

## **ИННОВАЦИОННАЯ КОНЦЕПЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПЛОДОВО-ЯГОДНОГО ПОДКОМПЛЕКСА**

*И.П. Куцава*

*Белорусский государственный экономический университет, k\_ip@mail.ru*

Плоды и ягоды характеризуются высоким уровнем содержания витаминов, минеральных солей, пектинов, ферментов и других биологически активных веществ, что дает основание относить плодovou продукцию к незаменимым продуктам питания.

В Республике Беларусь производством плодов и ягод занимаются свыше 1500 сельскохозяйственных организаций. Наряду с этим имеются значительные площади посадок (свыше 50%) в личных подсобных хозяйствах граждан. Урожайность плодов и ягод составляет 20-30 ц/га. В среднем на 1 жителя производится 31 кг плодов и ягод при научно обоснованной медицинской норме 80 кг. В результате чего республика ежегодно импортирует от 29,3 до 61,3 тыс. тонн свежих яблок, груш и ягод на сумму 8-16 млн. долл. США.

На основании вышеуказанного очевидным становится, что для равномерного круглогодичного обеспечения населения высококачественной плодово-ягодной продукцией необходимо существенно повысить про-

изводственный потенциал отрасли посредством внедрения инновационных мероприятий.

В целях увеличения объемов производства, снижения импорта и наращивания экспортного потенциала необходимо решить следующие задачи:

- расширить породно-сортовой состав плодовых и ягодных культур, в том числе нетрадиционных, за счет иммунных и высоко-устойчивых к болезням и вредителям сортов с высоким содержанием витаминов и биологически активных веществ;
- провести техническое переоснащение плодо- и питомниководческих организаций;
- расширить объемы производства отечественных сельскохозяйственных машин для механизации работ в плодоводстве (ямокопатели садовые, машины для посадки подвоев и саженцев, опрыскиватели садовые, сборщики ветвей, смородиноуборочные комбайны, контейнеровозы, погрузчики вилчатые и др.);
- создать сырьевые зоны и обеспечить потребности перерабатывающих организаций в плодово-ягодном сырье.

При осуществлении вышеуказанных мероприятий решительные изменения должен претерпеть маркетинг, являющийся основой производства и реализации произведенной продукции, сохранения конкурентных позиций в соответствующем бизнес-сегменте. Влияние стратегического маркетинга на эффективность их деятельности определяется соотношением 1:10:100, где 1 - средства "сэкономленные" на стратегическом маркетинге; 10 – убытки на стадии НИОКР; 100 – убытки на стадии эксплуатации или потребления. На последующих стадиях потери увеличиваются, так как было принято неадекватное стратегическое решение, которое на последующих стадиях тиражируется, увеличивая потери. Таким образом, стратегический маркетинг является инструментом повышения конкурентоспособности предприятий АПК за счет принятия более эффективных управленческих решений.

Однако, приступая к реализации мероприятий по стратегическому маркетингу, первоначально необходимо четко сформулировать миссию и стратегические цели, определить сильные и слабые стороны, изучить рыночную ситуацию, выявив возможности и угрозы. Наличие данной информации позволит выбрать оптимальный путь развития, избежать опасностей и максимально эффективно использовать имеющиеся в распоряжении ресурсы, пользуясь предоставленными рынком возможностями.

Укрепление позиций отрасли может быть достигнуто посредством формирования в отрасли информационной инфраструктуры, аккумулирующей в себе банки данных о средствах, методах и технологиях производства плодово-ягодной продукции за рубежом, а также посредством создания центра маркетинга и конъюнктуры цен на плодово-ягодную продукцию. Что создаст предпосылки для эффективного управления развитием плодово-ягодной сферы в Республике Беларусь.

Одним из вариантов развития экономики плодово-ягодного подкомплекса является организация информационно-консалтинговых служб, реформирование системы подготовки и повышения квалификации кадров сельскохозяйственных организаций и специалистов АПК, особенно по специальности "Плодоводство и виноградарство"

Основными целями информационно-консалтинговых служб являются:

- обеспечение всех субъектов хозяйствования управления полной, оперативной и достоверной информацией о функционировании плодово-ягодного подкомплекса;
- своевременное выявление позитивных и негативных тенденций в данной сфере;
- повышение эффективности управления в сфере плодоводства.

Комплексное внедрение инновационных мероприятий и реализация стратегического маркетинга в сфере производства и переработки плодов и ягод позволит достичь конкурентоспособного функционирования предприятий в сфере плодоводства, круглогодичного насыщения потребительского рынка качественной плодово-ягодной продукцией и продуктами переработки, снижения импорта и наращивания экспортного потенциала. Однако внедрение мероприятий по стратегическому маркетингу должно сопровождаться с широким освоением научных разработок в области плодоводства, укрепления материально-технической базы и научного обеспечения, улучшения качества подготовки специалистов для сельского хозяйства и плодоводства в частности, а также улучшения сорто-семенного состава, возделываемых культур, что в значительной степени будет способствовать повышению конкурентоспособности плодово-ягодной продукции и повышению эффективности отрасли в целом.