

История человечества, и в частности Беларуси, свидетельствует, что без разработки организационно-теоретических положений, определения на их основе четких направлений движения вперед, то есть без стратегии, достичь существенных результатов невозможно. В период экономических и финансовых кризисов и перманентной необходимости повышения эффективности ведения агропромышленного производства с целью обеспечения страны продовольственной безопасностью такая проблема стоит особенно остро. Согласно такому подходу хозяйствования, необходим механизм, позволяющий определить и реализовать действия по либерализации и оздоровлению экономики агропромышленного сектора на основе цивилизованного управления внутренним и внешним рынками.

В системе экономических знаний появляется ряд решений таких задач, важное место в котором занимает агромаркетинг, который базируется на принципах концентрации экономических, эстетических, социальных и иных интересов субъектов хозяйствования с учетом уникальных особенности аграрного рынка и производства.

Для эффективного осуществления маркетинговых преобразований необходимо учитывать следующие предпосылки. Во-первых, рынок предполагает наличие свободного предпринимательства, ключевой фигурой которого является хозяин-собственник, предприниматель. Установлено, что для его успешного функционирования необходимо ввести институт частной собственности на землю и имущество, и на их основе сформировать многоукладную экономику.

Во-вторых, эффективное функционирование рыночных механизмов требует перехода к свободной реализации произведенной продукции и обращению ресурсов через построение адекватной инфраструктуры аграрного рынка. Обеспечивающим инструментом этого процесса являются свободные цены, сформировавшиеся под влиянием спроса и предложения, а также отсутствие запретов на распоряжение собственной продукцией.

Важная роль в системе институционального строительства принадлежит товарной бирже. Биржевая торговля в мире организована в центрах производства и потребления биржевых товаров. В этих условиях товарная биржа перестала быть только местом сбыта товара, а в большей мере является гарантом его реализации.

Согласно данным мировой статистики, только 5% товаров реализуется по биржевым контрактам, основанным на технологии срочного рынка; 95% поставок осуществляется на условиях внебиржевых поставок [1, с. 49]. Страны приходят к пониманию, что способ закупки товаров через биржу является максимально эффективным, прозрачным и наименее коррупционно опасным.

Попытка институциональной инсталляции была предпринята в Республике Беларусь с созданием ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» и ее филиалами [2]. Ее руководство утверждает, что в предельно короткие сроки биржа организовала оптовый рынок Беларуси по трем отраслям: лес, металл, сельхозпродукция [3, с. 4].

Одним из факторов повышения эффективности агробизнеса является интеграция, которая проводится по разным направлениям и способам. В республике опробовано внедрение аграрных финансово-промышленных групп, куда включены предприятия всех сфер АПК и сектор финансирования в лице ОАО «Белагропромбанк». Такая форма интеграционного объединения экономически оправдана, потому как позволяет всех участников группы сориентировать на конечный продукт, который проходит стадии производства, переработки (в том числе вторичной), реализации, попадая потребителю в лучшем качестве и по лучшей цене.

Но практика свидетельствует о наличии препятствующих этому проблем, и предприятия-участники продолжают работать обособленно. В итоге, такой подход остается нереализованным. Дело в том, что прибыль, полученная в результате реализации конечного продукта группы должна распределяться пропорционально понесенным затратам. Это значит, что отрасль сельского хозяйства, имеющая наибольший удельный вес в совокупных затратах, должна получить соответствующую добавленную стоимость. Но большая ее часть остается в секторе торговли. К тому же для работы такой структуры необходимы дополнительные оборотные средства, в то время как ни банк, ни участники не имеют такой возможности – ожидание прибылей приводит к отсутствию денежных средств и росту дебиторской задолженности.

Объединить, по-новому комбинировать факторы развития аграрного производства способен свободный предприниматель. Поэтому необходимо формировать в мышлении народа образ честного предпринимателя, поднимать имидж предпринимателя-фермера, сельского труженика.

Изложенное выше позволяет заключить, что в условиях глобализации мировой экономики, несмотря на существующие экономические и финансовые проблемы, формирование эффективной маркетингово-информационной системы обеспечит продвижение возрастающих объемов продукции АПК.

1. Российский рынок товарных бирж // Биржевой бюллетень [Электронный ресурс]. – 2008. – № 5. – Режим доступа: <http://butb.by/bulletin/bulletin7.pdf> – Дата доступа: 17.09.2008.

2. О Белорусской универсальной товарной бирже: постановление Совета Министров Респ. Беларусь. 30 дек. 2003 г., № 1719 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2004. – № 3.– 5/13624.

3. Бехтерев, Ю. Уроки биржевой торговли / Ю. Бехтерев // Директор. – 2008. – № 5. – С. 4–7.