

УДК 338.48 (574)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ В КАЗАХСТАНЕ

А.С. Нарынбаева

Обсуждаются вопросы совершенствования сбыта сельскохозяйственной продукции в Казахстане. Рассмотрены структура розничной цены на продовольственные товары, а также система товародвижения аграрной продукции.

Ключевые слова: сбыт сельскохозяйственной продукции; продовольственный товар; розничная цена; оптовая торговля; розничная торговля.

IMPROVING THE MARKETING OF AGRICULTURAL PRODUCTS AND FOODSTUFFS IN KAZAKHSTAN

A.S. Narynbaeva

The article is devoted to improving the agricultural marketing in Kazakhstan. It considers the structure of retail prices of food commodities, and the physical distribution system of agricultural products.

Key words: agricultural marketing; food products; retail price; wholesaling; retailment.

Сбыт сельскохозяйственной продукции и продовольственных товаров выполняет сложные функции и направлен на обеспечение бесперебойного продовольственного снабжения путем увязывания звеньев производителей и потребителей. От этих звеньев зависят скорость товарооборота и объем продаж, величина издержек обращения и цена конечного продукта.

Величина издержек, определяемая разницей, которую получает сельскохозяйственный товаропроизводитель и которую платит потребитель за конечный продукт, по республике имеет тенденцию к повышению.

Эта характерная особенность реализации аграрной продукции в Казахстане полностью не сформулирована: низкая доля продовольственных товаров высокой степени переработки, недостаточно развита производственная и рыночная инфраструктура. Общую схему движения продуктов по звеньям можно представить в следующем виде (рисунок 1).

Как следует из рисунка 1, возможны различные варианты движения продукта от поля до потребителя: от прохождения продукта по всем звеньям продовольственной цепочки до двухзвенной модели “фермер – потребитель”. Выбор звеньев товародвижения обусловлен особенностями формирования маркетинговой системы того или иного продук-

та. Во-первых, от продукции, поступающей в нее на входе (скоропортящаяся, требующая особых условий хранения и транспортировки, или транспортабельная); во-вторых, от времени (продукция поступает равномерно или неравномерно, по сезонам производства); в-третьих, в региональном (территориальном) плане имеются различия в соответствии с зональной специализацией сельского хозяйства.

В зависимости от конкретного продукта и модели его товародвижения формируются свои маркетинговые издержки, что отражается на структуре розничной цены конечного товара. Экономический эффект от предложенной системы управления продажами сельскохозяйственных продуктов состоит в уменьшении затрат на продвижение товаров, что снизит розничные цены потребителя.

Для сельскохозяйственной продукции, потребляемой в свежем виде, характерна двухуровневая и трехуровневая система товародвижения. Например, по сбыту свежего картофеля, овощей и фруктов, а также основной части мяса (говядины, баранины, свинины).

В условиях Казахстана по мере совершенствования рыночных отношений, информированности населения о конъюнктуре рынка, ценовой ситуации по этим видам продукции уже прослеживается в динамике рост в структуре розничной цены доли сельскохозяйственного товаропроизводителя. Так,

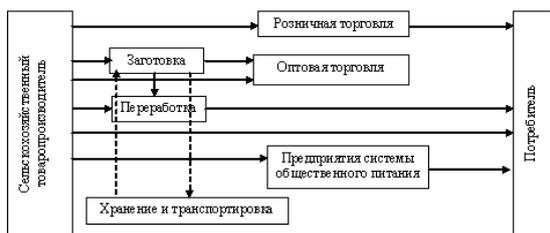


Рисунок 1 – Схема движения продуктов по звеньям продовольственной цепочки

только за период с 2009 по 2011 гг., по картофелю она повысилась на 12,5 п. (с 51,5 до 64,0 %), по овощам (капусте) соответственно на 7,9 % (с 35,3 до 43,2 %), по яблокам на 17,9 % (с 48,1 до 66 %). По мясу таких резких колебаний не наблюдается, хотя прирост тоже отмечается, например по говядине на 0,5 %, баранине – на 4,3, свинине – на 12,3. Во многом такая ситуация обусловлена еще и недостаточной конкуренцией на рынке по качеству и цене, слабым развитием межрегиональных торговых связей, недостаточно высокой насыщенностью продукцией отечественного производства, а также слабым развитием крупных оптовых рынков. Более того, в последние годы вследствие финансового кризиса, снижения платежеспособности населения республики стали снижаться торговые наценки в системе обращения, что позволило стабилизировать рыночные цены и увеличить долю сельскохозяйственного производителя в розничной цене [1].

В системе товародвижения таких продуктов, как мясо птицы, пищевое яйцо, наряду с двухуровневым каналом распределения, развивается и одноуровневый, основанный на прямых поставках товара потребителю, через фирменную торговлю или в розничную сеть. Это позволяет значительно снизить маркетинговые издержки и рыночную маржу в розничной цене. Например, за период 2009–2011 гг. доля маркетинговой сферы в структуре розничной цены на мясо птицы снизилась с 40,8 до 17,3 %. Это позволило стабилизировать рыночные цены на товары и повысить долю сельскохозяйственного товаропроизводителя.

Сельскохозяйственная продукция, направляемая на промышленную переработку, проходит по трехуровневому каналу распределения (производитель – переработка – оптовый торговец – розничный торговец – потребитель) или по двухуровневому, когда готовая продукция реализуется через фирменную сеть магазинов, минуя оптовую, или сразу направляется в розничную торговлю. В последние годы с учетом экономического преимущества предпочтение отдается второй модели

товародвижения. Поэтому уже в 2010 и 2011 гг. явно прослеживается сокращение издержек обращения и их доли в структуре розничной цены, например, вареных колбас, сычужного сыра.

Однако едва наметившаяся тенденция некоторого снижения рыночной маржи еще неустойчива. Ведь в стране еще не сформированы механизмы координации товародвижения агропродовольственной продукции. А именно: набор институтов и соглашений, которые позволяют гармонизировать прохождение продукта через последовательные стадии производства, переработки, сбыта и потребления.

Прежде всего, это аукцион – форма открытого торга с реализацией крупных партий товаров. Эта форма используется на оптовых рынках и товарных биржах. Здесь благодаря высокому техническому обеспечению и высокой степени стандартизации продукции, все параметры торга становятся доступными каждому участнику, что позволяет обеспечить максимальную увязку спроса и предложения, а значит, и более эффективное ценообразование. Несмотря на явные преимущества, эта форма торговли в республике не развита вследствие отсутствия технически оснащенных оптовых рынков.

Следовательно, в системе сбыта аграрной продукции отмечаются как положительные, так и отрицательные тенденции.

Слабой стороной в системе товародвижения является несогласованность действий ее операторов на конечный результат, на эффективное продвижение продукции потребителю, на повышение качества сырья и конечного продукта. В результате происходят высокие потери сельскохозяйственной продукции, поступление на продовольственный рынок товара невысокого качества, без учета сортности, неритмично, без предварительной сортировки.

С другой стороны, в условиях финансового состояния, когда снижается платежеспособность покупателей, а спрос на качественные товары возрастает, сложившаяся система сбыта начинает совершенствоваться на основе преимуществ перехода от многоуровневых каналов распределения на прямые связи. Но усиление таких взаимосвязей сдерживается недостаточным развитием производственной и рыночной инфраструктуры, а также практически еще неразвитой системы логистики и механизма государственного регулирования процесса товародвижения.

Сложившаяся система сбыта агропромышленной продукции, ориентированная лишь на собственный коммерческий интерес, нуждается в совершенствовании, тем более в условиях кризиса. Пути совершенствования ее заложены в изменении критериев взаимодействия в системе товарод-

Таблица 1 – Сравнительная эффективность координационных механизмов в системе движения продовольственных товаров

Координационный механизм	Показатель эффективности			
	Техническая эффективность	Трансакционные издержки	Высота барьеров входа	Стабильность отношений
Аукцион	Средняя	Высокие	Низкие	Низкая
Прямые поставки	Средняя	Средние	Низкие	Низкая
Контракты	Высокая	Низкие	Высокие	Средняя
Кооперация	Высокая	Низкие	Средние	Средняя
Интеграция	Высокая	Низкие	Высокие	Средняя
Правительственный контроль	Низкая	Высокие	Высокие	Высокая

вижения агропромышленной продукции. Вместо тактики жестокой борьбы за прибыль должна установиться стратегия сотрудничества и партнерства.

Реализация такой цели возможна лишь при создании координационных механизмов, которые включают в себя набор институтов и соглашений, посредством которых возможно продвижение продукта через последовательные стадии товародвижения. Их полный набор отражен в таблице 1.

В условиях падения платежеспособности населения, а значит и покупательной способности, в системе сбыта более остро встает вопрос снижения издержек маркетинговой сферы (или издержек обращения). Поэтому на смену современным тенденциям развития открытого централизованного рынка должен прийти децентрализованный рынок и его формы – прямые связи с перерабатывающей промышленностью, кооперация и вертикальная интеграция (рисунок 2).

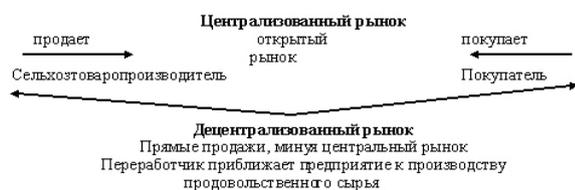


Рисунок 2 – Децентрализация сельскохозяйственных рынков

Развитию децентрализации рынков способствуют такие факторы, как развитие системы локального транспорта, улучшение коммуникаций, совершенствование системы стандартизации и контроля качества сельскохозяйственной продукции, физическое укрупнение покупателей и продавцов, оперирующих более крупными партиями товаров.

Преимущество децентрализованных рынков по сравнению с открытым рынком заключается в непосредственной связи поставщиков и покупателей, общности интересов, возможности проведения контроля за движением товара, его качеством и получением конечного результата.

Предполагаемую эволюцию продовольственных рынков можно выразить следующим образом (рисунок 3).

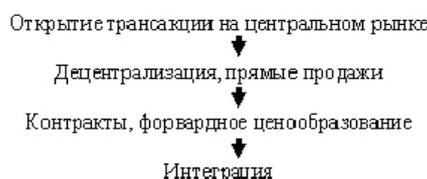


Рисунок 3 – Развитие продовольственных рынков

Децентрализация рынков сопровождается усилением интеграции между сельскохозяйственными производителями и организациями маркетинговой сферы. Возможны различные стадии интеграции: контрактная система и собственно интеграция. При контрактной системе сохраняется юридическая самостоятельность фермера. Однако производственная самостоятельность ограничивается условиями производственного контракта, что позволяет в долгосрочной перспективе совместно сотрудничать, выстраивая взаимовыгодную стратегию взаимоотношений.

Основной из побудительных причин развития контрактной системы к интеграции является стремление продовольственных фирм сэкономить на трансакционных издержках, а также необходимость обеспечения более высоких стандартов качества и повышение требований к определенным параметрам продукции. В наибольшей степени тенденция к интеграции проявится в отраслях, производящих продукцию на переработку и не подлежащую длительному хранению – сахарную свеклу, птицу, скот, овощи и фрукты для консервирования. В меньшей степени она охватит продукты, хранимые и транспортабельные, например, производство зерна.

Вертикально интегрированная система представляет собой не только производственно-технологическую и экономическую, но и организационную интеграцию участников продовольственной

цепочки. Позитивные последствия интеграции выражаются в повышении эффективности, улучшении предложения, контроле качества, большей ориентации на рынок.

Формирование отлаженной системы сбыта должно сопровождаться четко отлаженным функционированием инфраструктурных элементов рынка – перевозка, хранение, распределение продукции, отработанность принципов деятельности оптовых рынков, аукционов. Это позволит продовольственной системе работать с высокой точностью, обеспечивая бесперебойное снабжение продовольствием различные регионы. Для смягчения фактора информационной асимметрии должны работать государственные и частные информационные службы. Кроме того, необходима отлаженная система стандартизации. Помимо технических

и информационных институтов следует развивать финансовые институты, обеспечивающие участников рынка кредитными средствами [2].

Эти особенности реализации сельскохозяйственной продукции и продовольствия в Казахстане необходимо увязывать с учетом Таможенного Союза (Беларусь, Казахстан и Россия), что позволит поставить в одинаковые экономические условия хозяйствования сельхозпроизводителей и потребителей.

Литература

1. Официальный сайт Агентства РК по статистике.
2. Стратегический план Министерства сельского хозяйства РК на 2010–2014 гг. // Постановление Правительства РК от 31.12.2009 г. № 2339.