

УДК 633.853.494(100)

## **МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОИЗВОДСТВА МАСЛОСЕМЯН РАПСА**

**Степанькова Т.** – студентка

Научный руководитель – **Котьяк Т. М.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В мировом производстве рапс выращивают в основном для получения масла, которое используется в питании, для кормления животных, для производства биоэнергии и т. д.

Рапс считается рискованной культурой через его требовательность к условиям выращивания. Данные риски компенсируются отсутствием проблем со сбытом урожая, поскольку на него существует стабильный спрос, подкрепленный привлекательными для аграриев ценами. Это не просто стечение обстоятельств, а реальное отражение тенденций мирового аграрного рынка.

С ростом цен на продовольствие и энергоносители рапс занял ведущее место среди сельскохозяйственных культур, укрепил свои конкурентные позиции на международном рынке масла и жиров, что является убедительным аргументом в пользу расширения площадей под посевы этой культуры.

Ведущими мировыми производителями рапса являются Китай, Канада и Индия. Эти три страны на сегодняшний день производят около 48,96% мирового урожая. Особенно высоки сборы рапса и в странах ЕС – Франции, Дании, Великобритании (34,4% мирового урожая рапса).

Несмотря на то, что рапс является одной из ведущих культур мирового земледелия, по данным аналитической компании OilWorld (Германия) в текущем сезоне (2015-2016 гг.) рапс станет слабым звеном мирового рынка масличных. Производство культуры сократится до 4-летнего минимума – 62,5 млн. т. (67,9 млн. т. в 2014-2015 гг.), что приведет к снижению предложения продукции в мире [1].

Основное снижение данного показателя затронуло Европейский Союз – до 21,5 млн. т. ввиду сокращения посевной площади под культурой на 3-4% в год и ухудшения ее урожайности на 8-9% на фоне засушливых погодных условий, которые наблюдались в Европе в течение длительного времени. В частности, эксперты OilWorld озвучивают свой прогноз по снижению урожая рапса для таких стран, как Австралия – до 3,25 млн. т., Украина – до 1,95 млн. т., Россия – до 1,24 млн. т. Увеличить валовой сбор культуры сможет лишь Индия – до 6,5 млн. т. за счет увеличения сева ярового рапса. Относительно перспектив урожая рапса в Китае мнения расходятся. Официальный прогноз озвучивается на уровне 14 млн. т, что вызывает сомнения у операторов рынка, которые полагают, что производство культуры может не достигнуть и 10 млн. т, что на 1 млн. т ниже прошлогоднего результата [2].

Согласно данным последних наблюдений экспертов OilWorld, экспорт масел за период с 1 сентября 2015 г. по 18 марта 2016 г. составил 627,5 тыс. т, что на 38% меньше в сравнении с аналогичным периодом прошлого сезона. В

свою очередь экспорт рапсового масла составил 131,2 тыс. т в текущем периоде (2015-2016 гг.) против 216,3 тыс. т в 2014-2015 гг.

В период 2014-2015 гг. также наблюдалось увеличение импорта шротов Европейским Союзом. Согласно данным аналитиков OilWorld импорт масличных шротов вырос до 7,17 млн. т против 6,55 млн. т, импортированных за аналогичный период годом ранее [1].

Основной рост данного показателя произошел за счет увеличения закупок соевого шрота до 5,74 млн. т вследствие наращивания импорта аргентинской продукции. В свою очередь закупки рапсового шрота сохранились на уровне 2014 г. – 0,14 млн. т. Если относительно недавно была экономически оправдана промышленная переработка семян, содержащих не менее 25% их массы, то теперь успешно перерабатывается сырье масличностью 10-15%. В группу промышленных масличных культур вошли в настоящее время более 100 растений.

По мере развития техники и технологии количество масличных культур, из которых возможно извлекать масла, непрерывно расширяется за счет растений со сравнительно невысоким содержанием масла.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Сайт международного аналитического агентства по масличным культурам [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.oilworld.com](http://www.oilworld.com). Дата доступа: 20.05.2016 г.
2. Сайт аналитического информ-агентства [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.apk-inform.com/ru/apk\\_itogi/1052821#.V0s5HzWLTIV](http://www.apk-inform.com/ru/apk_itogi/1052821#.V0s5HzWLTIV) Дата доступа: 20.05.2016 г.

УДК 659.152(476)

### **ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА «ЕВРОРЕГИОН «НЕМАН» КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Стойлик О. А., Сорока О. Ю.** – студенты

Научный руководитель – **Баркова Н. Г.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»  
г. Гродно, Республика Беларусь

Участие в работе выставок и ярмарок является эффективным средством формирования маркетинговых коммуникаций предприятий, включающим такие элементы комплекса маркетинговых коммуникации, как реклама (печатная, щиты, выставки и т. д.), пропаганда, личная продажа (работа стендистов), стимулирование сбыта (раздача сувениров, предоставление скидок и т. п.), что подчеркивает значимость выставочной деятельности в системе рекламной политики предприятия, ведь в современных условиях отечественные предприниматели нередко рассматривают выставки, как элемент чистой рекламы, не учитывая, что выставки способны оказать существенную помощь и в формировании политики ценообразования, и в разработке стратегии распространения продукции, и в совершенствовании самого продукта.