

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕСТНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Роянова Д.Т., Набиева А.В.

научный руководитель канд. экон. наук доц. Алешина О.Г.

Сибирский Федеральный университет, Торгово-экономический институт

Развитие инфраструктурных проектов и привлечение инвестиций с этой целью является на сегодняшний день одним из наиболее актуальных и стратегических направлений развития Красноярского края. Такая актуальность обусловлена рядом масштабных событий, изменивших экономическую и политическую ситуацию, к которым относятся вступление России во Всемирную торговую организацию, а также грядущая организация Универсиады на территории нашего города.

Инфраструктурные элементы должны способствовать снижению уровня издержек во всех секторах экономики, дать импульс инновационному развитию экономики на основе модернизации. Особенно, в настоящее время, в инфраструктурной поддержке нуждаются предприятия местного производства, которым все труднее и труднее конкурировать с появляющимися на рынке крупными корпорациями. В Красноярском крае функционируют предприятия, относящиеся к различным отраслям промышленности, но в основе промышленного комплекса отрасли цветной металлургии (69%), электроэнергетики (8%), машиностроения (8%), лесного комплекса (4%), пищевой промышленности (4%) и топливной промышленности (3%).

Исследование проблемы развития местного производства нами будет произведено на примере наиболее значимых производителей отрасли пищевой промышленности Красноярского края (рисунок 1).

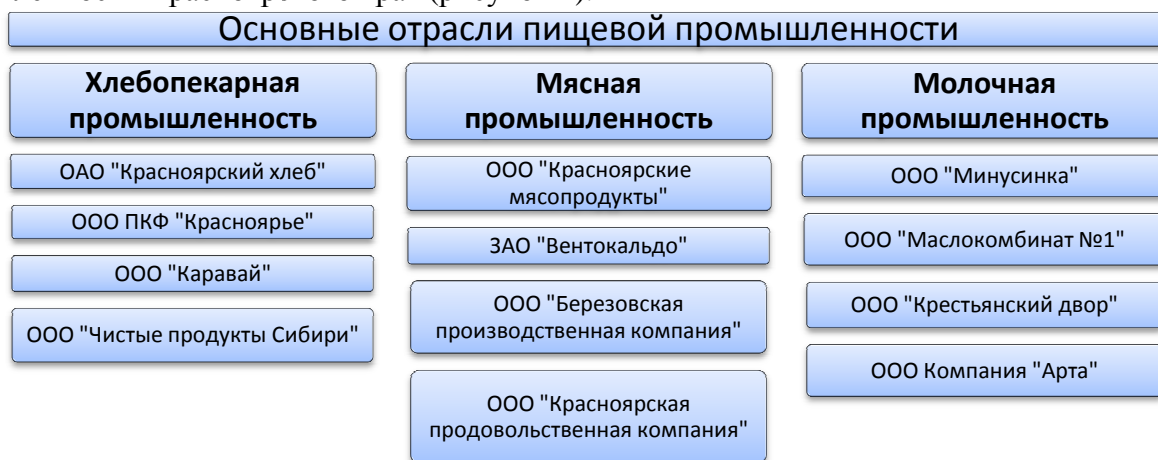


Рисунок 1 – Крупнейшие производители продовольственных товаров г. Красноярск

Для того, чтобы понять, что именно требуется местным производителям в рамках улучшения сложившейся ситуации, необходимо выявить основной круг существующих на сегодняшний день проблем.

Одна из современных тенденций в экономике характеризуется тем, что продукция местных производителей становится все более востребованной среди местного населения. В рамках набирающей обороты тенденции здорового образа жизни и правильного питания такая динамика вполне естественна. В свою очередь, рост спроса на продукцию местных производителей порождает стремление представителей регионального и федерального ритейла сотрудничать с ними. Местные ритейлеры нацелены на расширение своего ассортимента в категории «фреш», так как

такое сотрудничество не просто поможет местным торговым сетям расширить и укрепить свой круг потребителей, получая при этом существенный прирост прибыли, но и обрести конкурентные преимущества перед федеральными торговыми сетями, присутствие которых на рынке города Красноярска по прогнозам вскоре лишь увеличится.

В свою очередь данное сотрудничество порождает ряд проблем, требующих скорейшего разрешения. В частности, одной из проблем местных производителей является пренебрежение маркетинговой составляющей их деятельности. Отсутствие качественно налаженной маркетинговой поддержки производства лишь на начальном этапе является предметом экономии средств производителя, но в дальнейшем это порождает проблемы с маркировкой продукции, логистической составляющей – транспортировкой, доставкой и т.д., а также иные проблемы в процессе доведения продукции до потребителя. К последствиям отсутствия качественного маркетинга можно также отнести незнание потребителя о продукции, неэффективный мерчендайзинг, рекламу, неудачную упаковку и оформление. Как следствие экономии на маркетинге – убытки, которые могут понести как сами производители, так и торговые сети, реализующие их продукцию.

В случае реализации своей продукции не через ритейлеров, а с помощью своих торговых точек, перед производителем по большей части стоит вопрос качества производимой продукции, и, вероятно, маркетинговая составляющая имеет уже не такое большое значение. Как показывают исследования, магазины шаговой доступности пользуются широким спросом у потребителей. Однако налаженность поставок как компонент логистической системы также будет являться существенным фактором успешной реализации продукции. Кроме того, реализуя продукцию через собственные торговые точки, производитель создает конкуренцию розничной торговой сети, в которую он также поставляет свою продукцию. Данная ситуация является нежелательной скорее для ритейлера, однако в условиях недостаточной организованности и дисциплины производителей, возможно, более эффективным для них станет концентрация на одном способе реализации продукции и устранение имеющихся проблем именно в этой сфере.

Текущую ситуацию на рынке можно отразить на примере рынка молока и молочной продукции. Рынок молока является одним из важнейших для российского потребителя, и спрос в молоке наблюдается постоянно. Так, несмотря на поддержание производства на сравнительно высоком уровне, Россия пока не в состоянии обеспечивать внутренний спрос с помощью отечественной продукции: среди стран-участниц Таможенного союза Россия занимает наибольший удельный вес производства молока, но в то же время обладает наименьшим показателем производства молока на душу населения. [4]

При этом в целом по России наблюдается рост цен на данную продукцию: по России прирост за последний год составил 16,3%, по Сибирскому Федеральному округу – 18,0%. [6]

По объемам производства молока и молочной продукции СФО занимает 3-е место (по состоянию на декабрь 2013г.).

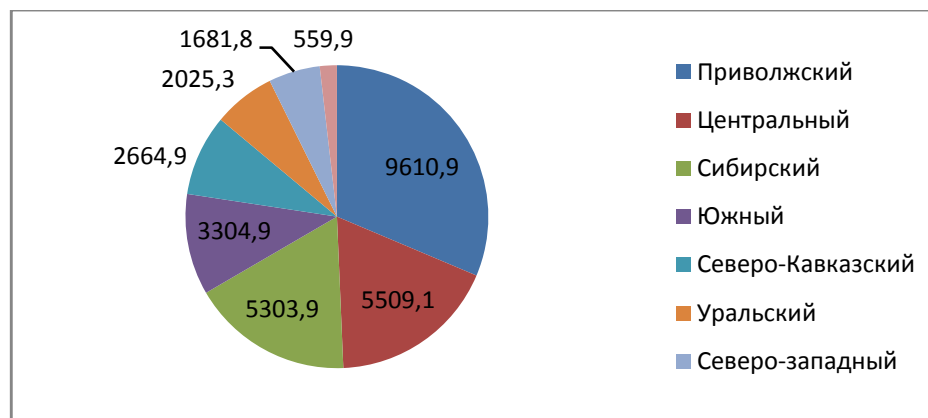


Рисунок 2 – Объемы производства молока в России по округам

Наиболее подробно объемы производства молока и молочной продукции в СФО отображены в таблице 1.

Таблица 1 – Производство молочной продукции в СФО по данным на конец 2013 года

Субъект РФ	январь - декабрь 2013 года	2013 в % к 2012
СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	5303,9	95,0
Республика Алтай	92,6	100,5
Республика Бурятия	225,8	99,1
Республика Тыва	62,6	100,9
Республика Хакасия	190,3	99,1
Алтайский край	1364,0	94,5
Забайкальский край	335,8	102,5
Красноярский край	707,5	97,3
Иркутская область	457,5	101,3
Кемеровская область	369,9	96,7
Новосибирская область	655,6	91,9
Омская область	696,9	87,4
Томская область	145,4	88,0

Однако при растущем спросе на молочную продукцию и неплохом положении Красноярского края в опубликованных рейтингах красноярские производители не обладают крупнейшими рыночными долями. На сегодняшний день на рынке молочной продукции города Красноярска спрос распределяется следующим образом (таблица 2).

Таблица 2 – Лидеры рынка молочной продукции

№ п/п	Компания	Объем продаж за 2012 год, тыс. руб.	Доля фирмы на рынке, %	Число занятых на предприятии, чел.
1.	ОАО «Вимм-Билль-Данн»	49 368 650	10,8	9 311
2.	«Юнимилк»	45 000 000	9,7	14 000
3.	«Данон»	31 920 000	7	5000
4.	«Эрман»	4 890 500	1,07	950

Развитие любой отрасли (предприятия) будет возможным при совокупном воздействии внешних и внутренних процессов. Как замечалось ранее, к внутренним процессам можно отнести развитие маркетинговой составляющей деятельности

местных производителей. Повышение качественного уровня обслуживания как посредников, так и конечного потребителя принесет необходимый эффект.

К числу внешних факторов, влияющих на развитие какой либо отрасли (предприятия) относится инфраструктурный комплекс территории. Синергетический эффект от совокупного развития инфраструктуры и индивидуального развития каждого предприятия поможет обеим сторонам добиться более высоких результатов деятельности.

Однако недостаток инвестиций является на данный момент одной из важнейших проблем, тормозящих развитие инфраструктуры. Именно инвестиции в инфраструктурные объекты способны дать толчок новому развитию местного производства. Создание независимых экспертных лабораторий, новейших транспортных узлов, условий транспортировки, систем оборудования и технического оснащения – все это позволит повысить качество производимого товара. Кроме того, могут иметь место инвестиции в новые производства, создание более конкурентоспособных предприятий.

Немалое значение приобретает расширение деловой и культурной составляющей инфраструктуры – строительство новых выставочно-деловых центров позволит реализовывать большее количество мероприятий, способствующих реализации продуктов фермерского хозяйства и местных производителей – форумов, ярмарок, выставок.

Проблема острой необходимости инвестирования в объекты инфраструктуры в данный момент широко обсуждается, поскольку инвестиции необходимы в самых различных сферах, как для строительства аэропорта, так и для транспортировки молока.

В рамках Красноярского экономического форума (КЭФ-2014) было отмечено, что в последнее время в регионе все же произошло улучшение инвестиционного климата. Это свидетельствует о том, что Красноярск все же может рассчитывать на удовлетворение своих запросов в инвестировании, причем не только местными силами, но и с помощью иностранных инвесторов.

Список источников

1. Квериком. Профессиональная система бизнес-аналитики <http://querycom.ru/>
2. Красноярский экономический форум <http://www.krasnoforum.ru/>
3. Молочная промышленность в России <http://milknet.ru/>
4. РБК. Исследования рынков <http://marketing.rbc.ru/>
5. Российская Бизнес-газета №937 (8) <http://www.rg.ru/>
6. Специализированный центр учета в агропромышленном комплексе <http://www.agroxxi.ru/>
7. Федеральная служба государственной статистики <http://krasstat.gks.ru/>
8. Чеботарева М. С. Анализ структуры рынка молочной продукции России [Текст] / М. С. Чеботарева // Молодой ученый. — 2012. — №7. — С. 134-137.