

Особенности маркетинга в агропромышленном бизнесе



Выполнила:
Сахабеева Яна

На сегодняшний день сельское хозяйство является одним из немногих быстрорастущих секторов экономики.

По итогам 2015 года, объем мирового производства продукции АПК достиг \$6150 млрд, объем мирового экспорта продукции АПК — \$1250 млрд.

Доля России в мировом агропромышленном производстве, и в мировом экспорте агропродовольственной продукции **составляет около 1,3%.**

На долю АПК приходится до 6% объема ВВП России и 9,5% численности занятых.



Стоимость произведенной в сельском хозяйстве
России продукции по категориям хозяйств
в 2001-2015 гг. в фактически действовавших ценах,
млрд руб.



Источник: составлено АБ-Центр на основе данных Росстата, 2015 год – предварительные данные.

Данные по промышленному сектору – суммарная стоимость продукции, произведенной в сельхозорганизациях и крестьянско-фермерских хозяйствах

Прирост производства осуществляется в основном за счет промышленного сегмента – сельхоз организаций и крестьянско-фермерских хозяйств. Увеличение объемов со стороны хозяйств населения не столь существенно.

- Высокий уровень устойчивости к кризисным явлениям и стабильным развитием.
- Доля убыточных организаций в сельском хозяйстве сократилась с 41,7% в 2005 году до 12,4% в 2015 году.

Степень износа основных фондов в сельском хозяйстве (36,6% на конец 2014 года) ниже, чем в целом по российской экономике (47,9%). Это связано с интенсивной модернизацией животноводческих комплексов.

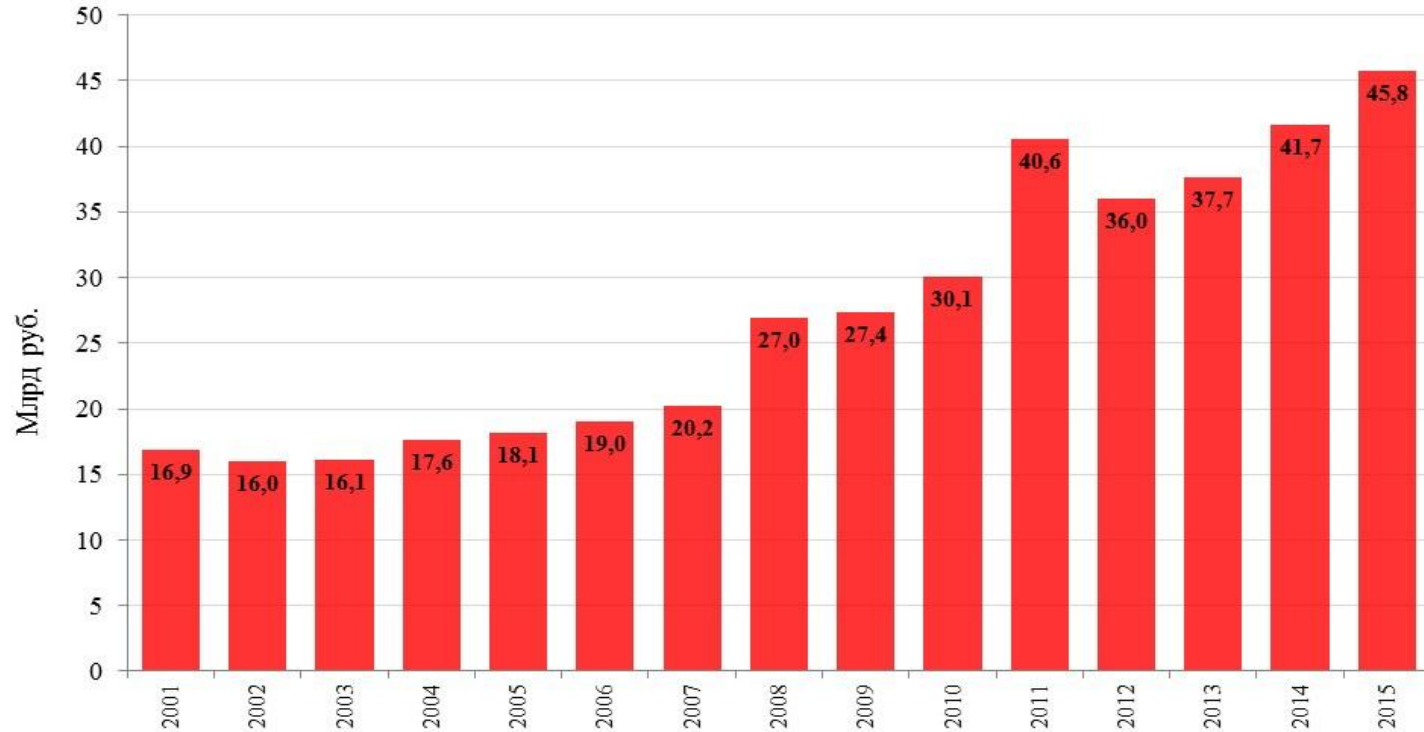


Сельское хозяйство Пермского

Производство продукции сельского хозяйства
в Пермском крае в фактических ценах
в 2001-2015 гг., млрд руб.



ЭКСПЕРТНО-
АНАЛИТИЧЕСКИЙ
ЦЕНТР
АГРОБИЗНЕСА
www.ab-centre.ru



- Производительность труда в сельском хозяйстве растет в течение последних трех лет в среднем на 4% в год.
- Производство сельскохозяйственной продукции на душу населения в Пермском крае в 2015 году составило 17,4 тыс. руб. (68-е место среди регионов РФ).

Анализ и сегментация потребителей

Факторы, значимые для потребителя в данной отрасли при выборе товара:

- цена
- денежный доход покупателя
- потребительские вкусы и предпочтения, национальные и религиозные обычаи
- размер и состав семьи, стиль жизни и т.д.



Сегментация рынков:

- ✓ Потребительский рынок
- ✓ Кафе, рестораны, столовые
- ✓ Рынок оптовиков
- ✓ Рынок государственных учреждений (школы, университеты, больницы)



Анализ конкурентной ситуации

- На этом рынке громадное количество независимых продавцов
- Много относительно мелких производителей
- Отсутствуют входные барьеры и внедриться на этот рынок сравнительно легко
- Между производителями сельскохозяйственной продукции и перерабатывающими предприятиями нередки случаи прямых долгосрочных соглашений.
- Сложно создать конкурентное преимущество самого товара, т.к. он стандартизирован для всей отрасли



Особенности товарной ПОЛИТИКИ

- Товар стандартизирован (ГОСТ)
- Сезонность производства
- Большой период времени производства продукта



Особенности ценообразования

Основные принципы ценообразования

- Издержки + прибыль
- экономически обоснованное соотношение между закупочными ценами на разные виды продукции.
- утешительные цены, в основу которых положено качество продукции.
- отображение в цене полезности или потребительской стоимости продукции.

Особенности коммуникационной политики

Стимулирование спроса на конкретный товар, а так же активизировать действия оптовых и розничных торговцев

Основные виды рекламы:

- реклама в прессе,
- печатная реклама,
- реклама средствами вещания
- наружная реклама,
- реклама в местах продажи,
- выставки,
- ярмарки,
- личные продажи.



Особенности товародвижения и сервиса

- **Прямые каналы** - без участия посредников, т. е. напрямую - через отдел сбыта предприятия или филиал сбыта непосредственно потребителю.
- **Непрямые каналы** организуются через торговлю или посредника
- **Транспортировка** - физическое перемещение продукта от места производства к потребителю (надежность, соответствие продукту)
- **Установление норм и стандартов** на продукцию, сортировка непригодных товаров



- выпускает порядка 60 видов продукции из куриного мяса. Большая часть товарной номенклатуры разработана специалистами фабрики.
- полуфабрикаты упаковываются согласно европейским стандартам
- Формирование общественного мнения через участие в выставках
- Для изготовления продукции используется в основном импортное оборудование

- **Ценообразование – комплексное:**

Учет издержек производства, а также спроса и предложения по поставкам аналогичной продукции на занимаемом сегменте рынка.

- **Географически сбыт** продукции в основном ориентирован на г. Чайковск и Пермский край.



Основными каналами товародвижения:

- ❑ Универсальные магазины (Пятерочка, семья, перекресток и т.д)
- ❑ Индивидуальные предприниматели;
- ❑ Мелкооптовые продовольственные базы.



Продвижение

- специально разработанные рекламные кампании, рекламу в тематических изданиях
- Участие в выставках, изготовление красочной печатной продукции.
- Личные продажи для оптовых покупателей



Спасибо за
внимание