

## ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ АГРОБИЗНЕСА В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

В постановлении Правительства КР «Об итогах социально-экономического развития КР за 2007 г.» от 19 января 2008 г. №15 отмечается неудовлетворительная работа Министерства сельского, водного хозяйства и перерабатывающей промышленности по достижению в 2007 году целевых ориентиров, заложенных в стратегии развития страны на 2007-2010 годы.

Валовой выпуск продукции сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства в 2007 году составил 89717 млн. сомов и увеличился по сравнению с 2006 годом на 1,5%. Из общего объема произведенной продукции на долю растениеводства приходилось 58,1%, животноводства – 40,6%, услуг – 1,1%, охоты и лесного хозяйства – 0,2%.

Сократилось производство зерна на 4,6%, в том числе пшеницы – на 15,6%, хлопка-сырца – на 19,1%, сахарной свеклы – на 31,2%. Посевная площадь уменьшилась по сравнению с 2006 годом на 51,5 тыс. га.

«Для мировой экономики характерен процесс сокращения занятости в сельскохозяйственном производстве. В аграрной экономике Кыргызстана происходят те же процессы. Вместе с ростом объема производства и повышения производительности сельского труда происходит сокращение занятости в этом секторе экономики. Однако найти себе применение на селе высвободившаяся рабочая сила не может: здесь нет промышленных предприятий, сферы услуг, инфраструктуры, не развита социальная сфера (образование, медицина, культура, спорт и т.д.) Значительная часть сельского населения не имеет работы, следовательно, и доходов. Отсюда бедность и нищета сельского населения».<sup>1</sup>

Сельское население, составляющее 65% населения страны, испытывает все более возрастающие трудности, связанные с экономическим упадком сельского хозяйства и ухудшением социальных условий жизни на селе. Доля занятого населения в общей численности трудоспособного сельского населения составляет всего 34,9%. За чертой бедности проживают 56,4% сельских жителей.<sup>2</sup>

Предпринимательская деятельность в сельской местности может быть представлена двумя основными направлениями:

- 1) несельскохозяйственным бизнесом;
- 2) аграрным (сельскохозяйственным) бизнесом.

*Несельскохозяйственный бизнес* в Кыргызской Республике включает в себя мелкую торговлю (коммерческие киоски, лоточная торговля), общественное питание, строительство и текущий ремонт, традиционные ремесла, сельский туризм, гостиничный бизнес, бытовые услуги и др. Данные виды бизнеса обычно не регистрируются, так как не являются постоянными видами деятельности, имеют спонтанный или периодический характер, в них занята незначительная часть сельского населения. Поэтому определяющей формой предпринимательской деятельности на селе является *аграрный бизнес*.

Агробизнес традиционно связан с использованием земли, как основного фактора производства. Он включает в себя различные предприятия по производству, переработке и реализации сельскохозяйственной продукции, а также, связанные с обслуживаем

<sup>1</sup> Мусаева Д.А. Экономические реформы Кыргызстана: проблемы и перспективы развития. – Вопросы экономики. – Бишкек, 1/2008, стр. 22-29.

<sup>2</sup> Статсборник «Социальное развитие Кыргызской Республики за 1999-2005 гг.». – Нацстаком Кыргызской Республики, 2006.

аграрного сектора, – это материально-техническое снабжение, ветеринарный сервис, агротехническое обслуживание, химическая защита растений и т.д.

За годы реформирования аграрной сферы в Кыргызстане сформировалась многоукладная сельская экономика, основу которой составляют коллективные и индивидуальные предприятия, основанные на частной собственности на землю и имущество.

Однако, несмотря на предпринимаемые усилия законодательных и исполнительных органов власти всех уровней, международных организаций стран-доноров, а также самих фермеров, сельских предпринимателей и всех других заинтересованных сторон, говорить о функционировании устойчивого и эффективного аграрного сектора нельзя. Существует множество факторов, сдерживающих развитие сельского хозяйства и бизнеса на селе.

Как показали проведенные исследования, уровень доходов большей части сельскохозяйственных товаропроизводителей не позволяет им вести производство на расширенной основе, поддерживать и обновлять материально-техническую базу и социальную инфраструктуру. Они несут значительные потери, связанные с диспаритетом цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию, имеют ограниченные возможности использования банковских кредитов из-за высоких процентных ставок, малых сроков их погашения, отсутствия залогового обеспечения.

Определенным тормозом развития агробизнеса становится значительный удельный вес мелких крестьянских (фермерских) хозяйств в общей доле аграрного сектора.

С одной стороны, небольшие участки земли индивидуальных фермеров не позволяют им использовать научно-обоснованные севообороты и ирригационную систему, громоздкую сельскохозяйственную технику для выполнения агротехнических работ и химической обработки растений от вредителей, болезней и сорняков. Из-за отсутствия специальных знаний и денежных средств очень часто крестьяне из года в год культивируют одни и те же сельскохозяйственные культуры, не вносят в достаточном количестве и в оптимальные сроки качественные минеральные удобрения. По данным Департамента химизации и защиты растений МСВХиПП снижение внесения удобрений привело к деградации земель и снижению продуктивности пашни. За время независимости республики урожаи сельскохозяйственных культур повсеместно снизились на 20-30%. Только от засоления земель ежегодные региональные потери составляют 2 млрд. долларов США.

С другой стороны, соответственно небольшие и нестабильные объемы производства фермеров не интересуют перерабатывающие предприятия заключать с ними долгосрочные контракты на покупку сельскохозяйственной продукции. Производство продукции без маркетинговых исследований затрудняет фермерам сбыт их продукции при ограниченном внутреннем рынке. Всем известны случаи с перепроизводством табака на юге республики, фасоли в Таласской области, лука и бахчевых культур в Чуйской области, картофеля в Иссык-Кульской области, когда крестьяне, не смогли реализовать их. Экспорт же сельскохозяйственной продукции затруднен как из-за высокой конкуренции, отсутствия соответствующей рекламы, качества и стабильности поставок, так и таможенных барьеров и тарифов.

Что касается животноводческой продукции, то не все животноводы владеют информацией о правильном содержании, рационах кормления и эксплуатации животных, соблюдении ветеринарно-санитарных правил при выращивании и производстве животноводческой продукции.

При содействии Департамента ветеринарии МСВХиПП за последние годы в КР созданы около 500 частных предприятий по ветеринарному обслуживанию животных («Ветсервисы»). Животноводы имеют возможность получить консультации по правильному содержанию, кормлению, эксплуатации животных. Но из-за недостатка денежных ресурсов животноводы зачастую не обращаются за консультацией к специалистам и самостоятельно проводят профилактические мероприятия и лечение

животных. При этом приобретают у случайных поставщиков более дешевые препараты, которые не всегда качественные и не прошедшие соответствующую экспертизу, что не обеспечивает санитарную и экологическую безопасность продукции животноводства и самих животных.

В настоящее время в республике практически отсутствуют хозяйственно-технологические цепочки, позволяющие обеспечить реализацию полного агропромышленного цикла, начиная с производства, хранения, транспортировки сельскохозяйственной продукции, и кончая ее переработкой и дальнейшим сбытом. Производители, продавцы и потребители сельскохозяйственной продукции имеют ограниченный доступ к информации о состоянии рынка. Рынок сельскохозяйственной продукции непредсказуем и нестабилен. Объемы и формы реализации сельскохозяйственной продукции формируются стихийно. Большая часть перерабатывающих предприятий осуществляет закупки сырья без предварительных договоренностей с производителями по факту поставки.

Отсутствие у фермеров материально-технической базы для переработки и длительного хранения своей продукции вынуждает их продавать ее по заниженной стоимости на диктуемых условиях перерабатывающих предприятий. Перерабатывающие предприятия, в свою очередь, из-за нехватки оборотного капитала не в состоянии закупать во время массовой уборки урожая сырье в необходимом объеме и хранить в течение длительного времени на складах. Отсюда, «общая загрузка мощностей перерабатывающих предприятий при работе 5-6 месяцев в году составляет не более 40%. К тому же более 70 % оборудования перерабатывающих предприятий морально и физически устарело и не способно производить продукцию, конкурентоспособную не только на внешнем, но и на внутреннем рынке. Недогрузка мощностей, соответственно, ведет к росту издержек и снижению доходов предприятия. В развитых странах перерабатывается более 50% производимого сельскохозяйственного сырья, в Кыргызстане же – не более 15-20 %. Отсюда следует, что завозить в Кыргызстан российские джемы, повидло, варенье и другую продукцию в красивой и удобной упаковке гораздо дешевле, чем покупать у местных переработчиков».<sup>3</sup>

Создание рыночной инфраструктуры по закупкам и сбыту произведенной продукции, внедрение прогрессивных технологий в сельском хозяйстве, организация сети мини-цехов по переработке продукции возможно лишь при грамотном управлении и тесном взаимодействии властных структур с местным сообществом. Между тем деятельность органов местного самоуправления оценивается населением как плохая. В большинстве сел высказывалось пожелание, чтобы не только международные проекты, но и айыл окмоту инициировали и содействовали развитию данных процессов.

Проведенные исследования показали, что в КР мелкотоварные хозяйства в условиях рыночной экономики еще не всегда оправдывают себя. Имеющиеся тенденции в мировой практике свидетельствуют о необходимости развития более крупных сельскохозяйственных предприятий, наряду с сохранением индивидуальных крестьянских (фермерских) хозяйств.

Сельскохозяйственные производственные кооперативы, ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и другие организационно-правовые формы объединенных хозяйств в большей степени способствуют использованию таких преимуществ крупного производства, как:

- ✓ наличие более крупных земельных массивов, где можно использовать научно-обоснованные системы севооборотов и сельскохозяйственную технику;
- ✓ возможности консолидации достаточных финансовых ресурсов для приобретения необходимой высокопроизводительной техники, качественных семян, удобрений, химических средств защиты растений, кормов, ветеринарных препаратов, а также

---

<sup>3</sup> Анализ отрасли по переработке овощей и фруктов. Кыргызская Республика, ноябрь 2002-март 2003 гг. - ФК «СЕНТИ» при поддержке Хельветас – Кыргызстан.

- проведения маркетинговых исследований для нахождения выгодных каналов сбыта своей продукции и развития социальной инфраструктуры села;
- ✓ возможность содержания необходимого штата специалистов – агронома, зооветеринара, маркетолога, менеджера, экономиста-бухгалтера, юриста и др.

Тенденции развития рынка европейских стран подтверждают, что наиболее высокой эффективности производства добиваются *агрофирмы и агрокомбинаты*, формирующие процесс воспроизводства на интегрированной и кооперативной основе. Данные структуры включают в себя производство сельскохозяйственной продукции, ее хранение, переработку и реализацию. Механизмы такой интеграции могут быть разными и в каждом конкретном случае их следует детально прорабатывать.

Переход к рыночной модели в аграрном секторе является болезненным не только для Кыргызстана. В странах Западной Европы ключом для успешного решения этой проблемы явился маркетинг, цель и задача которого – поиск и организация рынка сбыта продуктов и услуг, выявление потребностей настоящих и потенциальных клиентов. Фирмы – производители должны были регулярно изучать рынок выпускаемой продукции; знать перечень продуктов на рынке и цены на них; обеспечить рекламу и продвижение товара; организовать продажу и распределение продукта. Однако эта деятельность требовала проведения специальных исследований, достаточно крупных затрат, что оказывалось, как правило, не под силу отдельным мелким хозяйствам. Использование инструментов маркетинга было ограничено из-за небольшого объема их производства и продажи.

Решение проблемы они нашли в кооперировании усилий в области маркетинговой деятельности путем создания маркетинговых групп сельскохозяйственных рабочих – производителей определенного продукта. *Маркетинговые группы* представляют собой добровольные организации, создаваемые чаще всего на основе объединения капитала, цель которых – обеспечить максимум прибыли членам группы через поиск, освоение и развитие рынка как внутри страны, так и за ее пределами.

Сельскохозяйственные рабочие чаще всего создают отраслевые маркетинговые группы, в которые объединяются производители, например, сахарной свеклы, зерна или животноводческой продукции. В этом случае им легче найти хороший контракт на продажу своей продукции, либо на покупку на выгодных условиях средств производства.

Часто маркетинговые группы инвестируют несельскохозяйственную деятельность: например, производители сахарной свеклы вместе покупают акции сахарных заводов, а свиноводы направляют инвестиции в строительство кормоцеха или предприятия по переработке мяса и т.д.; вкладывают деньги в сеть супермаркетов, которые вместе с оптовыми рынками являются главными каналами распределения продовольственных продуктов. Главная цель инвестирования в несельскохозяйственную деятельность – увеличение прибыли собственной маркетинговой группы.

Участие в маркетинговой группе позволяет мелким сельским товаропроизводителям нанять менеджера, который поможет в заключении контрактов; реализации продукции по более высоким ценам; закупке дешевых средств производства; заключении долгосрочных контрактов; гарантирует стабильность сбыта сельскохозяйственных продуктов. Кроме того, обеспечивается: доступ к внешним источникам финансирования (кредиты, гарантии, авансы); возможность общего инвестирования в несельскохозяйственную деятельность; общее страхование от банкротства; сотрудничество и обмен опытом с другими производителями; совместная реклама, продажа и распределение продуктов. Появляется возможность избежать внутренней конкуренции на сельскохозяйственном рынке продуктов и продовольственных товаров.

Владение рыночной информацией способствует совершенствованию производства, а, следовательно, и росту прибыли.

Для развития сельскохозяйственных кооперативов необходим комплекс мер по государственной поддержке, к которым можно отнести содействие в проведении регулярного мониторинга, чтобы обнаружить и предотвратить нарушения ценовых соотношений между продукцией сельскохозяйственных предприятий и предприятий по переработке продукции, производственному обслуживанию и материально-техническому обеспечению аграрного сектора; в разработке механизмов эффективного налогообложения и кредитования, учитывающие специфику сельскохозяйственного производства; в разработке системы государственного страхования; в создании условий для обеспечения производства экологически чистых продуктов питания и экологически безопасных для населения, животного и растительного мира.