

ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА В АПК

А.И. Спринчак, доцент кафедры управления АПК

Академия управления при Президенте Республики Беларусь (г. Минск),

Н.В. Хорошун, ст. преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга
Белорусский государственный аграрный технический университет (г. Минск)

Анализ событий, происходящих в настоящее время в хозяйственной деятельности агропромышленного комплекса Республики Беларусь, показывает некоторое несоответствие имеющихся стратегических возможностей в развитии отраслей и достигнутых за 2006 год производственных результатов. За прошедший год в развитие АПК было вложено по данным Минстата свыше 18 трлн рублей, которые должны были обеспечить прирост стоимостного показателя валовой продукции на 9 %. Уровень заработной платы должен быть достигнута 550 тыс. рублей в месяц. Фактические результаты оказались несколько скромнее.

Отдельные исследователи причины перманентной стагнации агропромышленного комплекса видят в неблагоприятных погодных условиях, нехватке оборотных денежных средств, негативном влиянии конкурирующих агропромышленных структур ближнего и дальнего зарубежья и пр.

Так ли это? Согласно нашим исследованиям, первопричины нужно искать внутри самой системы, детально изучая все элементы управленческой структуры АПК, слабые места в технологических производственных циклах, затратный механизм по каждому отдельному продукту и по отрасли в целом. И главное, необходимо обстоятельно выяснить: что желает, на что рассчитывает каждый из участников сложного хозяйственного процесса в системе агропромышленного комплекса, от конечного потребителя до государственного чиновника высшего уровня?

Без четкого представления о потребительских ожиданиях аграриев, как в отношении материальной заинтересованности, так и административной государственной поддержки, без научного обоснованного расчета оптимального социального статуса на всех уровнях иерархии в системе АПК практически невозможно сформировать эффективную экономическую политику отрасли в среднесрочной и отдаленной перспективе.

Одним из возможных вариантов решения данной проблемы может стать стратегический маркетинговый подход к выполнению целевых задач, изложенных в Государственной программе возрождения и развития села на период 2005–2010 гг. Особенностью реализации предлагаемого варианта является применение такой схемы стратегического планирования в системе АПК, при которой используются не только целевые ориентиры и возможные объемы необходимых экономических и интеллектуальных ресурсов для их достижения, но и внедрение в систему управления элементов стратегического маркетинга.

Предложенный в настоящей работе подход к развитию отраслей АПК, основан на использовании эффекта стратегического маркетинга при взаимодействии ключевых концептуальнообразующих блоков, которые концентрируют совокупность проблем и могут комплексно решать перспективные и текущие задачи эффективного регулирования и устойчивого развития аграрной экономики и отраслей АПК в целом (рисунок 1).

Каждый из представленных секторов, изображенного на рисунке «знака качества АПК», является равновесным по своей значимости:

– **укрепление материально-технической базы отраслей АПК** — это направление должно быть сориентировано на создании системы организационных, экономических и правовых предпосылок для устойчивого динамичного развития многообразного крупнотоварного эффективного производств. Формировать такое производство могут различные типы и виды аграрных предприятий — агрофирмы, агрокомбинаты, агрокорпорации, агрохолдинги, агрокомпании, общества, товарищества и др. Таким образом, в стране должно быть многообразие организационно-правовых форм и типов предприятий, но при одном непереносимом условии — соблюдении основополагающего критерия: эффективности функционирования и рыночной конкурентоспособности;



Рисунок 1 — Концепция стратегического маркетингового подхода в реализации Государственной программы возрождения и развития села

- **развитие интеграции и многоуровневой кооперации** — эти процессы должны стимулировать развитие многоуровневых межотраслевых и узкоспециализированных кооперативно-интеграционных продуктовых объединений (так называемых кластерных продуктовых систем). Анализ показывает, что в центре таких продуктовых объединений должны быть организации-интеграторы: перерабатывающие и пищевые предприятия, животноводческие комплексы, комбикормовые предприятия, торговые и сбытовые структуры, а в некоторых случаях и банки;
- **развитие социальной инфраструктуры** — это направление должно рассматриваться в комплексе с формированием новой системы мотивации труда и повышение эффективности производства. Тем не менее, развитие социальной инфраструктуры представляет собой самостоятельную крупную проблему. Это обусловлено тем, что в процессе всего переходного периода социальные проблемы отодвигались на задний план, а финансирование развития социальной инфраструктуры осуществлялось по остаточному принципу. В итоге вся социальная сфера страны пришла в упадок;
- **рыночная мотивация труда** — это означает, что механизмы стимулирования труда и производства необходимо напрямую основывать на результатах хозяйственной деятельности. То есть размер материального стимулирования труда должен основываться не на косвенной тарифной системе (пусть и исчисленной исходя из итогов производства за базовый период), а на прямых результатах хозяйствования — объемах реализации, выручке от сбыта, прибыли от хозяйственной деятельности;
- **реформирование структур АПК.** Данный процесс не должен сопровождаться удержанием, а тем более поддержкой хронически убыточных, затратоемких, неэффективных и бесперспективных предприятий и производств. Они должны быть в неотложном порядке реорганизованы и реформированы в действенные и гибкие структуры рыночного типа в соответствии с законодательными нормами, которые уже приняты, и которые еще необходимо принять. Это могут быть самые разнообразные варианты, учитывающие местные особенности и условия, но не противоречащие аграрной политике страны: кооперативные объединения, акционерные общества, арендные предприятия, паевые или долевые товарищества, унитарные предприятия, семейные и корпоративные объединения и др.;
- **определение критериев государственной поддержки отраслей АПК.** Важно принять во внимание то, что АПК объективно нуждается в централизованной поддержке со стороны государства в связи с важным социальным характером продукции удовлетворяющей насущ-

ные нужды населения и обеспечивающей продовольственную безопасность государства, а также в связи с тем, что цены на сельскохозяйственное сырье и готовое продовольствие не могут быть полностью свободными, конкурентоспособными и должны быть увязаны с платежеспособными возможностями Потребителя;

– **совершенствования законодательной базы.** Предприятия, трудовые коллективы и персонал, организующие агропромышленное производство, проявляющие активность в росте экономики предприятий, иницирующие рыночное реформирование несостоятельных организаций, нацеленные на развитие предпринимательства и усиление его конкурентоспособности, должны иметь государственные гарантии и быть защищены от резких конъюнктурных изменений рынка, форс-мажорных условий и т. п.

Анализируя изложенное можно сделать вывод, что эффективное решение поставленных выше стратегических задач возможно только на основе реализации стратегического маркетингового подхода, который является основой современной экономики.

СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АПК

Н.В. Сурженко, канд. экон. наук, доцент

Таврическая государственная агротехническая академия (г. Мелитополь)

Инновационные процессы играют важную роль в успешном развитии предприятий и организаций любой сферы деятельности, в том числе и отраслей АПК. От уровня развития этих процессов зависит экономическое, финансовое состояние и могущество регионов, жизненный уровень населения. При современных условиях ориентации агропромышленного сектора Украины на повышение конкурентоспособности это направление становится особенно актуальным, поскольку без инноваций невозможно осуществление прогрессивных структурных сдвигов в стране, обновление аграрного сектора и вообще обеспечение его стабильного социально-экономического развития.

Реформирование аграрного сектора создало предпосылки для заинтересованности аграрных формирований в инновационной продукции. Сельские товаропроизводители стремятся минимизировать затраты и обеспечить высокодоходное производство. Освоение инноваций приобретает все большее значение в работе предприятий различных форм собственности.

В структуре инновационного развития АПК можно выделить такие составляющие, как ресурсная (материально-техническая), кадровая, информационно-методологическая организационно-управленческая. Если включать в состав АПК и сельскохозяйственную науку (а это целиком логично) то приходится различать инновационный потенциал производственной части комплекса от научной.

Динамика инновационного развития в аграрном секторе в значительной мере зависит от финансовых возможностей сельскохозяйственных товаропроизводителей. Низкие доходы и убыточность производства многих аграрных формирований не позволяют полностью придерживаться современных высокоэффективных технологий, широко использовать инновационную продукцию в своей деятельности. В частности, в среднем на гектар посевной площади вносится лишь немного более 20 кг минеральных удобрений, а до двух третей посевов остаются без удобрения.

Затруднительная ситуация сложилась и с обеспечением аграрных формирований техникой. Существующий количественный состав основных видов сельскохозяйственных машин составляет меньше 50 % технологической потребности, из которых почти 70 % отработали амортизационный срок. Данная ситуация требует новых подходов к развитию и реализации технологической политики в сельском хозяйстве.

Сдерживает внедрение инноваций и высокая стоимость современной техники. Так, цены на зарубежные тракторы, комбайны, машины превышают в 5–7 раз цены на подобную украинскую и российскую технику. Украинский трактор ХТЗ-1631 не уступает по своим характеристиками, а по некоторым параметрам (затраты горючего на единицу работы) и превосходит американский Джон Дир-8120 и дешевле его в 3,6 раза [3].

Обновление машинно-тракторного парка аграрных предприятий необходимо осуществлять прежде всего в направлении обеспечения техникой прогрессивных ресурсосбере-