

того для того чтобы заниматься продажей фермеру необходимо собрать целый свод документов. «Я не хочу заниматься торговлей, мне это не интересно. Я хочу заниматься непосредственно сельским хозяйством, но я вынужден осваивать и торговлю тоже», - говорит фермер ИП Тюкалов из Чайковского района. По его мнению, необходимо рассмотреть вопрос о возрождении заготконтора, существовавших в советское время. Фермеры отмечают, что раньше, заготконторы забирали все: и мясо и кости и цена была фиксированная. Современный городской житель готов платить лишь за готовый продукт и не готов переплачивать за отходы производства. В результате, по подсчетам фермеров в случае реализации через посредников, производитель получает от розничной продажи мяса только 70%, а от молока – 50%. «Система государственных закупок, существовавшая в советское время была чудовищно неэффективной. Неудобной ни для государства, ни для сельхозпроизводителей даже в том виде, в котором они существовали, именно поэтому она развалилась вместе с системой сельхозпроизводителей. Она была неэффективной во всех ее стадиях. В моем понимании, если не случится масштабных социально-экономических потрясений, системы государственных заготконтор не будет. Это не нужно и если они появятся, это будет плохо. Иначе опять появится убыток. Потому что никогда в этом бизнесе государство не сможет быть таким же эффективным как частный продавец, даже если это посредник», - считает Виктор Агеев. Как отмечают ритейлеры вопрос стоит в том, кто будет оплачивать убытки. Раньше все убытки покрывали заготконторы. Поэтому сейчас, по мнению властей, чтобы выжить фермерам необходимо кооперироваться и осваивать не только производство, но и продажи.

«АВТОРСКИЙ» ПРОДУКТ

Руководитель сети магазинов «Ваш Фермер» Светлана Перминова рассказала, что как посредник между фермерами и покупателями сеть была создана три года назад по инициативе Минсельхоза. Началось все с интернет торговли, сейчас осуществляются продажи и через сеть розничных магазинов. По ее словам, в феврале спрос на фермерские продукты в сети упал ровно в два раза. Снижение платежеспособности населения может привести к тому, что падение спроса на фермерские продукты продолжится. Эксперты отмечают, что стимулировать продажи фермерских продуктов с помощью ярмарок нереально. Так как это продукты другого качества, выращенные не индустриальным способом, поэто-



РИТЕЙЛЕРЫ ГОТОВЫ БРАТЬ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ДЕФИЦИТНУЮ ФЕРМЕРСКУЮ ПРОДУКЦИЮ

му они стоят дороже и ориентироваться необходимо на более высокий сегмент покупателей, чем тех, кто посещает ярмарки. Директор продуктовой розничной сети «Семья» Елена Гилязова рассказала, что сеть начала работать с фермерами и спрос на такую продукцию есть. По ее мнению, фермерская продукция интересна потребителю, если это продукция иного качества. «Фермер имеет свою нишу. Он может представить «авторский» продукт», - уточняет она. Покупатель должен сделать выбор между заводским и фермерским. «Это другой продукт и поэтому у него другая цена. Фермерский продукт – это дорогой сегмент. Когда же работают на ярмарках целевая аудитория – низкоплатежный спрос. Для них основной критерий, не качество продукции, а цена. Поэтому возникает такого рода диссонанс», - полагает она. Виктор Агеев согласен, что фермерам необходимо ориентироваться прежде всего на покупателей премиум класса. «Это продукты для людей со

вкусами, которые могут себе это позволить. И в этой нише фермер и должен конкурировать. Ниша эксклюзивных продуктов должна расчиститься от импортных поставок», - полагает он. Секрет успеха фермерских продуктов эксперты видят в том, чтобы в условиях продовольственного эмбарго занять те ниши, которые окажутся свободными. «Сейчас в условиях санкций возникло большое количество ниш, куда не пойдет крупный сельхозтоваропроизводитель. Прежде чем начать что-то производить необходимо понять: какова потребность рынка?», - говорит Елена Гилязова. Светлана Перминова соглашается, что фермеры, не изучив рынка начинают выращивать такие продукты, которые не являются дефицитными. В результате, не в состоянии конкурировать с крупными производителями по цене, они сталкиваются с проблемой реализации. Елена Гилязова рассказала, что в сети «Семья» уже есть дефицит овощей, речной рыбы, зелени. Так, например сети при-

шлось продавать кабачки по 300 руб., хотя себестоимость этого продукта, выращенного в нашем регионе – копейки. Фермеры нужны там, где есть дефицит, например по зелени – это руккола или салат «Айсберг», который можно выращивать и в наших широтах. Между тем, местные производители продолжают выращивать зеленый лук. «Я не могу заставить своих покупателей есть один зеленый лук. Они хотят рукколу и айсберг. Я готова взять это на реализацию, а они говорят, что вырастили лук. Вот мы и не договорились», - резюмирует Егоспожа Гилязова. Кроме того, ритейлеры отмечают, что производителям нужно не только заниматься выращиванием, но и готовить товар к продаже. «Не хочет сегодня потребитель покупать тот продукт, который требует серьезной дальнейшей переработки. Это его право. Задача каждого бизнеса суметь свой продукт продать», - подытожила Елена Гилязова. ■



Настоящее
от фермеров
Семьи



На правах рекламы