

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КАРТОФЕЛЕПРОДУКТОВОГО КОМПЛЕКСА В РБ

Наиболее острой проблемой современности, практически определяющей возможности социально-экономической стабильности, является решение продовольственного вопроса. Все это связано с формированием и развитием специализированных товарных рынков, среди которых особое место отводится рынку картофеля, что обусловлено стремлением людей компенсировать недостаток питания за счет более дешевых и доступных продуктов местного производства, важное место среди которых занимает картофель - культура по праву называемая "вторым хлебом". Становление овощного и картофельного рынков в РБ было начато во второй половине 80-х годов и связано со свободным выбором каналов реализации и введением договорных цен. Первый опыт деятельности картофелеводческих хозяйств в условиях рынка не дал ожидаемых результатов. Резкое ухудшение финансового положения товаропроизводителей на фоне низкой эффективности сельскохозяйственного производства и высоких потерь уже полученной продукции, спад производства, отмена централизованного распределения продовольствия без создания новой системы продвижения продуктов к потребителю, усиление монополизма торгово-заготовительных предприятий привели, по сути дела к блокаде сбыта продукции.

Переход картофельного хозяйства РБ на рыночные отношения имеет по крайней мере две особенности, связанные как со спецификой самого сельскохозяйственного производства, так и картофелеводства в частности. Первой из них является цикличность производства, вызываемая физическими, биологическими и климатическими факторами. Вторая особенность сельского хозяйства заключается в нестабильности цен на продукцию. Картофель, как товар, отличается тем, что его потребительские свойства сохраняются непродолжительное время, он малотранспортабелен и многоотточен, быстро портится.

В ходе реализации аграрных преобразований в РБ продолжается перераспределение земель, их приватизация, реорганизация колхозов и совхозов (а по сути дела развал крупного товарного производства, переход к натуральному хозяйству). В соответствии с постановлением правительства РБ активизируется отвод земельных участков для дачного строительства и ведения коллективного садоводства и огородничества.

Анализ ситуации потребительского рынка картофелеводческой продукции РБ позволяет выделить три группы факторов, прямо или косвенно влияющих на эффективность производства товарной продукции картофелеводческого подкомплекса. Это структурные факторы. С 1981 года по 1998 год доля общественного сектора в валовом сборе картофеля сократилась с 47 % до 15 %. При этом общая площадь, занятая картофелем изменилась не значительно, наметившаяся тенденция увеличения посадок картофеля происходит за счет умень-

шения площадей в хозяйствах общественного сектора, при одновременном их увеличении в личных подсобных хозяйствах. В этом случае сказывается влияние экономического и социального факторов. Снижение материального уровня жизни населения сказалось на изменении структуры его потребительских расходов. Доля денежных средств, расходуемых населением на питание возросла до 75%. Все это не могло не отразиться на структуре потребления продуктов питания. В одних семьях часть покупаемых ранее продуктов возместили запасы из личных подсобных хозяйств, в других - снижение потребления более ценных и калорийных продуктов, частично пришлось заменить более доступным картофелем и хлебопродуктами (так называемыми продуктами для бедных).

Слабая материально-техническая база картофелеводства сдерживает широкое распространение прогрессивных технологий, применение которых уже сейчас обеспечивает повышение урожайности в среднем на 50-60 центнеров с гектара.

Повышение цен на удобрения, средства защиты растений, энергоносители, технику и элитные семена привело к снижению их использования и как следствие снижению урожайности и качества картофеля. Амплитуда колебаний урожайности картофеля в хозяйствах общественного сектора достигает за последние 5 лет 30%, от 146 до 113 центнеров с гектара. Сложное финансовое положение большинства хозяйств не позволяет сегодня им своевременно и в полном объеме производить покупку семян высших репродукций в элитопроизводящих хозяйствах, что в конечном итоге усугубляет финансовое состояние семеноводческих хозяйств, ведет к нарушению плановой сортосмены и сортообновления. В связи с этим, в хозяйствах республики повсеместно наметилось ухудшение репродукционного и сортового состава посевов картофеля, что резко снизило его продуктивность. Практически весь высаживаемый картофель у населения - это массовые репродукции, а посевные площади у них составляют 85% от всего возделываемого картофеля в республике.

Изменения в системе управления картофелеводческим подкомплексом привело к негативным последствиям. Нарушились технологические связи между хозяйствами, объединениями в семеноводческой системе, каждая категория семенного материала стала товаром, что привело к увеличению стоимости и снижению его производства, а при отсутствии единой системы сертификации - ухудшению качества.

Картофелеводство было и остается одной из наиболее трудоемких отраслей сельского хозяйства. Затраты труда на производство 1 центнера продукции практически не снижаются и составляют по годам от 2,3 до 3,3 чел./час. В следствии нарушения технологии выращивания картофеля, низкой урожайности и значительных материальных затрат эффективность производства картофеля остается низкой. Уровень рентабельности возрастает только за счет роста цен реализации. Высокие издержки производства на фоне низкой урожайности явились главным тормозом в получении конкурентоспособной продукции, снижении объемов поставки его для внутривнутриреспубликанских нужд и на экспорт.

Дальнейшее увеличение объемов производства картофеля при существующей базе хранения и переработки теряет всякий смысл, так как приводит к возрастанию потерь.

Велики потери картофеля при хранении, в отдельные годы они достигают 30-40% от заложенной на хранение продукции. У производителей в целом потери продукции не велики, но в разрезе категорий хозяйств их уровень достаточно различен. По отчетным данным заготовительных организаций потери картофеля при хранении не значительны. Доказано, что из каждой тонны картофеля, завезенной в город и промышленные центры, около половины идет в отход. По расчетам в местах производства целесообразно оставлять на хранение 50-70% от общего объема заготовленного картофеля с последующей равномерной доставкой его потребителю.

Фактором повышения эффективности, естественным продолжением процесса производства картофеля является его заготовка, хранение, переработка и реализация.

Сложность заготовок и разноплановость использования товарной продукции картофелеводства обусловили многоведомственность заготовительных организаций. Основная доля продукции закупается в ЛПХ граждан, что соответствует структуре производства картофеля в РБ.

Реализация полученной продукции является завершающим этапом любого производства. Для организации сбыта картофеля и продуктов его переработки в новых условиях необходимо развивать рыночную инфраструктуру. Опыт развитых стран свидетельствует, что рынок картофеля и картофелепродуктов имеет неоднородную и многоступенчатую структуру, его строение характеризуется разнообразием социально-экономических типов и организационно-технологических форм предприятий, выступающих контрагентами рынка.

Здравый смысл и мировой опыт показывают, что обеспечить высокую эффективность товарного обращения сможет только заготовительно-торговая система, работающая на принципах нормального функционирующего рынка. Потери должны не списываться, а вычитаться из хозрасчетного дохода. В этих условиях значительную часть продукции будет выгоднее хранить и по возможности перерабатывать в самих хозяйствах осуществляя там предпродажную обработку (сортировку, расфасовку) и поставлять прямо в торговую сеть на договорной основе.

Важной частью современного агробизнеса являются оптимальные, гибкие и многоканальные формы маркетинга, включающего все стадии последовательного продвижения продукции от производителя к потребителю. Для крупных товаропроизводителей назрел вопрос создания сбытовой службы, главной целью которой должно стать не только сбыт продукции, но и изучение каналов сбыта, конкурентов, поиск своего потребителя с целью воздействия на уровень, время и характер спроса так, чтобы это помогало в достижении поставленных целей (прибыль, выживание, рост, стабильность результатов деятельности).