

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОПТИМИЗАЦИИ ТОВАРНО – СЫРЬЕВЫХ РЫНКОВ ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

И.В. Ковалева, д-р экон. наук, профессор
Алтайский государственный аграрный университет
(Россия, г. Барнаул)

DOI: 10.24411/2500-1000-2019-10659

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы оптимизации размещения сырьевых зон продукции сельского хозяйства с использованием технологии маркетинга, представляющего собой прием сегментации объекта исследования по критериальным признакам. Применение маркетинговых методов позволяет наглядно представить локализацию основных сырьевых сельскохозяйственных зон Алтайского края.

Ключевые слова: рынок, продукция, сельское хозяйство, технологии, маркетинг.

Сельское хозяйство и отрасли АПК, несмотря на незначительную положительную динамику валового производства, продолжают испытывать ряд трудностей в части дистрибьюции продукции, определения перспективных сырьевых рынков, определения целевых сегментов и др. Решение ряда вопросов возможно с применением маркетинговых технологий, а именно мэпинга в части определения оптимальных товарно-сырьевых рынков.

Проблему оптимального зонального размещения сырьевых рынков сельскохозяйственной продукции возможно решить с использованием технологий маркетинга, которая заключается в определении территориального размещения сырьевых ресур-

сов и перерабатывающих мощностей с выделением развития приоритетных стратегических специализированных сегментов (районов) по производству продукции и коммерческой деятельности организаций в соответствии с ресурсными возможностями территориальных сельскохозяйственных зон [1].

Рынок, локализованный на определенной территории, определяется не только покупательной способностью потребителей, но уровнем концентрации продавцов и покупателей; поставщиками и посредниками, концентрацией ресурсов и логистикой, а также и др. участниками рыночных отношений (рис. 1).

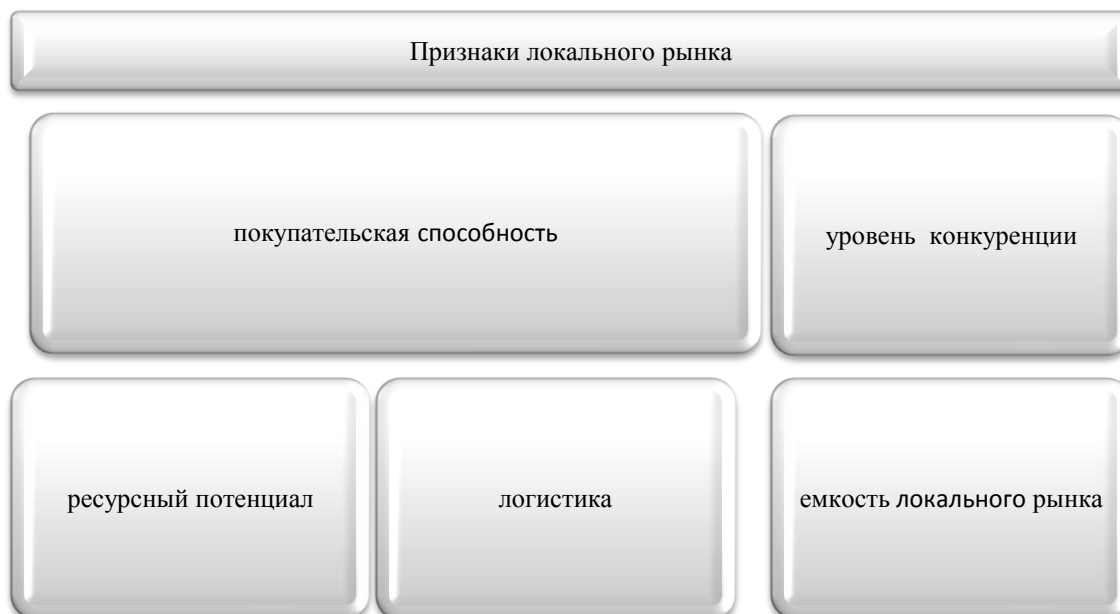


Рис. 1. Признаки локального рынка

Методика мэпинга рассматривается как сегментационное зонирование ограниченной территории при помощи картирования с обозначением территориально расположенных сегментов по определенным критериальным признакам. При этом определяются оптимальные товарно-сырьевые потоки и их территориальное зонирование и определяются оптимальными каналами распределения продукции [4].

Природно-климатические условия и земельно-ресурсный потенциал региона по-

зволяет эффективно развивать экономику аграрного сектора.

Применение маркетинговых технологий в части сегментирования позволяет наглядно представить локализацию основных сырьевых зон Алтайского края: сырьевые ресурсы располагаются в большей части в Кулундинской, Приобской зонах, переработка сырья в Приалейской, Приобской, Бийско-Чумышской зонах (рис. 2) [5].

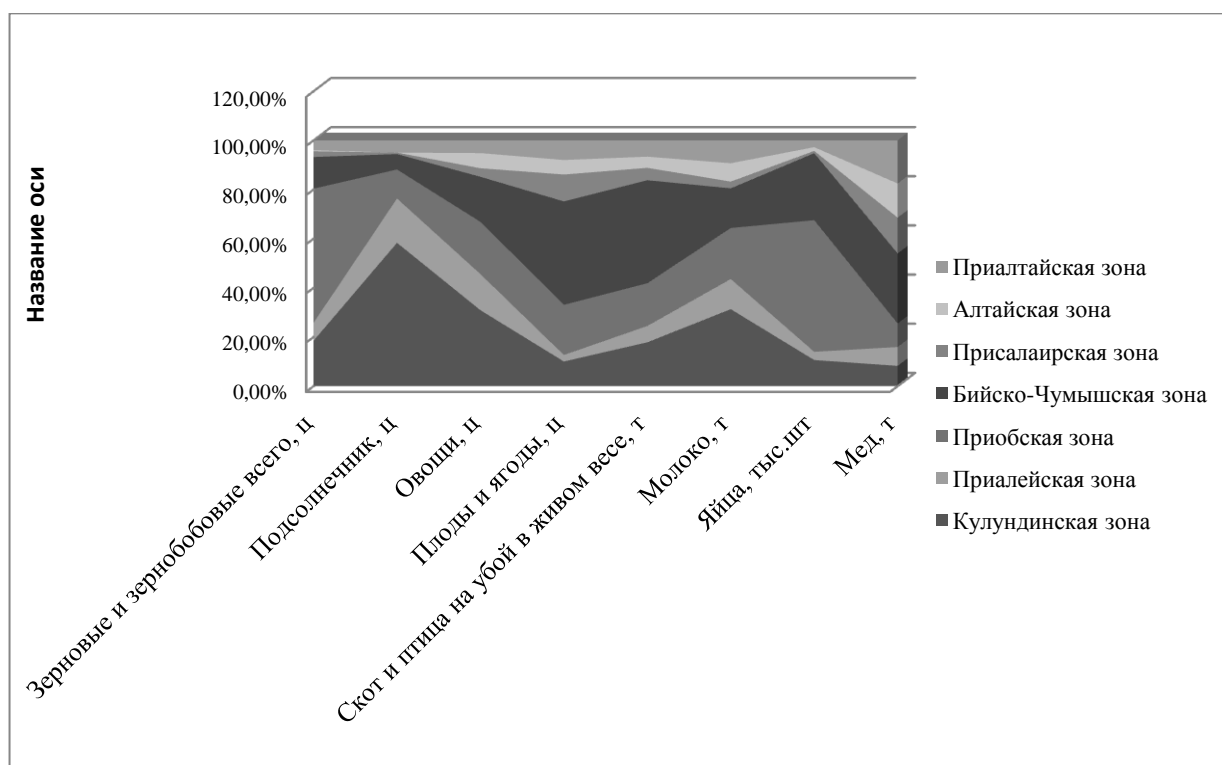


Рис. 2. Производство основных групп продовольственного сырья в природно-экономических зонах Алтайского края, 2014-2017 гг.

Традиционные рынки сбыта сельскохозяйственной продукции в Бийско-Чумышской, Кулундинской и Приалей-

ской зонах объясняется сосредоточением основной доли потребителей продовольствия (более 75%).(рис. 3) [6].

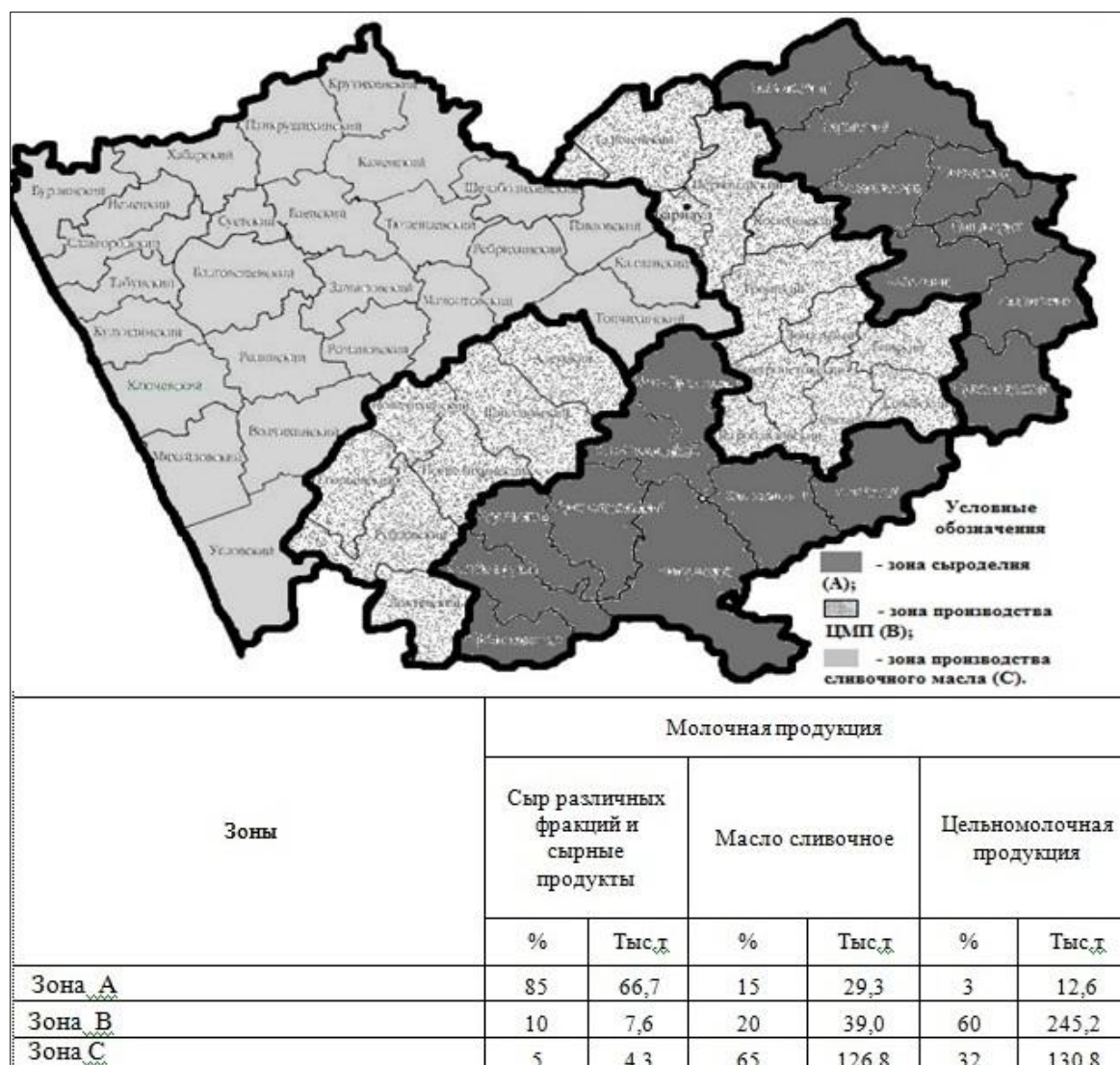


Рис. 3. Сегментация товарно-сырьевых рынков молока Алтайского края [6, 7]

Например, сегментация локальных отраслевых рынков по методу позволяет сделать вывод об уровне и направлениях сырьевых потоков молока и локализации перерабатывающих мощностей и разработке рекомендаций по оптимизации и рационализации функционирования локального молочного рынка Алтайского края: строительство логистических комплексов в части складских хранилищ сыра различных фракций, масла сливочного, сухого

молока и др. молочных продуктов, предназначенных для транзитной отправки.

Таким образом, развитие товарно-сырьевых рынков целесообразно осуществлять с использованием технологии маркетинга для сегментов рынка и перерабатывающих зон, рынков сбыта на основе экономико-географического зонирования региона [1].

Библиографический список

1. Ковалев А.А. Функционирование молочной отрасли в регионе в условиях развития локального рынка // Экономика и предпринимательство. – 2016. – №10 (ч. 2). – С. 773-778.
2. Ковалев А.А. Развитие молокоперерабатывающей промышленности в условиях территориальной локализации молочного рынка Алтайского края // Сибирская финансовая школа. – 2016. – №6 (119). – С. 25-28.

3. Ковалев А.А. Развитие молокоперерабатывающей промышленности в условиях территориальной локализации молочного рынка Алтайского края // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2017. – №1 (147). – С. 179-185.

4. Ковалев А.А. Сегментация локального рынка молочной продукции как инструмента маркетинговых исследований // Аграрная наука – сельскому хозяйству: сб. статей XI Международной научно-практической конференции (4-5 февраля 2016г.). – Барнаул: РИО АГАУ, 2016. – Кн. 1.– С. 228-229.

5. Ковалева И.В., Ковалев А.А. Фарков А.Г. Развитие молочной промышленности в условиях территориально-производственной локализации // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. – 2017. – №1 (5). – С. 13-19.

6. Ковалева И.В., Ковалев А.А., Глотко А.В. Локализация молочного скотоводства: методический аспект // Вестник АГАУ. – 2017. – № 4. – С. 171-177.

MARKETING TECHNOLOGY OF OPTIMIZATION COMMODITY MARKETS OF AGRICULTURAL

I.V. Kovaleva, *doctor of economics sciences, professor*
Altai state agrarian university
(Russia, Barnaul)

***Abstract.** Discusses how to optimize the properties of raw agricultural zones using marketing technology, represents the reception of segmentation object of study by criterion on the grounds. The application of marketing techniques allows you to visualize the localization of basic raw agricultural areas of Altai region.*

***Keywords:** market, products, agriculture, technology, and marketing.*