

Развитие нового механизма продвижения сельскохозяйственной продукции один из факторов устойчивого социально-экономического развития региона (на примере Республики Калмыкия)

Development of a new mechanism of promotion of agricultural products is one of the factors of sustainable socio-economic development of the region (on the example of the Republic of Kalmykia)

Пашнанов Эрдне Лиджиевич, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и управления на предприятии ФГБОУ ВПО «Калмыцкий государственный университет», руководитель Управления Федерального Казначейства по Республике Калмыкия, г. Элиста.

Дербенов Чингис Юрьевич, ассистент кафедры бизнеса и информационных систем в экономике ФГБОУ ВПО «Калмыцкий государственный университет».

Pashnanov E.L., doctor of economic Sciences, Professor of the Department of economics and management at the enterprise “Kalmyk state university”, the head of the Department of the Federal treasury in the Republic of Kalmykia, Elista c.

Derbenov Ch.Y., assistant of the Department of business and information systems in Economics “Kalmyk state university”.

В статье рассматривается вопрос развития новых механизмов продвижения сельскохозяйственной продукции, основных положительных аспектах, возможных препятствий, процессах и итогах реализации применения данного механизма, способствующего устойчивому социально-экономическому развитию региона.

Авторами были рассмотрены основные положения Стратегии социально-экономического развития Республики Калмыкия, конкурентные преимущества, внешние и внутренние позитивные факторы, предложено создание Единого портала продаж сельскохозяйственной продукции

Республики Калмыкия с целью структуризации и информатизации процесса продажи.

Ключевые слова: сельскохозяйственная продукция, торговая площадка, Всемирная торговая организация (ВТО), сельское хозяйство, электронная торговля, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, региональные финансы.

Summary. The article considers the development of new mechanisms for the promotion of agricultural products, the main positive aspects of, obstacles, processes and results of the application of this mechanism to facilitate the sustainable socio-economic development of the region.

The authors discussed the main provisions of the Strategy of socio-economic development of the Republic of Kalmykia, competitive advantages, external and internal positive factors, proposed the establishment of a Single portal sales of agricultural products of the Republic of Kalmykia with the aim of structuring and Informatization process of sale.

Keywords: agricultural products, trading platform, the world trade organization (WTO), agriculture, e-trade, competitiveness, competitive advantages, regional Finance.

Обострившаяся в последние годы проблема формирования механизмов обеспечения и развития социально-экономических систем, вопрос об устойчивости финансовой системы регионов и ее конкурентоспособности стал одной из ключевых проблем современного социально-экономического развития в регионах, в том числе и в Республики Калмыкия.

Безусловно, одной из важнейших составных частей финансовой системы государства являются региональные финансы. Являясь системой экономических отношений, посредством которой распределяется и перераспределяется национальный доход на экономическое и социальное

развитие территорий, региональные финансы обеспечивают финансирование широкого круга мероприятий, связанных с социально-культурным и коммунально-бытовым обслуживанием населения. [8] С помощью региональных финансов государство осуществляет выравнивание уровней экономического и социального развития территорий, которые в результате исторических, географических, военных и других условий отстали от других районов страны.

Конкурентоспособность региональной экономики, т. е. способность реализовать устойчивое социально-экономическое развитие региона и обеспечить высокое качество жизни его населения, реализуется через ряд преимуществ. К ним относятся природно-сырьевые ресурсы, трудовые ресурсы и их квалификация, научный, управленческий потенциал, производственная база, финансовая система, предпринимательский климат, качество управленческого потенциала, стоимость рабочей силы, инфраструктура. [4]

Реализация устойчивого социально-экономического развития Республики Калмыкия, использование преимуществ стратегического планирования и обоснование оценки целей и результатов развития системы в целом выражена в Стратегии социально-экономического развития Республики Калмыкия на период до 2020 года.

Стратегия социально-экономического развития региона выступает основой реализации эффективной политики руководства, направленной на достижение целей долгосрочного социально-экономического развития.

Стратегия социально-экономического развития Республики Калмыкия на период до 2020 года разработана с учетом основных конкурентных преимуществ, внешних и внутренних позитивных факторов.

Внешние позитивные факторы:

- модернизация государственного управления и регулирования;

- формирование благоприятного инвестиционного климата для удержания внутренних и привлечения иностранных капиталов;
- выгодное географическое расположение республики в отношении основных транспортных коридоров;
- наличие потенциала для развития историко-культурного, познавательного, религиозно-ознакомительного, экстремального, рекреационного и оздоровительного туризма.

Внутренние позитивные факторы:

- наличие минерально-сырьевой базы: топливно-энергетические ресурсы (нефть, газ, конденсат), строительные материалы (песок, глина, камень-ракушечник), агрохимическое сырье (калийные и каменные соли, доломиты), бишофитное сырье и другие;
- благоприятные условия для использования солнечной энергии и ветроэнергетического потенциала;
- достаточно высокий уровень свободных площадей сельскохозяйственных угодий - 6,3 млн. га, из них 0,9 млн. га пашни, 5,2 млн. га пастбищ.

В этой связи главной целью Стратегии социально-экономического развития Республики Калмыкии выступает повышение благосостояния и уровня жизни населения, обеспечение устойчивого роста экономики Республики Калмыкия. [1]

Одним из приоритетных направлений данной Стратегии является развитие агропромышленного комплекса, в том числе развитие торгово-экономического механизма реализации сельскохозяйственной продукции.

На сегодняшний день вопрос реализации сельскохозяйственной продукции очень актуальный ввиду обострившейся конкуренции на внутреннем рынке в связи с присоединением Российской Федерации к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г. и принятия на себя ряда обязательств и

уступок ВТО по сельскому хозяйству. Учитывая, что в Республике Калмыкия сельское хозяйство – одна из ведущих отраслей, то рассмотрение ситуации для отрасли и Республики Калмыкия в целом представляется чрезвычайно важным. [2]

В сбытовой деятельности сельскохозяйственного предприятия немаловажное значение имеет осуществление функций распределения, заключающейся в продвижении своей продукции к конечному потребителю. У хозяйств имеется широкий выбор средств и каналов для доведения своей продукции до конечного потребителя; одни средства и каналы конкурируют между собой, другие заменяют или дополняют друг друга. Правильно сделанный выбор - путь к решению проблем и эффективное средство для улучшения экономического состояния предприятий.

Проблемы реализации сельскохозяйственной продукции порождены множеством причин: несовершенством существующего ценообразования, слабо развитой инфраструктурой агропромышленного комплекса, разрушением связей между производителями и потребителями, недостатком необходимой информации о состоянии рынка.

В целях решения поставленной проблемы необходима разработка современного механизма продвижения сельскохозяйственных товаров республики, способствующего повышению общего благосостояния сельскохозяйственных предприятий и республики в целом. Решение данной проблемы поспособствует реализации главной цели Стратегии социально-экономического развития Республики Калмыкии до 2020 г.

Информатизация процесса продвижения сельскохозяйственных товаров на рынки – один из современных инструментов и механизмов, обеспечивающих максимальную прозрачность ценообразования на рынке сельхозпродукции, исключая излишнего числа посредников и действуя по схеме «Производитель-потребитель», создание предпосылок

для активизации экономического развития Республики Калмыкия, поддержание в устойчивом состоянии сельхозтоваропроизводителей, использовании скрытых возможностей и повышение конкурентных преимуществ.

Для структуризации и информатизации процесса продажи сельхозпродукции предлагаем создать Единый портал продаж сельскохозяйственной продукции Республики Калмыкия, либо создать индивидуальные сайты для одного или нескольких сельхозпредприятий.

Портал - мощный и настраиваемый инструмент для создания единого информационного пространства продаж продукции, позволяющего интегрировать все информационные ресурсы сельхозпредприятий республики. Портал/ сайт подобного типа является качественной совокупностью технологических решений и программных средств, что позволяет сортировать и использовать информацию, не только потенциальным покупателям, но и потенциальным инвесторам, органам государственной власти республики для оценки текущего состояния агропромышленного комплекса республики, повышая общую эффективность ее использования.

Эффективность работы такого портала/ сайта предопределяется следующими характеристиками:

- легкость в использовании;
- персонализация;
- удачное содержание;
- отточенная технология процесса ведения и оформления сделки;
- удобная система общения и взаимодействия с потребителем;
- визуализация продукции.

При создании такого портала необходимо учитывать все необходимые аспекты, такие как способы работы с клиентами, способы доставки продукции, способы страхования продукции и прочее.

В основном блоке портала/ сайта должны быть приведены:

- информация по предлагаемой продукции (наименование продукции, наличие сертификатов качества, паспорта животного (для племенных животных), условий содержания, фотографии и пр.);
- полная информация о поставщиках (наименование сельскохозяйственных предприятий, контактная информация, Устав предприятия, информация о достижениях, патентах и пр.);
- информация о ценах (прайс-листы для розничной и оптовой торговли, система-скидок и пр.);
- информация о доставке (примерные сроки доставок продукции, сопроводительные документы и пр.).

Портал/ сайт должен быть информативным и удобным для клиентов, предоставлять разнообразные возможности поиска, позволяя посетителям быстрее найти именно те виды продукции, которые им необходимы, иметь понятную и интуитивную систему заказа и оплаты. Возможно размещение информации для покупателей о каждом этапе процесса доставки продукции и сопроводительных документах, что очень важно для бухгалтерской отчетности.

Но реализация такой модели сталкивается с несколькими препятствиями:

- определенный консерватизм сельхозпроизводителей, привыкших к торговле через перекупщиков и рынки и не заинтересованных нести дополнительные затраты (закупка транспортных средств) и функции (доставка продуктов конечным потребителям, фасовка в фирменную упаковку и т. д.);
- плохое знание фермерами инструментария электронной торговли как с технической стороны (создание полнофункционального сайта), так и со стороны маркетинга (продвижение сайта в Интернете, технология взаимодействия с потребителями).

Представляется, что прежде всего нужно устранить второе препятствие, а именно обеспечить фермерам возможность создать свой сайт, либо зарегистрироваться на Едином портале республики.

Процесс и итоги реализации применения нового механизма продвижения сельскохозяйственной продукции на рынок, на наш взгляд, предполагает следующие результаты, которые в целом и полностью совпадают с планируемыми результатами реализации Стратегии социально-экономического развития Республики Калмыкия на период до 2020 года:

- активизация экономики Республики Калмыкия, использование ее скрытого потенциала, рост финансовой автономности республики;
- рост уровня среднедушевых денежных доходов населения, прибыли сельскохозяйственных предприятий;
- рост доверенности к производителям сельскохозяйственной продукции республики, налаживание международных и межрегиональных партнерских связей;
- формирование инновационной инфраструктуры для развития индивидуального предпринимательства и государственно-частного партнерства;
- повышение инвестиционной привлекательности и улучшение инвестиционного климата республики для реализации международных и межрегиональных инвестиционных проектов.

Дополнение к традиционным механизмам сбыта сельскохозяйственной продукции новым инструментом как организация прямой электронной торговли сельхозтоваропроизводителями республики позволит расширить географию продаж, увеличить уровень продаж, повысить имидж не только отдельного сельхозпредприятия, но и республики в целом.

Реализация данного механизма продвижения в большей степени способна решить проблему сбыта сельскохозяйственной продукции и обеспечить прозрачность в ценообразовании, систематизировать процесс торговли, повысить уровень качества производимой продукции, установить равные условия для всех производителей сельскохозяйственной продукции независимо от формы и принадлежности хозяйствующего субъекта, а также обеспечить устойчивое развитие социально-экономического положения Республики Калмыкия.

Библиографический список:

1. Постановление Правительства Республики Калмыкия от 30 декабря 2008 г. № 465 «О Стратегии социально-экономического развития Республики Калмыкия на период до 2020 года».
2. Дербенов Ч.Ю. Определение оптимальных параметров привлечения инвестиций в сельское хозяйство. // Материалы межрегиональной научно-практической конференции - Актуальные проблемы и тенденции развития финансов, экономики и управления: региональный аспект. – 2012. – С. 63-66.
3. Кайль Я.Я., Епина В.С. Новые подходы к управлению развитием региона в современной России // Материалы межрегиональной научно-практической конференции - Актуальные проблемы и тенденции развития финансов, экономики и управления: региональный аспект. – 2012. – С. 41-48.
4. Мантаева Э.И., Голденова В.С. Некоторые направления совершенствования региональной политики стимулирования социальной ответственности бизнеса // Материалы межрегиональной научно-практической конференции - Актуальные проблемы и тенденции развития финансов, экономики и управления: региональный аспект. – 2012. – С. 63-66.
5. Пашнанов Э.Л., Цатхланова Т.Т. Развитие сельского хозяйства в регионах // Экономика сельского хозяйства России. - 2008. - №5 - С. 44-47;
6. Перфилова В.А. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов // Проблемы современной экономики – 2012. – № 2 (42) – С. 32-36
7. Протокол о присоединении Российской Федерации к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г. (Женева, 16 декабря 2011 г.);

8. Экономика предприятия / Под. ред. Цатхлановой Т.Т., Кардановой Л.И., Пашнанова Э.Л., Очир-Горяевой Т.Б. Элиста: ЗАОр «НПП «Джангар», 2008