

Асанова С.А., Асанов М.А.

РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ РЕШЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Асанова С.А., Асанов М.А.

КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН АЗЫК-ТҮЛҮК КООПСУЗДУГУН ЧЕЧҮҮНҮН РЫНОКТУК МЕХАНИЗМДЕРИ

S.A. Asanova, M.A. Asanov

THE MARKET MECHANISM OF SOLVING THE FOOD SECURITY OF THE KYRGYZ REPUBLIC

УДК: 338.439.02(575.2)

В статье рассматриваются проблемы решения продовольственной безопасности в рыночных условиях. Определены основные направления рыночных механизмов решения продовольственной проблемы.

Ключевые слова: продовольственный рынок, продовольственная безопасность, ценовая политика.

Макалада азык-түлүк коопсуздугун рынок шартында чечүү маселелери каралат. Азык-түлүк маселелерин чечүүнүн рыноктук механизмдеринин багыттары аныкталды.

Негизги сөздөр: азык-түлүк рыногу, азык-түлүк коопсуздугу, баа саясаты.

The article deals with the problem of food security solutions in the market conditions. The main direction of market mechanisms to solve the food problem.

Key words: food market, food security, pricing policy.

В настоящее время Кыргызстан переживает сложный процесс в решении продовольственной проблемы. Это обусловлено экономическим спадом производства агропромышленного комплекса, не достаточные хозяйственные отношения между отраслями продовольственного комплекса, так и между различными регионами.

Одним из важных вопросов в хозяйственном механизме по обеспечению продовольственной безопасности, являются отношения между производителями и потребителями продуктов питания, с одной стороны, и с многочисленными посредниками – с другой. При этом, потребность в пищевых продуктах должна согласоваться с доходами в той части, которая идет на покупку продуктов. Известно, что в экономике рыночного типа хозяйственные отношения основаны на принципе свободы выбора для партнеров. Обмен товарами, услугами, ресурсами осуществляется в рамках экономических связей между субъектами рынка: частными фирмами, предпринимателями, государственными предприятиями, общественными, международными организациями и объединениями, отдельными физическими лицами [1, ст.141].

Необходимо также отметить, что цены на закупку продовольственных товаров, продаж формируются свободно. Следовательно, между результатами труда производителей продуктов питания и

ценой продаж их покупателям нет прямой зависимости. С целью извлечения на каждом этапе в цепи производитель – потребитель нужно делать анализ экономических ситуаций. Именно рыночная ситуация определяет в конечном счете целесообразность, экономический смысл той или иной предпринимательской деятельности.

Анализ конъюнктуры рынка, предполагает комплексное последовательное изучение его объектов и субъектов, разнообразных факторов, определяющих динамику, структуру данного рынка.

В современных условиях, когда доминирующим в экономике является рыночный механизм для успешной реализации поставленных задач в обеспечении продовольственной безопасности, важную роль играют такие меры, как прогнозирование емкости рынка продовольственных товаров на основе комплексного использования нормативных методов.

Первичные сведения о потребности в продуктах питания, кроме расчетов по рациональным нормам, могут поступать из следующих источников:

- конъюнктурные справки магазинов; мелкооптовых и оптовых баз; опорных пунктов; специального наблюдения в форме опроса покупателей; данные ярмарок-продаж; сведения с рынков и др.;
- оценка покупателей способности населения на основе уровня цен на продукты, уровня заработной платы, уровня сбережения и др.;
- требования потребителя к продуктам питания, включая специфические требования к ассортименту и качеству пищевых продуктов [1, ст.144].

В новых условиях хозяйствования в производстве продуктов питания основное значение имеют следующие:

- цены;
- нормы амортизации;
- нормативы платежей за производственные ресурсы;
- ставки банковского кредита;
- нормативы экономических санкций, в том числе за нарушение обязательств по поставкам;
- нормативы формирования фонда оплаты труда;
- нормативы отчисления от прибыли в бюджет и в различные фонды;

- нормативы распределения прибыли внутри фирмы [1, ст.143].

Следующая важная сторона хозяйственного механизма – это анализ предложения. Ведь в конечном итоге производитель решает вопрос о том выпускать товары или нет.

Одна из особенностей рыночного механизма заключается в том, что на всех уровнях потребуется анализировать рыночную конъюнктуру, ибо не одно хозяйство, будь то крупное или мелкое, не сможет эффективно действовать на рынке без оценки ситуации на нем. Конъюнктура рынка продовольственных товаров может меняться неожиданно под воздействием разнообразных факторов, некоторые из которых в обычной обстановке трудно представить. За годы суверенитета в Кыргызской Республике произошло снижение уровня потребления продуктов питания, что было обусловлено низкой производительностью труда и заработной платой трудящихся. На уровень потребления продуктов питания влияют и такие факторы, как цены на продовольственные товары, которые обычно дороже, чем в соседних государствах из-за транспортных издержек. Для достижения нормативного уровня потребления продуктов питания в перспективном периоде и одновременно его прогнозирование на 2020 года можно рассчитать через цены на продукты питания [1, ст.161].

Таблица 1 - Цены на продукты питания в Кыргызской Республике (в ценах 2012г.).

Продукты питания	Оценка общего объема потребления в год		Стоимость продуктового набора на душу населения (сом-тыйын)	Структура расхода в месяц, %
	тыс. т.	млн. сом		
Мясо и мясопродукты	113,2	3169,6	5709,1	22,9
Молоко и молочные продукты	473,0	1182,4	2129,8	8,6
Яйца (млн. шт.)	344,2	256,5	372,0	1,5
Картофель	266,4	399,6	719,8	2,9
Овощи и бахчевые	453,0	543,6	979,2	3,9
Плоды и ягоды	153,2	1470,7	2649,0	10,6
Сахар	86,6	3637,2	6551,3	26,3
Рыба и рыбопродукты	6,6	24,4	44,0	0,2
Масло растительное	66,6	452,8	815,6	3,3
Хлеб и хлебные продукты	712,8	712,8	1283,9	5,2
Остальные продукты, включая макаронные изделия, крупы и бобовые, сухофрукты, кондитерские изделия, маргарин, чай, кофе, соль, масло животное, творог, сметана, сыр и некоторые другие продукты		2017,7	3634,3	14,6
Итого:	2675,6	13867,3	24888,0	100

Источник: Рассчитано на основе данных статистического сборника НСККР «Кыргызстан в цифрах». Бишкек, 2012 год.

Как видно из данных таблицы, каждый человек в год на питания должен тратить 24888,0 сом [2, ст.45]. Данная сумма по нынешним меркам выглядит завышено, но для перспективного периода вполне приемлемы с учетом быстро растущих цен на продукты питания. Например, цены только на мясо в Кыргызстане, в период 2007-2012 гг. выросли более четырех раз. Аналогичная ситуация и с другими продуктами питания [3,ст.28].

Рыночные отношения вовсе не освобождает от ответственности и транспортные организации любой формы собственности. Транспортные организации должны иметь в качестве основных оценочных показателей деятельности такие показатели, как выполнение объема перевозок в заданной номенклатуре, скорость доставки без их потерь грузов в процессе транспортировки с минимальными расходами по перевозке. Цены за транспортные услуги должны быть дифференцированы в прямой зависимости от уровня и качестве выполняемых договорных обязательств транспортных организаций перед клиентурой. На базе этих цен потребители транспортных услуг будут возмещать издержки по перевозкам, и создавать тот или иной размер прибыли в зависимости от уровня транспортного обслуживания [1, ст.150].

Состояние рынка продуктов питания характеризуется увеличением в структуре реализации доли рыночных каналов сбыта продукции. В настоящее время увеличивается удельный вес пищевых продуктов, реализуемых на городских продовольственных рынках. В то же время развитие рыночных каналов сбыта продуктов питания сдерживается в силу ряда факторов: низкий уровень платежеспособного спроса населения; неразвитость инфраструктуры продовольственного рынка; плохое информационное обеспечение товаропроизводителей по вопросам цен, спроса, конкуренции и т.п. [4, ст.253].

Одной из важнейших задач в процессе продовольственного обеспечения маркетинговый аспект, который является изучение рынков сбыта и выбор экономически целесообразных каналов товародвижения. В зависимости от количества участвующих в этом процессе субъектов рынка каналы товародвижения могут быть одно-, двух- и многозвенными. На локальных рынках сельскохозяйственной продукции чаще всего используется от 3 до 6 каналов товародвижения. Для производителей более выгодными являются такие из них, которые требуют меньших затрат, не влекут использование большого количества посредников, стабильно функционируют и приносят прибыль. Однако, отдельные сделки осуществляются по ценам на 15-30% ниже средней цены, сложившейся на

региональном рынке. Это объясняется большим разбросом каналов сбыта и фирм-посредников, что увеличивает коммерческие риски товаропроизводителей. Отсутствие развитой рыночной инфраструктуры не позволяет устанавливать стабильные связи между контрагентами. Все это отрицательно сказывается на эффективности функционирования мелкотоварных хозяйств, которые предпочитают работать со старыми покупателями, зачастую сознательно идя при этом на финансовые потери от реализации производимой продукции, в основном, в результате увеличения сроков оплаты за поставленный товар[4, ст.265].

В рыночных условиях основная форма развития любого хозяйства – самофинансирование или банковские кредиты. Каждый производитель стремится к получению прибыли. Производители должны соблюдать все правила рынка. Государство в лице антимонопольного комитета или путем издания специальных нормативов, документов нужно регулировать рынок. Наряду с этим необходимо оказать поддержку тем, кто в трудных условиях ведет предпринимательскую деятельность в горных районах, на землях с низким плодородием или в местностях, труднодоступных в отношении транспорта. Необходимо также совершенствовать показатели оценки деятельности розничной, кооперативной торговли и общественного питания.

В обеспечении материальной заинтересованности производства и инфраструктуры в повышении уровня обеспеченности населения разнообразными и высококачественными продуктами питания большое значение имеют розничные цены. При установлении розничных цен продовольственных товаров необхо-

димо учитывать системы управления объемом, структурой производства, объема потребности.

В рыночных условиях если уровень цен изменится на какие-то отдельные группы продуктов питания, то одновременно по цепочке изменяются оптовые, закупочные, розничные и другие цены как единого целого[1, ст.155].

Изменение цен должно способствовать увеличению объемов производства и совершенствованию как структуры потребления продуктов питания, так и структуры потребления населением всех товаров с учетом их общественной значимости, предпочтительности и экономичности каждой группы товаров относительно рассматриваемого времени.

При использовании различных видов цен и развитии гибких форм реализации продуктов питания, с целью смягчения остроты проблемы рынка продовольственных товаров, необходимо предусмотреть широкую дифференциацию цен в пределах одной и той же ассортиментной группы товаров и расширение их реализации в зависимости от насыщенности рынка продуктами.

Литература:

1. Купуев П., Обдунов Э. Продовольственная безопасность: реалии и перспективы в Кыргызской Республике. Бишкек: Илим, 2009.;
2. Статистический сборник НСККР «Кыргызстан в цифрах». Бишкек, 2012 год.
3. Информационный бюллетень КР по продовольственной безопасности и бедности Национального статистического комитета Кыргызской Республики. Бишкек, 2013.;
4. Кайгородцев А.А. Экономическая и продовольственная безопасность Казахстана (вопросы теории, методологии, практики).

Рецензент: к.э.н., доцент Абыкеева М.А.