

УДК 631.8

Шатунова Л.Г.
Уральский институт управления – филиал РАНХиГС
студентка 3 курса заочного отделения факультета
экономики и менеджмента

Shatunova L. G.
Ural Institute of management - branch of Ranepa
3rd year student of the correspondence
Department of the faculty of Economics
and management

Полбицына Л.Г.
Уральский институт управления – филиал РАНХиГС
к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ НОВОГО СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО УДОБРЕНИЯ НА РЫНКЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Problems of promoting a new agricultural fertilizer on the market Sverdlovsk region

Аннотация: статья посвящена проблемам продвижения нового сельскохозяйственного удобрения на рынке Свердловской области, в статье определены основные проблемы и пути их решения.

Abstract: the article is devoted to the problems of promoting a new agricultural fertilizer on the market of the Sverdlovsk region. the article identifies the main problems and ways to solve them.

Ключевые слова: минеральные удобрения, продвижение, риски, сельхозпроизводители, стратегия продвижения.

Keywords: mineral fertilizers, promotion, risks, agricultural producers, promotion strategy.

В развитых странах мира в настоящее время использование минеральных удобрений в сельском хозяйстве достигло очень больших масштабов. Применение большого количества минеральных удобрений привело к многократному росту продуктивности сельскохозяйственных культур, что значительно увеличило их урожайность.

Россия же по производству минеральных удобрений входит в топ-5, а по объему их внесения в почву кратно отстает от развитых стран. Нарастивать потребление не позволяет не столько ограниченная доходность сельхозпроизводителей, сколько зачастую нехватка знаний и технологий [1].

Кроме того, широкое применение минеральных удобрений оказывает огромное влияние на окружающую среду. Несбалансированное внесение большого количества удобрений приводит к ухудшению качества выращенной продукции, что, конечно, сказывается на здоровье людей, поэтому сельхозпроизводителям важно получать урожай экологически чистым, но без внесения удобрений в почву получить высокие урожаи невозможно.

С целью повышения урожайности и выращивания экологически чистого продукта российскими учеными был разработан препарат на основе биологически активного кремния, который не имеет аналогов как на российском, так и на мировом рынках, и представляет собой применение прорывных инновационных нано технологий в сельском хозяйстве.

«НаноКремний» – единственное в мире удобрение, содержащее элементарный кремний в биологически активной форме. Инновационный подход при его разработке и производстве, а также эффект от его применения высоко оценены специалистами в области сельского хозяйства как в России, так и в других странах мира, где уже началось активное применение препарата.

Продвижение данного удобрения на рынок минеральных удобрений на территории Свердловской области позволит сельхозпроизводителям при его использовании: снизить себестоимость производимой сельскохозяйственной

продукции, увеличить урожайность более чем на 10%, улучшить качество и класс продукции, а также значительно продлить срок хранения и улучшить вкусовые качества и внешний вид овощей, фруктов и ягод, тем самым будет способствовать повышению конкурентоспособности производимой продукции и увеличению объемов продаж[2].

Вывод нового товара на рынок, даже если компания и бренд уже известны рынку и имеют круг постоянных клиентов, задача непростая.

Подготовка к размещению на рынке нового продукта и система мер по продвижению нового продукта включает: необходимость проведения маркетингового исследования по новому продукту, определение его места в ряду уже имеющихся товаров аналогичного назначения; предварительное или пробное размещение на рынке продукта – зондаж рынка; рекламу нового продукта (в интернете, на сайте, в издательствах); обеспечение готовности поставлять продукт на любых наиболее для покупателей удобных и доступных по цене (наиболее конкурентных) условиях поставки, оплаты, порядка прохождения платежей и т.п.; закрепление продукта на рынке путем формирования постоянной клиентуры при максимизации вторичных продаж или обеспечения воспроизводимых конкурентных преимуществ при максимизации первичных продаж. То есть необходимо создание стратегии продвижения товара.

Вместе с тем любая коммерческая деятельность на рынке непосредственно связана с риском. Суть риска при продвижении нового товара заключается в возможности понести определенные потери или не достичь намеченных целей.

Управление рисками – это непрерывный процесс, который необходимо вести в течение всего периода продвижения нового товара на рынок.

При выведении на рынок нового продукта предприятию неизбежно приходится сталкиваться с различными непредвиденными проблемами (рисками), которые необходимо проанализировать. Наиболее значимыми рисками в нашем случае являются: экономический риск, политико-правовой

риск, социально-демографический риск, потребительские риски, конкурентные риски, торгово-сбытовые риски, контактные риски, риск на этапе анализа рынка и разработки стратегии маркетинга.

По итогам первого этапа реализации стратегии нового сельскохозяйственного удобрения были выявлены следующие проблемы.

В 2020 году в связи с распространением коронавирусной инфекции COVID-19 нормативно-правовыми актами в регионах были введены ограничительные меры с целью профилактики нераспространения коронавирусной инфекции. Пик введенных государством ограничительных мер как раз пришелся на весну – пик спроса на удобрения. Согласно рекомендациям Роспотребнадзора проведение всех массовых мероприятий было отменено. В связи с этим использование выставок в качестве инструмента для установления первичного контакта с потребителями, ознакомления их с продукцией пришлось исключить из стратегии продвижения нового продукта. Кроме того, запрет на въезд иностранцев и сложности с перемещениями по России привели к дефициту рабочей силы для сельскохозяйственных работ, что, в свою очередь, привело к снижению спроса на минеральные удобрения у сельхозпроизводителей, так как некому было работать и обрабатывать земельные угодья.

Кроме того, так сложилось исторически, что российский рынок ориентирован на потребление селитры. Российские сельхозпроизводители привыкли вносить в качестве основного удобрения селитру, использование новых уникальных безопасных удобрений, не проверенных годами, их настораживает. Усилило проблему полное отсутствие информации у сельхозпроизводителей о минеральных удобрениях и опыта их использования, отсутствие опыта обработки семян, послепосевной обработки, что уж говорить о прорывных (кремниевых) удобрениях.

На сегодняшний день на предприятиях АПК ощущается острейший кадровый голод: специалистов в сфере применения удобрений и химикатов днем с огнем не сыскать. Профильные вузы после объединения сделали

акцент на подготовку экологов и более универсальных специалистов, а такие востребованные профессии как агроном, агрохимик, почвовед постепенно отошли на второй план. Вместе с ними ушло и осознание важности повышения плодородия почв и особая культура земледелия.

Однако следует отметить, что ограничительные меры в условиях сложной эпидемиологической ситуации поменяли традиционные подходы к продвижению товара. Большое развитие получил бесконтактный (дистанционный) уровень продвижения: онлайн-презентации, онлайн-продажи, онлайн-курсы обучения.

Как видим на примере внедрения нового удобрения в сельском хозяйстве, в настоящее время существует ряд проблем, которые мешают его продвижению и внедрению на российском рынке, в частности, на территории Свердловской области.

С учетом современных реалий времени для продвижения нового продукта необходимо развивать стратегию онлайн-продвижения, способствующую повышению знаний у сельхозпроизводителей и расширению рынка сбыта. Между тем также немаловажным фактором в развитии сельского хозяйства остается поддержка со стороны государства.

Применение и дальнейшее развитие современных минеральных удобрений позволит не только получать высокую урожайность при минимальных затратах, но и обеспечит экологическую безопасность окружающего мира.

Список литературы:

1. www.compustat.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.compustat.com>. – Дата доступа: 20.11.2020
2. www.nano-si.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.compustat.com>. – Дата доступа: 20.11.2020