

Особенности маркетинговой политики, применяемой производителями продовольственных товаров в условиях российского эмбарго

Башлыкова А. С.

*Башлыкова Анастасия Сергеевна / Bashlykova Anastasiia Sergeevna – студент,
кафедра банков и банковского менеджмента,
кредитно-экономический факультет,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

Аннотация: тема исследования актуальна в связи с тем, что запрет на ввоз продукции импортного производства обеспечивает отечественным предпринимателям и производителям уникальную возможность для развития собственного российского производства, однако данная доля рынка может быть завоевана зарубежными производителями, что является неблагоприятным сценарием для укрепления экономической независимости страны. Таким образом, целью работы является исследование для российских и зарубежных компаний возможных стратегий развития «бизнеса на санкциях».

Abstract: subject of research is relevant due to the fact that the ban on the importation of products imported allows local entrepreneurs and manufacturers a unique opportunity to develop their own Russian-made, but this market share can be conquered by foreign manufacturers, which is a worst-case scenario to strengthen the economic independence of the country. Thus, the aim is to study for the Russian and foreign companies possible strategies for the development of «business on the sanctions».

Ключевые слова: маркетинг, санкции, международная торговля, импортозамещение.

Keywords: marketing, sanctions, international trade, import substitution.

Как известно, 7 августа 2014 г. Российская Федерация ввела продовольственное эмбарго [1] как ответную меру на введенные странами Европейского союза, США и некоторыми иными государствами санкций в отношении нашей страны.

В целом, от введения эмбарго по оценкам экспертов в Россию не поступит товаров на сумму 9 598,09 млн. долл. [2], что составляет практически 30 % от общего объема ввозимых на территории различных государств товарных категорий, попавших под санкции, введенные Россией.

Наибольшее негативное влияние эмбарго окажет на такие страны, как Испания, Дания, Канада, Литва, Греция, Кипр, а абсолютным «рекордсменом» в этом отношении, несомненно, является Норвегия, объем экспорта которой в Россию сократился более чем на 66 %. Также стоит отметить, что в денежном выражении наиболее заметные потери ощущают Польша, Германия, США, Италия, Франция и некоторые иные страны, однако их спасает то, что общий объем экспорта в Россию достаточно велик для того, чтобы в относительном выражении это было не столь заметно.

Введение санкций для производителей – дополнительный стимул для развития уже существующего или создания нового бизнеса. Такие стратегии принято называть стратегиями развития «бизнеса на санкциях», к числу которых можно отнести:

- Импортозамещение за счет увеличения объема сельхозпродукции.
- Импортозамещение за счет увеличения объема готовой продукции.
- Производство западного бренда из несанкционного сырья.
- Кооперация с производителем продукции из санкционного сырья в союзных для России государствах.

К примеру, к использованию третьей стратегии достаточно скоро прибег финский производитель молочной продукции Valio. С введением эмбарго компания продемонстрировала значительное уменьшение выручки, поскольку одним из наиболее значительных импортеров и являлась Россия, имея долю около 20 % всего импорта товаров компании. Так, по данным сообщения производителя, говорится о недополучении 142 млн. евро или 36 % запланированной выручки (в абсолютном выражении – около 400 млн. евро) [3]. Однако компания не захотела терять столь выгодного импортера и наладила производство на заводе в Ленинградской области, поскольку не имела более возможности осуществлять ввоз продукции из Финляндии в Россию. Однако эмбарго все-таки отрицательно скажется на экономике Финляндии, но не прямым образом, за счет уменьшения объемов продаж, а косвенно, за счет частичного переноса производства на территорию России. Руководство уже заявило о сокращении штата сотрудников на 140-210 человек, еще около 800 было отправлено в неоплачиваемый отпуск [4], таким образом, можно надеяться, что в противовес этим мерам в России будет создано около 1 000 новых рабочих мест.

Производителями также широко используется возможность кооперации с союзными для России государствами: Белоруссией и Казахстаном. Так, например, польские производители получили

возможность продать для переработки в Белоруссию около 60 тыс. тонн яблок для производства соков, пюре, вина и других продуктов.

В описанных условиях, когда большой объем продукции оказался запрещенным к ввозу, достаточно ощутимым конкурентным преимуществом овладели и российские производители. Первыми среди отечественных производителей продовольствия на введение эмбарго отреагировал кронштадский мясоперерабатывающий завод ООО «Концерн «Пять звезд», который использовал слово «санкции» в маркетинговых целях и, не откладывая идею в долгий ящик, решил запатентовать право на использование товарных знаков «Санкция» и «Санкции» [4] для производства колбасы и сосисок с соответствующими названиями. Производитель решил сыграть на популярности слова «санкции», что, вполне вероятно, может увенчаться успехом, особенно в период увеличения патриотического настроения общества.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что в условиях введения Россией продовольственного эмбарго многие отечественные и зарубежные производители пытаются найти выгоды от сложившейся ситуации. Однако для нашей страны наиболее эффективным будет путь импортозамещения, который может быть достигнут с помощью изменения маркетинговой политики [5], поскольку для России непростая макроэкономическая ситуация должна послужить толчком для развития отечественного производства с целью ограничения зависимости от импортной продукции и с тем, чтобы страны ЕС, США и некоторые другие страны не использовали санкции в целях «запугивания» России.

Таким образом, для улучшения макроэкономической ситуации и стимулирования импортозамещения можно порекомендовать предпринять следующие меры:

1) В краткосрочном периоде необходимо усиление материальной поддержки отечественных производителей сельскохозяйственной продукции со стороны государства (органов государственной власти и местного самоуправления), а также разработка программ поддержки производителей частными инвесторами.

2) В долгосрочной перспективе органам государственной власти следует разработать политику, направленную на повышение привлекательности агрономии и зооинженерных профессий.

По мнению авторов, лишь системный подход к решению проблемы импортозамещения позволит переломить тенденцию ориентации на импортируемую продукцию, что приведет к снижению зависимости от зарубежных товарных рынков и станет предпосылкой для развития отечественного производства.

Литература

1. Постановление Правительства РФ от 07.08.2014 N 778 «О мерах по реализации Указа Президента РФ от 6 августа 2014 г. N 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности РФ».
2. Официальный сайт информационно-аналитического издания «ПРОВЭД» провэд.рф (Электронный ресурс). URL: <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/analytics/research/17815-ppodovolystvennoe-embargo-possii-cto-stanet-s-possijskim-pynkom.html> (Дата обращения: 04.03.2015).
3. Сайт информационного агентства «Lenta.ru» lenta.ru (Электронный ресурс). URL: lenta.ru/news/2015/03/03/valio (Дата обращения: 05.03.2015).
4. Официальный сайт информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг» www.rbc.ru (Электронный ресурс). URL: top.rbc.ru/business/13/11/2014/54620f3bcbb20f24ada8f173 (Дата обращения: 04.03.2015).
5. Сайт о розничной торговле «New Retail» new-retail.ru (Электронный ресурс). URL: new-retail.ru/livestyle/samye_strannye_produkty_poyavivshiesya_v_usloviyakh_sanktsiy8227 (Дата обращения: 04.03.2015).