

Пантовое оленеводство, традиционно ориентированное на экспорт, всегда относилось к наиболее эффективным секторам экономики Республики Алтай. Однако изменение российской экономической конъюнктуры и усиливающаяся международная конкуренция поставили занимающиеся им предприятия на грань выживания. В статье анализируются перспективные направления развития отрасли, возможности расширения ее присутствия на внутреннем и внешнем рынках, международной сертификации продукции. Обосновывается необходимость создания «Союза оленеводов Сибири», призванного выступить в качестве координационного центра оленеводов региона.

Нужно ли объединение в пантовом оленеводстве?

С. Н. БОЧАРОВ,
кандидат экономических наук,
Алтайский государственный университет,
А. П. ПОПОВ,
директор ЗАО «Фирма Курдюм»,
председатель «Союза оленеводов Сибири»



Панты – это молодые, неокостеневшие рога самца оленя, образующиеся в период их роста. Благодаря богатому содержанию микроэлементов и аминокислот панты широко используются в качестве сырья при производстве различных лекарственных препаратов как в традиционной, так и в современной медицине¹. Достоинствами их являются отсутствие побочных эффектов (в отличие от химически синтезированных препаратов), а также тонизирующее действие на организм.

Использование пантов в современной медицине началось в 1930–1940 годы, когда советские медики получили препарат пантокрин и исследовали его терапевтические свойства. В СССР вплоть до середины 1990-х годов из пантовых препаратов официальное разрешение имели только пантокрин (из пантов благородного оленя) и ранторин (из пантов северного оленя). Однако в результате рыночных преобразований основной производитель – Хабаровский химфармзавод – в настоящее время прекратил выпуск пантокрина. Несмотря на регулярно появляющиеся на рынке в последние годы новые виды лекарственных препаратов, основанных на пантовом сырье (плазмарал, капсулированный пантогематоген и т. д.), они также не получили массового распространения.

Развитие отрасли

История мараловодства в северо-западном Алтае началась со второй половины XIX века. До революции оно велось примитивно, однако экспорт пантов приносил существенный доход. Так, в 1892–1907 гг. только через Онгудайскую таможню по Чуйскому тракту было вывезено 1635 пудов пантов, что в среднем составляло 35 тыс. золотых рублей в год².

¹ Пантовое оленеводство. Сб. научных работ Центральной научно-исследовательской лаборатории пантового оленеводства. Вып. IV. Барнаул, Алтайское книжное издательство, 1974; Сборник научных работ «Пантокрин». Вып. 2. Ч. 2 / под ред. С. М. Павленко. Горно-Алтайск, 1969.

² Внешняя торговля СССР за первую пятилетку (за период 1928–1933 гг.): Стат. обзор / Под ред. А. К. Вознесенского, А. А. Волюшинского. М.: Внешторгиздат. Издательство Главного таможенного управления, 1933.

В годы гражданской войны мараловодческая отрасль была загублена. Первый совхоз был организован в 1927 г., и с этого периода начинается невысокий, но постепенный рост числа мараловодческих хозяйств и объемов производства консервированных пантов. В 1933 г. в Горном Алтае помимо маралов начали разводить пятнистого оленя, завезенного с Дальнего Востока. Однако доля его консервированных пантов в общем объеме производства невелика – разведением оленей занимается около 10% от общего числа хозяйств.

В начале 1990-х годов в СССР на пантовом направлении специализировалось всего 43 хозяйства, из которых 19 занималось производством пантов марала. Уже в этот период сложилась региональная специализация: основную долю в производстве пантов марала занимали хозяйства, расположенные на территории Горного Алтая. Так, в 1991 г. на Алтае разведением маралов занималось 16 из 19 хозяйств; численность поголовья – 22039 животных. Эти хозяйства производили 21,5 т консервированных пантов, что составляло 62% от общего объема продукции (34–35 т). Панты сдавались государственным органам по фиксированной закупочной цене, примерно 45% продукции шло на экспорт, а остальное перерабатывалось отечественными фармакологическими предприятиями³.

С 1992 г. темпы развития пантового оленеводства резко возросли: увеличилась численность оленеводческих хозяйств, произошел рост поголовья маралов. Этому способствовало, с одной стороны, самоустранение государства, которое районировало⁴ размещение маральников, с другой – исключительно высокая привлекательность отрасли при сложившемся уровне цен (от 600 до 800 дол. за 1 кг консервированных пантов). В настоящий момент в Республике Алтай функционирует около 140 оленеводческих хозяйств.

³ Пантовое оленеводство. Вып. IV.

⁴ В результате стихийного создания новых маральников антропогенная нагрузка на природу Горного Алтая значительно увеличилась, что сегодня создает угрозу необратимого разрушения продуктивного почвенного слоя горных территорий.

Пантовый рынок

Главным потребителем пантов была и остается одна страна – Южная Корея. Именно здесь панты находят массовое применение, как в стационарных лечебных клиниках, так и в деятельности представителей традиционной медицины. По оценкам экспертов, южнокорейский рынок ежегодно поглощает около 300 т консервированных пантов в различном виде. В других странах использование пантовой продукции в медицинских целях не нашло такого широкого распространения. По экспертной оценке, половину пантового сырья в Южную Корею поставляет Новая Зеландия, 16,7% – Китай, по 13,3% – Россия и Северная Корея, 3,3% – Канада, по 1,7% – Америка и Казахстан.

Из Республики Алтай на южнокорейский рынок поставляются панты алтайского марала и пятнистого оленя, которых специально разводят в парках для этих целей. Объемы производства пантовой продукции в хозяйствах Республики Алтай представлены на рис. 1.

Корейские потребители считают панты алтайского марала элитными (по критериям размера, формы, экологичес-

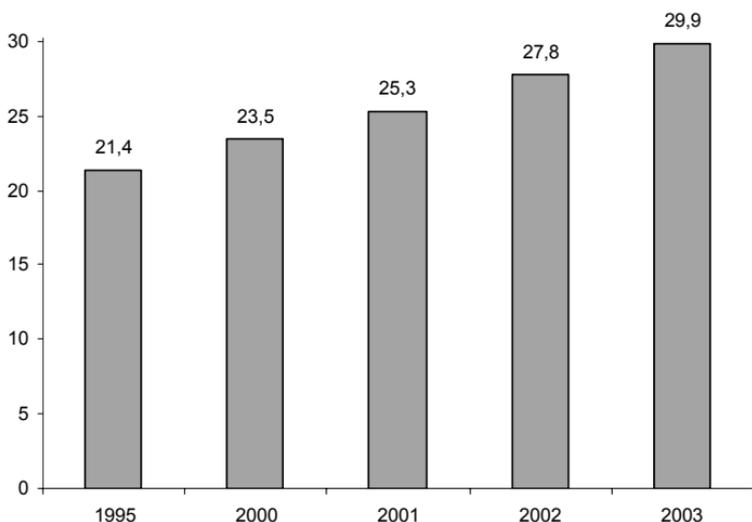


Рис. 1. Производство консервированных пантов марала и пятнистого оленя в Республике Алтай в 1995–2003 гг., т

ких требований и химического состава) и покупают по самой высокой цене. Ценность их связана, прежде всего, с самыми большими размерами, если сравнивать с продукцией из других стран. (Считается, что большой пант аккумулирует в себе больше энергии и, следовательно, имеет более высокую терапевтическую ценность; для официальной медицины подобная трактовка представляется сомнительной.) Этот факт порой является причиной махинаций, когда оптовые продавцы смешивают панты крупных оленей из других стран (в частности, Канады и США) с российскими пантами марала и продают их по более высокой цене.

Другой важнейшей отличительной характеристикой пантов алтайского марала является их «натуральность». Оптовые покупатели из Южной Кореи высоко оценивают их экологическую чистоту по сравнению с аналогичной продукцией США, Канады и Новой Зеландии. Доверие к продукции из США и Канады особенно сильно упало в 1998–2003 гг. из-за случаев массового поражения крупного рогатого скота и диких животных всякого рода заболеваниями, опасными для жизни человека (коровье бешенство, ящур и пр.).

Причины пандемий в этих странах специалисты связывают с халатным игнорированием последствий широкого использования в природной среде химических удобрений, а также непробированных медицинских и ветеринарных препаратов, основанных, в частности, на разработках генной инженерии. В США охотникам было разрешен отстрел десятков тысяч диких оленей без ограничений сезона охоты и количества убитых животных на одного охотника. Мясо убитых животных рекомендовано было не брать из-за опасности заражения.

Дополнительным аргументом в пользу алтайских пантов является уникальная технология консервации, которая за последние 100 лет фактически не изменилась, вопреки наличию современных научно-технических разработок (подобно вакуумной печи), которые широко внедряются в других странах. Для жителей Востока с их ориентацией на традиции этот факт прибавляет дополнительную ценность. Маралы в Республике Алтай содержатся в условиях, мак-

симально приближенных к естественным условиям проживания. Применяемые ветеринарные препараты сведены к необходимому минимуму.

Однако глобальные изменения, происходящие во всем мире, привели к тому, что средняя цена на пантовую продукцию снизилась в разы по сравнению с 1990-ми годами. Особенно сильное падение цены произошло во время азиатского кризиса 1996–1997 гг., когда средняя цена снизилась в среднем на 250 дол. за 1 кг и с тех пор фактически не восстановилась (рис. 2).

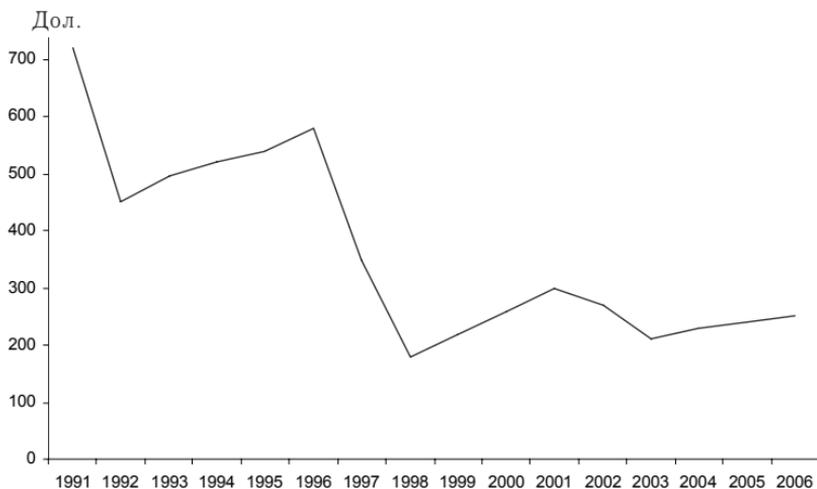


Рис. 2. Средняя цена за 1 кг консервированных пантов по хозяйствам Республики Алтай в 1991–2006 гг., дол.

На фоне удорожания фактически всех ресурсов (кормов, ГСМ, электроэнергии и т. д.) это привело к существенному сокращению прибыли хозяйств. Вплоть до 1997 г. мараловодческие хозяйства Алтая ежегодно получали 7–10 млн дол. в качестве совокупной экспортной выручки. В 1997 г. эта величина снизилась до 2,5–3,5 млн дол., ежегодная выручка мараловодческих хозяйств Республики Алтай составляет около 100 млн руб.

До падения уровня цен оленеводческие хозяйства активно наращивали площадь пастбищ, расширяли поголовье,

осуществляли инвестиционные затраты в развитие технологии консервирования. В настоящее время средств зачастую не хватает даже на поддержание хозяйственной деятельности. О развитии отрасли при сохранении существующих тенденций говорить не приходится. Однако говорить о рыночной неэффективности пантового оленеводства также еще преждевременно.

Мягкие формы интеграции в пантовом оленеводстве

Наряду с объективными факторами макроэкономического характера, едва ли не основной причиной снижения цены на пантовую продукцию является разрозненность отечественных производителей.

Самый высокий уровень цен на пантовую продукцию фактически сложился во времена монополии государства. Государство через свои структуры («Продинторг», «Медэкспорт» и др.) разрабатывало стандарты качества и схемы продаж, заключало контракты на реализацию пантов большими партиями в несколько десятков тонн. Располаясь крупными объемами, оно могло в разумных пределах диктовать свои условия на рынке.

Однако стоит отметить, что структура «Продинторга» была эффективна именно для экономической конъюнктуры тех лет. В частности, в 70–80-е гг. российские панты на южнокорейском рынке (так как именно Южная Корея является основным потребителем) занимали наибольшую долю – более 70% (при объеме всего 15 тонн!); СССР на пантовом рынке был фактически монополистом при полном отсутствии крупных международных конкурентов. Причем на экспорт поставлялись самые большие панты наивысшего качества со средним весом одного панта в партии 1,6 кг (они составляли 60% от объемов производства). Их купить могли только высокообеспеченные слои корейского общества.

Сегодня наблюдается совершенно иная ситуация. Несмотря на увеличение объемов, доля российских пантов на южнокорейском рынке из-за давления международных конкурентов и увеличения объемов рынка в 20 раз (!) сократи-

лась до 15%. Из-за ограниченности внутреннего потребления на экспорт поставляется 95% произведенной продукции (что привело к снижению среднего веса панта в партии до 0,8 кг и соответственно продажной цены). Другой причиной падения цен на панты стало значительное увеличение поставок со стороны Новой Зеландии, Китая, Канады и других стран. В связи с этим пантовую продукцию стали потреблять слои населения со средним достатком. Из-за этого рынок стал более чувствителен к колебаниям экономической конъюнктуры, так как панты не относятся к товарам повседневного спроса, и в период финансовых затруднений от них отказываются в первую очередь.

Еще одним фактором снижения цены стала возможность для руководителей хозяйств напрямую устанавливать взаимоотношения с иностранными покупателями. Южнокорейские бизнесмены, пользуясь разрозненностью российских производителей пантов, практически ежегодно создают прецеденты занижения цены в отдельно взятых хозяйствах, руководители которых не имеют опыта работы на международном рынке и ведения переговоров. Эта заниженная цена в дальнейшем выступает в качестве планки на переговорах с руководителями других хозяйств.

Договориться отечественным производителям между собой и проводить скоординированную политику продаж мешает непрозрачность взаиморасчетов. Южнокорейские бизнесмены в целях снижения своих импортных пошлин стремятся занижить номинальную цену контракта за счет оплаты части продукции «черной» наличностью.

В целом корейцы демонстрируют пример завидной согласованности действий. Ее причиной является олигопольный характер пантового рынка. Наиболее крупные игроки, имеющие историю многолетнего сотрудничества с российскими фирмами, фактически поделили рынок между собой и не допускают на него более мелких игроков, осуществляя дальнейшую дистрибуцию пантов уже непосредственно в самой Южной Корее и получая там сверхприбыль. В результате такого сговора и ограничения конкуренции цена остается на стабильно низком уровне уже на протяжении десятилетия.

Производитель пантов находится в крайне невыгодной ситуации: ему необходимы средства для финансирования нового производственного цикла, но взять их, кроме как продав продукцию по низкой цене, нигде. Отложить продажу в надежде на более высокую цену нельзя, так как панты – биологический продукт, существенно теряющий свои активные свойства уже через нескольких месяцев. Отдельно взятому хозяйству бороться со сложившимся положением вещей невозможно, необходима координация усилий на более высоком уровне с задействованными механизмами государственного регулирования и поддержки.

Такую координацию можно осуществить в рамках мягкой интеграции горизонтального типа (с учетом совместной деятельности предприятий, выпускающих однородную продукцию на основе сходных технологий) в форме ассоциации с сохранением полной хозяйственной самостоятельности входящих в объединение предприятий.

Попытки объединения алтайских мараловодов в ассоциации и союзы предпринимались и раньше (в частности, «АСОХРА», «Пантомех»), но оказались неудачными из-за того, что они брали на себя функции по реализации продукции. Вполне естественно, что руководство вышеназванных ассоциаций начинало преследовать свои коммерческие интересы, что впоследствии дискредитировало идею объединения.

Новое объединение должно быть образовано на принципиально иной основе и отстаивать интересы не конкретного руководителя (группы руководителей), а оленеводческой отрасли в целом. С инициативой создания «Союза оленеводов Сибири» выступило Министерство сельского хозяйства Республики Алтай. В настоящее время проводится работа по приобретению юридического статуса и выстраиванию организационных механизмов его деятельности.

Интерес, который проявляет правительство республики к пантовому оленеводству, не случаен. С 1992 г. выручка от реализации пантовой продукции – один из основных источников поступления средств в республиканскую экономику, включая бюджеты разных уровней. Для предприятий пантового оленеводства был утвержден налог в размере 20%

от суммы реализации продукции, впоследствии сниженный до 40 дол. за 1 кг, а затем – до 10% от суммы реализации. В период кризиса 1997–1998 гг. он был отменен, но до сих пор в некоторых районах применяется практика, когда мараловодческие хозяйства на добровольных началах отчисляют средства на социально-экономическое развитие своих районов.

Немаловажную роль играют мараловодческие предприятия и в социальной сфере. Мараловодство – фактически единственная отрасль в республике, сохранившая свой производственный потенциал. В сельских районах с ограниченным земледелием мараловодческие хозяйства частично решают проблему занятости населения и снимают социальное напряжение. Также мараловодческие хозяйства оказывают действенную поддержку органам местного самоуправления: выделяют транспорт для проведения различных мероприятий, ремонтируют школы, содействуют в тушении лесных пожаров и т. д. Поэтому отрасль пантового оленеводства считается одной из приоритетных в экономике Республики Алтай, и ее проблемы вызывают живой интерес со стороны органов власти.

Какие же задачи ставит «Союз оленеводов Сибири»?

□ Привлечь внимание органов власти всех уровней к проблемам пантового оленеводства, с последующим оказанием государственной поддержки и созданием механизма координации деятельности мараловодческих хозяйств.

Мотивация для участия государства очевидна: помимо большой социальной роли, которую играет пантовое оленеводство, оно обеспечивает занятость и сохраняет культурную среду малочисленных народов (алтайцы, тувинцы и др.), а также способствует освоению и созданию инфраструктуры в горных приграничных территориях, богатых рекреационным потенциалом. Выделение государственных дотаций могло бы выступить в качестве действенной меры, стимулирующей участников рынка прислушиваться к рекомендациям «Союза оленеводов Сибири»⁵.

⁵ Идея подобного союза для защиты интересов оленеводов Севера получила финансовую поддержку и содействие лично президента России В. В. Путина.

□ Продвигать пантовую продукцию на внутреннем рынке посредством внедрения безотходной технологии переработки продукции животноводства, создания новых видов лекарственных препаратов и последующей популяризации пантовой продукции на внутреннем рынке.

Ориентация мараловодов исключительно на экспортные рынки должна быть скорректирована в сторону внутреннего рынка. На экспорт целесообразно направлять только высоко оценивающиеся (200–300 дол. за 1 кг) крупные панты, а мелкие реализовывать на внутреннем рынке, так как уровень цен в России на подобную продукцию превышает корейские предложения.

Подобная смена направленности несет в себе и социальный эффект. Население России по продолжительности жизни отстает от всех промышленно развитых стран, что свидетельствует о необходимости повышения уровня здоровья населения. Пантовая продукция в силу экологичности, натуральности, биологической активности и широкого спектра действия может с успехом применяться для лечения многих заболеваний без отрицательных побочных эффектов.

Выпуск сырья для производства лекарств можно увеличить в несколько раз за счет безотходной переработки продукции оленеводства. В настоящее время кровь, железы внутренней секреции и т. д. (которые по биологической активности не уступают пантам), практически не используются.

Необходимо обобщить и систематизировать разрозненный опыт, накопленный отдельными предпринимателями, научными и медицинскими учреждениями в области переработки продукции оленеводства, чтобы способствовать дальнейшему распространению наиболее прогрессивных технологий. Особенно остро стоит проблема проведения клинических испытаний и официальной регистрации разработанных лекарственных препаратов в органах Минздрава РФ. Решение этих вопросов позволит существенно снизить риски потенциальных инвесторов.

Большие перспективы также связаны с производством диетического оленьего мяса, которое пользуется большим спросом в США и странах Европы и продается по повышен-

ным ценам. Российские же оленеводы реализуют мясо выбракованных животных по заниженным ценам среди местного населения.

Реализация этих и других мер позволит изъять часть продукции с перенасыщенного корейского рынка, что окажет положительное воздействие на процесс ценообразования на пантовую продукцию.

□ Способствовать согласованию действий и выстраиванию системы приоритетов производителей пантов.

Чтобы противостоять давлению южнокорейских бизнесменов, «Союз оленеводов Сибири» мог бы выступить в качестве органа, согласующего действия отечественных производителей и рекомендуемого приемлемый ценовой коридор. В этой связи действенной мерой могло бы стать создание кредитного кооператива в рамках союза, который позволил бы финансировать деятельность наиболее нуждающихся хозяйств в период вынужденного ожидания – пока идут переговорные процессы.

Исключительно важна и просветительская деятельность среди руководителей молодых хозяйств, которые еще не имеют опыта международной торговли.

Расширение географии участников «Союза оленеводов Сибири» за счет производителей пантов из других регионов (Республика Тыва, Красноярский край, Хакассия) также будет способствовать согласованности действий посредством взаимного обмена информацией.

□ Разрабатывать процедуры оценки качества производимой продукции в соответствии с международными стандартами.

Разработка критериев качества пантовой продукции и ее сертификация давно стали необходимостью. Существующие ГОСТы устарели, а корейская сторона предъявляет свои требования к качеству продукции, которые с каждым годом ужесточаются. Обоснованные и согласованные с корейской стороной критерии позволят отнести пантовую продукцию к той или иной ценовой категории и сделать процесс торговли более прозрачным.

□ Продвижение упрощенных процедур экспортной торговли.

Существующее законодательство в части таможенного и валютного регулирования усложняет процесс экспортной торговли пантами и требует дополнительных издержек, связанных с соблюдением формальных процедур. Работа в структурах власти, направленная на их упрощение и удешевление, должна стать одним из приоритетов союза.

□ Рекламная деятельность.

Необходимо использовать факт высокого качества российских пантов для популяризации продукции среди корейского населения и развернуть активную рекламную кампанию в целях повышения спроса и, как следствие, цены. Силами отдельно взятого хозяйства такую кампанию профинансировать невозможно. С разработкой новых лекарственных средств становится актуальной организация рекламной кампании и внутри России.

□ Продвижение пантовой продукции в других странах.

В целях снижения зависимости от южнокорейских покупателей необходимо организовать поиск новых партнеров в других странах.

* * *

Учитывая концепцию многофункциональности сельского хозяйства, в число задач которого входит не только производство сельскохозяйственного сырья и продуктов питания, но также сохранение сельского населения и мест его проживания, поддержание здоровья нации, животного и растительного мира, пантовое оленеводство имеет огромное значение для Республики Алтай. Его необходимо сохранить.