

УДК 339.137.2:664.8

Белявская С.Л., Шанько О.Ю.

*УО «Белорусский государственный аграрный
технический университет», г. Минск*

НЕОБХОДИМОСТЬ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТОВОЙ КОМПАНИИ «БЕЛЭКСПОПЛОДОВООЩПРОДУКТ»

Ключевые слова: экспорт, плодоовощная продукция, продуктовая компания, формирование.

Key words: export, fruit and vegetable products, food company, formation.

Аннотация: сформулированы цели, принципы и функции экспортоориентированной продуктовой компании «Белэксплодовоовощпродукт» для повышения конкурентоспособности плодоовощной продукции, производимой предприятиями республики, на внешних рынках.

Summary: formulated objectives, principles and functions of the export-oriented food company «Belexspoplodoovoschprodukt» to ensure the competitiveness of fruit and vegetable products, produced by enterprises of the Republic in foreign markets.

Анализ практики функционирования предприятий плодоовощного подкомплекса Республики Беларусь свидетельствует о том, что существуют определенные проблемы, требующие первоочередного решения:

1) необеспеченность перерабатывающих предприятий сырьем в необходимых объемах, требуемого качества и в установленные сроки, что является важной предпосылкой эффективного и конкурентоспособного производства;

2) жесткая конкуренция на внутреннем и внешних рынках со стороны зарубежных производителей, требующая от отечественных предприятий наращивания объемов импортозамещающей плодоовощной продукции, а также выпуска и продвижения экспортоориентированного ассортимента, удовлетворяющего рыночному спросу [1].

Для формирования единой отраслевой структуры управления плодоовощным подкомплексом с целью проведения эффективной политики государства в вопросах обеспечения продовольственной безопасности, создания государственных резервов плодоовощной продукции, снижения импорта продуктов переработки плодоовощного сырья, концентрации финансовых средств, осуществления внешнеэкономической деятельности,

обеспечения конкурентоспособности экспорта на новых рынках, исходя из опыта других стран, представляется целесообразным создать в плодоовощном подкомплексе Республики Беларусь единую экспортоориентированную продуктовую компанию.

В плодоовощном подкомплексе продовольственную компанию целесообразно формировать как единую сквозную, которая должна объединить не только все существующие предприятия, перерабатывающие плодоовощное сырье, и поставщиков сырья (предприятия и организации, занимающиеся производством овощей, плодов и ягод) в разных регионах республики, но и создать необходимую торгово-сбытовую инфраструктуру, осуществляющую маркетинговые исследования рынков и логистику продвижения отечественной плодоовощной продукции за рубежом.

Это обусловлено необходимостью проведения единой сильной экспортной политики, объединяющей потенциал всех предприятий и позволяющей выступать «единым фронтом», побеждая в конкурентной борьбе на внешних рынках, в то время как самостоятельно проводимые автономные действия по продвижению плодоовощной продукции не дают желаемого результата в силу сравнительно небольших объемов производства продукции из плодоовощного сырья в республике.

Создание единой экспортоориентированной продуктовой компании под условным названием «Белэкспоплодоовощпродукт» заключается в формировании устойчивых связей на рынке плодоовощной продукции на основе использования научно обоснованных производственно-экономических взаимоотношений между субъектами хозяйствования при производстве овощей, плодов и ягод (плодоовощного сырья), его переработки и реализации готовой плодоовощной продукции.

Целесообразным является создание единой экспортоориентированной продуктовой компании в форме холдинга — с логичной и прозрачной для инвесторов структурой, конструктивными отношениями с государственной властью, высокой мотивацией трудового коллектива. Во всем мире холдинговые компании — одна из самых эффективных форм организации хозяйственной деятельности, которая позволяет эффективно функционировать и осваивать новые, недоступные ранее рынки сбыта продукции.

В состав участников «Белэкспоплодоовощпродукт» могут входить все заинтересованные предприятия и организации независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности (сельхозорганизации, крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства населения, предприятия перерабатывающей промышленности, торговли, транспорта и др.).

Организации и иные экономические агенты, входящие в состав продуктовой компании, сохраняют хозяйственную самостоятельность и право юридического лица, поэтому жесткость взаимосвязей между агентами может быть совершенно различной — от базовой координации технологической, маркетинговой, ценовой политики до наличия у части организаций одного собственника и (или) вхождения в единую технологическую цепочку. Одновременно стержнем единой экспортоориентированной продуктовой компании должен выступать центр обеспечения рациональных взаимоотношений и эффективного взаимодействия между участниками, а также принятия обязательных для всех ключевых решений.

На начальном этапе становления целесообразно, чтобы роль лидера, организатора и интегратора была возложена на государство, в последующем роль органов государственного управления должна быть максимально сконцентрирована на переходе от прямого управления производственно-хозяйственной деятельностью к координации действий и выстраиванию рыночных процессов.

Целью создания единой экспортоориентированной продуктовой компании является объединение совокупности отраслей и предприятий, связанных экономическими отношениями по производству плодоовощного сырья, его переработке и реализации плодоовощной продукции конечному потребителю с целью повышения эффективности и конкурентоспособности производства продукции из плодоовощного сырья.

Одной из главных задач, выполняемых единой экспортоориентированной продуктовой компанией, является проведение экспортной экспансии на традиционных рынках сбыта плодоовощной продукции (прежде всего, рынке России), а также завоевание ведущих позиций в географической структуре белорусского экспорта на новых рынках (страны Европейского союза и Евразийского экономического союза).

Практическому решению этой главной задачи способствует осуществление единой экспортоориентированной продуктовой компанией мер по повышению качества плодоовощной продукции, что невозможно без развития в стране, с учетом мирового опыта, органического сельского хозяйства и производства экологически чистой (органической) плодоовощной продукции.

В данной связи единая экспортоориентированная продуктовая компания, выступая индикатором качества продукции, развивая и углубляя переработку плодоовощного сырья, будет аккумулировать финансовые средства, а также выступать важнейшим источником инвестиций в высокотехнологичные отрасли белорусской экономики.

Деятельность «Белэкспоплодоовощпродукт» ориентирована на обеспечение конкурентной устойчивости плодоовощной продукции на внешнем рынке и направлена на выполнение следующих функций:

- маркетинговое исследование емкости и сегментов рынка конкретных видов плодоовощной продукции в текущем периоде и на перспективу;
- создание торгово-логистической инфраструктуры и продвижение продукции;
- проведение рекламной деятельности, организация и проведение выставок, ярмарок по презентации плодоовощной продукции белорусских производителей;
- контроль качества выпускаемой плодоовощной продукции.
- сертификация плодоовощной продукции (декларирование соответствия в национальной системе и в Таможенном союзе), проведение испытаний плодоовощного сырья и готовых продуктов на соответствие требованиям ТНПА Республики Беларусь и стран Таможенного союза (ТР ТС, СанПиН и ГН, ГОСТ, СТБ, ТУ, РЦ и т.п.), экспертиза маркировки и технических регламентов;
- создание системы консультационных и образовательных услуг для субъектов органического сельского хозяйства.
- выполнение представительских обязанностей в государственных и хозяйственных организациях.

В последующем, по мере накопления опыта и расширения масштабов деятельности, организация единой экспортоориентированной продуктовой компании «Белэкспоплодоовощпродукт» (как достаточно «жесткое» объединение, обеспечивающее мобилизацию внутренних ресурсов) может быть расширена до уровня более «мягкого» формирования — кластерной интегрированной структуры с целью усиления внешних социальных, экологических, управленческих, институциональных и иных аспектов деятельности.

Кластер — инновационно направленная структура, интегрирующая в единую систему сферы производства, науки и образования и государственного управления, образованная на основе принципов информационного и технологического взаимодействия, реализующая общие экономические интересы участников, связанных между собой определенной корпоративной культурой взаимоотношений [2].

Кластерный подход как перспективная форма взаимодействия предприятий, организаций, научных и образовательных учреждений во внешней среде в последние годы превращается в ключевой инструмент экономической политики ведущих индустриальных стран за счет соче-

тания таких направлений действий, как обеспечение конкурентоспособности субъектов хозяйствования и с решение отраслевых и региональных вопросов.

Кластеризация охватывает более 50 % отношений социально-экономических систем в развитых странах мира. Зарубежный опыт убедительно свидетельствует, что инициаторами кластерной политики могут быть не только центральные органы государственного управления, но и органы региональной власти, а также различные формы объединений предпринимателей и населения.

В мировой практике такие программы получили название «кластерные инициативы», которые представляют собой совместные организованные усилия фирм, правительственных, образовательных и исследовательских организаций, направленные на увеличение роста и конкурентоспособности конкретного кластера [3].

В эффективно функционирующих кластерных структурах ускоряется инновационный процесс, а у участников кластера повышается восприимчивость к инновациям, происходит оптимизация и рационализация бизнес-процессов, наблюдается рост производительности труда и т. д.

Следовательно, кластерный подход обеспечит, с одной стороны, прибыльность, конкурентоспособность, инвестиционную привлекательность и относительное постоянство указанного направления агробизнеса, а с другой – социальное и экономически-сбалансированное развитие соответствующих территорий. Таким образом, в дальнейшем можно говорить о формировании в республике кластера плодоовощной продукции.

Список использованной литературы

1. Белявская, С.Л. Методика оценки рынков овощного и плодово-ягодного сырья предприятий консервной промышленности Республики Беларусь / С.Л. Белявская // Агропанорама. — 2012. — № 2 (90). — С. 35–41.
2. Рутко, Д.Ф. Оценка эффективности функционирования кластерных структур / Д.Ф. Рутко // Научные труды РИВШ. Философско-гуманитарные науки: сб. науч. ст. Вып. 7 (12) / под ред. В.Ф. Беркова — Минск: РИВШ, 2009. — С. 413–419.
3. Пилипук, А.В. Институциональная модель национальной продовольственной конкурентоспособности / А.В. Пилипук, М.И. Запольский, Ф.И. Субоч // Вес. Нац. акад. наук Беларусі. Сер. аграр. навук. — 2012. — № 2. — С. 20–29.