

ВНЕШНИЙ РЫНОК РЫБНЫХ ТОВАРОВ РОССИИ И СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

Академик Международной академии информатизации И.М. Чичельницкий – ВНИЭРХ
Ю.И. Чичельницкий – ЗАО «Векта-М»

Внешняя торговля рыбными товарами занимает значительное место по объемам товарооборота, не уступая внутреннему рынку России. Среднегодовые внешнеторговые обороты (экспорт + импорт) рыбных товаров за последние три года (1997–1999) снизились на 0,5 млн т и составили 1,6 млн т на сумму около 1,5 млрд долл. США. Среднегодовой экспорт превышает импорт приблизительно на 0,5 млн т, а по стоимости – на 1 млрд долл. США.

За 1997–1999 гг. натуральные показатели по экспорту снизились на 21,3 %, а по стоимости – на 11,3 % (табл. 1). Темпы снижения импорта были более высокими и уменьшились в натуральном выражении в 1,4 раза, а в денежном – в 2,3 раза. Определяющую роль в формировании динамики импорта рыбных товаров сыграли уровни складывающихся цен на экспортные и импортные морепродукты. При этом цены на экспортную продукцию повысились на 12,1 %, а на импортную снизились на 39,7 %.

В 1999 г. Россия экспортировала рыбные товары в 46 стран мира, в том числе: в 22 страны Европы; в семь стран Азии; в девять стран Америки; в одну страну Африки; в шесть стран СНГ. Распределение экспорта рыбных товаров на внешнем рынке за 1997–1999 гг. приведено в табл. 2.

На долю стран дальнего зарубежья приходится до 98 % экспорта в натуральном выражении и 99,6 % в денежном, а стран СНГ – соответственно только 2,0 и 0,4 %. Страны Европы, Азии и Америки импортируют из России 97,3 % всех рыбных товаров. Нельзя не отметить, что значительная часть экспорта рыбных товаров реализуется за пределами таможенной границы, стоимость их в 1999 г. составила 1018 млн долл. США, или 83,3 % общего объема экспорта.

Импорт рыбных товаров в Россию составляет около половины экспорта в натуральном выражении. Наибольший удельный вес в импорте занимают *охлажденная и мороженая рыба*, включая филе, количество которой в 1999 г. составило 298 тыс. т, или 69,6 %. Основные поставщики охлажденной и мороженой рыбы – Норвегия (116 тыс. т), Великобритания (23 тыс. т), Эстония (23 тыс. т), США (18 тыс. т).

Таблица 1

Продукция	Год	Экспорт		Импорт	
		тыс. т (%)	млн долл. (%)	тыс. т (%)	млн. долл. (%)
Рыба охлажденная, мороженая	1997	1054 (88,8)	917,3 (67,1)	500,8 (65,0)	274,6 (67,5)
	1998	873,9 (89,5)	904,8 (77,2)	352,2 (63,8)	164,2 (60,8)
	1999	839,9 (88,7)	959,8 (79,0)	298,2 (54,6)	107,9 (62,1)
Рыба копченая, соленая, сушено-вяленая	1997	70,0 (5,9)	46,2 (3,4)	23,1 (3,0)	16,9 (4,1)
	1998	47,6 (4,9)	36,0 (3,1)	12,0 (2,2)	9,1 (3,4)
	1999	54,9 (5,8)	42,0 (3,5)	7,8 (0,4)	4,2 (2,4)
Ракообразные и моллюски	1997	47,4 (4,0)	335,8 (24,5)	12,0 (1,6)	14,6 (3,6)
	1998	41,3 (4,2)	190,4 (16,3)	9,6 (1,7)	10,7 (4,4)
	1999	46,5 (4,9)	196,8 (16,2)	6,5 (1,2)	4,1 (2,3)
Консервы рыбные и икра	1997	5,2 (0,4)	32,7 (2,4)	80,9 (23,5)	93,7 (23,0)
	1998	6,0(0,61)	24,7 (2,1)	172,0 (31,2)	81,0 (30,0)
	1999	0,6 (-)	4,1 (0,3)	115,2 (21,1)	38,1 (21,9)
Консервы из ракообразных и моллюсков	1997	2,0 (0,2)	21,0 (1,5)	-	0,2 (0,5)
	1998	1,6 (0,2)	12,4 (1,1)	0,4 (0,1)	0,3 (0,1)
	1999	1,4 (0,2)	11,4 (0,9)	0,4 (0,1)	0,4 (0,1)
Нелицевая	1997	8,1 (0,7)	4,7 (0,9)	53,5 (6,9)	5,7 (1,4)
	1998	6,0 (0,6)	3,2 (0,2)	5,8 (1,1)	4,7 (1,7)
	1999	3,6 (0,4)	0,7 (0,1)	117,2 (21,6)	18,6 (10,2)
Всего	1997	1186,9 (100)	1357,7 (100)	770,2 (100)	405,7 (100)
	1998	976,5 (100)	1171,5 (100)	552,0 (100)	270,0 (100)
	1999	946,6 (100)	1214,8 (100)	546,2 (100)	173,6 (100)

Импорт рыбных консервов составил 115 тыс. т (328 муб), стоимость – 38 млн долл. США, или 21,9 %. Основные экспортеры консервов в Россию – Латвия, Литва, Эстония – 88 тыс. т, или 76,5 %, страны СНГ – 7,5 тыс. т, или 6,4 %.

В ассортименте импортируемых консервов преобладают шпроты, сардины, балтийская килька (65,9 %). Поставки импортных рыбных товаров значительно влияют на насыщение внутреннего рынка, доля их в объеме потребления рыбных продуктов составляет 19–33 % (табл. 3).

Из данных, приведенных в табл. 3, видно, что доля импорта в 1998–1999 гг. снизилась по сравнению с 1996–1997 гг. в среднем на 12,1–13,8 пункта. Анализ состояния внутреннего и внешнего рынков рыбных товаров показал, что самостоятельный выход на рынок большого числа производителей рыбной продукции и их посредников нанес значительный ущерб потребителям и государству из-за сниже-

Таблица 2

Континенты, страны	Российский экспорт рыбных товаров в 1999 г.	
	тыс. т (%)	млн долл. (%)
Европа	312 (33)	434,1 (35,7)
Азия	351 (37,1)	379,5 (31,2)
Африка	1 (0,1)	3,3 (0,3)
Америка	256 (27,1)	388,5 (32)
Австралия, Океания	7 (0,7)	4,1 (0,3)
Итого страны дальнего зарубежья	927 (98)	1209,6 (99,5)
СНГ	19 (2)	5,3 (0,4)
Всего	946 (100)	1214,8 (100)

ния качества рыбных товаров, ухода от налогов. Существенные различия условий реализации на внешних и внутренних рынках привели к экспортной направленности работы отрасли в ущерб внутреннему рынку. В связи с этим целесообразно государственное регулирование процессов продвижения товаров на рынки сбыта, приближение условий реализации рыбных то-

Таблица 3

Показатель	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.
Производство пищевой продукции, включая консервы, тыс. т	2630	2654	3014	2783
Импорт, тыс. т	529	716	546	429
Экспорт, тыс. т	566	1179	970	943
Объем потребления, тыс. т	1593	2119	2590	2269
Доля импорта в объеме потребления, %	33,2	32,7	21,1	18,9

варов на внутренних рынках к условиям реализации их на внешних рынках.

При сокращении российских уловов гидробионтов роль импорта возрастает. Позитивная сторона импорта заключается не только в повышении насыщенности внутреннего рынка рыбных товаров, но и в появлении конкуренции на Российском рынке зарубежных и отечественных товаропроизводителей, способствующей производству конкурентоспособной продукции (рыбные, крабовые палочки, товары в мелкой красочной фасовке в вакуумной упаковке и др.). Вместе с тем следует отметить и негативные последствия импорта. Открытость внутреннего рынка России привела к потере значительной части рынка консервов, объем которых снизился в 10 раз (с 3 млрд усл. банок в 1990 г. до 0,3 млрд усл. банок в 1999 г.). При этом ввоз импортных консервов в 1999 г. составил 328 муб при общем объеме произведенных российскими товаропроизводителями консервов 347 муб. В результате консервные предприятия потеряли более 50 тыс. рабочих мест.

Несогласованность действий предприятий-экспортеров и предпринимателей-импортеров приводит к тому, что одноименные виды рыбных товаров ввозятся одновременно, создавая неоправданные колебания предложения и спроса на внутреннем рынке страны. Дезорганизация рынка приводит к крупным финансовым потерям.

Для покрытия потребностей внутреннего рынка России необходимо импортировать только те виды рыбных товаров, которыми промышленность в настоящее время не может полностью обеспечить рынок. Это товары умеренной стоимости (из сельдевых, скумбриевых и других объектов промысла), завозимые из Норвегии, Великобритании, Исландии, Германии, Эстонии, Латвии, Украины и других стран, импорт которых в 1999 г. составил 197 тыс. т при экспорте 37 тыс. т. К тому же транспортные издержки при перевозке импортируемых товаров из стран Европы ниже в 2–3 раза, чем завозимых с Дальнего Востока. Несмотря на экономическую выгоду импорта, следует предусмотреть ряд мер (увеличение пошлин, нетарифные меры и др.) по защите российских производителей.

Исследование проблем формирования рынка рыбных товаров подчинено основной задаче — разработке стратегии развития рыбного хозяйства и формированию соответствующей государственной политики в этой области. Практика мирового рынка доказала действенность использования трех видов базовых стратегий: экспортной, создания совместных предприятий, прямых инвестиций.

Экспортная стратегия предполагает наличие у экспортеров собственной сбытовой сети за рубежом либо использование услуг посредников. Экспорт рыбных

товаров на зарубежный рынок — один из наиболее распространенных способов в международном маркетинге. Его очевидная привлекательность с точки зрения многих фирм (особенно не очень крупных) заключается в минимальных издержках по завоеванию рынка, так как в данном случае требуется лишь создание сбытовой сети за рубежом (а иногда лишь открытие представительств). Зачастую компании организуют сбыт за рубежом через специализированные фирмы страны-импортера, которые обеспечивают сбыт товаров, рекламу, юридическое оформление операций, сопутствующие услуги и пр. Так, компании широко используют услуги местных дилеров для сбыта рыбных товаров в разные страны.

Российские предприниматели реализуют рыбные товары за рубежом в основном через посреднические структуры, поскольку собственной сбытовой сетью наши фирмы не располагают. Это приводит к потере контроля за сбытом.

Создание совместных предприятий (СП) предполагает наличие различных вариантов совместного сотрудничества фирмы с зарубежными партнерами на территориях зарубежных стран. Важнейшее преимущество СП — сочетание более благоприятных условий торговли, чем при экспорте, с более низкими затратами по налаживанию производства за рубежом, чем при прямом инвестировании.

Организация смешанных компаний с участием капитала местных фирм — одна из наиболее популярных в настоящее время форм реализации стратегии маркетинга, особенно в развивающихся странах. В ряде стран Латинской Америки и других регионах требования участия местного капитала, причем с долей более 50 %, являются обязательными. Поскольку многие из этих стран представляют очень крупный рынок для ряда рыбных товаров, организация смешанных фирм является основной формой стратегии маркетинга на рынках развитых стран, которая позволяет обойти импортные ограничения.

Смешанные компании могут организовываться не только с целью производства, но и с целью самостоятельного сбыта рыбных товаров. Выход на новый рынок в ряде случаев может быть осуществлен фирмой при условии создания компании по сбыту в стране-экспортере с участием местного капитала. Такая политика обеспечивает экспортеру готовую сбытовую сеть, позволяет использовать опыт партнера по проведению маркетинговых мероприятий на новом рынке.

К разновидностям СП относят: **лицензионное соглашение**, по которому зарубежный партнер получает право на использование торговой марки экспортера, а также возможность продавать продукцию с этой маркой на зарубежном рынке; **контрактное производство**, при котором экспортер заключает конт-

ракт с зарубежным производителем по налаживанию производства и продажи товаров экспортера; **прямые инвестиции** — полный контроль фирмы над зарубежными операциями, связанными с собственным зарубежным производством.

По нашему мнению, организация собственного производства рыбных товаров за рубежом как естественной альтернативы экспорта является, пожалуй, не менее широко применимой формой, использующейся в рамках различных стратегий маркетинга. При проведении некоторых типов стратегии создание собственного производства (через прямые или портфельные инвестиции) считается особо оправданным, может оказаться решающим фактором коммерческого успеха. Организация производства непосредственно на месте приносит успехи и стратегии дифференциации сбыта, благодаря ей удается лучше приспособиться к специфическим запросам потребителей рынка.

К сожалению, на территориях зарубежных государств СП рыбной отрасли пока единицы. В то же время в России насчитывается около 80 СП с иностранным капиталом, занимающихся добычей, обработкой, транспортировкой рыбы и сбытом рыбных товаров.

Распад хозяйственных связей в отрасли, резкое снижение централизованного финансирования и инфляция привели к повышению цен на топливо, что обусловило нерентабельность удаленных районов промысла и его перемещение в отечественные экономические зоны. Снижение запасов таких основных объектов промысла, как минтай, треска, вызывает необходимость возвращения крупнотоннажного флота в конвенционные районы и прибрежные районы иностранных государств. На взаимовыгодной основе целесообразно организовать базирование средне- и мелкотоннажного флота в этих районах с последующей обработкой гидробионтов и реализацией рыбных товаров на мировом рынке. Этим достигается значительная экономия промыслового времени и ускоряются процессы продвижения товаров к потребителю.

Экспортные поставки рыбных товаров и в перспективе останутся важным источником своевременного получения средств для развития рыбохозяйственной отрасли, и в первую очередь промыслового флота. Расчеты показывают, что из-за разницы в цене между экспортируемыми и импортируемыми рыбными товарами доход народного хозяйства составляет не менее 0,5 млрд долл. США в год. Следует изменить структуру экспорта, заменив реализацию охлажденной и мороженой рыбы продукцией более глубокой переработки. Это не только увеличение доходов отечественных производителей и пополнение бюджета, но и дополнительные рабочие места.