследования рынка, предлагаем осуществить следующие мероприятия на региональном рынке продуктов пчеловодства:

- разработать и защитить логотип торговой марки «Вятский мед»;
- создать реестр производителей и переработчиков продукции пчеловодства;
- исключить из сферы применения торговой марки «Вятский мёд» ангровый, то есть фляжный мед;
- создать специализированный Интернет-сайт, содержащий все сведения о бренде «Вятский мёд», пасеках и переработчиках.

Для конкретного пчеловода можно рекомендовать мероприятия по продвижению продукции, не требующие больших затрат и приносящие эффективный быстрый результат:

- создание Интернет-магазина по продаже меда. Основным аргументом в пользу выбора такого варианта продвижения продукции пчеловодства можно отнести тот факт, что все большая часть населения активно использует Интернет для совершения покупок, а на долю Интернет-торговли приходится около 20 % рынка;
- продвижению любого товара способствует и оригинальная тара. Например, использование деревянной тары является наи-

более приемлемым вариантом именно для реализации меда.

Выводы

Таким образом, рынок продукции пчеловодства является сложной социально экономической системой, состоящей из большого количества взаимосвязанных и взаимодействующих друг с другом элементов. Только при комплексном подходе к анализу можно правильно оценить состояние и основные тенденции развития конъюнктуры этого рынка. Применение всех предложенных мероприятий позволит увеличить объемы сбыта продукции пчеловодства, что в конечном итоге улучшит финансовое положение пчеловодов Кировской области.

Список литературы

1. Шиврина Т.Б., Жукова Ю.С. Перспективы развития отрасли пчеловодства в Кировской области // Международный журнал экспериментального образования – 2015. – № 2 (часть 3). – С. 411–414.
2. Шиврина Т.Б., Шулятьева Г.М., Наговицына Э.В., Жукова Ю.С. Анализ принятых обязательств России по доступу на рынок основных сельскохозяйственных товаров в рамках присоединения к ВТО и методические рекомендации по мерам, необходимым для адаптации отечественного сельского хозяйства к условиям членства ВТО [Текст]: монография. – Киров: Аверс, 2014. – 108 с.
3. Российское пчеловодство под знаком ВТО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://24medok.ru/rossijskoe-pchelovodstvo-pod-znakom-vto> (дата обращения 21.04.2015).