

ЭКАНОМІКА, КІРАВАННЕ, ІНФАРМАТЫКА

УДК 635:631.165:631.115:631.155

Г. І. ГАНУШ

**ПРЫНЦЫПЫ АРГАНІЗАЦЫІ ВЫТВОРЧАСЦІ
І ЗБЫТУ АГАРОДНІННАЙ ПРАДУКЦЫІ
ВА УМОВАХ ФАРМІРАВАННЯ РЫНКАВЫХ АДНОСІНАУ**

Разнастайнасць формаў гаспадарання, якія базіруюцца на розных формах уласнасці, абумоўлівае неабходнасць і магчымасць фарміравання і функцыянавання ў аграпрамысловым комплексе, у тым ліку і ў плодаагароднінным падкомплексе, развітых рынковых адносінаў, што ахопліваюць стадыі вытворчасці, перапрацоўкі і рэалізацыі агародніны.

Рынак у агародніцтве ўяўляе сабой такую арганізацыйна-эканамічную сістэму, якая ўвасабляе прынцыпы закону вартасці і таварна-грашовых адносінаў, функцыянуе на аснове забеспячэння адпаведнасці попыту і прапановы, магчымасці свабоднага выбару ўзаемавыгаднага партнёра па сумеснай дзейнасці, дагаворнай формы ўстанаўлення цаны на рэалізуемую прадукцыю, самастойнага вызначэння найбольш рацыянальных каналаў (шляхоў) руху тавару.

Змяненне значнасці ў эканоміцы непасрэдна грамадскіх (планавых) і таварна-грашовых адносінаў у бок апошніх аб'ектыўна дапускае неабходнасць радыкальнага ўдасканалення кіравання па ўсім ланцугу вытворца—спажывец агародніннай прадукцыі з боку дзяржаўных, мясцовых і гаспадарчых органаў. Размова перш за ўсё ідзе пра пераход ад перавагі адміністрацыйна-камандных метадаў да прыярытэтнага выкарыстання эканамічных метадаў кіравання пры фарміраванні аб'ёмаў вытворчасці, якасці і асартыменту агародніннай прадукцыі ў адпаведнасці са спажывецкім попытам, распрацоўцы механізма цэнаўтварэння ўнутры краіны або рэгіёнаў на аснове ўліку інтарэсаў спажывцоў і вытворцаў, забеспячэнні канкурэнтаздольнасці ўласнай прадукцыі агародніны на сусветным рынку, ажыццяўленні шэрагу іншых мерапрыемстваў, якія складаюць аснову рынковай сістэмы гаспадарання.

У сувязі з тым што ўмовы рынку вызначаюць стратэгію вытворчасці агародніны, функцыя кіравання збытам, якая мае ў цяперашні час падпарадкаванае становішча адносна функцыі кіравання арганізацыйнай вытворчасці, паступова ператвараецца ў вядучую функцыю, якая вызначае стыль і характар кіравання ўсёй прадпрымальніцкай дзейнасцю. Пры гэтым эфектыўны збыт засягаецца тады, калі тавар настолькі адпавядае запатрабаванням спажывца, што камерцыйныя намаганні па рэалізацыі робяцца непатрэбнымі. У гэтым выпадку задача кіравання збытам галоўным чынам зводзіцца да прыняцця рашэння пра выбар канала тавараруху, які забяспечвае максімальны ўзровень эфектыўнасці функцыянавання вытворцаў агародніны.

Канчатковая мэта кіравання ва ўмовах развіцця рынковых адносінаў у агародніцтве — стабілізацыя паступлення агародніннай прадукцыі на спажывецкі рынак.

Як вядома, рынковы механізм, які заключае ў сабе значны патэнцыял павышэння эканамічнай эфектыўнасці вытворчасці, характарызу-

еще арганична ўласцівымі яму негатыўнымі тэндэнцыямі, супярэчнасцямі і дыспрапорцыямі. На працэс фарміравання і функцыянавання рынку агародніны робяць уплыў шэраг моцных дэстабілізуючых фактараў.

Папярэдзіць або згладзіць гэтыя адмоўныя наступствы можна шляхам проціпастаўлення ім не менш эфектыўнай па сіле ўздзеяння сістэмы эканамічных, арганізацыйна-кіраўніцкіх, тэхналагічных і іншых фактараў, што забяспечваюць высокую ступень стабілізацыі паступлення агародніны на спажывецкі рынак. Ва ўсіх звёнах гэтай сістэмы найбольш важная роля належыць выкарыстанню дасягненняў навукова-тэхнічнага прагрэсу, які выступае як сукупны і самастойны стабілізуючы фактар.

Найбольш істотнымі фактарамі, што робяць дэстабілізуючы ўплыў на рынак агародніны, з'яўляюцца тыя, якія абумоўлены сіламі прыроды і не падлягаюць кантролю. Умовы надвор'я, якія складваюцца ў той ці іншы перыяд, робяць як станоўчы, так і адмоўны ўплыў на ўраджайнасць агароднінных культур, што вядзе да значнага вар'іравання аб'ёмаў вытворчасці і паставак агародніны на спажывецкі рынак. Так, у перыяд 1986—1990 гг. сярэдняя ўраджайнасць агароднінных культур у дзяржаўных гаспадарках і калгасах складала 188 ц пры ваганнях ад 158 ц у 1988 г. да 209 ц у 1989 г. Валавы збор агародніны ў грамадскім сектары ў 1989 г. дасягнуў 628,8 тыс. т супраць 492,3 тыс. т у 1988 г. Дзяржаўныя закупкі агародніны ў менш ураджайным 1988 г. склалі ва ўсіх катэгорыях гаспадарак 389,7 тыс. т супраць 451,0 тыс. т у 1987 г. і 447,8 тыс. т у 1989 г.

Ваганні ў вытворчасці агародніны, як правіла, суправаджаюцца ваганнямі спажывецкіх цэнаў. Рост вытворчасці пры спрыяльных умовах надвор'я павінен весці да паніжэння цэнаў і перш за ўсё выгадны спажываюцца. Што датычыцца вытворцаў, то вытворчасць агародніны звыш плануемага аб'ёму (перавытворчасць) можа прывесці да дадатковых затратаў на ўборку, транспарціроўку і рэалізацыю, а значыць, і да паніжэння рэнтабельнасці. Ва ўмовах рэспублікі пры наяўнасці хранічнага дэфіцыту агародніны, адміністрацыйных мерах устанаўлення закупачных і рознічных цэнаў, інфляцыі гэта заканамернасць дакладна не прасочваецца. Наадварот, у 1989 г., калі аб'ём закупаў агародніны перавышаў 1988 г. прыкладна на 58 тыс. т, сярэдняя цана рэалізацыі раўнялася 11,93 руб/ц супраць 11,57 руб/ц у 1988 г.

Рост цэнаў на агародніну выгадны вытворцам, асабліва тым, хто не пацярпеў ад уздзеяння неспрыяльных умоў надвор'я. Аднак гэты адмоўны ўплыў на спажывецкую здольнасць большай часткі насельніцтва і з'яўляецца адной з умоў сацыяльнай напружанасці.

Перавытворчасць або недавытворчасць агародніны могуць узнікаць з-за скарачэння або незбалансаванасці пасяўных плошчаў агароднінных культур (чаго цяжка пазбегнуць пры адсутнасці планавання), эпіфітотыі, недавальняючых сувязяў паміж рэгіёнамі, вытворчай і гандлёвай сферай, дэфіцыту транспарту, сховішчаў і г. д.

Дэстабілізуючыя фактары часта робяць комплексны ўплыў на рынак агародніны, узмацняючы негатыўныя наступствы адзін аднаго. Нярэдка пры дэфіцыце прадукцыі з'яўляецца спекуляцыя, якую часам атаясамліваюць з рынкам. У гэтым выпадку спекулянты, якія не ўдзельнічаюць у вытворчасці прадукцыі, імкнуцца атрымаць звышпрыбытак, для чаго штучна скарачаюць і без таго абмежаваныя пастаўкі агародніны на рынак. Гэты працэс асабліва небяспечны ва ўмовах манапалізацыі гандлю, калі рэальны вытворца або цалкам адлучаны ад рынку збыту, або мае абмежаваны выхад на яго.

Таму стабілізуючы рынак фактары неабходна выкарыстоўваць таксама комплексна, у адзінай сістэме. Важнымі звёнамі гэтай сістэмы з'яўляюцца паскарэнне навукова-тэхнічнага прагрэсу ў тэхналогіях вытворчасці агародніны і выкарыстанне спецыяльных прыёмаў агратэхнікі з мэтай гарантыванага атрымання плануемай ураджайнасці пры любых анамаліях надвор'я, выкарыстанне сартоў і гібрыдаў, найбольш адапта-

ваных да мясцовых умоў, валодаючых устойлівасцю да хваробаў і шкоднікаў, забеспячэнне кампенсуючага спалучэння адкрытага, абароненага і ўцэпленага грунту, выкарыстанне рацыянальных спосабаў перапрацоўкі і захоўвання агародніны, стварэнне ўмоў для эфектыўнага і дачнага агародніцтва.

Развіццё агародніннага рынку шмат у чым залежыць ад магчымасці суб'ектаў, якія гаспадараць, ажыццявіць сваю дзейнасць ва ўмовах рэальна існуючых таварна-грашовых адносінаў. Гэтая магчымасць вызначаецца ступенню іх эканамічнай свабоды, наяўнасцю адпаведных дзяржаўных і юрыдычных законаў. Больш паспяхова ўваходзяць у рынак тыя ўдзельнікі вытворчасці і збыту прадукцыі, якія далей прайшлі па шляху раздзяржаўлення, рэфармавання вытворчай і арганізацыйнай структуры, стылю і метадаў кіравання.

У гэтай сувязі важна садзейнічаць утварэнню розных арэндных прадпрыемстваў, акцыянерных таварыстваў, іншых фарміраванняў кааператываў тыпу. Значная роля ў станаўленні рынку адводзіцца прыватызацыі вытворчых, перапрацоўчых і гандлёвых аб'ектаў (цяпліцы, цэхі перапрацоўкі, магазіны).

Цэнтрамі вытворча-збытавой інтэграцыі ў агародніцтве могуць быць агароднінікансервавыя заводы, плодаагароднінныя камбінаты, буйныя магазіны, якія спецыялізуюцца на гандлі агародніннай прадукцыяй, арганізацыі грамадскага харчавання, розныя прадпрыемствы па вытворчасці дзіцячага харчавання і сродкаў фармацэўтычнага прызначэння. Гэтыя і іншыя суб'екты гаспадарання, якія ажыццявілі рэфармаванне ў бок раздзяржаўлення або прыватызацыі, могуць выступаць у якасці галаўных прадпрыемстваў і арганізацый розных інтэграваных фарміраванняў (аб'яднанні, фірмы, асацыяцыі, акцыянерныя таварыствы, канцэрны і інш.).

У сыравінныя зоны гэтых фарміраванняў уваходзяць спецыялізаваныя агароднінікі гаспадаркі, а таксама неспецыялізаваныя на вытворчасці агародніны саўгасы і калгасы, фермерскія і сялянскія гаспадаркі, садаводчыя таварыствы. У інфраструктуру фарміраванняў па абслугоўванні працэсаў вытворчасці і збыту прадукцыі могуць уваходзіць транспартныя прадпрыемствы, нарыхтоўчыя і фінансавыя арганізацыі, вылічальныя цэнтры і інш.

Асноўнай формай рэгламентацыі ўзаемаадносінаў паміж партнёрамі па вытворчасці і збыту агародніннай прадукцыі могуць быць кантракты або дагаворы. Кантрактацыя з'яўляецца найбольш распаўсюджанай і эфектыўнай формай інтэграцыі суб'ектаў гаспадарання ў плодаагароднінныя падкомплексы развітых краінаў. Так, у ЗША практычна ўся агародніна вырошчваецца па кантрактах. Шырока выкарыстоўваецца сістэма кантрактацыі ў Бельгіі, Нідэрландах, Францыі, Вялікабрытаніі, Ірландыі. У гэтых краінах доля зялёнага гарошку, які пастаўляецца на перапрацоўчыя прадпрыемствы па кантрактах, складае 90—100%.

Агародніна на перапрацоўку або ў таварную сетку пастаўляецца ў адпаведнасці з кантрактамі, якія перапрацоўчыя або гандлёвыя прадпрыемствы заключаюць з фермерамі. Кантракты рэгламентуюць вытворчую дзейнасць фермера, таму што ён працуе па праграме перапрацоўчага прадпрыемства, гандлёвай фірмы і г. д. У кантрактах прадугледжваюцца ўсе асноўныя ўмовы вытворчасці агародніны: плошчы пасеву, аб'ёмы, сарты, якасць, тэрміны пастаўкі, цэны і інш. З другога боку, прадпрыемства (фірма) абавязваецца забяспечыць фермеру на перыяд дзеяння кантракта пэўныя віды паслуг: пастаўка насення, угнаенняў, пестыцыдаў, выдзяленне крэдыту і г. д. Кантракты гарантуюць вытворцу збыт вырашчанай агародніны, а перапрацоўчому або гандлёваму прадпрыемству атрыманне іх у неабходнай колькасці, адпаведнай якасці і ў намечаныя тэрміны.

Зыходзячы з замежнага і айчыннага вопыту, можна зрабіць выснову, што ў цяперашні час найбольш прымальнай формай ўзаемаадносінаў

паміж вытворцамі агародніны, з аднаго боку, прадпрыемствамі перапрацоўкі і гандлю, з другога, з'яўляюцца прамыя сувязі на дагаворнай аснове. Галоўнае тут — забяспечыць аднолькавыя магчымасці для рэнтабельнага гаспадарання ва ўсіх звёнах тэхналагічнага ланцуга: вытворчасць, перапрацоўка, рэалізацыя прадукцыі. Шмат што залежыць ад ступені адказнасці за выкананне дагавораў. Яны не павінны быць фармальнымі паперамі. Надаць ім належную моц і аўтарытэт павінны дзяржаўныя і прававыя органы.

Адной са складаючых частак рынку агародніны з'яўляецца маркетынг. Ён ахоплівае ўвесь працэс руху агародніны з поля да спажыўца. Таму недахопы ў арганізацыі маркетынгу адносяцца да ліку найбольш уплывовых дэстабілізуючых рынак фактараў і могуць звесці на нішто поспехі ў вытворчай сферы дзейнасці.

Маркетингавая дзейнасць у агародніцтве прадугледжвае выкананне наступных функцый:

- комплекснае вывучэнне рынку агародніны, вызначэнне яго ёмістасці, асаблівасцяў з мэтай забеспячэння максімізацыі гарантыі і надзейнасці поспеху пры мінімуме рызыкі;

- вывучэнне стану і дынамікі спажывецкага попыту на агароднінную прадукцыю з мэтай максімальнага прыстасавання вытворчасці агародніны да патрабаванняў рынку і атрымання большага прыбытку;

- шырокае выкарыстанне рэкламы для паляпшэння збыту прадукцыі, а таксама для ўздзеяння на рынак і спажывецкі попыт у мэтах фарміравання іх у пажаданых накірунках;

- вызначэнне аптымальнага таварнага асартыменту агародніннай прадукцыі для задавальнення попыту і эфектыўнага вядзення вытворча-камерцыйнай дзейнасці;

- прагназаванне і фарміраванне цэнаў на агародніну з улікам пакупніцкай здольнасці насельніцтва, сусветных цэнаў і забеспячэння неабходнай рэнтабельнасці ўдзельнікаў сістэмы агародніцтва;

- правільны выбар каналаў збыту агародніннай прадукцыі, удасканаленне аптовага і рознічнага гандлю, транспарціроўкі, расфасоўкі і ўпакоўкі прадукцыі, развіццё тарнай вытворчасці.

Важная задача маркетынгу — фарміраванне рацыянальнага рынку агародніны з абаронага гунту. Цяплічная прадукцыя, якая паступае ў міжсезонны перыяд, мае галоўным чынам аздараўленчае прызначэнне. Таму цэны на яе павінны быць даступныя для насельніцтва. У той жа час ва ўмовах высокага кошту цеплаэнергетычных рэсурсаў гэтыя цэны не могуць апускацца ніжэй за мінімальныя межы, якія забяспечваюць магчымасць функцыянавання абаронага гунту.

Неабходна ўстанавіць аптымальныя параметры рынку цяплічнай агародніны. Для гэтага перш за ўсё трэба вызначыць мінімальную патрэбнасць у ёй з улікам высокага сабекошту вытворчасці. У прынцыпе гэта і абазначае мінімальна неабходную ёмістасць рынку. Потым на аснове вывучэння пакупніцкіх паводзін спажыўца трэба вызначыць цэны на ўсе віды цяплічнай агародніны па перыядах іх паступлення. Калі гэтыя цэны не забяспечаць самаакупнасць вытворчасці, то неабходна прадугледзець кампенсацыю затратаў за кошт рэалізацыі вялікіх аб'ёмаў агародніны ў летні і восеньскі перыяды як з адкрытага, так і з абаронага гунту. Не выключаецца магчымасць датацыі для вытворчасці мінімальна неабходных аб'ёмаў цяплічнай агародніны (для бальнічных і дзіцячых устаноў, насельніцтва, якое жыве ў зоне павышанай радыяцыйнай забруджанасці) з дзяржаўных і мясцовых бюджэтаў.

Служба маркетынгу ва ўмовах рынку з'яўляецца складаючым звяном кіравання вытворча-камерцыйнай дзейнасцю. Яна павінна быць укамплектавана кваліфікаванымі спецыялістамі, мець у сваім распараджэнні неабходнае камп'ютэрнае абсталяванне, іншыя матэрыяльна-тэхнічныя сродкі, што садзейнічаюць паспяховай працы.

Важным фактарам стабілізацыі задавальнення спажывецкага попы-

ту ў агародніне з'яўляецца фарміраванне рынку агародніны на базе адміністрацыйных раёнаў і прыгарадных зонаў буйных гарадоў. Практычна ў кожным адміністрацыйным раёне рэспублікі ёсць неабходныя прыродныя і эканамічныя рэсурсы для забеспячэння на 85—90% агароднінай уласнай вытворчасці.

Для гэтага мясцовым органам улады неабходна праз адпаведныя гандлёва-нарыхтоўчыя арганізацыі размясціць заказы на вытворчасць лэўнай колькасці агародніны патрабуемага асартыменту ў канкрэтных калектыўных, фермерскіх або сялянскіх гаспадарках. Размяшчэнне заказаў павінна ажыццяўляцца толькі на аснове эканамічнай зацікаўленасці і адказнасці. Адбор суб'ектаў гаспадарання для ўключэння ў сістэму дзяржаўнага заказу мэтазгодна ажыццяўляць на конкурснай аснове. Перавага павінна аддавацца тым вытворцам, якія могуць рэальна гарантаваць стабільную пастаўку агародніны.

Гаспадаркам, якія спецыялізуюцца на таварным агародніцтве, трэба пры неабходнасці выдзеліць субсідыі з мясцовага бюджэту на набыццё тэхнікі, угнаенняў, насення, будаўніцтва цяпліцаў, сховішчаў, прадпрыемстваў перапрацоўкі. Вытворцы агародніны ў сістэме дзяржазаказу павінны мець гарантыі збыту прадукцыі па цэнах, якія забяспечваюць рэнтабельнае вядзенне вытворчасці.

Для забеспячэння стабільнага функцыянавання раённага рынку агародніны мэтазгодна ўтварэнне на акцыянернай аснове вытворча-камерцыйных цэнтраў або іншых фарміраванняў, выконваючых арганізацыйна-каардынруючыя функцыі. Да ліку такіх функцый належыць вырашэнне агульных для ўсіх удзельнікаў рынку пытанняў, звязаных з маркетынгам абслугоўваннем вытворчасці і збыту агародніны, арганізацыйнай працы па заключэнні кантрактаў, прадстаўніцтвам у вышэйшых органах і г. д.

Арганізацыя рынку агароднінай прадукцыі ў прыгарадных зонах з'яўляецца прэрагатывай адміністрацыі адпаведных гарадоў. У вырашэнні гэтых пытанняў выкарыстоўваюцца прынцыпы фарміравання рынкаў агародніны ўвогуле і ў адміністрацыйных рэгіёнах у прыватнасці.

Чым глыбей будуць прапрацаваны і вырашаны пытанні фарміравання рынкаў агародніны ў рамках адміністрацыйных раёнаў і прыгарадных зонаў буйных гарадоў (прамысловых цэнтраў), тым больш паўнацэнным і эфектыўным будзе рынак прадукцыі агародніны рэспублікі ў цэлым.

Summary

Organization and economical aspects of vegetable production and sale under formation of marketing relations are considered in the paper.