

## Потенциал малого агробизнеса.

В последнее время много говорят о том, насколько важно развитие агробизнеса в РФ. Это вдруг всем стало интересно, необходимо, привлекательно. Только, что за этим стоит сейчас?

Стремление успеть создать максимальный скрытый прессинг там, где малый и средний агробизнес реально испытывают невероятные трудности, сказывающиеся на его темпах развития или создать предварительно такие условия, когда малый агробизнес вообще - то и развивать не целесообразно! Другие пришли и более широко работают.

И конечно напрашивается вполне реальный вопрос – а где этому малому агробизнесу могут научить с учётом особенностей и возможностей каждого региона. Тот факт, что некоторые государственные системы приспособились обслуживать интересы крупных предприятий агропроизводства не секрет, а вот где, могут быть реальные условия подготовки организационных кадров для малого агробизнеса и насколько земли из фондов перераспределения будут доступны или земельные отношения будут проще и результативнее. Это уже вопрос довольно интересный. Доступны ли будут технологии и системы (условия) сбыта готовой товарной продукции и будут ли они равноправны в государстве, где сети максимально работают в основном только с крупными товаропроизводителями.

Вообще же отношения в современном российском обществе непонятны – зачем нужна конкуренция и притом продовольственная и здоровая одновременно, но понятно одно, что малый и средний агробизнес в состоянии через некоторое время предъявить такие факторы, против которых крупные будут не в состоянии что – либо сделать. Пожалуй, начнём с них.

1. Малые объёмы производства, но достаточно скооперированные в сбыте и в совместной поддержке предприятия малого и среднего агробизнеса в состоянии будут давать до 90% всей натуральной и экологически чистой продукции.
2. Для РФ, которая вступает реально в довольно производительную систему ВТО интенсивность труда и его качество в малом и среднем агробизнесе заранее предопределяет значительную экономию в суммах государственных дотациях. Без которых, к сожалению не смогут выживать крупные, так как именно их технологии хоть и масштабны, но и затратны энергетически и по размерам выработки отходов, использованию ядохимикатов и минеральных удобрений.
3. Предприятия малого и среднего агробизнеса в состоянии создать довольно эффективный и доходный объём сельского туризма, насыщая его своей экологией труда, производства и производимым товаром. А крупные не в состоянии это дать.
4. Малые и средние предприятия агробизнеса в состоянии формировать на одном производственном месте или территории несколько довольно эффективных производств, уровень содержания которых может дать фору крупным. Кроме того, за счёт своей максимальной рациональности и природной практичностью технологий малые и средние предприятия агробизнеса в состоянии быстро маневрировать ценами и для современного общества это не маловажно. Именно доступность продуктов питания делает производства выгодными, привлекательными и положительно влияет на сохранение населения сельских

территорий. И кроме того, отвечает реальным государственным интересам – развитие свободной конкуренции, производство экологического продовольствия и создание рабочих мест там и в таких масштабах, где крупные не в состоянии сделать и скоро сделать.

5. Малые и средние предприятия агробизнеса развиваются сразу же, даже находясь в стадии обучения и формирования и темпы этого развития, зависят от самого будущего владельца этого предприятия. И он. Его семьи или его односельчане не ждут, что кто – то, если он захочет построит в их деревне «новую ферму» или «новую бригаду для обработке полей».

6. Малые и средние предприятия агробизнеса в состоянии быстро и эффективно работать с достаточно трудоёмкими культурами и сельскохозяйственными производствами, добиваясь необходимого уровня эффективности. Одновременно при этом рационально осваивать и порой такие территории, которые для крупных сельхозпроизводителей не представляют интереса.

7. Малые и средние предприятия абсолютно способны быстро и максимально не только задержать население сельских территорий от оттока в город, но и способствовать его сохранению и увеличению.

Да, на полях и фермах применяются новые технологии, которые заменяют большое количество ранее производимой техники и следовательно людей. Но вот качество, извините хромает. Мало кто официально скажет об истинных технологических и товарных потерях крупных товаропроизводителей. Насколько известно, что крупные производители картофеля и ряда овощей, только на переборке в процессе хранения теряют до 150 – 200 тонн в неделю, остаются поля картофеля, от качества которого буквально поносят свиньи. Это промышленные технологии в крупном масштабе. Если реально отслеживать все результаты работы, то преимущества малого агробизнеса вырастают во много раз.

На сегодня ни одно из образовательных учреждений сельского направления не в состоянии полноценно представить обучение кадров для организации предприятий малого и среднего агробизнеса, даже с целевой грантовой поддержкой. Древние говорили, что «чем краше камень, тем несчастнее его владелец».

Таким образом можно сказать ещё и о следующих факторах, о которых стараются не замечать.

8. В условиях малого и среднего агробизнеса вопрос урожайности и продуктивности скота стоит максимально остро и результативно. И вероятность использования натуральных и экологически чистых производственных процессов резко повышает уровень потребительской популярности производимых товаров.

9. Скот и птица может содержаться в достаточно более лучших условиях. И более лучше, может быть будет, организовано ветеринарное обслуживание. Кстати, есть один интересный нюанс, в случае если требуется хороший племенной скот, то умный производитель обязательно развивает собственную акклиматизированную и отечественную породу, улучшая показатели ухода и содержания. А не заинтересован в покупке племенного иностранного скота, который мало что болеет от нашего климата чаще, чем отечественный, но и имеет целевое заражение, что чревато переносить заражение на потребителей.

10. Кроме того, малые и средние предприятия агробизнеса в состоянии участвовать в подготовке собственных специалистов и не испытывать потребности в услугах тех, которые будут только способствовать подрыву производственного потенциала производителей высокотоварного продовольствия.

11. Предприятия малого и среднего агробизнеса при определённых финансово – организационных мероприятиях в состоянии самостоятельно производить любые продукты высокой потребительской культуры и качества, используя свои же людские ресурсы. Одновременно повышая занятость, уровень налоговых поступлений и интерес к конечным результатам труда.

На сегодня желающий реально освоить технологии и знания агробизнеса, сформировать своё представление о своей ферме и предприятии вынужден тратить достаточно много времени. А на консолидацию усилий вообще порой рассчитывать нет возможности.

Это место образовательного учреждения, которое находится в сельской местности. Если она имеет не только разработанную программу обучения, но и качественную материальную базу, где будущий собственник, совладелец или организатор собственного пройдёт реальную подготовку и увидит, как можно работать, да ещё по итогам обучения будет гранд на развитие и организацию!!! Это на самом деле самая прогрессивная форма участия образовательного учреждения среднего профессионального образования в сельской местности. Это реальная поддержка и реальная востребованность. Срок реализации – максимум 1,5 – 2 года. Если государству такие образовательные учреждения нужны, то они более эффективны будут. Если вовремя они получают государственную целевую помощь.

Преподаватель экономики  
ТОГБПОУ «Мичуринский аграрный техникум»  
Чеков А.В.