

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС – РЕШАЮЩИЙ ФАКТОР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПЕРЕРАБОТКИ ПЛОДОВ И ОВОЩЕЙ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Основу деятельности предприятий переработки плодов и овощей в рыночных условиях составляет потребительский спрос населения. Исследования покупательских предпочтений сельского населения области показали, что в сложившихся условиях сельское население на 95 % не готово отдавать предпочтение традиционной продукции заводов области собственному производству. Объясняется это тем, что домохозяйки в сельской местности наиболее полно смогут удовлетворить пожелания членов своих семей в продуктах переработки плодов и овощей, а также достаточно высокой ценой на выпускаемую продукцию заводов. Их интересует только новые нетрадиционные виды продукции в более мелкой расфасовке от 350 грамм до одного литра. И только пять процентов семей в сельской местности (в основном это молодые семьи) изъявили желание приобретать традиционные виды продукции заводов, но только в расфасовке от 350 мл до одного литра.

Предпочтения городского населения разделились в зависимости от получаемых доходов. Респондентов, имеющих доход от 700 до 550 тысяч, устраивает существующая цена на консервы, но они отдают предпочтение консервам в более мелкой расфасовке и хотят высокого качества выпускаемых консервов не только традиционных видов, но и новых видов продукции. Те, доход которых составляет от 550 до 350 тыс., предпочитают изготавливать консервы собственного производства и хотят приобретать только новую продукцию заводов, имеющие доход от 350 тыс. и ниже, предпочитают изготавливать консервы собственного производства и новую продукцию заводов, не интересуясь существующими ценами и расфасовкой продукции. Респондентов, имеющих доход свыше 700 тыс. в месяц, не устраивает ассортимент выпускаемой продукции полностью. Их интересует продукция совершенно новых видов, более высокого качества, в мелкой расфасовке и более привлекательной упаковке.

Сегмент рынка по реализации консервов через предприятия общественного питания также характеризуется снижением спроса, что объясняется уменьшением количества предприятий общественного питания, а также усиливающейся тенденцией на потребление овощей и фруктов в свежем виде, предложение которых увеличилось. Продукция переработки плодов и овощей в традиционном виде интересна для столовых учреждений образования и воинских частей, кондитерских фабрик из-за относительной своей дешевизны.

Предприятия крупной и средней переработки, начавшие немедленную реконструкцию и техническое перевооружение, могут исправить ситуацию в ближайшей перспективе, при условии переориентации предприятий на маркетинг, с использованием полного комплекса его инструментов.

Только для предприятий-монополистов сегодня возможны широко масштабные маркетинговые исследования. Сложившаяся в последние годы ориентация средних и мелких предприятий не на запросы рынка, а на собственные возможности вызвана недостатком денежных средств на маркетинговые исследования в сфере заготовок сырья и изучения спроса потребителя. В структуре производства овощных консервов малых и средних предприятий преобладают традиционные виды, не пользующиеся устойчивым спросом, однако средств на внедрение новых видов продукции не хватает. Переработчики не уделяют должного внимания упаковке и маркировке продукции, поэтому они не соответствуют требованиям внешнего рынка. Поэтому такой выгодный канал сбыта, как экспорт, для малых и средних предприятий оказывается недоступен. Таким образом, только Быховский консервный завод среди предприятий «Могилевпищепрома» наращивает поставки своей продукции на экспорт. Создание маркетинговых служб на уровне холдинга поможет выявить те товары, которые будут пользоваться устойчивым спросом у потребителей для предприятий малой и средней переработки.

Вывод: Повышение рентабельности производства плодоовощных консервов за счет совершенствования структуры производства возможно лишь после проведения серьезных маркетинговых исследований спроса потребителей на различных сегментах рынка.

Изменение спроса на переработанную овощную продукцию в последние годы объясняется тремя основными причинами:

- потенциальные потребители предпочитают употреблять овощи в свежем виде, а также самостоятельно заготавливать их на зиму вследствие неудовлетворенности качеством предлагаемой продукции и объемом расфасовки, о чем косвенно свидетельствует спрос населения на стеклянные банки;
- возрастает конкуренция как со стороны производителей консервов в области и республике, так и зарубежных производителей, особенно в рыночном сегменте томатной продукции и соков;
- не учитываются запросы потребителей в отношении качества, и ассортимента и расфасовки предлагаемых овощных консервов.

*А.Э. Шибeko, канд. экон. наук, доцент
Академия управления
при Президенте Республики Беларусь (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В НЕПЛАТЕЖЕСПОСОБНЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В условиях рыночной экономики на первый план выдвигаются вопросы повышения окупаемости ресурсов, вкладываемых в развитие агропромышленного производства и повышения финансовой устойчивости агропредприятий,