

Явление фермера городу

Крестьянский вклад в решение продовольственной проблемы.

Нынешней весной на Центральном рынке Иркутска появились фермеры из пригорода со своей продукцией. Приезд крестьян-тружеников был обозначен как проведение весенней ярмарки. Слово «ярмарка» для небольшого пятачка с 5-7 торгующими фермерами звучит, возможно, чересчур громко. С таким термином мы связываем огромное количество торгующих и покупающих, разнообразный ассортимент. Но времена меняются, изменяются и наши понятия. Да и в слове ли всё дело? Главное в другом. Эти несколько фермерских семей буквально всколыхнули Центральный рынок, где той же самой продукцией торговали свыше 80 продавцов. В результате процентов на 30% упали рыночные цены на картофель, морковь и свёклу.

Вообще, мероприятие, которое организовала администрация Иркутского района и проводила местная ассоциация крестьянско-фермерских хозяйств, представляется весьма значимым. Вспомним, что в декабре 2007-го начали стремительно расти цены на картофель в супермаркетах и на рынках, за ними вдогонку бросились цены на овощи. И не только у нас в Иркутске. Это было характерным для всей России, что породило выражение «овощная инфляция». Пригород, немногочисленные сохранившиеся крепкие хозяйства ответили на этот всплеск увеличением посадочных площадей, прежде всего картофеля. И было произведено его в минувшем году гораздо больше... А дальше грянул финансово-экономический кризис.

Между тем основная масса не только иркутян, но и россиян и до этого жила не очень-то богато. Поэтому наша страна выделяется среди развитых государств весьма высоким удельным весом расходов на продукты питания. В этом мы значительно превосходили не только французов, немцев, англичан, но и жителей таких государств, как Мексика и Турция. В европейских странах материально необеспеченными гражданами считаются те, кто тратит на продукты от 30% своих доходов. У нас в России, согласно данным Института социологии РАН, 43% населения относится к категории малообеспеченных граждан. На какие продукты ориентируются эти слои, говорить особенно не приходится. Значительную долю составляют хлеб и хлебобулочные изделия, картофель, потребление которого намного превышает медицинские нормы, овощи местного производства. Но, вопреки элементарной логике, из-за своей дороговизны картофель становится продуктом менее доступным, чем хлеб. Вот почему так важно сбить цены на него. И для этого на рынок был допущен фермер.

— На 2009 год предусмотрено проведение 140 ярмарок, — говорит министр сельского хозяйства Иркутской области Юрий Бажанов. — 23 ярмарки в первом квартале, столько же во втором и так далее. Эта акция вызывает удовлетворение как у фермеров, так и у населения. Есть так называемые социальные магазины, которые предназначены прежде всего для малообеспеченных слоёв населения. Цены там ниже. Сельхозпроизводители готовы обеспечивать их своим товаром. Наша продукция поставляется бюджетным организациям. Но их запросы не столь велики.

Весенний выход фермера на рынок даже нарушил сложившуюся логическую цепочку «цена-качество», суть которой заключается в следующем. Более высокая цена предполагает более высокое пищевое достоинство продукта. Иркутские фермеры сориентировались на поставку доброго товара. «Нестандартные» картофель и морковь реализовывались по очень низким ценам. То и другое разбиралось горожанами с большой охотой.

Рассказывая о первых результатах весенней ярмарки, представители министерства сельского хозяйства констатировали большой экономический интерес и самих крестьян в подобных мероприятиях. Скоро посевная, она потребует немалых средств на горючее, запчасти, удобрения. В докризисный период руководители хозяйств «пороги высоких кабинетов» обычно обивали и что-то выбивали. А сейчас что выбьешь, если законодатели так урезали аграрный бюджет? Подобные ярмарки — беда и выручка как для самих мелких товаропроизводителей, так и для немалой части городского населения.

На протяжении многих последних лет нас усиленно ориентируют на хлебно-картофельный рацион питания. Объёмы потребления продуктов этих групп, предлагаемые различными потребительскими корзинами,

превосходят все мыслимые медицинские нормы. И отдельные категории вынуждены в силу материальных условий придерживаться этого направления. Но всё же «не хлебом единым жив человек». Малообеспеченные слои населения тоже должны иметь доступ к более питательной и высококалорийной пище. Согласно данным статуправления, животноводческой продукции производится у нас в области не столь мало. А что имеем на прилавках? Немало чужого и, как правило, довольно дорогого.

В рамках фермерского движения решать эту проблему сложно. Продукция животноводческого характера должна быть сертифицирована, иметь ветеринарное сопровождение. Трудно торговать тем же мясом с грузовика, да ещё в период весенней грязи. Наличие этой проблемы признаёт и министр сельского хозяйства Приангарья. Однако, к примеру, в Тайшете она понемногу решается. Руководство района подключило к торговле местные сельхозпредприятия, введена даже очерёдность продавцов-производителей. И дело пошло неплохо.

Однако хотя торговля с грузовика, из мешка и сыграла немалую роль в стабилизации ценовой ситуации, в обеспечении качественной продукцией, но для огромного городского населения Приангарья достаточными такие объёмы считать нельзя. И здесь на «сцену» выходят более крупные производители продовольствия. Так, СХОАО «Белореченское» организовало продажу яиц по цене 22 рубля. Это никакая не филантропия. Предприятие изменило рацион кормления птицы, исключив из него премиксы, содержащие широкий набор витаминов. По словам Юрия Бажанова, качество продукта не ухудшилось. Кстати, во время зимней поездки губернатора Игоря Есиповского в «Белоречку» генеральный директор объединения Гавриил Франтенко пообещал, что в первом полугодии не будет повышать цены на свою продукцию.

Как сообщил Юрий Бажанов, прямые поставки своей продукции непосредственно в торговую сеть осуществляют 57 сельхозорганизаций, 17 крестьянско-фермерских хозяйств и 11 потребительских обществ облпотребсоюза. Количество поставщиков в дальнейшем будет расширяться. И это естественно. Потребитель имеет возможность приобрести качественный товар по менее высокой цене, а производитель активнее вовлекается в процесс реализации. Хороший пример подаёт Иркутский масложиркомбинат, который создал обширную торговую сеть. Его магазины под названием «Янта» предлагают не только товары ИМЖК.

– Выручка должна складываться за счёт оборота. У нас функционируют около 400 фирменных магазинов сельхозпредприятий, пищевой и перерабатывающей промышленности, – говорит Юрий Бажанов. – В этих магазинах нет сверхприбыльных торговых наценок, потому что предприятия заинтересованы в скорейшей реализации своей продукции. Возьмите Усольский свинокомплекс. Он 83% собственной продукции реализует через свою торговую сеть.

Реализация сельхозпродукции – одна из самых сложных и запутанных проблем агропродовольственного комплекса. Сейчас ставится вопрос о создании собственной оптово-розничной торговой сети и, в частности, о строительстве нового рынка. Проблема непростая, но решать её надо. Это позволило бы не только приблизить крестьянина к распределению доходов, но и стимулировало бы более полное использование природных и сельских трудовых ресурсов, расширило бы объёмы производства.

В нынешнем году предполагается провести полевые работы в основном на таких же площадях, как и год назад. Так, зерновые будут размещены на 420 тысячах гектаров. Завезено 8000 тонн минеральных удобрений из запланированных 11 тысяч тонн. Всегда большим вопросом было обеспечение нефтепродуктами. Нынче как будто бы найден выход. Государство установило фиксированные цены. ГСМ потребуется где-то на 400 миллионов рублей. Серьёзную роль должно сыграть создание государственных зерновых и нефтяных компаний. Наши сельхозпредприятия поставили на товарную биржу около 17 тысяч тонн зерна – более чем на 100 миллионов рублей. Эти деньги, естественно, пойдут на полевые работы. Ранее, в самом конце минувшего года, были получены неплохие средства в качестве компенсации затрат на реализацию ряда продуктов, а также на приобретение минеральных удобрений.

Да, финансовый кризис сильно ударил по селу. Но Юрий Бажанов предпочитает не распространяться на эту тему. И в такой ситуации надо работать, считает он. На селе же болезненно воспринимают случившееся. Хотя при этом деревня не намерена отказываться от старого крестьянского принципа: умирай, а рожь посеи. Во всяком случае, всё, что было вспахано, обработано, должно быть засеяно. И не будем забывать, что за пределами Иркутской области ситуация на хлебном поле прогнозируется не столь благоприятной, как год назад.

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)
- [Одноклассники](#)

Связаться с редакцией Бабра в Иркутской области:
irkbabr24@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: [@bur24_link_bot](#)
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: [@irk24_link_bot](#)
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: [@kras24_link_bot](#)
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: [@babrobot_bot](#)
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)