

Токторов К.К.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫХОДА НА РЫНОК
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ**

К.К. Toktorov

**IMPROVEMENT OF THE OUTPUT ON THE MARKET
OF AGRICULTURAL PRODUCTS**

УДК 338.51

Рассмотрены вопросы улучшения процесса реализации сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках.

The considered questions of the improvement of the process to realization to agricultural product on internal and foreign markets.

Для развития сельского хозяйства большое значение придается организации выхода сельскохозяйственной продукции на внутренний и внешний рынки, а также реализации ее потребителям. Понятно, что в поле деятельности производителя продукции факт реализации по выгодной цене потребителю должен занять достойное место, ибо от этого, в конечном счете, зависит успех производства.

Отсюда правомерно говорить не только о соотношении спроса и предложения - конечного пункта отношений производителя и потребителя, но и о комплексе работ, предшествующих этому моменту, среди них изучение спроса, каналов товародвижения, конъюнктуры рынка, организация выхода на рынок и рекламная деятельность.

Кыргызские крестьянские и фермерские хозяйства в рыночном пространстве имеют определенный опыт, хотя и совершенно недостаточный, поскольку конкурентоспособность является многомерной, что определяется многоаспектностью самого явления конкуренции. Это означает, что менеджмент предприятия не может сосредоточивать усилия только на одном из конкурентных факторов, все они должны учитываться, по возможности, одновременно, с учетом взаимной зависимости и сроков проявления. Многоаспектность конкуренции также проявляется в том, что предприятия могут предвидеть поведение конкурентов, а также реагировать на одну и ту же ситуацию на рынке различным образом. Вследствие этого затрудняется прогнозирование ситуаций и долгосрочное планирование, одновременно с этим растет значение стратегического управления конкурентоспособностью предприятия посредством выбора оптимальной конкурентной стратегии.

На наш взгляд, в перспективном периоде крестьянским и фермерским хозяйствам в первую очередь следует обратить внимание на такие характеристики, как качество продукции, расходы на производство и реализацию продукции, продажа, качество рабочей силы, финансы и контроль, перевозка продукции.

Не случайно становление в Кыргызстане качественно нового, формирование многосекторного хозяйства, а также предпринимательской деятельности начиналось с выявления роли рыночного механизма

в условиях свободы выбора производителя и покупателя, каналов реализации продукции, поставщиков и потребителей, методов стимулирования сбыта и др.

В последующем были определены и основные задачи маркетинговых служб отечественных предпринимателей в различных сферах. Например, в торговле они сводятся к отысканию нужных сегментов рынка для того, чтобы усилить как прямые, так и обратные связи торговых фирм с производителями и потребителями продукции, что предполагает разработку и реализацию единой маркетинговой стратегии в целях гармонизации интересов производителей, потребителей и торговых организаций.

Для того, чтобы новые рынки стали традиционными, нужно определенное время для их освоения и стабилизации. Но освоение и стабилизация рынка требуют определенной организации. На стабилизацию влияют положительно, например, такие факторы, как рост числа покупателей, что может быть в новых городах, где требуется рабочая сила или появление новых сельскохозяйственных товаров, понравившихся покупателям. Обычно отдельные сельскохозяйственные товары способны рождать новые вызовы как по отношению к потребителю, так и в отношении цен и т.д.

В то же время в противоположном направлении действует конкуренция, устоявшиеся традиции и привычки потребления. Большие усилия потребуются для того, чтобы выйти на международный рынок. Кыргызским предпринимателям пока не удастся формировать спрос путем создания условий, с одной стороны, для производства сельскохозяйственной продукции, с другой - развития каких-то сфер человеческой деятельности, например, туризма. Скажем, в Египте начиная с 1975 г. построили 20 современных городов, многие из которых вблизи Каира. Несмотря на то, что в первые годы было трудно заселять людьми эти города, в последующем они дали толчок развитию туризма и производству сельскохозяйственной продукции.

В Китае использован несколько другой метод. Благодаря развитию рынка и в первую очередь, свободному выходу сельскохозяйственной продукции на рынок со стороны мелких товаропроизводителей, удалось преодолеть бедность и повысить уровень потребления благ с 2 долл. США в день на одного человека в течение 8-10 лет почти вдвое.

К числу мероприятий по выходу сельскохозяйственной продукции на рынок относится выращивание таких культур, которые имеют относительные преимущества в условиях Кыргызстана и порождают

вызов для мирового рынка. К сожалению, в республике нет таких культур по объему производства и качеству, которые способны вызвать интерес у мирового сообщества. Есть отдельные моменты, например, производство урюков, в том числе в сушеном виде в Баткенской области, производство грецких орехов в Джалал-Абадской области, фасоли в Таласской области, сбор лекарственных трав во всех регионах республики и т.д. Все они имеют преимущества по качественным характеристикам по сравнению с другими странами. Однако для выхода на мировой рынок объемы производства по указанным видам продукции недостаточны.

Вместе с тем для республики, в особенности для местных жителей, выход указанной продукции на мировой рынок имеет исключительное значение. Для этого нужны инвестиции, каналы стабильного сбыта, реклама, налаженные отношения с потребителями, современные привлекательные упаковки, удобные для транспортировки и хранения.

Понятно, что указанные маркетинговые работы не в силах выполнить в полном объеме отдельное крестьянское или фермерское хозяйство, даже отдельный район. Должна быть разработана продуманная, главное, реализуемая на практике схема участия всех заинтересованных субъектов, но только без коррупционных приемов со стороны государственных органов, в особенности правоохранительных органов. Безусловно, нужно обеспечить прозрачность и законность торговых операций в процессе продажи продукции.

Единственный в сельской местности орган - айыл окмоту, который представляет интересы и государства, и местных сообществ, на сегодня не в состоянии организовать выход сельскохозяйственной продукции на рынок по двум простым причинам. Во-первых, у айыл окмоту находится коммунальная собственность типа школьных котельных, гаражей, некоторых мастерских, объектов инфраструктуры, которые в целом убыточны. И в советское время эти объекты, вернее процесс их эксплуатации находился на дотации со стороны государства. Во-вторых, айыл окмоту, по-сути, не осуществляют хозяйственную деятельность, а потому, они не могут считаться полноценными хозяевами на своей территории.

Мы считаем, что вновь избранным Жогорку Кенешем должны быть приняты новые законодательные акты, позволяющие существенно повысить эффективность собственной хозяйственной деятельности айыл окмоту.

Нам представляется, что статус айыл окмоту и других органов местного самоуправления должен быть повышен и в таких вопросах, как, например, ветеринарное обслуживание животных крестьянских и фермерских хозяйств, а также населения. Ветеринарное обслуживание должно быть платным в разумных пределах. В этом ряду должны быть и такие услуги, как информационное обслуживание населения, оказание маркетинговых услуг.

Кыргызстан, несмотря на членство в ВТО, не может выйти на внешний рынок из-за несоответствия качества продукции международным стандартам. Например, такая локальная причина, как вспышка заболеваний животных ящуром, сибирской язвой, бруцеллезом и т.д., не позволяет нам торговать мясопродуктами и молочными продуктами с зарубежными странами.

Необходимо отметить, что в организации выхода нашей продукции на рынок заметную отрицательную роль играет раздробленность бывших 158 крупных хозяйств на несколько тысяч мелких крестьянских и фермерских хозяйств. Как подчеркивалось выше, в результате такой раздробленности как земельные фонды, так и средства производства в виде сельскохозяйственной техники и материальных ресурсов оказались у многочисленных хозяев, что не позволяет вести целенаправленную работу с использованием техники и передовой технологии, а также рационально организовать производство.

Современные люди хотят потреблять продукцию в нужном объеме и соответствующего качества, рекомендованные медицинской наукой. Однако для Кыргызстана имеется ряд проблем для выполнения указанных требований. Во-первых, объемы потребляемой населением республики продукции далеки от рекомендуемых норм и вопросы качества продовольственных товаров также весьма проблематичны. Более того, следует этим рекомендациям весьма малая доля населения, что отражается, прежде всего, на здоровье людей. В устранении этих недостатков важную роль играет организация движения продовольственных товаров до потребителей и продажи продуктов питания, с соблюдением медицинских норм и правил.

Весьма важной в свете вышесказанного является организация работы городских рынков, которая охватывает много аспектов. Это, прежде всего, установление связи городских рынков с сельхозпроизводителями, это также цены, удобство обслуживания покупателей, сохранность продукции, соответствие продовольственных товаров по качеству требованиям медицины и т.д. В городах Бишкек, Ош, Джалал-Абад, Талас, Каракол и других всегда были проблемы соблюдения санитарных норм при продаже сельскохозяйственных товаров. Частично эти проблемы более или менее решают созданные универсальные маркеты под названием "Народный", а также некоторые крытые рынки. Тем не менее, еще большая часть продукции продается без упаковок, навалом, прямо на улицах, на тротуарах и в сомнительно оборудованных киосках, где почти не соблюдаются санитарные нормы. Для Оша и Джалал-Абада ко всем вышперечисленным изъянам добавились еще и поджоги некоторых магазинов, перекрытие доступа к отдельным торговым точкам.

В республике пока не налажены многосторонние связи городских рынков с сельхозпроизводителями на стабильной и постоянной основе. Это означает, что городские рынки в основном работают на стихийной основе. При этом надо отметить, что в

пределах одного и того же города часто практикуется перепродажа путем закупки продукции в одном месте и реализации ее в другом. При этом разница в стоимости одного килограмма нередко составляет 3-10 сом.

В организации рынка сельскохозяйственной продукции в республике определенную проблему создает соблюдение стандартов. Это понятно, поскольку мировая тенденция идет в сторону соблюдения определенных требований, которые вырабатывались многими десятилетиями по мере движения общества вперед. Стандарты касаются, прежде всего, качества продукции, ее размеров и химического состава и др. Подчеркнем еще раз, что Кыргызстан в ближайшей перспективе должен приложить особые усилия по двум направлениям. Во-первых, как член ВТО соблюдать международные требования к продаже сельскохозяйственной продукции; во-вторых, требования Таможенного союза России, Казахстана и Беларуси.

В организации выхода на рынок, в особенности на внешний рынок, важную роль играет государство, которое такое влияние осуществляет различными путями, например, принятием соответствующих законодательных актов, протекционистских мер развития отношений и т.д. На наш взгляд, в Кыргызстане следует пересмотреть экспорт и импорт сельскохозяйственной продукции в пользу увеличения экспорта и уменьшения импорта продовольственных товаров примерно в 3 раза. Дело в том, что потенциал республики позволяет довести самообеспечение продовольственными товарами до двух третей части, а не наоборот, как в настоящее время.

Наведение определенного порядка требует и внутренний рынок сельскохозяйственных товаров. К сожалению, случилось так, что в постсоветский период все официальные торговые точки, за исключением мелких киосков и малых форм торговли оказались в собственности приближенных к власти или имеющих саму власть на всех уровнях, начиная с районного масштаба до верхних эшелонов. Скрытое и открытое участия в этом процессе имеет элита правоохранительных органов (прокуратуры, суды, чиновники министерства внутренних дел). Это способствовало тому, что на рынке создано монопольное положение контроля, что по своей природе противоречит свободной торговле. Это и есть коррупция с узаконенным лицом.

Монопольное положение на рынке сельскохозяйственных товаров, созданное в начале суверенитета, в последующем не стало лучше, а приобрело еще более уродливую форму. Начались рейдерские захваты точек рынка, хозяева которых вдруг оказались в оппозиции или людьми не их круга. Такова, например, судьба многочисленной сети рынка "Келечек" в г.Ош, Джалал-Абад, некоторых павильонов Ошского рынка в г.Бишкек. Бесконтрольность со стороны коррумпированных чиновников, которые во взаимодействии с криминальными элементами начали устанавливать налоги вне закона не только в расчете на каждую торговую точку, но и на каждый

киоск. Так, опрос, приведенный нами в октябре-ноябре 2009 г. владельцев 15 киосков, где торгуют мясом, показал, что ежемесячно они вне официальной статистики платят дополнительно по тысяче сомов.

Следует сказать и о слабых сторонах самой торговли сельскохозяйственным товаром. Нередко единственный критерий допуска к торговым точкам - это официальная плата за место и верность служить "хозяину", приходится напоминать, что в торговых точках заняты в основном посредники, а крестьяне и фермеры торгуют в редких случаях.

Что касается соблюдения торговой этики или культуры обслуживания клиентов, а также санитарных норм, то они в основном не принимаются во внимание. Такое положение распространяется и на верхние звенья управления торговлей, в частности, на уровне министерств и агентств, а также республики в целом. Там не требуются знания международной торговли, прогнозирования рынка, проведения маркетинговых исследований и т.д. Там главный критерий - преданность представителям власти, извлечение как можно большего количества "левых" денег.

Уровень организации рынка существенно повысится, если надлежащим образом организовать не только продажу сельскохозяйственной продукции, но и обеспечить рынок материальных ресурсов и техники для нужд самого сельского хозяйства. Отрасль, как известно, потребляет много материальных ресурсов, среди которых наиболее важными являются минеральные удобрения, ГСМ, семена, химические средства защиты растений и т.д.

В ряде случаев выгодным оказывается кредитование товаров в натуральной форме. Важно, чтобы такое кредитование произошло без коррупционных схем и исключительно на добровольной основе. Выгода в данном случае заключается в специализированной поставке семян с учетом местных условий и после предварительного изучения природно-климатических условий, а также в том, чтобы формировать оптимальные объемы поставки материалов в нужные сроки.

При этом очень важна государственная поддержка в доведении до приемлемого уровня организации без излишнего вмешательства и давления. Такие рычаги у государства имеются. Например, организационная закупка у крестьян продукции и продажа ее в зарубежные страны. Все это должно происходить в рамках закона и исключительно на добровольной основе. Государство, в данном случае выступая в роли посредника, тоже извлекает выгоды. Нам представляется, что подобные работы необходимо поручить айыл окмоту, расширив их хозяйственные функции. На наш взгляд, айыл окмоту, которому государство делегирует выполнение отдельных функций, вполне справилось бы и с посреднической и коммерческой деятельностью.

Более того, айыл окмоту и местные органы самоуправления должны на деле прочувствовать такие понятия, как самообеспечение, самокупаемость, самофинансирование и собственная хозяйственная дея-

тельность. Не следует опасаться того, что при этом вместе с айыл окмоту появится хозяйственная структура типа колхоза или совхоза как в советское время, поскольку на современном этапе в силу наличия многообразия форм собственности и свободы экономической деятельности практически невозможно возродить крупные хозяйственные единицы советского типа.

Вместе с тем, местные органы самоуправления, выступая от имени государства, ни в коем случае не должны что-либо диктовать, указывать крестьянам или еще хуже принуждать их к каким-либо дей-

ствиям. Государственные органы должны выступать как партнеры и в рамках законодательства.

Литература:

1. Новый взгляд на экономическую географию. - М., 2009. - С.37.
2. Назаренко В.И., Попцов А.Г. Государственное регулирование сельского хозяйства в странах с развитой рыночной экономикой. - М., Информагробизнес, 1996.
3. Маркетинг в АПК: Учебник \ Под редакцией Г.П. Абдрамовой - М.: Колос, 1997.

Рецензент: к.э.н., доцент Узенбаев Р.А.
