

## РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье отражено состояние сельского хозяйства и пищевой промышленности как основных субъектов регионального рынка продовольствия Оренбургской области и предлагается маркетинговый подход к его развитию.

В рыночной экономике, где преобладает частная собственность на средства производства, хозяйствующие субъекты приобретают большую, чем в административной системе, свободу в принятии экономических решений. Однако динамика такова, что высокая экономическая самостоятельность субъектов предопределяет обострение проблемы согласованной деятельности с другими элементами экономической системы. В этой связи главной задачей в рыночных условиях становится координация деятельности множества хозяйствующих субъектов. Для региона она имеет два аспекта: внутрирегиональный и межрегиональный.

С точки зрения внутрирегионального уровня задача координации заключается в обеспечении согласованной деятельности отдельных субъектов внутри области, края, республики, чтобы спрос и предложение по объему и структуре были бы максимально соотнесены друг с другом. С межрегиональных позиций эта задача состоит в согласовании хозяйственной деятельности различных субъектов Российской Федерации с целью их ускоренного развития.

Проблема координации, как известно, может быть решена или путем осуществления централизованного планирования, или опосредованно с помощью особого механизма свободного взаимодействия хозяйствующих субъектов. Во втором случае согласование между субъектами происходит главным образом через рынок. Поэтому одной из актуальнейших задач при переходе от государственно-централизованной экономики к рыночной системе становится формирование региональных рынков.

В настоящее время данная проблема для России носит малоизученный характер. Наиболее фундаментальным исследованием в данном направлении является работа А.С. Новоселова «Региональные рынки», в которой региональный рынок определяется как «территориальная организация сферы обращения, где происходит согласование интересов производителей и потребителей, при этом региональный рынок рассматривается с позиций процесса воспроизводства – переплетения многочисленных взаимодействий субъектов реги-

ональной экономики, выступающих производителями и потребителями товаров и услуг» (2).

Региональный рынок – понятие системное, поскольку включает в себя локализованное территориальным пространством множество различных по отраслевым, конкурентным, ценовым и другим характерным признакам рынков. Он состоит из потребительского рынка, рынка средств производства, рынка недвижимости, финансового рынка, рынка труда и рынка информации, которые, взаимодействуя между собой, обеспечивают эффективный процесс воспроизводства на данной территории.

Одним из основных частей регионального рынка является продовольственный рынок, находящийся сегодня в крайне сложной ситуации. Произошел масштабный дисбаланс между потреблением продуктов питания и их производством, который компенсируется за счет увеличения импорта продовольствия. Так, в Оренбургской области за последние три года импорт продовольственных товаров и сырья возрос в четыре раза и составил в 2001 году 55 млн. долларов США.

Развитие рынка продовольственных товаров в первую очередь определяется состоянием сельского хозяйства и пищевой промышленности в регионе. Проводимая политика реформ привела к обвалному снижению в Оренбургской области производства сельскохозяйственной продукции, и особенно животноводческой.

Таблица 1. Производство продукции сельского хозяйства в Оренбургской области

Виды продукции и формы хозяйствующих субъектов	1990 г., тыс. т	2001г., тыс. т	2001 г. в % к 1990г.
Валовой сбор зерна, всего, в том числе по формам хозяйств:	5581	3283	58,8
сельскохозяйственные предприятия	5581	2968,5	53,2
хозяйства населения	-	2,7	-
фермерские хозяйства	-	311,7	-
Получено молока, всего, в том числе по формам хозяйств:	1322,8	750,2	56,7
сельскохозяйственные предприятия	933,6	330,8	35,4
хозяйства населения	389,0	403,2	103,6
фермерские хозяйства	-	16,3	-
Выращено мяса (скот и птица в живой массе), всего, в том числе по формам хозяйств:	362,4	129,5	35,7
сельскохозяйственные предприятия	192,0	60,6	31,5
хозяйства населения	170,4	72,6	42,6
фермерские хозяйства	-	3,0	-

Производство зерна за 10 лет уменьшилось на 41 процент, а производство молока и мяса – в 3 раза. Роль фермерских хозяйств в обеспечении населения продуктами питания остается крайне ничтожной, их доля составляет 2-3 процента от объемов производимой продукции.

Падение производства на крупных предприятиях и незначительная роль фермерских хозяйств привели к возрастанию роли личных подсобных хозяйств. Последние используют в первую очередь созданную продукцию на собственное потребление, а не на общественные нужды. В связи с этим усиливается проблема обеспечения пищевой промышленности сырьем.

В настоящее время в пищевой промышленности производственные мощности задействованы по многим видам продукции только на 20-30 процентов. Так, их использование по производству мяса составляет 17 процентов, хлеба – 35, макаронных изделий – 7, водки – 24, молока – 36 процентов. Пищевая промышленность в результате рыночных преобразований отброшена более чем на 30 лет.

Если в 1990 году по жизненно важным продуктам питания область имела продовольственную независимость, входила в первую пятерку областей по вывозу продукции и обеспечивала продуктами питания другие территории страны, то за последние десять лет сельскохозяйственная область превратилась из вывозящей в ввозящую. Несмотря на то, что область специализируется на производстве зерновых культур и может в достаточном количестве производить продукты из данного вида сырья и формировать продовольственный рынок из продукции собственного производства, она завозит в больших количествах крупы, печенье, макаронные изделия, кондитерские изделия из других регионов.

Таблица 2. Производство продукции пищевой промышленности Оренбургской области

Виды продукции	1990 г.	2001 г.	2001 г. в % к 1990 г.
Мясо, включая субпродукты 1 категории, тыс. т	160,6	20,1	12,0
Цельномолочная продукция в пересчете на молоко, тыс. т	257	48	18,6
Масло животное, тыс. т	28,8	10,1	35,0
Колбасные изделия, тыс. т	23	4,6	20,0
Хлеб и хлебобулочные изделия, тыс. т	197,3	56,0	28,0
Кондитерские изделия, тыс. т	40,3	7,2	17,8
Мука, тыс. т	475,5	231,3	48,6
Крупа, тыс. т	174,4	36,9	21,1
Макаронные изделия, тыс. т	17,6	2,6	14,8
Водка и ликероводочные изделия, тыс. дал	1474	756	51
Пиво, тыс. дал	2348	6255	266
Соль пищевая, тыс. т	551,0	569,0	103

Как видно из таблицы, производство мяса в 2001 году, по сравнению с 1990 годом, сократилось в 8 раз, цельномолочной продукции – в 5,3 раза, колбас-

ных изделий – в 5 раз, хлебобулочных изделий в 3,5 раза, макаронных изделий в – 6,6 раза и т. д.

Пищевая промышленность является одной из стратегических отраслей экономики, так как именно от нее зависит устойчивое снабжение населения необходимыми по количеству и качеству продуктами питания. Из-за кризиса пищевой промышленности и сельского хозяйства в настоящее время калорийность питания населения снизилась по сравнению с 1990 годом почти в 2 раза, и резко ухудшилась структура питания населения.

Таблица 3. Годовое потребление продуктов питания на душу населения в Оренбургской области

Наименование продукта	Научно обоснованная норма	1990 г.	2001 г.	2001 г. в % к 1990 г.
Мясо и мясопродукты, кг	78	75	43	57
Молоко и молокопродукты, кг	390	402	229	57
Яйцо, шт.	291	263	204	77
Рыба и рыбопродукты, кг	23,7	13,0	4	31
Хлебобулочные изделия, кг	117	128	138	108
Картофель, кг	90	87	89	102
Овощи и бахчевые, кг	139	79	105	133
Фрукты, ягоды, кг	95	35	33	94

В Оренбургской области, как и в целом по России, значительно уменьшилось потребление продуктов животного происхождения: мяса, молока, яиц и рыбы. Особенно негативным явлением, которое может привести к серьезным последствиям, является резкое снижение (с 402 кг до 229 кг) потребления молочных продуктов. Проведенные в 2001 году исследования структуры питания 300 студентов Оренбургского государственного университета показали, что у 30 процентов обследуемых потребление молочных продуктов составляет 100-120 кг в год (норма 390 кг).

Молочная пища – это обязательная часть питания человека, за высокую пищевую ценность молоко называют «эликсиром жизни». Это уникальный продукт, так как в нем содержится свыше 200 различных веществ, необходимых человеку. Наибольшую ценность представляют белки, которые дают организму незаменимые аминокислоты, без них или при их недостатке организм не может синтезировать «собственные» белки и «строить» из них свои клетки, ткани, ферменты, антитела, гормоны и другие структурные и физиологические элементы.

Поэтому невнимание к данной проблеме может привести общество к необратимым процессам. В этих условиях обеспечение научно обоснованных норм питания населения является важнейшей задачей государственных органов власти.

Одной из основных причин кризисного состояния продовольственного рынка Оренбургской об-

ласти является низкое качество менеджмента, как на уровне предприятий, так и на региональном уровне. В условиях рынка требуются совершенно новые подходы к управлению по сравнению с теми, на которые привыкли опираться руководители в прошлом.

Одним из таких подходов является маркетинг. Он формирует новый образ мышления руководителей, новую философию предпринимателей. Использование маркетинга позволяет учитывать состояние и динамику спроса, конъюнктуру рынка, характер развития межрегиональных связей, создавать условия для максимального приспособления регионального производства к требованиям рынка.

Однако многие из руководителей продолжают работать по старинке, делая основную ставку на приобретение новых машин и оборудования, расширение существующего производства, его модернизацию, компьютеризацию и т. д.

Так, в 2000 году, продав бюджетообразующее предприятие, администрация области направила вырученные деньги на инвестиционные проекты. Было проинвестировано 90 предприятий. В данных проектах в основном предусматривалось техническое перевооружение, реконструкция производства, модернизация и организация нового производства. Однако вложение средств только в основные производственные фонды не даёт гарантии спроса на продукцию. Например, ЗАО «Айс-Лига» в 2000 году получило инвестиции в размере 6 млн. рублей на организацию производства мороженого, а в 2003 году предусматривается остановка данного предприятия. Оказалось, что на рынке нет спроса в связи с огромной конкуренцией со стороны производителей из других регионов.

Не умаляя значения производственных факторов, необходимо отметить, что неудачи предприятия могут быть связаны с тем, что оно просто не в состоянии эффективно работать на рынке. Традиционность мышления, неумение приспособиться к реалиям рыночной ситуации являются тормозом в развитии предприятий. Мировой опыт показывает, что зарубежные фирмы расходуют значительные средства на изучение запросов потребителей, выявление конкурентов, исследование тенденций развития рынка, определение рыночных перспектив и т. д.

Поэтому в условиях рыночной экономики успешная деятельность предприятия определяется в первую очередь профессионализмом руководителя и его команды, их способностью принимать правильные решения в постоянно меняющихся рыночных условиях. Управление предприятием, а также регионом, требует высокого организаторского искусства и специальных знаний в области многих наук: социологии, психологии, экономики, менеджмента и особенно – маркетинга. Именно маркетинг позволяет реализовать системный подход к управленческой деятельности и обеспечить, с одной стороны, всестороннее изучение спроса на рынке и ориентацию производства на удовлетворение выявленных потребностей, с другой – активное воздействие на рынок, формирование новых потребностей и удовлетворение их с помощью усовершенствованных средств производства.

Таким образом, маркетинговый подход не только обеспечивает функционирование регионального рынка в рамках сложившихся структур и отношений, но и способствует его развитию на новой качественной основе.

**Список использованной литературы:**

1. Гутман Г.В., Мироедов А.А., Федин С.В. Управление региональной экономикой. – М.: Финансы и статистика, 2001.
2. Новоселов А.С. Региональные рынки – М.: Инфра – М, 1999.
3. Статистический сборник « Промышленность Оренбургской области за 1990, 1995, 1998-2001 годы. / Оренбургский облкомстат. – Оренбург, 2002.
4. Хайнц Ламперт. Социальная рыночная экономика. – М.: Дело, 1994.