

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 338.436.33:639.2/3

ББК 65.352.5.32

Б 91

DOI: 10.53598/2410-3683-2023-4-330-31-36

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОЙ СТРАТЕГИИ РЫБОПРОМЫШЛЕННОГО ПОДКОМПЛЕКСА АПК (Рецензирована)

Олег Николаевич БУНЧИКОВ

Донской государственный аграрный университет, пос. Персиановский Ростовской области,
Россия

e-mail: bunchikov.oleg@mail.ru

Николай Николаевич КОСИВЦОВ

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
г. Белгород, Россия

e-mail: nik-kosivcov@gmail.ru

Аннотация. В работе изучаются вопросы, связанные с аграрным маркетингом и его влиянием на сбытовые аспекты потребления товаров повседневного спроса на рынках сельскохозяйственных продуктов питания и сырья. В этом контексте проведен анализ эффективности производственно-сбытовой деятельности предприятий рыбохозяйственного комплекса РФ, включая анализ показателей динамики количества данных организаций, среднегодовой численности их работников, сальдированный результат и рентабельность продаж. Изучена динамика производства основной продукции рыболовства и аквакультуры, объемы продаж данной продукции, удельный вес продукции из рыбы и морепродуктов в общем объеме продуктов питания на продовольственном рынке РФ, индексы производства. С позиций маркетинговых аспектов проведена сегментация домашних хозяйств РФ как основной группы потребителей, в зависимости от количества несовершеннолетних детей в семье и уровня среднедушевого дохода, а также проанализирована динамика потребления рыбной продукции и морепродуктов, в зависимости от этих обуславливающих факторов.

Ключевые слова: аграрный маркетинг, рынки сельскохозяйственной продукции, потребление рыбной продукции, потребители, сегментация рынка, продовольствие, импортозамещение.

Для цитирования: Бунчиков О. Н., Косивцов Н. Н. Маркетинговый анализ производственно-сбытовой стратегии рыбопромышленного подкомплекса АПК // Вестник Адыгейского государственного университета, серия «Экономика». 2023. Вып. 4 (330). С. 31-36. DOI: 10.53598/2410-3683-2023-4-330-31-36.

ORIGINAL RESEARCH PAPER

THE AIC FISHING SUB-COMPLEX PRODUCTION AND MARKETING STRATEGY MARKETING ANALYSIS

Oleg N. BUNCHIKOV

Don State Agrarian University, Persianovsky, Rostov region, Russia

e-mail: bunchikov.oleg@mail.ru

Nikolay N. KOSIVTSOV

Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia

e-mail: nik-kosivcov@gmail.ru

Abstract. The issues of agricultural marketing and its impact on the marketing aspects of the consumer goods consumption in the agricultural products, food and raw materials markets have been

studied. The analysis of the industrial and household activities of the Russian Federation fisheries complex efficiency as well as the dynamics indicators of the number of enterprises, the average annual number of employees and the balance of profitability of sales has been carried out. The production dynamics, the fishery and aquaculture products' sales volume as well as the fish production index, the share of fish and seafood in the total volume of food products in the food market have been studied. From the marketing aspects standpoint, Russian Federation households; segmentation has been carried out, taking into account the number of under the age of majority children in a family and the level of per capita income. In addition, the dynamics of fish products and seafood consumption depending on the underlying factors has been analyzed.

Keywords: agricultural marketing, agricultural food markets, fish products consumption, consumers, market segmentation, food, import substitution.

For citation: Bunchikov O. N., Kosivtsov N. N. The AIC fishing sub-complex production and marketing strategy marketing analysis // Bulletin of the Adyghe State University, series "Economics". 2023. No. 4 (330). P. 31-36 (in Russian). DOI: 10.53598/2410-3683-2023-4-330-31-36.

Введение. Аграрный сектор экономики РФ, в последние годы претерпевает ряд кардинальных, системных изменений, связанных, безусловно с тем санкционным режимом, который ввели против отечественных аграриев большинство стран Европейского Союза, а также Северной Америки [1, 8]. Многие западные компании прекратили или существенно сократили поставки на отечественный рынок ряд продовольственных товаров, в том числе такой востребованной на российском рынке продукции, как рыба и морепродукты. С уходом иностранных компаний, отечественный рыбный рынок образовал много ниш, которые российские производители успешно заполняют своей продукцией [2]. Все это требует проведения актуальных маркетинговых исследований на соответствующих рынках.

Анализ общих производственных параметров функционирования рыболовства и рыбоводства.

На рис. 1 представлены основные показатели деятельности отечественных аграрных предприятий, занимающихся как рыболовством, так и аквакультурой.

Несмотря на сокращение общего количества предприятий, с 7,1 тыс. ед. в 2019 году до 6,4 тыс. ед. в 2021 году, или на 700 единиц, среднегодовая численность работников за тот же период времени увеличилась с 60,2 тыс. чел. в 2019 году до 62,5 тыс. в 2021 году, или на 2,3 тыс. чел. Общий сальдированный финансовый результат по отрасли в 2021 году составил 214,3 миллиардов рублей, что в 1,8 раза больше, к уровню 2019 года, а рентабельность продаж, за тот же период времени, выросла с 60,2% в 2019 году, до 69,5%, или на 9,3 п.п., что свидетельствует об высокоэффективной деятельности предприятий данной отрасли.

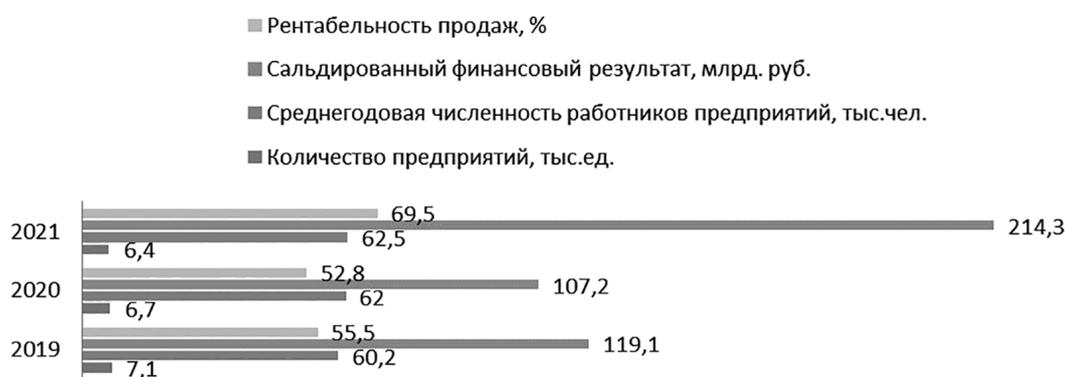


Рис. 1 — Основные показатели деятельности предприятий, занимающихся рыболовством и рыбоводством в РФ

Производственный ассортимент основных видов продукции рыбоводства в РФ представлен на рис. 2. Больше всего в России производится рыбы, морской и охлажденной, объем которой в 2021 году составил 761,0 тыс. тонн, что на 66,0 тыс. тонн или на 8,0% меньше, чем в 2019 году. На втором месте рыба морская живая, объем производства которой в 2021 году составил 159, тыс. тонн, что на 32,0 тыс. тонн или на 25,2% больше, чем в 2019 году. Ракообразных, не мороженных, в 2021 году было произведено в объеме 45,4 тыс. тонн, что на 4,2 тыс. тонн меньше, к соответствующему периоду 2019 года. Из четырех основных ассортиментных групп продукции рыболовства и рыбоводства, меньше всего производится водных растений и морских животных, которых в 2021 году было произведено в объеме 6,0 тыс. тонн, что на 2,8 тыс. тонн или на 31,8% меньше, чем в 2019 году.

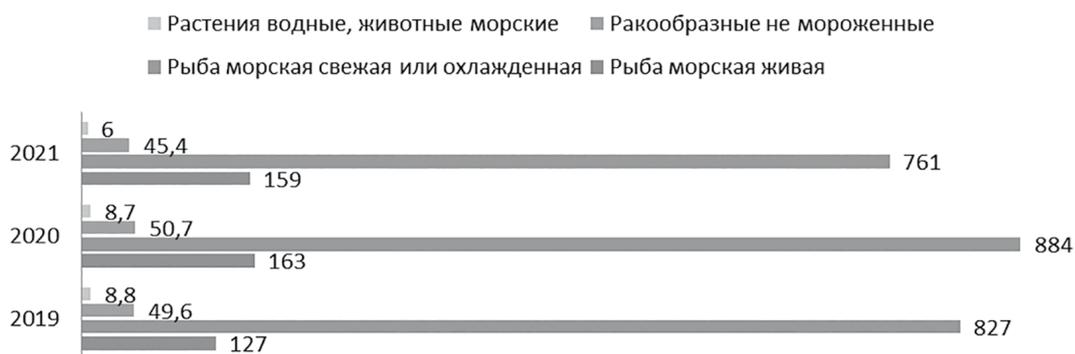


Рис. 2 — Производство основных видов продукции рыболовства в РФ тыс. тонн

Анализ сбытовой деятельности предприятий рыболовства и рыбоводства.

На рис. 3 представлена динамика показателей розничных продаж рыбы и морепродуктов в РФ с 2000 по 2021 годы. Анализ данных, свидетельствует об устойчивой, положительной динамике объемов розничных продаж данной продукции, особенно за три последних анализируемых года, — 2019 — 2021 гг. Объем реализации рыбы, ракообразных и моллюсков, за период с 2000 по 2021 годы в РФ вырос с 61,1 млрд. руб. до 747,0 млрд. руб., или в 12,2 раза, а реализация консервов из рыбы и морепродуктов, за тот же период времени увеличилась еще больше, — с 11,7 млрд. руб. в 2000 году, до 161,0 млрд. руб. в 2021 году, или в 13,4 раза.



Рис. 3 — Объем розничных продаж рыбы и морепродуктов в РФ

В структуре всего розничного оборота торговли пищевыми продуктами в России, удельный вес рыбы и морепродуктов за анализируемый период времени,

относительно небольшой, от 5,6% в 2000 году, до 4,8% в 2021 году, снижение составило — 0,8 п.п. (рис. 4).

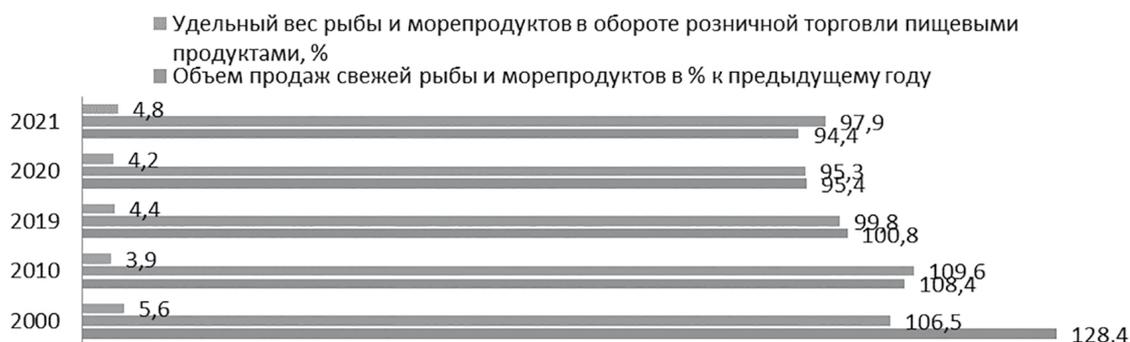


Рис. 4 — Удельный вес рыбы и морепродуктов в общем объеме оборота розничной торговли пищевыми продуктами в РФ

Параллельно со снижением удельного веса данной ассортиментной группы продуктов питания, идет и падение ежегодного объема продаж консервов из рыбы и морепродуктов, с 128,4% в 2000 году до 94,49% в 2021 году, а также свежей рыбы и морепродуктов со 106,5% в 2000 году до 97,9% в 2021 году.

Анализ потребления рыбной продукции основными категориями потребителей.

Потребление продуктов питания из рыбы и морепродуктов, включая консервную продукцию в РФ, ежегодно увеличивается. Так, на рис. 5 проведена сегментация домашних хозяйств в зависимости от количества детей в семьях России, и динамика их потребления продуктов из рыбы и морепродуктов, за период с 2000 по 2021 годы.

Домашние хозяйства были разделены на три группы:

- 1) домашние хозяйства с одним ребенком;
- 2) домашние хозяйства, имеющие двух детей;
- 3) домашние хозяйства с тремя детьми.

Анализ данных свидетельствует о том, что семьи с тремя детьми увеличили потребление рыбной продукции с 11,9 кг/год в 2000 г до 18,4 кг/год в 2021 году, или на 55,0%. Потребление данной продукции в семьях в двумя детьми в 2021 году составило 15,4 кг/год, что на 60,4% больше к уровню 2000 года. И в семьях с тремя детьми, потребление продуктов питания из рыбы и рыбопродуктов выросло с 7,7 кг/год в 2000 году до 14,1 кг/год в 2021 году или на 83,1%.

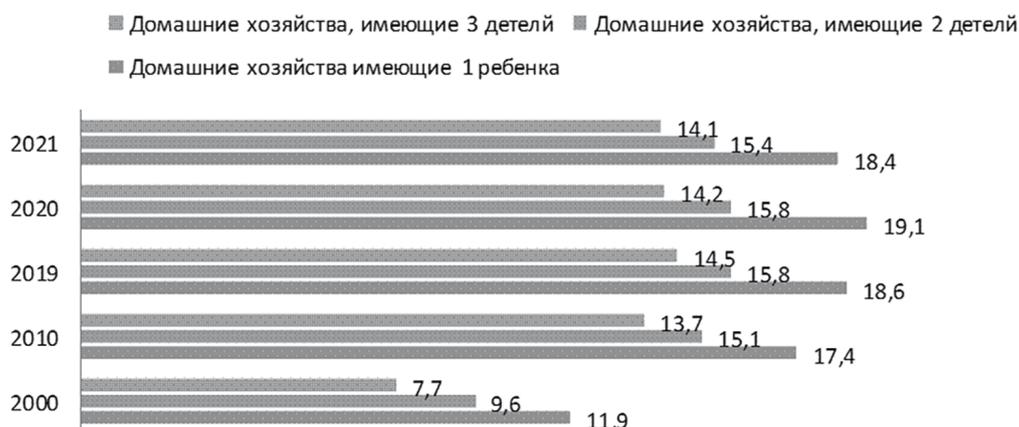


Рис. 5 — Потребление рыбы и рыбопродуктов в домашних хозяйствах в зависимости от числа детей в возрасте до 16 лет в РФ, кг/год

На рис. 6 проведена сегментация потребителей рыбной продукции в РФ в зависимости от уровня их доходов. Все домашние хозяйства были разбиты на пять групп: от семей 1-й группы, с наименьшим уровнем дохода, до семей 5-й группы с самым высоким среднедушевым уровнем дохода в год.



Рис. 6 — Потребление рыбы и рыбопродуктов в домашних хозяйствах в зависимости от уровня среднедушевых располагаемых ресурсов в РФ, кг/год

Домашние хозяйства первой группы, с наименьшим уровнем среднедушевого дохода в год, увеличили потребление рыбной и морской продукции с 2000 по 2021 годы в 2,2 раза, с 6,8 кг/год до 15,2 кг/год. Домашние хозяйства второй группы увеличили потребление данной ассортиментной группы продуктов питания с 10,5 кг/год до 19,3 кг/год, или на 83,8%. Семьи со средним уровнем дохода (третья группа), в 2021 году потребляли в год 22,5 кг рыбной и морской продукции, что на 61,9% больше уровня 2000 года.

В российских семьях со среднедушевым доходом выше среднего (4-я группа), объем потребления продуктов питания из рыбы и рыбной продукции увеличился за анализируемый период времени с 16,2 до 24,0 кг/год, рост составил 48,1%. И семьи с самым высоким среднедушевым ежегодным доходом, в 2021 году потребляли 27,6 кг/год рыбной продукции, что на 27,3% больше, чем в 2000 году.

Выводы. Аналитические результаты в лонгитюдном плане были оценены с более ранними нашими исследованиями [3, 4, 6, 7]. Проведенный анализ динамики производства, реализации и потребления такой важнейшей группы продовольственных товаров, как рыбная продукция и морепродукты, показал, что несмотря на незначительное снижение общего количества предприятий по производству и переработке рыбы и морепродуктов, объемы производства, реализации и выручки ежегодно и стабильно увеличиваются. Объемы прибыли и показатели рентабельности показывают положительную динамику, а в продовольственной корзине домашних хозяйств россиян, удельный вес продукции из рыбы и рыбной продукции ежегодно растет. Это позволяет выстраивать продовольственную политику с позиций соответствия экономической и фактической доступности продовольствия [6], а также не только поддерживать жизнедеятельность сельских сообществ, но и формировать на их базе новые полюса и центры экономического роста и развития [5], что позволит снизить социальную и экономическую напряженность на селе.

Примечания:

1. Бунчиков О.Н., Михненко Т.Н., Высоцкая Т.А. Эффективность финансово-хозяйственной деятельности и основные направления развития аграрного бизнеса в РФ // Московский экономический журнал. 2021. № 12. С. 24.
2. Винслав Ю.Б., Бобылов Ю.И., Германова И.Е. Рыбопромышленный комплекс: стратегические ориентиры развития, важность институциональных изменений // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2012. № 3. С. 36-52.
3. Исаенко А.В. Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах России // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. 2005. № 1. С. 243-252.
4. Игнатьев В.М. Потребление продуктов питания населением регионов // Стратегия устойчивого развития регионов России. 2015. № 25. С. 132-137.
5. Формирование пространственных полюсов роста сельской периферии в традиционно-аграрных регионах / А.В. Агibalов [и др.] // Вестник ВГАУ. 2023. Т. 16, № 2. С. 157-166.
6. Стуканова И.П. Потребление продуктов питания: действительные и рациональные критерии // Сельскохозяйственные науки и агропромышленный комплекс на рубеже веков. 2015. № 10. С. 7-9.
7. Бондаренко Л.В., Яковлева О.А., Симановский Н.А. Потребление продуктов питания в России: нормативный подход к регулированию // АПК: экономика, управление. 2021. № 12. С. 13-27.
8. Бунчиков О.Н., Сироткин В.А. Эффективность функционирования Российского аграрного бизнеса в условиях санкций // Московский экономический журнал. 2022. Т. 7, № 5. С. 19.

References:

1. Bunchikov O.N., Mikhnenko T.N., Vysotskaya T.A. Effectiveness of financial and economy activity and development trends of RF agricultural business // Moscow Economic Journal. 2021. No. 12. P. 24.
2. Vinslav Yu.B., Bobylov Yu.I., Germanova I.E. Fishing complex: strategic development, the importance of institute changes // Management and business administration. 2012. No. 3. P. 36-52.
3. Isaenko A.V. Food products consumption in household of Russia // Bulletin of the Belgorod University of Consumer Cooperation. 2005. No. 1. P. 243-252.
4. Ignatiev V.M. Food products consumption of the population // Stable development strategy of Russian regions. 2015. No. 25. P. 132-137.
5. Formation of spatial poles of rural periphery growth in traditionally agricultural regions / A.V. Agibalov [and others] // Bulletin VSAU. 2023. T. 16, No. 2. P. 157-166.
6. Stukanova I.P. Food products consumption: real and rational criteria // Agricultural sciences and agricultural industry at the turn of the century. 2015. No. 10. P. 7-9.
7. Bondarenko L.V., Yakovleva O.A., Simanovsky N.A. Food products consumption in Russia: regulatory approach to regulation // APC: economy, management. 2021. No. 12. P. 13-27.
8. Bunchikov O.N., Sirotkin V.A. Russian agricultural business function effectiveness in the context of sanctions // Moscow Economy Journal. 2022. T. 7, No. 5. P. 19.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
Статья поступила в редакцию 18.11.2023; одобрена после рецензирования 24.11.2023; принята к публикации 01.12.2023.

The authors declare no conflicts of interests.
The paper was submitted 18.11.2023; approved after reviewing 24.11.2023; accepted for publication 01.12.2023.

© О. Н. Бунчиков, Н. Н. Косивцов, 2023