



Министерство сельского хозяйства  
Российской Федерации

 АГРОЭКСПОРТ



приоритет2030<sup>+</sup>  
лидерами становятся

Краткая версия

# ПОДХОДЫ К МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ ЭКСПОРТНЫХ РЫНКОВ ПРОДУКЦИИ АПК

**Алеся Ефремова,**  
Заместитель начальника  
Управления исследований  
и разработки проектов ВЭД,  
ФГБУ «Агроэкспорт»

**Кирилл Мельников,**  
Директор по маркетингу, ГК «Благо»



# Подходы к маркетинговому исследованию экспортных рынков продукции АПК



## Ключевой вопрос

- как понять, куда экспортировать?



## Теоретическая часть

- роль и значение маркетинговых исследований в продвижении продукции АПК. Специфика АПК
- виды и методология маркетинговых исследований
- источники информации
- аналитические продукты ФГБУ «Агроэкспорт»



## Практическая часть

- опыт компании ГК «Благо»



# Для построения и ведения успешного бизнеса в современных условиях необходимо постоянно получать максимум информации о рыночной ситуации и потребительском спросе, что сводит к минимуму риск при принятии управленческих решений

**Маркетинговое исследование (англ. marketing research)** — сбор информации, ее интерпретация, оценочные и прогнозные расчеты, выполняемые для решения конкретной маркетинговой задачи, стоящей перед компанией

## КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ

- Что производить?
  - В каких объемах производить?
  - Для кого производить?
  - Куда продавать?
  - Как продавать?
- Целесообразно ли выходить на новый рынок?
  - Какие существуют пути выхода?
  - Каковы наиболее результативные стратегии выхода?
  - Какие маркетинговые мероприятия позволят наиболее эффективно реализовать выбранную стратегию выхода?



# Виды маркетингового исследования

исследование рынка

исследование продукта

исследование потребителя

исследование конкурентной среды

исследование торгово-распределительной сети

исследование коммуникационных каналов  
продвижения продукции на рынке

другие виды исследования



# Исследование рынка

**Цель исследования** — получение информации о текущем состоянии и перспективах развития конкретного рынка в целом.

## ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Предмет исследования** — рынок как таковой, его конъюнктура, процессы, определяющие его развитие, тренды и тенденции

### Основные элементы исследования



основные характеристики и сегменты рынка



ведущие тренды, определяющие текущую конъюнктуру рынка, включая влияние естественных, технологических, экономических, политических, демографических факторов



объем рынка, включая объем производства, потребления, продаж в натуральном и стоимостном выражении



основных участников рынка, их общую характеристику и доли рынка в натуральном и стоимостном выражении



прогноз развития рынка, включая совокупный годовой темп прироста



выводы о текущем состоянии отрасли и перспективах ее развития

# Совокупное использование кабинетного и полевого методов дают наиболее объективную картину исследуемых рынков

## Методы исследований

### КАБИНЕТНЫЙ МЕТОД

метод сбора и оценки маркетинговой информации, уже содержащейся в различных источниках

#### ✓ Преимущества

- Большой массив анализируемой информации;
- Сравнительно более быстрое получение необходимой информации;
- Простота организации;
- Более низкая стоимость (или бесплатно).

#### ⊘ Недостатки

- Вторичность информации;
- Различные данные в источниках;
- Методология, по которой собраны данные, может не соответствовать поставленным задачам;
- Данные могут быть устаревшими.

### ПОЛЕВОЙ МЕТОД

метод сбора и оценки первичной информации с рынка (фокус группа, интервью, опрос, аудит и т.д.)

#### ✓ Преимущества

- Точность и достоверность информации;
- Возможность корректировки процедуры исследования в процессе исследования.

#### ⊘ Недостатки

- Сложность организации;
- Большие временные затраты;
- Высокая стоимость привлекаемых экспертов.



# Важным условием при исследовании рынков сбыта продукции АПК является проведение комплексного анализа различных показателей



## КАРТА ДЕЙСТВИЙ ЭКСПОРТЕРА



# Полезные источники информации для проведения кабинетных исследований

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ	НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОРГАНЫ	КОНСАЛТИНГОВЫЕ АГЕНТСТВА	РЕСУРСЫ СТАТИСТИКИ ПО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ	ОТРАСЛЕВЫЕ АССОЦИАЦИИ И СОЮЗЫ
<ul style="list-style-type: none"> <li>1. FAO (FAOSTAT)</li> <li>2. World Bank</li> <li>3. WTO</li> <li>4. International Monetary Fund</li> <li>5. UNCTAD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации</li> <li>2. Министерство сельского хозяйства США (англ. USDA)</li> <li>3. Министерство экономики и статистики Индии</li> <li>4. Главное управление статистики Королевства Саудовская Аравия (англ. GASTAT KSA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Euromonitor International — ведущий независимый поставщик готовых маркетинговых исследований</li> <li>2. NielsenIQ — крупнейшая независимая фирма, проводящая маркетинговые измерения в индустрии товаров повседневного спроса, медиаизмерения и исследования потребителей</li> <li>3. EMIS — агрегатор различных отчетов (макроэкономика, отрасли), а также база зарубежных компаний</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. ITC Trade Map</li> <li>2. UN Comtrade Database</li> <li>3. Import Genius</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Национальный союз производителей молока</li> <li>2. Международного птицеводческого совета (IPC)</li> <li>3. Ассоциация торговых сетей Малайзии</li> </ul>



# Международный опыт



**USDA's Foreign Agricultural Service -**  
зарубежная сельскохозяйственная служба  
Министерства сельского хозяйства США



**Meat & Livestock Australia -** независимая  
компания, которая регулирует стандарты  
управления мясом и животноводством на  
австралийском и международном рынках



**APEX BRAZIL -** единая экспортная организация

- Справочно-аналитические, информационные и страновые материалы
- Статистика по ВЭД
- Модели и прогнозы
- Динамика изменений конъюнктуры в странах-импортерах
- Мониторинг и анализ рыночных трендов, технологий производства, новых продуктовых предложений



# Система знаний и компетенций в области ВЭД

## Экспортные гиды

Справочники, разработанные в формате «продукт-страна» для наиболее перспективных рынков и продуктовых групп, содержащие всю необходимую информацию для начала или развития экспорта российского продовольствия



## Отраслевые обзоры

Обзор содержит актуальную и постоянно обновляемую информацию о мировой конъюнктуре цен, динамике и прогнозах экспортных потоков, а также основные фундаментальные показатели рынка



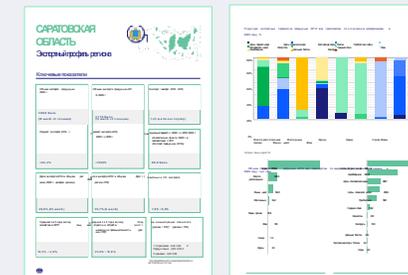
## Концепции продвижения

Стратегический документ, определяющий наиболее перспективную модель развития экспорта отдельных продуктовых групп на приоритетные рынки. Включает в себя маркетинговую и коммуникационную стратегию



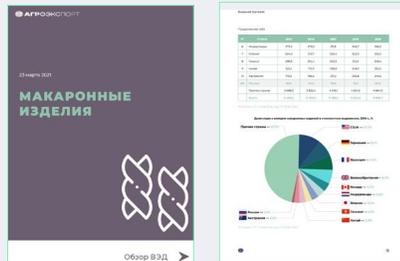
## Региональные обзоры

Оценка экспортного потенциала регионов России



## Обзоры ВЭД

Источник аналитических данных о зарубежных рынках аграрной продукции



## Индивидуальные консалтинговые услуги

Аналитические проекты по индивидуальным запросам



# ГК «Благо» – один из лидеров масложировой отрасли России

## Входит в перечень системообразующих организаций



**ГОД ОСНОВАНИЯ**

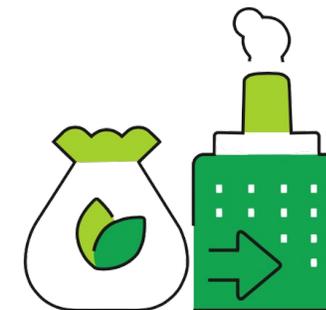
### ТРИ КУЛЬТУРЫ

Соя Подсолнечник Рапс



### ОБЪЕМ ПЕРЕРАБОТКИ

Мощности позволяют перерабатывать **1400 ТЫС. ТОНН** масличных в год, что равняется **430 ТЫС. ТОНН** бутилированного масла или **570 ТЫС. ТОНН** масла наливом



Коллектив  
**2500**  
человек



Отгружено  
**175 ТЫС. ТОНН**  
бутилированного  
масла

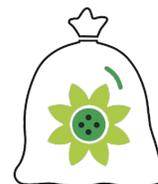
Годовой оборот  
**млрд руб.**

2021	46,7
2020	31,2
2019	23,3
2018	20,5
2017	11,7

**2021**

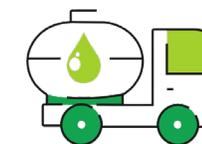


Продукция представлена  
**ВО ВСЕХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ** и более чем **90**  
**КРУПНЕЙШИХ**  
локальных сетях России



Отгружено  
**441 ТЫС. ТОНН**  
шрота

Экспорт продукции в



**29 стран**



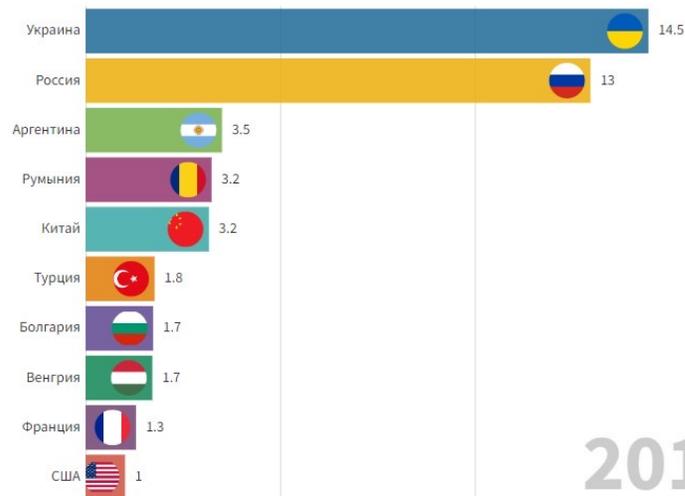
# Экспортный потенциал

Мировое потребление vs импорт, млн т



Подсолнечник и подсолнечное масло – больше всего ориентированы на экспорт

ТОП 10 стран-производителей подсолнечника 2009-2019 гг., млн т



2018

Производство подсолнечника сосредоточено в России и на Украине



**Подсолнечник не поддается генной модификации**

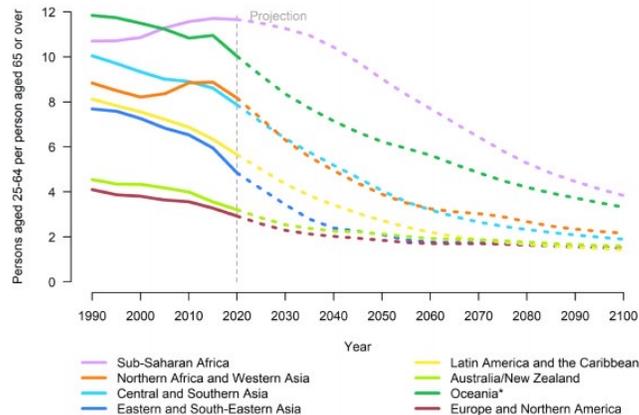
# Анализ внутри макрорегиона – на примере Африки

## Самый населённый регион к 2050 г.

Table 1. Population of the world, SDG regions and selected groups of countries, 2019, 2030, 2050 and 2100, according to the medium-variant projection

Region	Population (millions)			
	2019	2030	2050	2100
World	7 713	8 548	9 735	10 875
Sub-Saharan Africa	1 066	1 400	2 118	3 775
Northern Africa and Western Asia	517	609	754	924
Central and Southern Asia	1 991	2 227	2 496	2 334
Eastern and South-Eastern Asia	2 335	2 427	2 411	1 967
Latin America and the Caribbean	648	706	762	680
Australia/New Zealand	30	33	38	49
Oceania*	12	15	19	26
Europe and Northern America	1 114	1 132	1 136	1 120

В Африке – самое молодое население, которое будет оставаться экономически активным максимально длительный срок



- Растущий средний класс
- Рост индивидуального потребления
- Крайне слабая оснащённость капиталом (железо), высочайшая потребность в инвестициях
- Основа торговли сейчас – биржевые товары, возможность создавать добавочную стоимость
- Рабочая сила – низкая квалификация, низкая стоимость
- Возможность интеграции Африки в глобальную производственную цепочку



# Выбор страны присутствия внутри макрорегиона



Рейтинг стран восточного побережья:

<b>Африка</b>	ВВП, млрд \$	Население, млн	ВВП, \$ per capita
<b>Судан</b>	<b>178</b>	<b>40</b>	<b>4450</b>
Эритрея	10	6,5	1538
<b>Эфиопия</b>	<b>241</b>	<b>99</b>	<b>2434</b>
Джибути	4	0,9	4444
Сомали	20	12	1667
<b>Кения</b>	<b>191</b>	<b>46</b>	<b>4152</b>
<b>Танзания</b>	<b>186</b>	<b>51</b>	<b>3647</b>
Мозамбик	39	28	1393
Мадагаскар	43	22	1955
ЮАР	813	55	14782

# Танзания – потребление растительных масел

## Собственное производство подсолнечника:

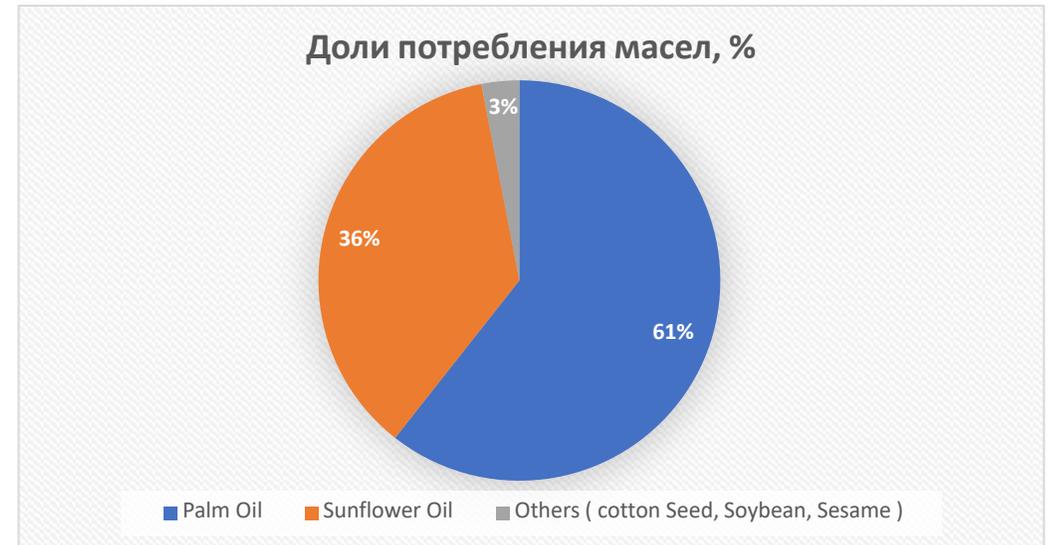
1млн т в год

(2 место в Африке, 11 место в мире)

## Внутреннее производство подсолнечного масла:

170 тыс т в год

- подсолнечник выращивают небольшие хозяйства с низкой агротехникой (Средний размер фермерского хозяйства – 1,6 га, урожайность – 15 ц/га)
- переработка на небольших, малоэффективных заводах (26 заводов в стране)
- низкий выход (~30%)
- перетоки семечки в другие страны (Кения)



# Танзания – крупные производители в регионе



## Mount Meru Millers

- многопрофильная группа компаний (газ, нефть, логистика)
- 4 завода в Танзании
- мощность переработки 1200 т в сутки/360 тыс. т в год
- недозагруженные мощности?

## METL Group

- многопрофильная группа компаний (текстиль, напитки, энергетика)
- 1 завод в Танзании
- мощность переработки 600 т в сутки/180 тыс. т в год

## Sunshine Co Ltd

- совместное предприятие с китайским капиталом
- 1 завод
- мощность переработки – 300 в сутки/90 тыс. т в год

## Murzah Oil Mills

- 1 завод
- мощность переработки – 300 в сутки/90 тыс. т в год



# Выводы по региону

## Высокий потенциал региона:

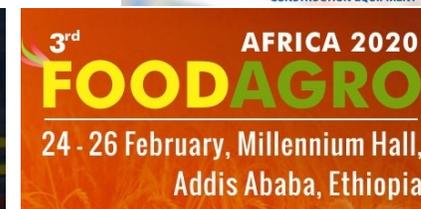
- растущая демография
- низкая база потребления
- низкий уровень развития технологий и конкурентной среды
- возможность развития местной сырьевой базы

## Ключевые барьеры:

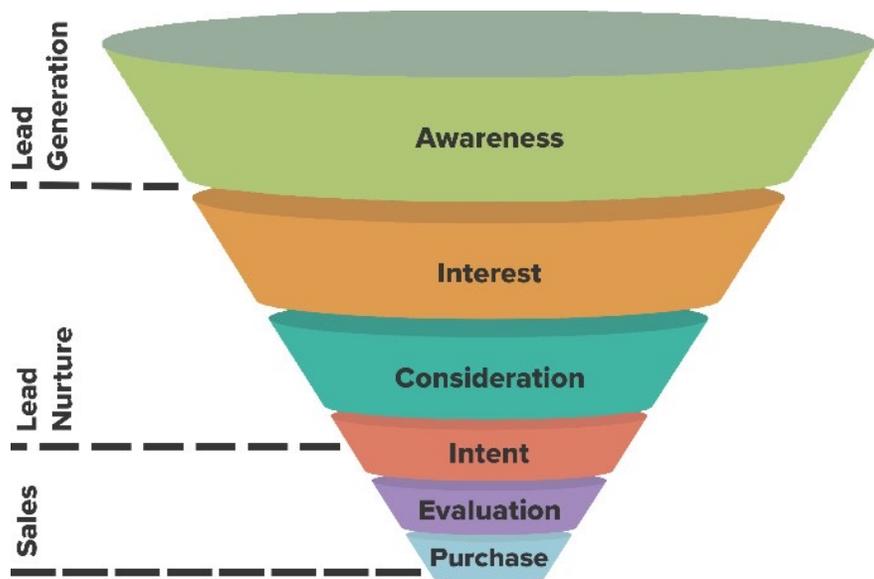
- необходимость выйти на ценовой паритет с пальмовым маслом
- высокая потребность в инвестициях (как в с/х, так и в заводы)
- высокорисковые рынки

## Пути для развития:

- поиск логистического решения для импорта и переработки налива по цене близкой к пальмовому маслу
- разработка моделей развития производства на собственной базе



# Бренды в растительном масле



## Добавленная ценность

- уверенность в качестве
- безопасность
- *удобство упаковки*

## Построение известности

- 1<sup>st</sup> mover advantage
- дешевые каналы коммуникации
- присутствие на полке новая категория
- новый канал сбыта

## Защита позиции

- отсутствие местных конкурентов
- лидерство по издержкам
- сила ритейла

# Дистрибьюторы как проводники на местный рынок



## ТПЦ

- Диверсификация ТПЦ между ключевыми дистрибьюторами
- Лояльность через эксклюзив
- Низкая цена на ТПЦ при условии выборки объема по бренду



## СТМ

- Доказательство качества и уровня сервиса через СТМ
- Лояльность через контрактные обязательства по СТМ
- Место в матрице сети



# Контакты



+7 (495) 280-74-49



[info@aemcx.ru](mailto:info@aemcx.ru)

# Социальные медиа



[aemcx.ru](http://aemcx.ru)



[t.me/mcxae](https://t.me/mcxae)



[vk.com/aemcx](https://vk.com/aemcx)



[zen.yandex.ru/aemcx](https://zen.yandex.ru/aemcx)



[rutube.ru/channel/24261638](https://rutube.ru/channel/24261638)

