

ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА ЖИВОТНОВОДЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В УКРАИНЕ

А.В. Степанец, аспирантка
ННЦ Институт Аграрной Экономики (Украина, г. Киев)

Одной из проблем АПК Украины является сфера реализации сельскохозяйственной продукции. Современная инфраструктура аграрного рынка не ориентирована на быстрое продвижение животноводческой продукции к потребителю. При этом терпят убытки как товаропроизводители, которые вынуждены использовать неорганизованные каналы сбыта с непрозрачными условиями купли-продажи, низкими закупочными ценами и диктатом посредника, так и конечные потребители, которые вынуждены покупать продукцию часто сомнительного качества и по завышенным ценам.

Отсутствие структур оптовой торговли обуславливают дополнительные затраты для товаропроизводителей, переработчиков и потребителей.

Актуальность решения проблемы реализации животноводческой продукции возрастает также в связи с членством Украины в ВТО, поскольку отечественная продукция, в результате ее низкой конкурентоспособности, может быть вытеснена с рынка иностранной.

За период формирования и становления новых форм собственности и форм хозяйствования в аграрном секторе Украины животноводство утратило свои лидирующие позиции в сельском хозяйстве.

Доля животноводства в валовой продукции сельского хозяйства за последние шесть лет составляла в среднем 43%, тогда как в 1990 году этот показатель был более 54%. При этом объемы валовой продукции сельского хозяйства в 2008 г. по сравнению с 1990 г. в целом снизились на 28,7%, а продукции животноводства — больше чем на 50 %. За анализируемый период спад производства продукции животноводства сопровождался адекватным снижением и поголовья скота. Общее поголовья крупного рогатого скота сократилось почти в пять раз, а свиней — в 3 раза и в 2008 г. составило соответственно 5,097 млн. и 7 млн. голов.

Анализ структуры выращивания животных свидетельствует о том, что производство мяса крупного рогатого скота сократилось за исследуемый период в пять раз, в основном за счет сектора сельскохозяйственных предприятий, в то время как в хозяйствах населения эти объемы сократились лишь на треть.

Позитивным является тот факт, что доля производства свинины в общей структуре мяса уменьшилась лишь на 2,9%, однако объемы ее производства сократились за исследуемый период на 36,7%. В 2008 г. по сравнению с 1990 г. доля говядины и телятины в общей структуре мяса сократилась с 46% до 29%, при этом доля мяса птицы возросла с 16 до 36%.

Состояние животноводства обусловило критический уровень самообеспечения страны мясом. Начиная с 2002 фактическое годовое потребление мяса и мясопродуктов на одного человека в Украине имеет тенденцию к увеличению и в 2008г. составило 45,7 кг (что составляет лишь 40% рекомендованных норм потребления).

Исследования показали, что на уменьшение производства животноводческой продукции и ее потребление значительное влияние оказали:

- сложное финансовое состояние хозяйств и ликвидация их задолженности за счет реализации скота (особенно в 1990-е годы);
- низкая покупательная способность населения;
- низкий уровень закупочных цен. На протяжении многих лет закупочные цены не возмещают затрат на выращивание животноводческой продукции, что приводит к ее убыточности и, как следствие, отсутствию заинтересованности производителя в расширении ее производства. Так, в 2008 г цены возмещали лишь 76% затрат на производство мяса КРС и 61% мяса овец и коз; а закупочные цены на свинину превысили себестоимость лишь на 0,3%;
- значительное уменьшение доли сельскохозяйственных предприятий в производстве мяса и сосредоточение его производства в, основном, в хозяйствах населения, что сделало невозможным ведение на надлежащем уровне племенного дела и зооветеринарной работы;
- низкая продуктивность животных. В Украине среднесуточные привесы остаются еще низкими, хотя и возросли значительно за последние 8 лет (КРС — с 255 до 499г, свиней — с 120 г до 361г). Для сравнения среднесуточные привесы КРС во Франции составляют 1200–1500г, а свиней — около 900г;

- потеря межхозяйственной комбикормовой промышленности;
- неорганизованный, стихийный характер рыночных отношений; монополизация каналов реализации и диктат цен торгово-промышленным капиталом;
- низкий профессионализм хозяйств в организации маркетинговой деятельности.

Неорганизованный характер процессов реализации скота в Украине обуславливается, в значительной степени, несовершенством инфраструктуры рынка, ее несоответствием мировому опыту. Так, практически отсутствуют основные составные маркетинговой инфраструктуры — оптовые рынки скота, площадки оптовых продаж сбытовых кооперативов, терминалы-накопители скота и пр. Отсутствуют также коммуникационные складские инфраструктуры рынка скота, что в совокупности делает невозможным концентрацию продукции, покупателей и продавцов, проведение открытых торгов и прозрачное формирование рыночных цен (как цен реального спроса и реального предложения).

Анализ каналов продвижения продукции от производителя к потребителю свидетельствует о том, что в них функционирует немало посредников, особенно при реализации скота личными подсобными хозяйствами, что негативно влияет на цену производителя.

Преимущества сбыта продукции перерабатывающим предприятиям обуславливаются, в значительной степени, доплатами, которые осуществляет государство за реализованный скот. Реализация скота населению в счет оплаты труда и платы за аренду земельных и имущественных паев является вынужденной и невыгодной ни для предприятий, ни для населения.

Закон Украины «Об оптовых рынках сельскохозяйственной продукции», принятый в 2009 году, направлен на оптимизацию маркетинговых каналов продвижения продукции от производителя к потребителю, создание эффективной рыночной среды для ее реализации, повышение конкурентоспособности товаропроизводителей; формирования цен с учетом спроса и предложения путем создания сети оптовых рынков сельхозпродукции и продовольствия. Законопроектом определены правовые основы создания и деятельности оптовых рынков в Украине, которые должны отрегулировать отношения в сфере маркетинга продукции и способствовать повышению эффективности сельского хозяйства и улучшению обеспечения населения продовольствием. В соответствии с законом, оптовый рынок — это субъект предпринимательской деятельности, который создан в соответствии с законодательством и целью которого является создание необходимых условий для проведения купли-продажи сельхозпродукции и заключения соответствующих договоров.

В странах, где производство аграрной продукции является очень раздробленным и где товаропроизводители не организованы в производственные группы или кооперативы; где качество продукции — низкое, а производство является малоэффективным; и где существует большой незарегистрированный оборот этой продукции (теневой рынок) — только формирование оптовых рынков может привести к изменению этой сложной ситуации.

Опыт США и Японии свидетельствует о том, что создание оптовых рынков сельхозпродукции и продовольствия получали в свое время весомую государственную поддержку.

Украина за 5 лет планирует создать сеть из 25 оптовых рынков общей стоимостью более \$500 млн. Это предусмотрено Государственной целевой программой, одобренной украинским правительством и утвержденной Постановлением Кабинета Министров Украины №562 от 3.06.2009 г. Бюджетное финансирование до 2013г. включительно планируется на уровне 1200 млн. гривен (или 150 млн долларов). Предусматривается также разработать необходимую нормативно-законодательную базу деятельности, содействовать их объединению и интеграции в международные организации оптовых рынков.

Выполнение этой программы позволит снизить инфляцию, увеличить объем сельскохозяйственного производства и потребления, а также создать около трех тысяч новых рабочих мест в Украине.

1. Анализ производства и реализации скота в Украине свидетельствует о несовершенной инфраструктуре рынка и ее несоответствии требованиям общего европейского рынка.

Эта отрасль является убыточной и неконкурентоспособной, а уровень развития инфраструктуры рынка не в состоянии защитить отечественного товаропроизводителя. Поэтому главной задачей является проведение мероприятий по более интенсивному развитию животноводства и обслуживающей инфраструктуры.

2. На долю частного сектора (хозяйства населения) приходится две трети производства мяса в стране.

Установлено, что на снижение производства мяса повлияло сокращение поголовья скота, слабая кормовая база, низкая продуктивность животных и невысокий уровень закупочных цен, который возмещает лишь около 50% себестоимости реализованной продукции.

3. С целью обеспечения открытого и эффективного движения товарных потоков животноводческой продукции государству необходимо содействовать созданию оптовых региональных рынков сельхозпродукции и продовольствия, а также аукционов скота.

Исследования показали, что создание системы оптовых рынков из расчета хотя бы один на область позволит вывести 20-30 процентов сельскохозяйственной продукции, выращенной мелкими и средними товаропроизводителями, из теневого на прозрачный рынок, и обеспечит открытые торги и установление реальных рыночных цен.

Формирование оптовых рынков даст возможность упорядочить систему распределения сельскохозяйственной продукции и продовольствия. Их функционирование будет способствовать укреплению местных бюджетов, и поэтому местные органы власти должны быть заинтересованы в поддержке таких структур на этапе их становления и развития.

Работа оптовых рынков значительно повлияет и на формирование цен в других каналах сбыта продукции, в том числе при прямых продажах ее крупнотоварными хозяйствами перерабатывающим предприятиям. Оптовые рынки будут содействовать также повышению качества продукции и ее безопасности для потребителей. В будущем эти рынки должны перерасти в Региональные Аграрные Центры, где можно будет получить полный спектр услуг по подготовке товара к продаже и транспортировке, проведения расчетов и кредитованию, получить информацию по ценам и новым технологиям.

4. С целью снижения себестоимости и обеспечения стабильности на рынке мяса необходимо создать условия для формирования прямой вертикальной интеграции товаропроизводителей с другими участниками рынка путем кооперации, объединения финансовых ресурсов и бюджетной поддержки.

5. Со вступлением Украины в ВТО ситуация с маркетингом сельскохозяйственной продукции значительно затрудняется в связи с открытостью границ и повышением доступа к отечественному рынку хорошо субсидированного импорта. Страны-импортеры мяса в Украину имеют, во-первых, разрешенный ВТО значительно высший уровень поддержки животноводческой продукции (в том числе путем интервенционной деятельности государства, что для Украины является ограничением), и во-вторых, они не отменили экспортных субсидий, от которых отказалась Украина. В связи с этим и другими факторами, проанализированными выше, мясное животноводство Украины является мало- или неконкурентоспособным вообще, что требует новых подходов к разработке экспортно-импортной политики государства.

6. Украинское государство должно использовать выгоды от членства в ВТО (например, увеличение возможностей для экспорта) с целью ускорения развития конкурентоспособной мясной отрасли.

ОБ ОПЫТЕ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В КИТАЙ

Тан Цянь, аспирант

Белорусский государственный аграрный технический университет (г. Минск)

С конца 70-х годов прошлого столетия с началом проведения политики реформ привлечение иностранных инвестиций стало важным содержанием политики открытости. В 70 е-80-е годы инвестиционный климат в Китае был довольно отсталым, в основном привлечение иностранных инвестиций осуществлялось за счет финансов по долговым обязательствам Всемирного Банка и других международных финансовых институтов, а также кредитов правительств иностранных государств. К 90-м годам инвестиционный климат значительно улучшился, постепенно основным способом привлечения иностранных инвестиций становится привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ).

В опубликованном в Женеве Дворцом наций «Обзоре тенденций в инвестиционной сфере за 2009 г.» указано, что объем привлеченных иностранных инвестиций в Китае составил более 90 млрд. долл. США (не включая финансовую сферу). Китайская Народная Республика находится на втором месте, уступая лишь Соединённым Штатам Америки. Таким образом, с начала проведения политики реформ и открытости по настоящий момент в инвестиционной сфере Китай достиг немалых результатов.