



Министерство сельского хозяйства
Российской Федерации



АГРОЭКСПОРТ



приоритет2030^
лидерами становятся

Краткая версия

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ АПК

КРАСНОВ

Дмитрий Григорьевич

Руководитель

Федерального центра «Агроэкспорт»



Программа повышения квалификации «Маркетинг в международной торговле продукцией АПК»

Блок 1

Введение
в международный
маркетинг продукции
АПК.
Исследование рынка,
потребительских
предпочтений

Блок 2

Формирование
стратегии
реализации
и продвижения
продукции АПК

Блок 3

Планирование
и воплощение
стратегии
продвижения

Тестирование

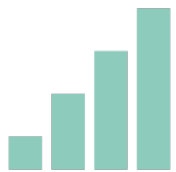
Онлайн-тестирование



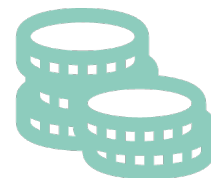
Слушатели курса получают знания о:

- роли маркетинга в развитии экспорта продукции АПК
- методиках проведения маркетинговых исследований на экспортных рынках
- разработке и реализации маркетинговой стратегии и построении международного бренда и системы его ценностей

Экспорт продукции АПК России



За последние двадцать лет Россия поднялась в мировом рейтинге стран-экспортеров продукции АПК **с 47 на 18 место**



Объем экспорта продукции АПК достиг **37,1 млрд долл.** в 2021 году



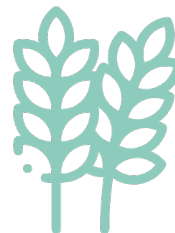
CAGR экспорта продукции АПК России за период 2011-2021 гг. – более **11%**, среднемировой – **2,9%**



За период 2011-2021 годов российский экспорт продукции АПК вырос почти **в 2,9 раза**



Доля России в общем объеме мирового экспорта продукции АПК увеличилась **с 0,8% в 2011 году до 1,7% в 2021 году**

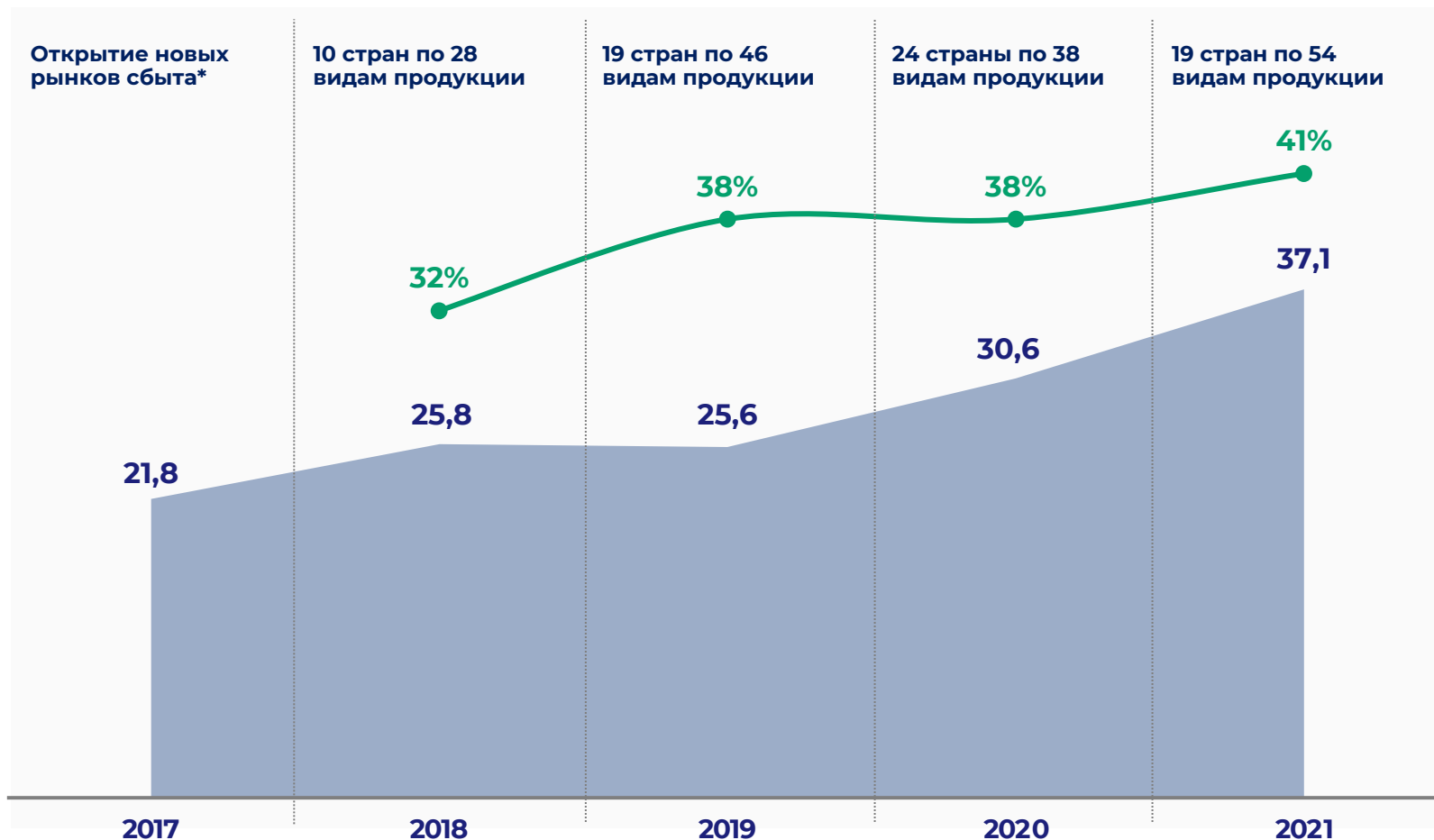


Первое место на мировом рынке пшеницы, второе место на мировом рынке подсолнечного и рапсового масла, третье место на мировом рынке ячменя



Доля продукции среднего и верхнего переделов в структуре российского экспорта увеличилась до 41% в 2021 году

Динамика российского экспорта продукции АПК, 2017-2021 гг.



■ Объем экспорта продукции АПК, млрд долл. США

● Доля продукции АПК среднего и верхнего переделов в общем объеме экспорта, %

Примечание: *информация приведена на основании пресс-релизов Россельхознадзора по продукции, требующей официального согласования с компетентными службами стран-импортеров
Источник: ITC Trade Map, Агроэкспорт



Зачем компаниям заниматься экспортной деятельностью?

Цели экспортной деятельности



Рост объемов продаж

Применимо для компаний АПК, имеющих задел по производственным мощностям



Увеличение маржинальности продаж

- Применимо для всех компаний АПК
- Требуется повышенное внимание к выбору рынков сбыта



Реализация побочных продуктов производства

Применимо для некоторых отраслей. Например, для предприятий птицеводства – вопрос реализации куриных лап



Дифференциация рынков сбыта

Применимо, в первую очередь, для крупного и среднего бизнеса, способного обеспечить значительные товарные потоки



Рост стоимости компаний

Применимо для крупного и среднего бизнеса

Успех продвижения напрямую зависит от того, насколько ценности бренда отвечают ценностям современных потребителей

Образ жизни	Тренд потребления
 Здоровый образ жизни	• Свежие продукты • Органические и эко-продукты • Внимание к питательной ценности продукции
 Ответственное потребление	• Справедливое отношение • Честность производителей • Экологичность производства
 Поиск и обмен впечатлениями	• Взаимовлияние потребителей • Новые вкусы и способы подачи
 Стремление к подлинности	• Натуральность • Аутентичность • Прослеживаемость
 Минимизация «бытовых хлопот»	• Порционные товары • Товары, не требующие приготовления / специальной утвари и техники

ESG

- ESG-повестка продолжает становиться более популярной
- Заинтересованность в вовлеченности в ESG-повестку существует у всех участников процесса: от государств до потребителей и сотрудников
- Отказ учитывать принципы устойчивого развития может привести к трудностям с финансированием, подбором персонала, продвижением продукции

Наиболее распространенная модель экспортного объединения – производственный кооператив



Норвегия: молочный кооператив TINE



Новая Зеландия: Fonterra – крупнейший поставщик молочных продуктов в Юго-Восточной Азии



Бразилия: MinervaFoods как ориентир в мясной отрасли



Деятельность **MinervaFoods** позволила значительно увеличить поставки бразильской говядины на китайский рынок



Зонтичный бренд: реализуется продукция от разных производителей, модель особенно распространена в рыбной отрасли



В Норвегии поддержку экспорта рыбной продукции осуществляет Норвежский Совет по рыбной продукции (NSC)
(англ. Norwegian seafood council)

Основные функции NSC внутри Норвегии и на внешних рынках:

- Исследование рынков
- Продвижение
- Выстраивание коммуникаций
- Риск-менеджмент



NORWEGIAN
SEAFOOD COUNCIL

NSC – государственная организация, учредителем которой является Министерство торговли, промышленности и рыболовства Норвегии, но при этом финансирование деятельности NSC полностью осуществляется за счет компаний-экспортеров

Цель NSC – увеличение ценности норвежской рыбной продукции и развитие спроса на внешних рынках



В штате Аляска поддержку экспорта рыбной продукции осуществляет Институт маркетинга рыбной продукции Аляски или ASMI
(англ. Alaska Seafood Marketing Institute)

Основные направления деятельности ASMI:

- Продвижение бренда Alaska Seafood
- Реализация маркетинговых, PR и образовательных программ для повышения спроса на продукцию Alaska Seafood на внутреннем и внешнем рынках
- Экологическая сертификация рыбной продукции



В 2016 году бренд Alaska Seafood обогнал бренд Angus Beef и стал брендом белковой пищи №1 в Северной Америке

ASMI представляет собой государственно-частное партнерство между штатом и рыбной промышленностью Аляски

Бюджет ASMI формируется за счет финансирования Минсельхоза США **(30% бюджета)** и взносов экспортеров рыбной продукции **(70% бюджета)**



Ирландский продовольственный совет или Bord Bia



Bord Bia ориентируется на спрос, размещает заказ на продукцию, которая востребована на внешних рынках

В результате ирландские производители создают продукцию под конкретный спрос и по определенным стандартам

Bord Bia поддерживает продвижение ирландских предприятий в сфере пищевой промышленности, напитков и садоводства на национальном и международном рынках

Будучи некоммерческим государственным агентством, **Bord Bia** работает под эгидой Министерства сельского хозяйства, продовольствия и мореходства Ирландии

Помимо собственных маркетинговых акций, направленных на продвижение ирландской аграрной продукции, **Bord Bia** выдает гранты компаниям-производителям на реализацию их собственной маркетинговой активности

BORD BIA

IRISH FOOD BOARD



Российский экспортный центр

Российский экспортный центр — это государственный институт поддержки несырьевого экспорта (входит в группу ВЭБ РФ)

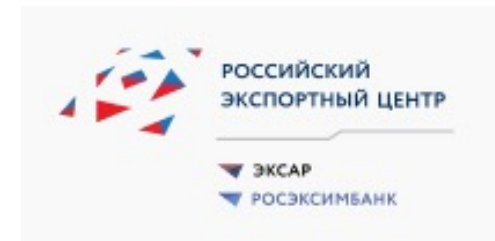


РЭЦ создает экосистему павильонов с российской продукцией:

- 1 Китай (г. Шанхай)
- 2 ОАЭ (г. Дубай)
- 3 Вьетнам (г. Хошимин)
- 4 Египет (г. Новый Каир)
- 5 Турция (г. Стамбул)

Услуги, предоставляемые экспортеру в рамках работы дегустационно-демонстрационных павильонов РЭЦ:

- Размещение товаров российских экспортеров в павильоне на бесплатной основе
- Поиск и предоставление информации о потенциальных партнерах и клиентах для российских экспортеров
- Организация посещений павильона и ознакомления с продукцией для потенциальных партнеров
- Прием и передача информации между экспортерами и потенциальными партнерами (включая рекламно-информационные материалы)
- Консультирование по процедурам и требованиям ввоза образцов
- Проведение информационно – презентационных, дегустационных мероприятий продукции российских производителей
- Компенсация части затрат на участие в выставке



Сайт организации:
<https://www.exportcenter.ru/>



Российская система поддержки продвижения продукции АПК за рубежом

«Агроэкспорт» – Федеральный центр развития экспорта продукции АПК Минсельхоза России



Содействие и информационно-аналитическая поддержка госполитики в области аграрного экспорта



Продвижение российской продукции АПК



Исследование и прогнозирование зарубежных рынков



Консалтинговые услуги для экспортеров



Дальнейшие шаги по развитию системы продвижения российской продукции за рубежом

Консолидация партий продукции АПК необходимых объемов и качества



Постоянное присутствие

в зарубежных странах путем обеспечения инфраструктурой для складирования, доработки и распределения продукции



Координация действий

отдельных экспортеров за счет создания отраслевых зонтичных брендов

Контакты



+7 (495) 280-74-49

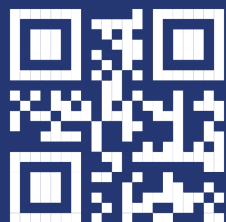


info@aemcx.ru

Социальные медиа



aemcx.ru



t.me/mcxae



vk.com/aemcx



zen.yandex.ru/aemcx



rutube.ru/channel/24261638

