

информированы о свойствах и качественных характеристиках новых сортов хлебобулочных изделий (изделий профилактического, функционального назначения), поэтому существующий потенциальный спрос на эти продукты не развивается, а значит не может быть реализован в нужной степени.

Возросшая конкурентоспособность на рынке хлебобулочных изделий, вместе с тенденцией изменения спроса в сторону потребления низкокалорийной продукции, позволяют рассчитывать на увеличение емкости рынка хлебобулочных изделий традиционного состава. В связи с этим производство хлебобулочных изделий будет развиваться в направлении улучшения качества, повышения биологической ценности, безопасности и экологичности, а также снижения калорийности продукции.

В рамках продвижения продуктов на рынок – необходимо позиционировать все новые виды хлебобулочных изделий как продукты с повышенной пищевой ценностью, с добавленной пользой. Более высокая цена этих изделий, как показывает практика, не будет служить препятствием для их покупки.

Результаты исследований позволяют сделать следующие выводы:

- следует развивать производство новых нетрадиционных видов хлебобулочных изделий (национальных, по старинным рецептурам и технологиям);

- для оптимизации и совершенствования ассортимента необходимо применять современные методы анализа, а также проводить оценку конкурентоспособности, как планируемых к широкому производству инновационных товаров, так и уже обращающихся на рынке, в рамках ассортиментной стратегии предприятия;

- необходимо совершенствовать систему продажи хлеба в направлении оптимизации ассортимента и минимизации товарных запасов в розничной торговле, так как показатель «свежесть» является основным в системе предпочтений потребителя;

- следует стимулировать продажи, как ценовыми методами (модификации, скидки), так и проводить конкурсы, пробные продажи и т.д.;

- необходимо совершенствовать технологию упаковки и удобство потребления хлебобулочных изделий, а также улучшать дизайн и качество информации на упаковке, учитывая при этом экологические параметры упаковки;

- следует проводить рекламу хлебобулочных изделий с невысоким сроком хранения «внедрять» в сознание потребителей тот факт, что данные продукты более «натуральны» и безвредны по сравнению с конкурентами, где присутствуют нежелательные пищевые добавки (данная продукция характерна для частных предприятий).

Хлебозаводам следует значительно повысить уровень качества выпускаемой продукции и занять лидирующее положение на рынке. Для решения конкретных задач необходим подход, объединяющий усилия разработчиков, ученых, производителей хлебобулочных изделий, образовательных учреждений, средств массовой информации и представителей администрации различного уровня.

Л. В. Корбут, ассистент, УО «БГЭУ» (г. Минск)

МАРКЕТИНГ ОРГАНИЧЕСКОЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

В 70-х года экономически развитые страны столкнулись с проблемой экологически чистого продовольствия. «Зеленая революция», интенсификация сельского хозяйства привели не только к ожидаемому результату – значительному увеличению

объемов производства продукции сельского хозяйства, но и к негативным последствиям. В числе последних особо выделяются загрязнение окружающей среды, разрушение почв, производство продовольствия с содержанием вредных и даже опасных для здоровья людей веществ. Альтернативой высокоинтенсивному сельскому хозяйству специалисты называют органическое сельское хозяйство, парадигма развития которого включает экологическую, экономическую и социальную компоненты.

При органическом ведении сельского хозяйства происходит сознательная (а не вызванная отсутствием ресурсов) минимизация использования минеральных удобрений, пестицидов, регуляторов роста, антибиотиков. Органическое сельское хозяйство (organic farming) предполагает использование - лишь нескольких видов минеральных удобрений несинтетического происхождения, органических удобрений, пестицидов в строго обоснованных количествах, антибиотиков - только для лечения животных. Экологическая составляющая базируется на минимизации негативного влияния производства на окружающую среду, на сохранении плодородия земельных ресурсов и биоразнообразия. В социальном контексте органическое сельское хозяйство ценно тем, что способствует увеличению количества рабочих мест в сельской местности, способствует гармонизации интересов потребителей и производителей.

Формирование локальных, национальных и международных рынков экологически чистого продовольствия предполагает развитие, как производства органической продукции, так и соответствующей инфраструктуры. Во многих странах с развитой экономикой производство экологически чистой продукции оказалось востребованным потребительским спросом. В мире постоянно растет количество субъектов, хозяйствующих с применением органических технологий, увеличиваются соответствующие площади, и, как следствие, увеличивается доля экологически чистой сельскохозяйственной продукции в общем объеме. Так, в 2007 году по органическим технологиям в мире обрабатывалось более 30 млн га, оборот мирового рынка экологически чистого продовольствия оценивался, по различным источникам, в 25-45 млрд евро. Мировым лидером по органическим землям является Австралия (11,8 млн га), затем со значительным отрывом следуют Аргентина (3,1 млн га), Китай (2,3 млн га). По удельному весу органических площадей лидируют страны Океании (39%), Евросоюза (23%), и Латинской Америки (19%). Что касается доли в годовом обороте экологически чистой продукции, то лидером являются США, им принадлежит около половины объема такой продукции.

В стоимостном отношении самая значительная группа - экологически чистые овощи и фрукты, им принадлежит чуть менее половины объемов продаж, а вот доля мяса и рыбы - самая незначительная: около 1%. По потреблению экологически чистого продовольствия на душу населения признанным лидером является Швейцария (более 120 долларов США). У большинства стран Европейского Союза этот показатель равен приблизительно 50 долларам. Следует отметить, что во всех без исключения странах - производителях органической продукции в последние годы прослеживается тенденция к увеличению площадей для потребностей органического сельского хозяйства, объемов производства и потребления экологически чистого продовольствия.

Развитие рынков экологически чистого продовольствия обусловлено тем, что потребители крайне заинтересованы в здоровом питании, в свежих продуктах с наивысшими вкусовыми качествами, в продуктах, не содержащих генетически модифицированных структур. При насыщении продовольственного рынка Беларуси традиционными, произведенными по современным технологиям, товарами и повышении ре-

альных доходов населения, изменения психологии покупателей правомерно ожидать изменений потребительских предпочтений в пользу экологически чистого продовольствия.

Экологизация сельскохозяйственного производства в Беларуси является перспективным инновационным направлением по причине сравнительно низкой плотности населения и сравнительно высокой обеспеченности сельхозугодиями в расчете на душу населения. В силу названных обстоятельств сельскохозяйственным организациям, в том числе фермерским хозяйствам является возможным достижение главных целей органического хозяйства: гармонизация общественных интересов; сохранение почвенного и биологического потенциала; производство экологически чистой продукции в достаточных для продовольственного обеспечения объемах. Более того, для белорусских сельхозпроизводителей очевидна целесообразность экспорта органической продукции. Развитая специализированная торговая сеть в зарубежных странах уже не способна удовлетворить за счет внутреннего производства растущий спрос потребителей на свежие высококачественные продукты.

В Беларуси идея производства экологически чистой сельскохозяйственной продукции и продовольствия пока не получила должной реализации. В Государственной программе возрождения и развития села на 2005-2010 годы перед сельским хозяйством поставлены задачи не только социального и производственного, но и эколого-экономического характера. Тем не менее, решение этих задач предполагает, в первую очередь, производство экологически безопасных продуктов. А это, в свою очередь, лишь обязательное условие, которое должен соблюдать каждый уважающий себя производитель, и которое строго оговорено в законодательных актах. Что касается производства сельхозпродукции в соответствии с требованиями, предъявляемыми к органической продукции, то в нашей стране лишь отдельные фермеры применяют технологии, адекватные органическому сельскому хозяйству. Вызвано это несколькими причинами: во-первых, нет соответствующих знаний, во-вторых, отсутствуют маркетинговые исследования. Но, пожалуй, главная причина это недоработки в системе государственного регулирования: не известны даже критериальные подходы и требования к самой продукции, отсутствуют стандарты; нет системы агроконсультирования; фермеров не может устраивать одинаковый с остальной сельхозпродукцией уровень закупочных цен. Также фермеры, использующие в своей практике инновационные технологии органического сельского хозяйства, вправе рассчитывать на определенные преференции, на гарантированную государственную поддержку. Тем более ценным в атмосфере неопределённости представляется интерес к проблеме и энтузиазм фермеров. Так, Минской областной Ассоциацией фермерских хозяйств создается группа фермеров по выращиванию продукции на основе органического земледелия с возможным открытием специальных каналов ее реализации. Предполагаются реализация экологически чистой продукции в самих фермерских хозяйствах, специализированных отделах, магазинах, а также поставки её в учреждениях здравоохранения, образования и социального обеспечения.

Идея органического сельского хозяйства в Беларуси перспективна, она получит практическое развитие. Для успешной ее реализации важно разрешить проблему сертификации экологически чистой продукции, а также проблему маркировки. Дело в том, что в мире отсутствуют единые стандарты в сфере производства и органической сельскохозяйственной продукции и экологически чистого продовольствия. Известны типы, по которым можно классифицировать стандарты: международные, региональные, национальные и частные. Позитивным можно считать сближение стандартов, происходящее в условиях глобализации.