

На правах рукописи

Ломакина Оксана Вячеславовна



**УПРАВЛЕНИЕ РЫНКОМ ПРОДУКЦИИ ПРИГОРОДНЫХ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ (НА ПРИМЕРЕ АПК
ГОРОДА КРАСНОДАРА)**

Специальность 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – АПК и сельское хозяйство)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Краснодар – 2002

Работа выполнена в Кубанском государственном аграрном университете

**Научный руководитель - кандидат экономических наук, профессор
Бабалыков А. М.**

**Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Нечаев В.И.;
доктор экономических наук, профессор
Семенов М.И.**


Ведущая организация - Краснодарский региональный институт агробизнеса

Защита диссертации состоится 29 марта 2002 г. в 10 часов в аудитории 209
главного учебного корпуса на заседании диссертационного совета
Д220.038.02 в Кубанском государственном аграрном университете по адресу:
350044, г. Краснодар, ул. Калинина 13.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Кубанского государственного аграрного университета.

Автореферат разослан «19» февраля 2002 г.

**Ученый секретарь диссертационного
совета, профессор**



Бондаренко П.С.

2002-A
4491

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Продовольственное обеспечение крупных городов и промышленных центров отечественными продуктами питания является одним из ключевых аспектов проблемы продовольственной безопасности страны. Учитывая то, что население около 40 % доходов тратит на покупку продовольствия, от устойчивого функционирования АПК зависит уровень и качество жизни населения, социально-экономическая стабильность общества. В этих условиях возрастает роль пригородных АПК, значительная часть производственного потенциала которых либо относится к муниципальной собственности, либо входит в сферу управления местных органов власти.

Негативные тенденции, наблюдаемые в настоящее время в агропромышленном комплексе, обусловлены, наравне с общей кризисной ситуацией в АПК, в том числе потерей управляемости, протекающими здесь социально-экономическими процессами. Это касается и агропродовольственного рынка.

Новые экономические условия, формирование рыночных отношений, возникновение новых проблем в области управления агропромышленным производством в зоне влияния крупного города, а также в сфере регулирования агропродовольственного рынка на муниципальном уровне послужили основанием для выбора темы диссертационной работы, определили цель и задачи исследования.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является обоснование места и роли пригородных сельскохозяйственных предприятий в продовольственном обеспечении населения крупного города и разработка практических рекомендаций по совершенствованию управления рынком сельскохозяйственной продукции и продовольствия крупного города.

В соответствии с целью исследования были определены задачи:

- охарактеризовать рынок сельскохозяйственной продукции, как объект управления;
- определить роль сельскохозяйственных предприятий в городском АПК и продовольственном обеспечении города;

РОС. НАЦИОНАЛЬНАЯ
БИБЛИОТЕКА
С.Петербург
09 2002 акт 180

- раскрыть особенности функций продовольственного маркетинга;
- исследовать конъюнктуру рынка сельскохозяйственной продукции, формирование продовольственных ресурсов крупного города, уровень самообеспеченности;
- изучить структуры управления рынком продовольствия в городе, их функции и полномочия;
- исследовать формы и методы управления сбытовой деятельностью в сельскохозяйственных предприятиях, расположенных в зоне влияния крупного города;
- обосновать направления совершенствования управления рынком продукции пригородных сельскохозяйственных предприятий.

Объект исследования. Объектом исследования являются сельскохозяйственные предприятия, входящие в состав агропромышленного комплекса г. Краснодара, рынок сельскохозяйственной продукции и продовольствия города, действующие структуры управления агропродовольственным рынком муниципального уровня, государственные контролирующие органы.

Методы исследования. Теоретическую и методологическую основу исследования составили труды классиков аграрной экономической науки, работы современных отечественных и зарубежных экономистов. Использовались также законодательные и нормативные акты, определяющие аграрную политику страны на современном этапе, постановления главы администрации Краснодарского края, нормативно-правовые акты и распоряжения администрации г. Краснодара в области функционирования агропромышленного комплекса и продовольственного рынка.

В процессе исследования применялись методы: абстрактно-логический, экономико-статистический, графический и др.

Информационную базу работы составили показатели деятельности сельскохозяйственных предприятий г. Краснодара различных форм собственности, данные краевого и городского статистических управлений, должностные инструкции специалистов, положения о структурных подразделениях адми-

нистрации города и другая информация.

Научная новизна проведенного исследования заключается в обосновании экономического и организационного механизмов управления агропродовольственным рынком, определении структур маркетинга в хозяйственной деятельности пригородных сельскохозяйственных предприятий, составляющих основу агропродовольственного рынка, формировании эффективных форм товаропроводящей сети.

Практическое значение исследования состоит в использовании органом управления пригородными сельскохозяйственными предприятиями и администрацией города разработок по формированию продовольственных ресурсов города, обоснованию количества рынков продовольствия, включая оптовый, маркетинговую структуру в форме ассоциации пригородных сельскохозяйственных предприятий. Теоретические выводы диссертационного исследования, информационный материал могут быть использованы в учебном процессе при подготовке специалистов в области экономики и управления.

На защиту выносятся следующие положения:

обоснование необходимости прогнозирования продовольственного рынка города, как экономического метода регулирования, основанного на показателях динамики фактических душевых уровней потребления, динамики численности населения и доходов, цен на продовольствие;

формирование оптового продовольственного рынка, как открытого акционерного общества, предполагающего объединение коммерческих и производственных структур с обязательным вовлечением сельскохозяйственных товаропроизводителей города, а также участием муниципалитета, как инициативного и регулирующего субъекта;

обоснование структурно-функциональной модели организации маркетингового центра в форме ассоциации сельскохозяйственных предприятий города, направленного на упрощение создания и применения маркетинговых

структур в части обеспечения рыночной информацией сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Апробация результатов исследования. Основные положения исследования докладывались и обсуждались на научно-практических конференциях Кубанского ГАУ (1998 – 2000 гг.), региональной конференции молодых ученых «Научное обеспечение агропромышленного комплекса» (2001 г.). Результаты исследования опубликованы в 6 статьях и монографии.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованной литературы из 120 источников и приложений. Работа изложена на 197 страницах машинописного текста, содержит 22 таблицы, 8 рисунков.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснована актуальность темы, определены цели и задачи, предмет и объект исследования, научная новизна и практическая значимость, апробация полученных результатов.

В первой главе «Сущность управления рынком сельскохозяйственной продукции» рассмотрены современные подходы к определению рынка сельскохозяйственной продукции как объекта управления, в том числе с позиции специфических особенностей действия здесь рыночных законов; представлена характеристика особенностей пригородного сельскохозяйственного производства в отношении специализации и отраслевой структуры сельскохозяйственных предприятий, их производственных и экономических связей. Рассмотрены теоретические положения в области маркетинга продовольственных товаров.

Агропродовольственный рынок относится к самым сложным рыночным системам. Его функциональные критерии рассматриваются с точек зрения потребления, предпринимательской сферы и государства. Оптимизация функционирования рынка продовольствия в условиях рыночной экономики обусловлена соответствующей оценкой производственных ресурсов и возможностью их использования на основе спроса и предложения.

Основу агропродовольственного рынка составляют сельскохозяйственные предприятия. Сельскохозяйственные предприятия, располагающиеся в зоне влияния крупного города, обладают рядом специфических черт. Особенности касаются не только отраслевой структуры, специализации сельскохозяйственных предприятий, но также производственных и экономических связей. Важнейшая из них – углубленная агропромышленная интеграция. В пригородных условиях, где территориально сближены производство и потребление, пригородное сельскохозяйственное производство непосредственно ориентировано на прямые, постоянные связи с торговлей и местными перерабатывающими предприятиями. Это обуславливает продовольственную направленность пригородного сельскохозяйственного производства, отсутствие вывоза продукции, относительно небольшую роль личного подсобного хозяйства в снабжении города.

С товарным производством, с рынком тесно связан маркетинг. Продовольственный маркетинг является связующим звеном между производителями продовольствия и потребителями. Система маркетинга продуктов питания состоит из альтернативных потоков продовольственных товаров, называемых каналами маркетинга, разнообразных посредников и многочисленных видов предпринимательской деятельности, представляющих функции маркетинга. В этой системе вырабатываются и принимаются решения, касающиеся качества, разнообразия и стоимости продовольственного снабжения, которые оказывают влияние на деятельность каждого отдельного предприятия, целых отраслей и экономики в целом, а также на решение социальных задач общества.

Во второй главе «Характеристика структуры управления рынком сельскохозяйственной продукции города» представлены исследования организационного и экономического развития рынка сельскохозяйственной продукции и продовольствия г. Краснодара, его конъюнктуры и структуры управления, а также положения сельскохозяйственных предприятий пригородного АПК как субъектов агропродовольственного рынка города.

Исследования показали, что в настоящее время на агропродовольственном рынке города произошли важнейшие институциональные и структурные изменения, централизованная система распределения продовольственных ресурсов полностью заменена отношениями свободной купли-продажи. Организационная структура продовольственного рынка г. Краснодара включает сельское хозяйство, первичные рынки (закупка сельскохозяйственного сырья: региональный фонд, реорганизованные закупочные предприятия, частные посредники), перерабатывающие предприятия, предприятия пищевой промышленности, оптовое звено, розничное звено и общепит.

Продовольственные ресурсы города формируются за счет пригородного сельскохозяйственного производства, ввоза продуктов из края и регионов России, импорта. Пригородное сельскохозяйственное производство представлено сельскохозяйственными предприятиями, фермерскими хозяйствами и личными подсобными хозяйствами населения. Покрытие потребности г. Краснодара в основных сельскохозяйственных продуктах за счет пригородного сельскохозяйственного производства за период 1995-2000 гг. представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Покрытие потребности населения в основных видах продуктов питания по г. Краснодору, %

Вид продукта	1990 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Мясо	22.4	13.7	12.8	11.6	9.8	9.0	13.0
Молоко	10.9	4.5	4.2	3.9	3.8	3.7	4.5
Яйцо	80.5	56.3	44.4	39.6	43.0	29.5	51.5
Овощи	71.6	32.9	20.6	23.5	21.7	32.2	45.3
Картофель	29.0	57.6	53.0	37.8	41.1	33.5	51.7
Плоды	46.6	35.8	48.2	45.5	29.6	36.5	57.3

Большинство ныне действующих обществ и кооперативов возникло в результате реорганизации (в 1992 г.) крупных специализированных совхозов. Из 26 сельскохозяйственных предприятий 11 находятся в коллективно-

долевой собственности, 2 муниципальных предприятия, 13 являются федеральной собственностью. Площадь сельскохозяйственных угодий, закрепленных за ними, составляет около 40 тыс. га. Это примерно на 24 % меньше, чем владели предприятия в дореформенный период. Численность работников, занятых в пригородных предприятиях, сокращалась год от года и в 2000 г. составила 7.1 тыс. человек и по сравнению с дореформенным периодом уменьшилась на 57.5 %.

Хозяйства населения, несмотря на мелкие размеры, играют немаловажную роль в обеспечении города продовольствием, поскольку отдельные виды сельскохозяйственной продукции производятся в них почти полностью (как в случае с картофелем). Однако уровень товарности продукции в этой категории хозяйств довольно низок и по различным оценкам составляет не более 10%. Поставщиками сельскохозяйственной продукции помимо традиционных производителей стали фермерские хозяйства, которые в основном занимаются производством зерна и технических культур. Поэтому основу агропродовольственного рынка составляют сельскохозяйственные предприятия, именно в них сосредоточен основной объем товарного производства.

Завоз осуществляется из края, других регионов России. Доля ввозимого зерна в общем объеме потребляемого зерна в городе составляет более 60 %. Такое положение оправдано, поскольку пригородное сельское хозяйство специализируется на производстве плодоовощной и животноводческой продукции. Тем не менее, ввоз овощей составляет в среднем 47 %, картофеля – 54%. Еще выше ввоз животноводческих продуктов: молочной продукции - в среднем около 90 %, мяса – 86 , животного масла – 92 %. По товарному яйцу этот показатель наиболее низкий и составляет немногим более 30 %.

Доля импортной продукции была высокой до 1998 г. Четырехкратная девальвация рубля после августа 1998 г. привела к частичному вытеснению импортной продукции. Кроме того, необходимо отметить наметившуюся тенденцию в последние годы устойчивого роста производства продукции сельскохозяйственными предприятиями города, что должно благоприятно

отразиться на продовольственном обеспечении города.

С производством тесно связано потребление. По сути, это два полюса целостной системы. Поэтому на возможности предложения значительное влияние оказывает платежеспособность населения или покупательская способность. Покупательская способность зависит от денежных доходов населения и цен на продукты питания. Для большинства горожан основным источником дохода остается заработная плата. Величина заработной платы в среднем по городу в 2000 году относительно уровня 1995 года возросла в 5.2 раз. Однако, корректирование заработной платы с учетом индекса потребительских цен показывает, что ее рост не был таким стремительным: в 1996 г. реальное увеличение составило только 5 %, в 1997 г. – 7 , в 1998 г. доход одного работающего составлял 90 от уровня предыдущего года, а в 1999 г. – 77 , в 2000 г. наблюдается повышение на 21 % в сравнении с уровнем 1999 г.

Другим важнейшим показателем, определяющим покупательский спрос, является уровень цен. До 1992 года цены на сельскохозяйственную продукцию и продовольствие устанавливались государством. Переход к рынку, либерализация экономических отношений и установление свободного ценообразования вызвали стремительный рост цен по всем основным видам продовольственных товаров. С 1996 года по 17 августа 1998 года наблюдается замедление роста цен, а по некоторым товарам и снижение. Период с 17 августа 1998г. характеризуется существенными изменениями конъюнктуры продовольственного рынка. До августовского кризиса по мере разрушения местного сельскохозяйственного производства спрос на продовольствие в городе все больше удовлетворялся за счет импорта. После обвала российского рубля и резкого повышения курса американского доллара, импортная продукция подорожала в цене примерно в 3-3.5 раза. Значительная часть населения начала отдавать предпочтение более дешевой отечественной продукции. Но, так как с 1991 года объемы производства сельскохозяйственной продукции постоянно сокращались, то существующий уровень производства оказался не в состоянии удовлетворить весь предъявленный спрос. В результате спрос на

отечественную сельскохозяйственную продукцию стал значительно превышать ее предложение, что вызвало рост цен. В общей сложности за период с 1995 г. по 2000 г. цены на говядину, свинину, мясо птицы, сливочное масло, яйца, морковь увеличились в 3 раза; молоко, свеклу - в 4 раза; картофель - 2 раза; яблоки - в 6 раза. Все эти процессы соответствующим образом отразились на покупательской способности населения.

Структура управления продовольственным рынком города включает органы управления муниципального уровня, а также ряд территориальных органов государственного контроля и надзора (рисунок 1).

.. Развитие различных форм собственности субъектов рынка привело к существенному ограничению властных полномочий муниципальных органов вследствие сужения административных методов воздействия. Данные методы в настоящее время ограничены только муниципальным сектором. Это относится к региональному АПК и агропродовольственному рынку города. Управление сельского хозяйства регулирует коммерческую деятельность частных сельскохозяйственных предприятий только в части реализации продукции в региональный фонд. В порядке регулирования сельскохозяйственного производства управление осуществляет разработку и представление расчетов в городскую думу по дотированию пригородных сельскохозяйственных предприятий из городского бюджета. Дотируется продукция животноводства. Кроме того, в настоящее время разработаны муниципальные целевые продуктовые программы АПК г. Краснодара на 1999-2003 гг. по основным видам продукции, производимой сельскохозяйственными предприятиями города. В феврале 2001 г. в администрации города было сформировано Управление по организации торговли сельскохозяйственными продуктами. В настоящее время по инициативе управления открыты три муниципальных оптово-розничных рынка. На сформированных муниципальных рынках предусматривается наличие около тысячи торговых мест, которые в основном должны будут предоставляться непосредственным товаропроизводителям. Другая проблема, которой занимается управление, это восстановление

сети магазинов, торгующих плодоовощной продукцией.



Рисунок 1. Структура регулирующих и контролирующих органов продовольственного рынка г. Краснодара

В структуру управления продовольственным рынком г. Краснодара муниципального уровня входит комплекс потребительского рынка и предпринимательства в торговле. Проверки торговых организаций, рынков на предмет соблюдения установленных правил, муниципальные структуры осуществляют только совместно с государственными контролирующими органами, но не самостоятельно. Необходимо отметить, что система контролирующих

органов довольно громоздка, основные функции дублируются, при проверках внимание уделяется одним и тем же вопросам. Затраты, связанные с осуществлением проверок относятся на издержки производства проверяемых субъектов. Увеличение затрат на проведение контрольных мероприятий по всей технологической цепи от производства сельскохозяйственного сырья до готового продукта приводит к росту цен и в конечном итоге оплачивается потребителями.

Анализ управления сбытовой деятельностью в сельскохозяйственных предприятиях г. Краснодара показал, что в настоящее время структура каналов реализации достаточно диверсифицирована и тем выше диверсификация, чем крупнее предприятие и существует промышленная переработка продукции. Структура каналов реализации зависит также от вида продукции. Данное положение можно проследить на примере АФ «Солнечная» (таблица 2).

Таблица 2 – Структура каналов реализации по видам продукции в АОЗТ АФ «Солнечная» г. Краснодара, %

Каналы реализации	Вид продукции		
	овощи	плоды	консервная продукция
1997 г.			
Выездная (придорожная) торговля	40.1	30.7	3.1
Торговля через ларь (собственный магазин)	15.4	0.1	0.1
Магазинам города по прямым договорам	1.2	0.04	5.3
За наличный расчет на предприятии	28.5	31.0	1.3
Посредникам в городе	10.7	0.26	32.5
Посредникам за пределы города	4.1	37.9	57.7
	100.0	100.0	100.0
1999 г.			
Выездная (придорожная) торговля	35.7	90.8	1.6
Магазинам города по прямым договорам	1.6	0.4	4.3
За наличный расчет на предприятии	37.9	5.4	1.5
Посредникам в городе	13.4	3.4	54.7
Посредникам за пределы города	11.4	-	37.9
	100.0	100.0	100.0

Большая часть продукции реализуется сельскохозяйственными предприятиями торгово-посредническим структурам. При этом товаропроизводители теряют в цене, продажа осуществляется мелким оптом. Большое количество продукции вывозится за пределы города, в то время как одной из особенностей пригородного сельскохозяйственного производства является отсутствие вывоза, взаимосвязанность с обслуживаемым городом, углубленная агропромышленная интеграция. Однако с распадом организационной структуры АПК города сельскохозяйственные предприятия не поставляют сырье на перерабатывающие предприятия города, не располагают собственными магазинами и даже торговыми местами на рынках города. Таким образом, теряется одно из важнейших преимуществ пригородного сельскохозяйственного производства – территориальная близость производства и потребления. Анализ организационных структур управления в сельскохозяйственных предприятиях различных форм собственности показал, что вся система управления большинства предприятий направлена в основном на решение технологических задач и недостаточно внимания уделяется эффективности реализации произведенной продукции. Опрос руководителей сельскохозяйственных предприятий показал, что вопросами сбыта произведенной продукции, как правило, занимаются они сами даже при наличии должности заместителя директора по коммерческим вопросам.

Изменения в организационной структуре управления сводятся в большинстве своем только к совмещению некоторых должностей работников аппарата управления и не способствуют переориентации существующей системы управления предприятием на рыночную систему. Таким образом, руководящий состав не владеет достаточной экономической информацией о реальных и потенциальных возможностях предприятия, о его положении на рынке, о состоянии и тенденциях развития внешней среды, конъюнктуры рынка. Не начата работа по изучению одного из важнейших факторов, определяемых маркетингом – потребительского спроса. А это свидетельствует, что нет экономических параметров, которые служат основой для расчета

объема и структуры производства, масштабов переработки, реализации с целью определения издержек, цен, прибыли. Проведенные исследования позволили выявить различия между существующей системой управления сельскохозяйственными предприятиями города (производственно-бытовой ориентации) и рыночной системой управления (маркетинговой ориентации).

В третьей главе «Совершенствование управления рынком продукции пригородных сельскохозяйственных предприятий» определены и обоснованы основные направления повышения эффективности и совершенствования управления агропродовольственным рынком города, а также управление маркетинговой деятельностью сельскохозяйственных предприятий, расположенных в зоне влияния крупного города.

Децентрализация управления, отмена директивного планирования расширили возможности местных органов власти самостоятельно принимать решения в области разработки стратегии социально-экономического развития подведомственных территорий и, в частности, в сфере продовольствия. С ограничением возможности прямого административного воздействия, развивается тенденция усложнения задач и функций местного самоуправления. Назрела необходимость развития новых форм экономического и организационного аспектов управления продовольственным рынком. Неотъемлемыми элементами функционирования механизма экономического управления является прогнозирование и индикативное планирование. Прогнозирование конъюнктуры продовольственного рынка города является основой индикативного планирования производства сельскохозяйственной продукции. Определяющим в рыночной экономике является прогноз потребления продовольствия населением. На основании этого показателя определяются объемы ввоза и вывоза продукции при имеющемся уровне собственного производства продукции. Однако при прогнозе потребления не следует иметь в виду потребность вообще. На рынке фиксируется потребность, подкрепленная соответствующей платежеспособностью, то есть спрос. Поэтому изменение потребления необходимо прогнозировать с учетом тенденций в динамике чис-

ленности населения, доходов и цен на продовольствие. Эти расчеты должны осуществляться работниками департамента потребительского рынка и услуг. При необходимости они могут привлекать специалистов в области маркетинговых исследований. Так, нами совместно с работниками департамента социально-экономического планирования и прогнозирования администрации города осуществлялся расчет потребности по девяти продуктам питания, в том числе производимым сельскохозяйственными предприятиями г. Краснодара (хлеб, картофель, овощи, плоды, мясо, молоко, яйца, сахар, масло растительное) на период 2002-2004 гг. (таблица 3). Стимулирование производства, стабилизация и развитие пригородного АПК позволят повысить уровень удовлетворения потребности населения города в качественных продуктах питания по социально приемлемым ценам.

Таблица 3 - Прогноз потребления продуктов питания населением г. Краснодара *

Наименование продукции	На одного человека в месяц, кг	На все население в год, тыс. т		
		2002 г.	2003 г.	2004 г.
Хлеб	8,6	80,6	79,7	79,1
Картофель	6,2	58,1	56,6	56,9
Овощи	5,7	53,8	52,9	52,7
Плоды	5,2	48,7	48,9	49,3
Мясо	4,2	39,2	38,1	39,0
Молоко	18,8	176,8	176,5	176,4
Яйца (десятков, млн. штук)	1,5	139,9	141,6	141,5
Сахар	4,1	38,1	38,1	38,2
Масло растительное	0,9	9,0	9,0	9,1

* Прогноз численности населения г. Краснодара

2002 г. - 745,0 тыс. человек + 5 % = 782,3 тыс. человек,

2003 г. - 741,0 тыс. человек + 5 % = 778,0 тыс. человек,

2004 г. - 740,0 тыс. человек + 5 % = 777,0 тыс. человек.

Реформированные сельскохозяйственные предприятия могут реализовать себя как рыночные субъекты лишь при наличии соответствующей системы сбыта. В целях создания благоприятных условий для продажи и покупки продукции, устранения зависимости от посреднических структур, организируются оптовые сельскохозяйственные и продовольственные рынки.

В г.Краснодаре необходимо организовать оптовый плодоовощной продовольственный рынок. Потребность города с численностью населения около 780 тыс. человек в овощной продукции составляет в среднем 53,5 тыс. тонн в год, плодов – 48,9 тыс. тонн, 57,4 тыс. тонн картофеля (таблица 3). Обеспечение потребности за счет пригородных сельскохозяйственных предприятий прогнозируется в 2002-2004 гг. на уровне 94,6 % по овощам, 28,4 по плодам, 1,5 % по картофелю. Оптовый рынок необходимо формировать в непосредственно потребляющей зоне. Это целесообразно, поскольку плодоовощная продукция относится к разряду скоропортящихся и не подлежит длительному хранению. Важным вопросом является выбор организационно-правовой формы при создании рынка. Считаем, что наиболее приемлемой организационно-правовой формой служит открытое акционерное общество, с обязательным привлечением в качестве учредителей сельскохозяйственных товаропроизводителей города, а также администрации города, как инициатора формирования этой торговой структуры. Участие администрации, как учредителя данного АО, должно выражаться в формировании уставного капитала путем предоставления права пользования землей, зданиями, сооружениями, находящимися в муниципальной собственности. Организационная структура оптового плодоовощного рынка представлена на рисунке 2.

Возрастает ответственность за принятие решений в области производства и сбыта продукции и на уровне предприятия. Организация в рамках предприятия полноценной маркетинговой службы, осуществляющей весь комплекс стратегического и операционного маркетинга, требует значительных финансовых вложений, привлечения многочисленного и квалифицированного персонала.

В условиях недостаточных финансовых и кадровых возможностей для организации маркетинговой службы целесообразно создание такой структуры на договорных началах, в форме ассоциации пригородных сельскохозяйственных предприятий. При этом ассоциация не является вышестоящим органом для предприятий, а лишь призвана работать исключительно в их инте-

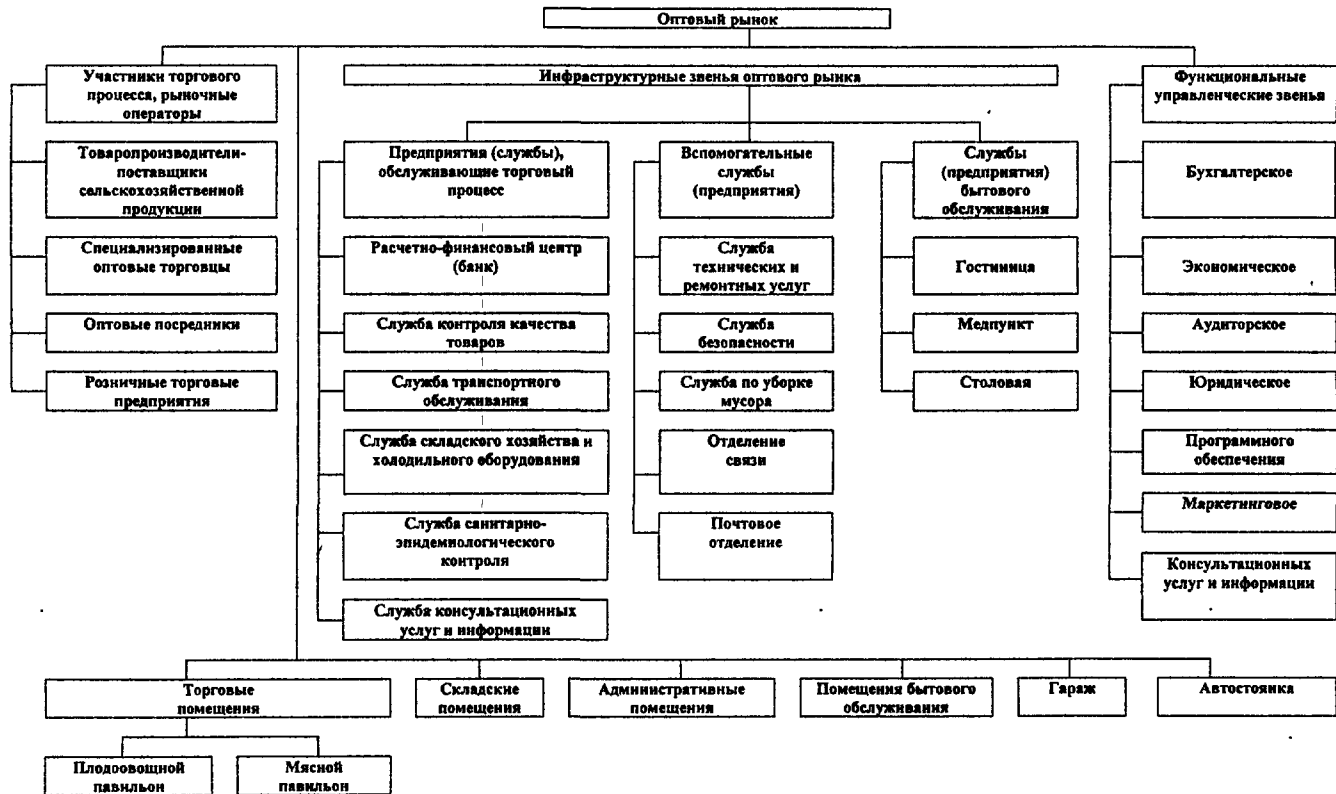


Рисунок 2. Организационная структура оптового рынка плодоовощной продукции и картофеля.

рессах и обслуживать по функциям маркетинга. Организационная структура маркетингового центра представлена двумя структурными подразделениями: отделом маркетинговой информации и отделом консультационных услуг (рисунки 3).

Специалисты отдела маркетинговой информации осуществляют исследовательско-аналитическую работу. Для разработки информационной базы анализируются производственно-коммерческая деятельность предприятий, входящих в ассоциацию по направлениям: структура и объем производства, ассортимент продукции, качество; каналы распределения и сбыта, способы продаж, ценовая политика, формы и виды рекламной деятельности; ряд экономических показателей (себестоимость продукции, ее структура, рентабельность производства и реализации, ресурсообеспеченность и т.д.). Эти сведения необходимы для оценки адаптивных свойств производственного потенциала хозяйств разных производственных типов. Предоставляемая предприятиями информация должна быть объективной и полной, в свою очередь специалисты центра обязаны соблюдать строгую конфиденциальность. Задача специалистов-маркетологов состоит в доведении до сельскохозяйственных товаропроизводителей объективной, систематически обновляемой информации о состоянии и тенденциях развития внешней среды: рыночной конъюнктура, емкости рынка, регулирующих действий со стороны органов государственной и муниципальной власти. Кроме того, специалисты отдела организуют специализированные обследования по заказу отдельных предприятий.

Весь накопленный и формализованный материал передается в отдел консультационных услуг. Консультирование ведется в индивидуальном порядке, что позволит учесть конкретные условия, экономическое положение каждого отдельного предприятия. Не исключаются групповые консультации по проблемам, характерным для всех предприятий.

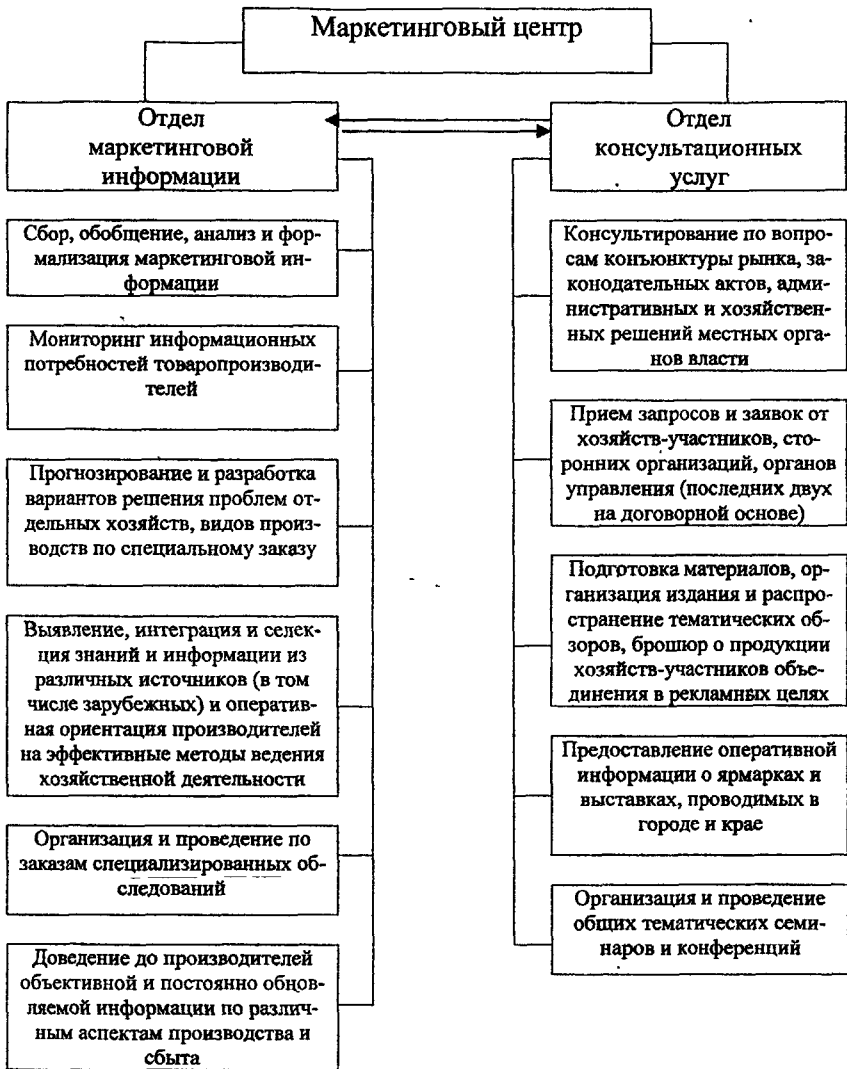


Рисунок 3. Организационная структура маркетингового центра и функции отделов

Исследования позволяют сделать следующие предложения:

1. Осуществлять формирование продовольственных ресурсов города (в частности планирования производства сельскохозяйственной продукции пригородным АПК) на основе мониторинга и прогнозирования продовольственного рынка города с учетом рекомендуемых норм потребления продуктов питания, а также динамики фактического уровня потребления продовольствия в городе, динамики численности населения и доходов, цен на продовольствие.

2. Сформировать оптовый продовольственный рынок в форме открытого акционерного общества, предполагающего объединение коммерческих и производственных структур с обязательным вовлечением сельскохозяйственных товаропроизводителей города, а также участием муниципалитета, как инициативного и регулирующего субъекта.

3. Создать маркетинговый центр в форме ассоциации пригородных сельскохозяйственных предприятий для расширения их маркетинговых возможностей и укрепления рыночных позиций, повышения конкурентоспособности продукции.

4. Наделить департамент потребительского рынка и услуг администрации г. Краснодара функциями контроля и регулирования по деятельности существующих продовольственных рынков.

По материал исследования опубликованы следующие работы:

1. Ломакина О.В. Роль пригородных сельскохозяйственных предприятий г. Краснодара в обеспечении населения города продовольствием. // Материалы науч. конф. «Государственное регулирование агропромышленного производства». – Рязань, 1998 г. – 0,15 п.л.
2. Ломакина О.В. Роль пригородных сельскохозяйственных предприятий г. Краснодара в продовольственном обеспечении города. // Материалы науч. конф. сотрудников экономического факультета «Стратегия развития сельско-

го хозяйства в условиях рынка». – Краснодар, 2000 г. – 0,25 п.л.

3. Ломакина О.В. Роль пригородных сельскохозяйственных предприятий в продовольственном обеспечении Краснодара // Повышение устойчивости и эффективности сельскохозяйственного производства. Труды. Выпуск 378 (406). – Краснодар, 1999. – 0,25 п.л.

4. Ломакина О.В., Бережной А.В. Проблемы регулирования продовольственного муниципального рынка // Повышение устойчивости и эффективности сельскохозяйственного производства. Труды. Выпуск 378 (406). – Краснодар, 1999. – 0,25 п.л.

5. Ломакина О.В. Управление рынком продукции пригородных сельскохозяйственных предприятий (на примере г. Краснодара) // Приоритеты современного экономического развития. Материалы научной конференции. Часть III. – Краснодар, 2001. – 0,25 п. л.

6. Ломакина О.В. Концепция и функции маркетинга продовольственных товаров // Коммерциализация экономики и проблемы крупного бизнеса (материалы международной научно-практической конференции)», 1998 г. – 0,20 п.л.

7. Ломакина О.В. Управление рынком продукции пригородных сельскохозяйственных предприятий (на примере АПК города Краснодара). – Краснодар: КГАУ, 2001. – 1,5 п.л.

Лицензия ИД 02334 14.07.2000.

Подписано в печать 24.01.2002.

Формат 60 × 84

Бумага офсетная

Офсетная печать

Печ. л. 1

Заказ № 28

Тираж 100

Отпечатано в типографии КубГАУ, 320044, Краснодар, Калинина 13

-4491.

2002-A

4491