

Маркетинговое исследование адаптации к рыночным условиям хозяйствования представителей фермерских и личных подсобных хозяйств

© 2011 К.В. Потян

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

E-mail: potyan_karen@mail.ru

В статье рассматриваются результаты проведенного маркетингового исследования, посвященного готовности к работе в условиях эффективно функционирующего рынка фермеров и представителей личных подсобных хозяйств.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, продвижение на рынок, экологически чистая продукция.

Данностью современного периода является многоукладность сельскохозяйственной экономики, одним из секторов которой являются фермерские хозяйства и воспринимаемые соразмерно их совокупному вкладу в отрасль личные подсобные хозяйства (ЛПХ).

Фермерские хозяйства не обладают выраженной специализацией, но в них стремительно возрастают объемы как производства зерновых, так и крупного рогатого скота, овец, коз и свиней, наращиваются объемы мяса птицы, в том числе таких пород, как индейки, страусы, перепела, тетерева и пищевые голуби.

Личные подсобные хозяйства переживают своеобразный ренессанс, что может объясняться высоким спросом и относительно высокой ценой на молочную продукцию, а также высоким спросом на мясо птиц, свиней и коров, выращенных в ЛПХ из-за неиспользования ими гормональных препаратов для ускоренного роста скота и промышленных пищевых добавок, что сказывается на пониженной аллергенности и улучшенных вкусовых параметрах продукции ЛПХ. При этом агрегированный выход продукции ЛПХ составляет до трети валового объема производства мяса, молока, творога и т.д.

Учитывая низкую подготовленность в экономических и специфических сельскохозяйственных вопросах мелких фермеров и представителей ЛПХ, можно сказать, что они нерационально используют имеющиеся у них ресурсы для расширения своего производства и продвижения своей продукции на рынки. Основой для такого предположения послужил предварительный опрос на колхозных продуктовых рынках лиц, постоянно торгующих мясом крупного рогатого скота, мясом птицы, молоком и молочными продуктами.

В ходе указанного предварительного опроса мы выяснили, что все опрошенные имеют высо-

кие накладные расходы при покупке кормов для скота и при доставке продукции к месту реализации и на сертификацию последней. С целью верификации своего предположения мы провели полевое маркетинговое исследование, заключающееся в опросе фермеров и успешных представителей ЛПХ. Фермеров для опроса мы отбирали по следующим параметрам: размер участка 30–50 га, использование в трудовом процессе арендованной техники, стаж в качестве фермера не менее 10 лет. Критериями для опроса представителей ЛПХ служили: торговля на колхозном рынке продуктами своего хозяйства не менее 10 лет, формирование за счет продаж сельскохозяйственной продукции не менее 70 % бюджета домохозяйства, наличие в хозяйстве 2–3 коров или аналогичного по стоимости другого скота (свиньи, куры, индейки, бараны, козы), наличие 1–2 личных автомобилей.

Фермерам в рамках исследования задавались вопросы по следующим темам (всего было опрошено 25 чел.):

- консультируются ли они с агрономом на регулярной основе по поводу выбора посевных культур для рационального землепользования;
- консультируются ли они с представителями рыночных структур и центров анализа рынков сельхозпродукции на регулярной основе по поводу перспективности реализации произведенной продукции;
- растет ли у них поголовье скота;
- на что у них идут максимальные затраты финансовых средств, препятствующие развитию хозяйства;
- пытались ли они кооперироваться со своими коллегами и насколько успешно;
- пользуются ли они кредитованием в своей деятельности.

Результаты опроса после усреднения и обработки представлены в табл. 1, 2.

Таблица 1. Результаты опроса фермеров

Вопрос	Да	%	Нет	%
Консультируются ли они с агрономом на регулярной основе по поводу выбора посевных культур для рационального землепользования	3	12	22	88
Консультируются ли они с представителями рыночных структур и центров анализа рынков сельскохозяйственной продукции на регулярной основе по поводу перспективности реализации произведенной продукции	2	8	23	92
Растет ли у них поголовье скота	4	16	21	84
Пыгались ли они кооперироваться со своими коллегами и насколько успешно	6	24	19	76
Пользуются ли они кредитованием	25	100	-	-

Таблица 2. Результаты опроса фермеров по структуре максимальных затрат

Вопрос	На покупку ГСМ		На приобретение кормов		На закупку семян		На аренду техники	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
На что у них идут максимальные затраты финансовых средств, препятствующие развитию хозяйства	25	100	23	92	18	72	25	100

Таким образом, по результатам опроса фермеров очевидно, что самостоятельная транспортировка своей продукции на товарные рынки и процессы сельскохозяйственных работ, связанных с использованием техники, и ее аренда приносят столь масштабные затраты, что им удается вести свое дело только при помощи кредитования и перекредитования. Тот факт, что их хозяйство не расширилось за 10 лет и финансово не полностью здорово, означает состояние стагнации и отсутствие перспектив без посторонней помощи. Табличные данные позволяют убедиться и в необходимости реальной маркетинговой поддержки, так как без объективной рыночной информации и консультативной помощи специалистов по сельскому хозяйству, шансы на выживание хозяйства уменьшаются. Тем не менее, учитывая, что хозяйства в течение 10 лет, в том числе и в кризисные годы, не претерпели банкротства, можно считать, что они имеют перспективы при надлежащей маркетинговой поддержке с привлечением инвестиций и их правильном применении достигнуть устойчивого состояния.

Представителям ЛПХ в рамках исследования задавались вопросы по следующим темам (всего было опрошено 100 чел.):

- на что у них идут максимальные расходы финансовых средств (доставка товаров мелкими партиями, покупка кормов, ГСМ);
- есть ли сожаление о продаже продуктов с малой степенью переработки или без переработки;
- какой процент произведенной продукции пропадает из-за невозможности своевременной реализации;

- каковы потери из-за пересортицы мяса птицы;
- существует ли для них проблема закупки зерна дорого в сезон;
- есть ли у них затруднения с экспликацией пастбищ для выпаса скота;
- практикуют ли они общение с ветеринаром на регулярной основе или только в отношении обязательных прививок скота;
- пытались ли кооперироваться с коллегами;
- используют ли они кредиты в своей практике.

Результаты опроса после усреднения и обработки представлены в табл. 3 - 5.

Таким образом, полученная информация свидетельствует о том, что подавляющее большинство представителей ЛПХ, живущих за счет продажи результатов собственной сельскохозяйственной деятельности, обеспечивающих приемлемый для себя уровень жизни, практически не используют кредиты для организации подсобного хозяйства. Наибольшее сожаление у них вызывают затраты из-за порчи продукции вследствие неудачных попыток ее реализации даже со скидками, а также необходимость предоставления скидок, если продукция не была реализована тотчас после доставки. Наибольшим затратным моментом является необходимость почти ежедневной доставки малых партий продукции на рынки на собственном или арендованном автомобиле на расстоянии от 10 км и более (как правило, не больше 50 км). Также их раздражает необходимость покупки кормов по самой дорогой цене. Общим выводом по результатам двух опросов будет недостаточное использование внутренних

Таблица 3. Результаты опроса представителей ЛПХ

Вопрос	Да	%	Нет	%
Используют ли они кредиты в своей практике	2	2	98	98
Есть ли сожаление о продаже продуктов с малой степенью переработки или без переработки	100	100	-	-
Пытались ли кооперироваться с коллегами	14	14	86	86
Существует ли для них проблема закупки зерна дорого в сезон	99	99	1	99
Практикуют ли они общение с ветеринаром на регулярной основе или только в отношении обязательных прививок скота для получения сертификата на торговлю скотом, молокопродуктами	3	3	97	97

Таблица 4. Результаты опроса представителей ЛПХ по поводу потерь нереализованной продукции

Вопрос	Ответили, чел.			
	3%	5%	8%	10%
Какой процент произведенной продукции пропадает из-за невозможности своевременной реализации	86	8	4	2
Какой процент произведенной продукции пропадает из-за пересортицы мяса птицы	89	7	3	1

Таблица 5. Результаты опроса представителей ЛПХ по структуре максимальных затрат

Вопрос	На покупку ГСМ		На приобретение кормов		На закупку семян		На аренду техники	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
На что у них идут максимальные затраты финансовых средств, препятствующие развитию хозяйства	100	100	98	98	4	4	3	3

резервов и недостаточное привлечение инвестиций по различным причинам.

Следовательно, важным направлением в организации маркетинговой поддержки в области привлечения инвестиций является рациональное использование инвестирования за счет внутренних ресурсов хозяйств на основе маркетингового анализа их функционирования и соответствующих консультаций. Эта деятельность приобретает первостепенное значение в условиях неблагоприятного инвестиционного климата.

Учитывая размер хозяйствующих субъектов и их экономическое положение на рынке, не приходится надеяться на их самостоятельность при поиске внешних инвестиций. Вероятно, этим может заняться какое-либо маркетинговое бюро, ассоциированное с сельскохозяйственным министерством местной региональной администрации под ее гарантии и на заранее определенных условиях, возможно, в рамках совмещенного кредита.

Наиболее важными внешними источниками инвестирования сельского хозяйства в настоящее время можно считать:

- кредиты банков и финансовых институтов;
- иностранные инвестиции;
- ассигнования средств из бюджетов различных уровней;
- средства фондов поддержки предпринимательства;
- заемные средства и т.д.

Существует множество методов привлечения внешних инвестиций, которые предполагают осуществление следующих мер заинтересованными административными органами:

- субсидирование процентной ставки по кредитам;
- принятие региональных нормативных актов, обязывающих кредитные учреждения увеличивать кредитование сельхозпроизводства на рыночных условиях;
- стимулирование вложений физических лиц в акции сельскохозяйственных инвестиционных фондов;
- создание и стимулирование деятельности небанковских структур, направляющих аккумулированные ресурсы в инвестиционный процесс в сельскохозяйственной сфере;
- создание и патронаж лизинговых компаний.

Основываясь на мировом опыте развития сельского хозяйства, принято считать, что федеральные органы должны активно участвовать в деятельности аграрного сектора. Только при должной государственной поддержке возможно надежное страхование рисков для иностранных и отечественных инвесторов.

Средства федерального бюджета на безвозвратной основе должны направляться на реализацию программ из арсенала "зеленой корзины" ВТО: подготовка кадров, выполнение крупных природоохранных мероприятий, развитие вете-

ринарной службы и службы химзащиты, органов госконтроля доброкачества пищевых товаров, - а также на фундаментальные исследования в области развития сельхозпроизводства.

Таким образом, можем констатировать, согласно результатам проведенного маркетингового исследования, что готовность рассматриваемых хозяйствующих субъектов, в том числе ЛПХ, к функционированию в рыночных усло-

виях слабо заметна на современном этапе. Существует определенная уверенность, что при надлежащей подготовке указанным группам хозяйств можно будет значительно увеличить производство и продвинуть на внутренний рынок импортируемые в настоящее время позиции продуктов питания и внести существенный вклад в достижение продовольственной безопасности как региона, так и РФ.

Поступила в редакцию 04.07.2011 г.