

МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЦВЕТОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Л.В. Пакуш, Е.Н. Качановская

¹Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, kafekon2010@mail.ru, kate.bgsha@gmail.com

Динамичное развитие рынка цветов Республики Беларусь и, как следствие, рост его привлекательности для иностранных производителей, ставит перед отечественными цветочными предприятиями задачу получения конкурентных преимуществ, что невозможно без внедрения и использования инновационных методов и инструментов хозяйствования. Для реализации поставленной задачи необходим новый усовершенствованный организационно-экономический механизм, который создаст предпосылки для инновационного развития отечественной отрасли цветоводства, повысит эффективность функционирования белорусских товаропроизводителей, создаст условия для привлечения инвестиций и развития предпринимательской инициативы и позволит свести импорт цветочной продукции к минимуму.

В процессе проведенного исследования нами разработана логическая модель организационно-экономического механизма инновационного развития цветоводства в Республике Беларусь (см. рисунок).

Все элементы предложенного организационно-экономического механизма взаимосвязаны и находятся в постоянном взаимодействии. При этом важнейшими и необходимыми условиями эффективного функционирования описанного механизма являются:

- 1) непрерывно действующая обратная связь «потребление – производство», обеспечивающая изготовление необходимого востребованного продукта;
- 2) непрерывно действующая обратная связь «потребление – методологический блок», поскольку она дает возможность оценить состояние, уровень удовлетворения потребностей с необходимостью тех или иных целенаправленных управляющих воздействий на объект управления через тот или иной блок организационно-экономического механизма.

Методологический блок устанавливает цели управляющей подсистемы, определяя тем самым направление и характер деятельности всего организационно-экономического механизма, каждого его элемента на всех уровнях хозяйствования. Центральная роль данного блока определяется его влиянием и установлением взаимозависимости всех элементов организационно-экономического механизма от целей управления.

Центральное место в рассмотренной схеме занимает целенаправленное инновационное развитие всего механизма, включающего такие элементы как поиск, подготовка и реализация различных видов нововведений, диффузия инноваций. Инновационный тип развития отрасли цветоводства продиктован в первую оче-

редь острой необходимостью адаптации отечественных предприятий к быстроменяющимся условиям внешней среды в краткосрочной перспективе и обеспечения роста в долгосрочном плане.



Рисунок – Модель организационно-экономического механизма инновационного развития цветоводства

Примечание – Рисунок составлен автором по результатам собственных исследований

Анализ опыта развитых стран по повышению эффективности развития цветоводства позволил сделать вывод, что для Республики Беларусь необходима реализация ряда инновационных решений. В частности, реальное повышение эффективности возможно за счет внедрения на микроуровне следующих инноваций: малообъемной гидропоники, капельного полива и подкормки, управления микроклиматом, автоматизации технологических процессов с использованием современных компьютерных программ. Вместе с тем, необходимо отметить, что многие предприятия республики уже успешно применяют данные технологии в производстве, и их дальнейшее распространение не вызывает сомнений. Проблемными остаются вопросы разработки, внедрения и использования организационных, управленческих и информационных инноваций (например, создание, внедрение и использование инновационных товаропроводящих сетей).

Экономический механизм в свою очередь включает финансово-экономический, маркетинговый и другие блоки. В первый блок входят следующие элементы: прогнозирование и планирование, экономические нормативы, налоговая, кредитная системы, коммерческий расчет, экономическое стимулирование, инвестирование, система ценообразования и страхования и т.д. Маркетинговый блок включает изучение конъюнктуры рынка, рекламу и продвижение продукции, налаживание устойчивых связей с потенциальными партнерами, прогнозирование сбыта и т.д.

В комплекс мероприятий инновационного развития цветоводства входят наряду с экономическими методами и рычагами, также создание необходимых организационно-производственных, нормативно-правовых, кадровых и информационных предпосылок, обеспечивающих инновационное развитие отрасли.

Организационно-производственный блок включает такие элементы как формы собственности и хозяйствования, интеграция и кооперация, реструктуризация, диверсификация, модернизация, применяемые технологии и др. На данном этапе развития отрасль цветоводства находится под влиянием нескольких министерств республики – Министерство Жилищно-коммунального хозяйства, в функции которого входит озеленение и благоустройство населенных мест и территорий, и Министерство сельского хозяйства и продовольствия, в функции которого входит осуществление государственного управления и регулирования в об-

ласти сельского хозяйства. На практике же, первое из упомянутых министерств не уделяет должного внимания развитию отрасли вследствие непрофильности деятельности, а Министерство сельского хозяйства и продовольствия вовсе не занимается вопросами цветоводства. Таким образом, отрасль развивается бессистемно, без целенаправленного и планомерного мониторинга и регулирования со стороны государства.

Анализ нормативно-правового блока дает представление об элементах правовой формы воздействия на управляемую и управляющую подсистемы цветоводства. Основным и единственным документом, регулирующим отношения в области обращения с объектами растительного мира является Закон Республики Беларусь от 14.06.2003 г. № 205–З «О растительном мире». Однако, под сферу влияния данного закона подпадают вопросы озеленения территорий, вопросы же относительно выращивания необходимой цветочной продукции не нашли отражения в данном документе.

Кадровый блок включает подготовку специалистов и рабочих. Наши исследования показали, что Республика Беларусь сегодня не испытывает нехватки кадров в сфере производства продукции цветоводства и озеленения территорий. Вместе с тем отечественный рынок цветов испытывает явный недостаток кадров в сфере доработки и реализации выращенной продукции. В республике отсутствуют не только государственные образовательные стандарты по специальности «флорист», но и в целом данная профессия не имеет государственной регистрации.

Основой информационно-обеспечивающего блока является научное, консультативное, банковское, технико-технологическое и информационное обеспечение. Научное обеспечение отрасли осуществляет одно научно-исследовательское учреждение – Центральный ботанический сад НАН Республики Беларусь, основные направления исследований которого не связаны с промышленным цветоводством.

В заключении отметим, что существенное влияние на конкретные методы и инструменты рассматриваемого организационно-экономического механизма оказывают два фактора: во-первых, специфика исследуемой отрасли народного хозяйства, и во-вторых, её инновационная составляющая (см. таблицу).

Таким образом, совокупность предложенных методов и инструментов организационно-экономического механизма инновационного развития цветоводства, позволит, на наш взгляд, повысить социально-экономическую эффективность функционирования отечественного рынка цветов, испытывающего острую импортную зависимость от поставок иностранной продукции, и в перспективе сформировать положительное сальдо внешней торговли цветами.

Таблица – Основные составляющие организационно-экономического механизма инновационного развития цветоводства

Элементы механизма	Основные характеристики
Товар	– сравнительно большая широта и глубина товарной номенклатуры, включающая цветы (цветы на срез, горшечные культуры), рассаду (однолетняя, двулетняя, многолетняя), семена, луковицы, клубни; – характеризуется рядом свойств (физические свойства; аромасвойства; эстетические свойства; качественность), которые имеют ограниченный срок существования; – особые условия хранения и сбыта; – уникальный продукт, которому свойственны физиологическая, символическая и эмоциональная функции.
Цена	– определяется сроком годности и качеством товара; – имеет различный средний уровень в зависимости от сезона и уровня формирования (национальный, мировой); – амплитудные колебания в "праздничные" дни; – зависимость от вида цветов; – ежегодные колебания в связи с изменениями вкусов и предпочтений потребителей; – слабая корреляция с потребительским спросом.
Спрос	– обусловлен традициями, привычками и культурой населения; – классифицируется в зависимости от мотива потребления на три основные группы: удовлетворяющий практические нужды, спонтанные покупки, традиционный спрос (праздники, торжественные, скорбные мероприятия); – формируется в основном за счет внутреннего потребления. Имеет слабовыраженную экспортную направленность.
Предложение	– отечественное предложение существенно меньше предъявляемого спроса на внутреннем рынке, что, определяет его импортную ориентацию и ставит его в зависимость от тенденций, происходящих на мировом рынке цветов.
Конкуренция	– конкуренция среди отечественных участников отрасли – минимальная; – конкуренция со стороны иностранных производителей – максимальная;
Инновации	– широкое внедрение и использование инновации в сфере производства; – низкий уровень инновационного развития в сфере обращения.

Примечание – Таблица составлена автором по результатам собственных исследований.