

Расходы на формирование, размещение, хранение и использование интервенционного фонда сельскохозяйственной продукции, а также организацию интервенций и выплату комиссионного вознаграждения финансируются за счет средств, предусмотренных в республиканском бюджете на соответствующий год. Средства, полученные от проведения товарных интервенций, зачисляются в республиканский бюджет.

Целесообразно перейти на централизованный госзакуп продукции (хлебопродуктов, мясо-молочной продукции, картофеля, овощей, плодов и т.д.), который позволит сэкономить значительные бюджетные средства, будет содействовать обеспечению сельхоз товаропроизводителей постоянным каналом реализации собственной продукции по договорам контрактации с заказчиками и стабилизировать на внутреннем рынке цены на продовольствие.

Для защиты социально уязвимых слоев населения от роста потребительских цен следует широко использовать действующие за рубежом различные поддерживающие механизмы в виде индексации доходов, адресных компенсационных выплат и т.д.

Таким образом, актуальными и своевременными становится разработка мероприятий по совершенствованию системы управления ценовыми рисками на уровне сельскохозяйственных предприятий. В ряду важнейших вопросов, решение которых позволит стимулировать экономический рост, стоит проблема эффективного государственного ценового риск-менеджмента, с учетом отраслевой специфики аграрной сферы.

* * *

Ауыл шаруашылығы аграрлық секторындағы баға белгіледі жүйелі, бағалардың мемлекеттік басқарылуы есебінің ашық мәні, бағалы тәуекелдердің әдістерін, тиімді мемлекеттік тәуекелдің мәселелі шешімінің нақты жолдары менеджмент, аграрлық сала ерекшеліктерін есепке ала отырып ұсыныс жасалған.

In article the essence of system of pricing in agrarian sector, problems of the government by the prices, methods of the prevention and decrease in price risks in agriculture is opened, concrete ways of a solution of a problem effective state risk - management, taking into account specificity of agrarian sphere are offered.

УДК 338.43.242

РОЛЬ МАРКЕТИНГА И КОНСАЛТИНГОВЫХ СЛУЖБ В РАЗВИТИИ АГРАРНОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ, ПРЕДУПРЕЖДЕНИИ И СНИЖЕНИИ РИСКОВ

THE ROLE OF MARKETING AND CONSULTING SERVICES IN THE DEVELOPMENT OF AGRARIAN SECTOR, THE PREVENTION AND REDUCTION OF RISKS

Т.А. Таипов, кандидат экономических наук, доцент
T.A. Taipov, candidate of economic sciences, Associate Professor

Казахский национальный аграрный университет
Kazakh National Agrarian University

Рыночная система хозяйствования не может функционировать без использования информационных ресурсов и оказания маркетинговых услуг.

Однако большинство сельхозформирований испытывают острую потребность именно в специалистах, владеющими новыми достижениями научно-технического прогресса.

Анкетирование среди руководителей, специалистов и глав крестьянских (фермерских) хозяйств выявило особую необходимость в создании маркетинговой службы, позволяющей предоставлять необходимые качественные услуги всем субъектам сельскохозяйственного производства: сельскохозяйственным предприятиям, крестьянским (фермерским) и личным подсобным хозяйствам.

Первоначально модель функционирования маркетинговой деятельности была представлена

отдельными субъектами, выполнявшими определенные виды деятельности. Недостатком этой модели была разобщенность в действиях участников, отсутствие координации. Все это значительно снижало эффект воздействия маркетинговых услуг на повышение результативности агропромышленного производства.

В 2003 году было создано АО «КазАгромаркетинг» (далее Общество) - специализированная организация информационно-маркетинговой системы Министерства сельского хозяйства с филиалами в областных центрах, структура, которой охватывает три уровня: республиканский – Центральный аппарат, областной - филиалы, районный - сельские информационно-консультационные центры.

Целью акционерного общества является реализация государственной политики по формированию рыночной инфраструктуры продвижения сельскохозяйственных товаров и услуг, обеспечивающей широкий доступ субъектов АПК к информационным ресурсам и консультационным услугам на основе развитой региональной сети сельских информационных центров и современных технологий. Общество имеет трехуровневую вертикальную региональную сеть, охватывающую всю территорию Казахстана. Сегодня она насчитывает 161 сельских информационно-консультационных центров, функционирующих в районах и 16 представительств, действующих в областных центрах и крупных городах Казахстана.

АО «КазАгромаркетинг» является единственной специализированной компанией, осуществляющей комплекс услуг по информационно-маркетинговому и консультационному обслуживанию участников аграрного рынка на территории Казахстана: ценовой мониторинг, услуги оценки, консультации по вопросам агробизнеса, представления информации по основным направлениям, разработка и экспертиза бизнес-планов и проектов, внедрение информационных технологий и т.п.

Дальнейшее развитие сельскохозяйственных предприятий, повышение эффективности их деятельности во многом зависит от правильной организации управления хозяйством, использования передовых агротехнологий и научно обоснованных приемов.

В настоящее время на территории Республики Казахстан насчитывается около 300 фирм, занимающихся реализацией консалтинговых услуг. Так, на территории Акмолинской области на сегодняшний день создано 12 компаний, в том числе в гг. Кокшетау – 6, Степногорск – 1, Щучинск – 2, Зерендинском районе – 1, Шортандинском - 2.

Созданная сеть, объединяющая в едином информационном пространстве консалтинговые фирмы, органы управления АПК областного, районного уровней и непосредственно сельхозтоваропроизводителей, предназначена не только для обеспечения сельхозпроизводителей информацией, но и решения широкого круга вопросов. Консалтинговыми компаниями Акмолинской области проведено сельским товаропроизводителям 2995 консультаций. Из них оказано услуг по проведению аудиторских проверок – 53, составлению бизнес-планов – 45, оформлению учредительных документов – 26, анализу текущего состояния системы управления предприятием - 29. Среднегодовой доход одной консалтинговой фирмы от оказания услуг товаропроизводителям составляет 520 тыс. тенге.

В целом текущую деятельность консалтинговых фирм Акмолинской области можно разделить на 4 основные направления: информационно-консультационное обеспечение; мониторинг и анализ рынков; консалтинг; выставочно-ярмарочные мероприятия.

Рынок информационно-консультационных услуг. В сфере АПК АО «КазАгромаркетинг» оказывает помощь товаропроизводителям в решении широкого круга вопросов, связанных с производством и реализацией сельскохозяйственной продукции, поскольку в виду низкой платежеспособности сельхозтоваропроизводителей и непривлекательности данного вида бизнеса у хозяйствующих субъектов отсутствует заинтересованность в предоставлении таких услуг на селе, во-вторых, субъекты АПК свои информационно-консультативные потребности в большинстве случаев удовлетворяют самостоятельно путем получения информации из общедоступных источников (СМИ, Интернет) или прямого контакта с работниками региональных подразделений государственных органов и институтов развития АПК, в-третьих, Общество находится в ведомственной подчиненности у уполномоченного органа в сфере АПК, что дает им уникальную возможность оперативно получать качественную информацию для последующей ее обработки и интерпретации.

Рынок аналитических и маркетинговых услуг. В Казахстане рынок услуг по мониторингу и анализу

рынков АПК слабо развит. Помимо вышеназванных Обществ, маркетинговые и аналитические услуги государственным органам и субъектам АПК предоставляют АО «Центр маркетинговых и аналитических исследований» (далее Центр), ряд частных компаний, которые проводят исследования рынков по разным направлениям народного хозяйства и работают в основном по аутсорсингу, и научно-исследовательские институты в основном по государственным заказам.

Преимущества ценового мониторинга, проводимого АО «КазАгроМАркетинг» основаны на оперативности сбора и обработки данных, а также доступности выходной информации.

На основе маркетинговых и аналитических исследований разрабатываются рекомендации по повышению эффективности сельскохозяйственного производства, росту конкурентоспособности отечественной продукции, распространяемых среди участников агробизнеса, достаточно востребованных среди государственных органов, финансовых институтов, крупных отечественных и зарубежных компаний.

В результате проведенной сегментации участников АПК выявлено, что большая часть личных подворий и мелких крестьянских хозяйств испытывают потребность в получении маркетинговой и коммерческой информации. Другая часть сегмента, в лице крупных сельхозтоваропроизводителей, перерабатывающих предприятий, нуждаются в услугах по разработке инвестиционных проектов в сельском хозяйстве и обзору рынков в разрезе регионов и отраслей АПК.

В республике ежегодно проводятся около 90 выставочно-ярмарочных мероприятий. С 2005 по 2009 годы различными компаниями было организовано 286 выставок, из них сельскохозяйственного направления - 36. Среди них самыми крупными являются «Food Week Kazakhstan» (от TNT Productions), «Агропродэкспо» (от АО ВК «Атакент Экспо»), «World Food Kazakhstan» и «Inter Food Astana» (от Группы «Itesa»).

Увеличение объемов производства всех видов продукции требует решения многих проблем. В частности, возникают вопросы, касающиеся особенностей ведения сельскохозяйственного производства, использования новых технологий для возделывания сельскохозяйственных культур и ведения животноводства, оформления документов на получение льготных кредитов. Особой проблемой остается реализация продукции.

В настоящее время важно повысить эффективность хозяйств, добиваться стабильного производства за счет технической оснащенности и соответствующего финансирования.

Отдельные проблемы могут быть решены при предоставлении сельскохозяйственным товаропроизводителям необходимых услуг. Так, в 2009 г. насчитывалось 229 специалистов по разработке бизнес-планов и их технико-экономическому обоснованию, 351 - по распространению передового опыта выращивания сельскохозяйственных культур с применением ресурсосберегающих технологий, 3810 - по распространению опыта по внедрению новых пород животных, 1601 - по вопросам управления производством.

В ходе исследования выяснилось, что для сельскохозяйственных предприятий важными вопросами являются:

- экономические вопросы;
- вопросы организации и управления производством;
- правовые;
- инновационные технологии производства продукции животноводства и растениеводства;
- ресурсное и техническое обеспечение производства, сбыт продукции.

Вместе с тем, говоря об эффективности консультационных услуг в республике за 2009 год, необходимо отметить, что благодаря им порядка 550 сельхозтоваропроизводителей организовали сбыт своей продукции; около 1500 человек узнали адреса поставщиков сельскохозяйственной продукции; 200 человек установили тесное взаимодействие с учеными для дальнейшего взаимодействия по внедрению новых технологий; 150 человек получили микрокредитные средства.

Кроме того, сельхозпредприятия имеют потребность в разработке бизнес-планов для инвестиционных проектов или внедрения инновационных технологий в сельскохозяйственное производство.

По-прежнему сельхозтоваропроизводители консультируются по вопросам повышения эффективности сельскохозяйственного производства, земельным вопросам, бухучета, в меньшей степени - по вопросам маркетинга, строительства, первичной переработке, механизации. Для крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйств наиболее актуальными являются

консалтинговые услуги по обеспечению предоставления кредитных ресурсов в соответствии с государственными программами, а также по оформлению документов на собственность.

Основной проблемой при создании информационно-консультационной службы является вопрос финансового обеспечения деятельности. В областях на первоначальном этапе создания службы была принята программа развития информационно-консультационной службы, финансирование которой осуществлялось из областного и частично государственного бюджетов.

За счет средств республиканского и областных бюджетов создана материально-техническая и информационная базы службы, инфокоммуникационная сеть, осуществлены крупные информационные проекты, имеющие общепромышленное значение. Кроме того, за счет этих средств предоставляются бесплатные консалтинговые услуги сельским товаропроизводителям и органам управления АПК, осуществляется обучение кадров.

Средства местных бюджетов используются для создания материально-технической базы районного звена службы, на предоставление бесплатных консалтинговых услуг сельским товаропроизводителям, на информационное обеспечение органов управления АПК районного звена. Однако дальнейшее развитие информационно-консультационных услуг, повышение эффективности ее деятельности в части предоставления различных консалтинговых услуг, возможно лишь при расширении консалтинговой деятельности на платной основе, что является в определенной степени источником дополнительного финансирования деятельности службы (таблица).

Таблица - Цены индивидуальных консалтинговых услуг в сельскохозяйственном производстве Казахстана

Наименование услуги	Ед.изм.	Кол-во	Стоимость, тенге	Примечание
Краткие экспресс-анализы по рынкам сельскохозяйственной продукции	Услуга	1	от 30000	Объем до 10 листов по одному виду продукции, стоимость договорная
Сборники годовые	шт.	1	от 5000	Растениеводство, животноводство, обзор цен.
Глубокие аналитические исследования по индивидуальным заказам и специальному техническому заданию	услуга	1	от 100000	Стоимость договорная
Проведение маркетинговых исследований по видам продукции	услуга	1	от 30000	По одному виду продукции, стоимость договорная
Аналитические материалы по рынкам сельскохозяйственной продукции	услуга	1	от 80000	Объем более 10 листов по одному виду продукции, стоимость договорная
Проведение анкетного опроса по индивидуальным заказам и специальному техническому заданию	услуга	1	от 40000	Стоимость договорная
Предоставление первичной информации (обработанные статистические показатели и показатели внешнеэкономической деятельности в динамике)	услуга	1	от 10000	По данному виду продукции в динамике за 5 лет, и по республике, стоимость договорная

Индивидуальный поиск необходимого технологического оборудования и с/х техники по требованиям клиента	услуга	1	от 10000	Стоимость договорная
Информация по ценам на основные виды сельхозпродукции и продуктов питания (утвержденная форма)	неделя	1	от 1000	За 6 месяцев - 5% скидка, за 1 год - 10% скидка, стоимость договорная

При всех позитивных тенденциях развития маркетинговых и консалтинговых служб имеет место слабая организация работы по формированию и обновлению информационных ресурсов для АПК на республиканском уровне, недостаточное бюджетное финансирование на всех уровнях. До сих пор не сформирована вертикаль управления службой, отсутствует республиканская целевая программа и концепция развития службы.

Во всех структурах консультационной службы ощущается недостаток финансовых средств на развитие материальной базы, недоукомплектованность коллективов областных и районных служб кадрами высокой квалификации.

Система подготовки и переподготовки кадров не выполняет свою функцию на должном уровне, в связи с чем назрела необходимость аттестации специалистов консалтинговых фирм. Практика зарубежных консалтинговых служб показывает, что консультант постоянно должен овладевать новыми знаниями, так как успех работы службы зависит от знаний и опыта работы консультантов.

Незначительные возможности сельхозтоваропроизводителей по использованию различной информации, в том числе и маркетинговой, не позволяют им ориентироваться на товарных рынках, и вовремя реагировать на изменения.

Маркетинговое исследование должно стремиться к минимизации риска представления продукта на рынок. Это достигается выявлением характеристик заинтересованных в его приобретении. Данный процесс носит название «определение рыночных целей».

Первым шагом в проведении качественного анализа маркетинговых проектов является четкое определение всех возможных рисков. Маркетинговые риски возникают по следующим причинам:

- неправильный выбор рынков сбыта продукции, неверное определение стратегии операций на рынке;
- неточный расчет емкости рынка;
- неправильное определение мощности производства;
- неотлаженность или отсутствие сбытовой сети на предполагаемых рынках сбыта;
- задержка в выходе на рынок.

Изучение, описание и моделирование экономического развития субъектов хозяйствования в рыночной среде - основа предупреждения и снижения рисков.

Таким образом, маркетинговая деятельность важна не только для производителя, но и для потребителя, а так же для государства в целом, поскольку на каждой стадии распространения продукта оно может взимать налоги с занимающихся маркетингом и получать прибыль.

* * *

Маркетингік және консалтингтік қызметтер тек өндірушілер мен тұтынушылар үшін ғана емес мемлекет үшін де маңызды, себебі өнімді таратудың әрбір сатысында пайда алуға жағдай туғызады. Маркетингік зерттеу өнімді рынокқа ұсынудағы тәуекелдерді азайтуға әрекет етеді. Шаруашылық жүргізу субъектілерін нарықтық ортада зерделеу, сипаттау және экономикалық дамуларын үлгілеу (модельдеу) – тәуекелдердің алдын алу мен бесендетудің негізі.

Marketing detail are relevant not only for the producer and customer, but also the states as a whole, as at each stage of spreading of the product promote obtaining of the profit. The marketing research aims at minimization of risk of present of the product on the market. Analysis, description and simulation of economical development of the subjects of managing in market environment - basis of warning and decrease is brave.