

4. Организационные инновации: применение современных систем контроля качества и сертификации; создание механизма взаимодействия товаропроизводителей и заинтересованных сторон при производстве и реализации продуктов питания; постоянное повышение инновационной активности персонала.

Таким образом, в современных условиях реклама становится важным инструментом реализации инновационной деятельности организаций. Основная ее роль заключена в эффективном использовании коммуникационных возможностей как средства для продвижения организации на рынок и освоения новых ниш. Для потребителей реклама является одним из основных источников информации о новой продукции, позволяет быстрее и лучше ориентироваться в них.

Список использованной литературы

1. Годин, А.А. Интернет-реклама: учебное пособие / А.А. Годин. – М.: Дашков и К°, 2009. – 168 с.
2. Киреенко, Н.В. Аудио- и видеореклама: учеб. пособие / Н.В. Киреенко, С.М. Мицкевич. – Минск: Мисанта, 2015. – 211 с.
3. Ромат, Е.В. Реклама / Е.В. Ромат. – СПб.: Питер, 2007. – 208 с.
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2019. – 472 с.
5. Сэндидж, Ч.Г. Реклама: теория и практика / Ч.Г. Сэндидж, В. Фрайбургер, К. Ротцолл: пер.с. англ. / общ. ред. и вступ. ст. Е.Н. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1989. – 630 с.
6. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Бернест, С. Мориарти. – СПб.: Питер, 2001. – 238 с.

УДК 338.439.053

М.А. Арнатович, аспирант

*РНУП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси»,
г. Минск*

АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ

Ключевые слова: рынок, овощная продукция, внутренний рынок, производство, экспорт, импорт, потребление, инфраструктура

Key words: market, vegetable products, domestic market, production, export, import, consumption, infrastructure

Аннотация: В статье выполнен комплексный анализ функционирования овощного рынка Республики Беларусь по основным показателям (спрос, предложение, цена, конкуренция). Представлены структура производства овощей по категориям хозяйств, ресурсы и использование овощей, бахчевых культур и продуктов их переработки, средние цены и индексы цен производителей овощей. Выделены основные тенденции и проблемы его развития на современном этапе.

Abstract: The article provides a comprehensive analysis of the functioning of the vegetable market of the Republic of Belarus according to the main indicators (demand, supply, price, competition). The structure of vegetables production by farm categories, resources and use of vegetables, gourds and their processed products, average prices and vegetable producer price indices are presented. The main trends and problems of its development at the present stage are highlighted.

Внутренний рынок овощей Республики Беларусь является одним из наиболее несбалансированных при том, что спрос на данную продукцию постоянно растет, а потребители становятся более требовательными. Это связано с тем, что овощи содержат большое количество полезных веществ, способствующих эффективному перевариванию и усвоению пищи, улучшают самочувствие человека и повышают его работоспособность [1, 2, 4, 5].

Как показывают исследования, предложение на рынке овощной продукции формируется иностранными и отечественными производителями. Объем поставок первой группы ежегодно снижается и по итогам 2018 г. составил 375,1 тыс. т, что на 169,6 тыс. т меньше, чем в 2017 г. (2012 г. – 413,4 тыс. т, 2015 г. – 543,7, 2016 г. – 501,3, 2017 г. – 544,7 тыс. т).

Вторая группа представлена хозяйствами населения (68,4 %), крестьянскими (фермерскими) хозяйствами (18,5 %), сельскохозяйственными организациями республики (13,1 %), которые выращивают основные виды овощной продукции: капусту, свеклу, морковь, лук, чеснок, томаты, огурцы и т.д. Эти и другие овощные культуры производители реализуют потребкооперации, заготовительным организациям, обрабатывающим (перерабатывающим) организациям, а также в виде государственного заказа. Кроме того, овощеводческие хозяйства поставляют свою продукцию в фирменные магазины, организации общественного питания и розничной торговли (таблица 1).

Таблица 1 – Структура производства овощей по категориям хозяйств Республики Беларусь, 2012–2018 годы, %

Категория хозяйств	Год				
	2012	2015	2016	2017	2018
Сельскохозяйственные организации	20,3	15,0	14,5	13,4	13,1
Крестьянские (фермерские) хозяйства	13,3	15,8	18,3	18,7	18,5
Хозяйства населения	66,4	69,3	67,1	67,9	68,4

Примечание – Таблица составлена по данным источника [3, с. 31].

Выполненный нами анализ свидетельствует, что общая посевная площадь овощей составила за 2018 г. 62,4 тыс. га, а по категориям хозяйств распределилась следующим образом: хозяйства населения (46,4 тыс. га), крестьянские (фермерские) хозяйства (10,1 тыс. га), сельскохозяйственные организации (5,9 тыс. га). В натуральном выражении объем производства составил 1 194,1 тыс. т, 323,7, 228,1 тыс. т, соответственно. В разрезе регионов наибольший валовой сбор овощей приходится на Минскую (25,5 %, или 446,5 тыс. т) и Брестскую области (22,6 %, или 395,9 тыс. т). Среди сельскохозяйственных организаций выделяются субъекты Минской (30,3 %, или 68,9 тыс. т) и Гомельской области (19,6 %, или 44,7 тыс. т). Наиболее активными в производстве овощей являются крестьянские (фермерские) хозяйства Брестского региона, на долю которых приходится 60,7 % (196,5 тыс. т) от общего объема данных производителей. По хозяйствам населения ситуация остается аналогичной сельскохозяйственным организациям, где выделяются Минская (25,9 %, или 308,9 тыс. т) и Гомельская области (18,3 %, или 218,1 тыс. т).

Анализ урожайности овощей по категориям хозяйств Республики Беларусь показывает незначительное различие между регионами страны. Среднее значение показателя на уровне республики в 2018 г. составило 265 ц/га, что на 29 ц/га выше по сравнению с 2012 г. и на 30 ц/га ниже, чем в 2017 г. Наибольшая урожайность отмечена в Брестской области – 305 ц/га, наименьшая – в Могилевской (254 ц/га). В то же время урожайность овощей в крестьянских (фермерских) хозяйства была на уровне 337 ц/га, хозяйств населения – 258 ц/га, сельскохозяйственных организаций – 205 ц/га.

Основные ресурсы и использование овощей, бахчевых культур и продуктов их переработки представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Ресурсы и использование овощей, бахчевых культур и продуктов их переработки Республики Беларусь, 2014-2018 годы, тыс. т

Показатели	Год				
	2014	2015	2016	2017	2018
Ресурсы					
Запасы на начало года	976,4	971,4	864,0	969,4	1 037,8
Валовой сбор	1 734,4	1 686,7	1 892,1	1 958,9	1 746,3
Импорт	413,4	543,2	501,3	544,7	375,1
Итого ресурсов	3 124,2	3 201,3	3 257,4	3 473,0	3 159,2
Использование					
Потреблено в республике	1 774,3	1 778,4	1 772,5	1 857,2	1 749,9
личное потребление	1 371,0	1 372,0	1 386,7	1 455,1	1 417,8
Экспорт	378,5	558,9	515,5	578,0	506,6
Запасы на конец года	971,4	864,0	969,4	1 037,8	902,7

Примечание – Таблица составлена по данным источника [3, с. 200].

Важной составляющей анализа является оценка результативности производства сельскохозяйственной продукции. Так, рентабельность овощей (открытого грунта), реализованных сельскохозяйственными организациями в 2018 г. составила 13,6 %, что на 7,3 п.п. выше по сравнению с 2012 г. и на 0,2 п.п. ниже, чем в 2017 г. Учитывая, что 2018 г. стал крайне неблагоприятным по погодным условиям для сельского хозяйства, то средние цены производителей снизились на 12 % до 1 095 руб./т, а индекс цен составил 96,8 % к 2017 г. (таблица 3).

В целом действующая структура товаропроизводителей позволила гарантировать в 2018 г. объем производства в расчете на душу населения в размере 184 кг (2012 г. – 167 кг, 2015 г. – 178, 2016 г. – 199, 2017 г. – 206 кг). Объем потребления за аналогичный период значительно не менялся. Так, в 2018 г. он составил 150 кг на душу населения, 2017 г. – 153, 2016 г. – 146, 2015 г. – 145, 2014 г. – 145 кг.

Таблица 3 – Средние цены и индексы цен производителей овощей, 2012–2018 годы

Показатели	Год*				
	2012	2015	2016	2017	2018
Средние цены	6 408	9 332	1 103	1 257	1 095
Индексы цен, в % к предыдущему году	173,0	113,9	116,9	88,0	96,8

*2012–2015 гг. – тыс. руб./м, 2016–2018 гг. – руб./м.

Примечание – Таблица составлена по данным источника [3, с. 183].

Выполненный нами анализ внутреннего рынка овощной продукции позволил выделить основные тенденции и проблемы его функционирования, которые заключаются в следующем:

рынок овощей характеризуется ростом уровня конкуренции как среди иностранных, так и отечественных производителей. В то же время для белорусских субъектов именно стадия реализации является слабым местом воспроизводственного цикла в овощеводстве, что связано с недостатком хранилищ, холодильных емкостей, тары, упаковочных материалов, специализированного транспорта;

сезонность производства овощных культур влияет на формирование как цены производителя, так и на розничные цены в магазинах и на рынках. Максимального уровня цены достигают во внесезонное время (ноябрь–март), минимальными становятся в период массового сбора урожая в июле–октябре. Сезонные цены формируются главным образом так, чтобы учесть в них повышенные затраты, связанные с производством в неблагоприятное время или длительным хранением продукции;

в настоящее время ассортимент внутреннего потребительского рынка достаточно широкий. Однако основную долю поставляемых белорусскими сельскохозяйственными производителями занимают «дешевые» овощи (морковь, капуста, свекла). Более дорогая овощная продукция имеет меньший спрос, поэтому субъекты хозяйствования не стремятся к увеличению их производства;

недостаточно активно используются маркетинговые методы и стратегии при формировании спроса и стимулировании сбыта овощной продукции белорусскими производителями (улучшение упаковки, размещение рекламы в средствах массовой информации, исследование вкусов и предпочтений потребителей и т.д.). Отмечается ориентация переработчиков не на запросы рынка, а на собственные возможности, что обусловлено недостатком финансовых средств. При планировании ассортимента решающее значение имеет наличие качественного сырья.

Таким образом, анализ функционирования овощного рынка Республики Беларусь по основным показателям (спрос, предложение, цена, конкуренция) показал, что общие и специфические направления его функционирования, а также отраслевые особенности развития связаны с различными внутренними и внешними экономическими факторами.

Список использованной литературы

1. Киреенко, Н.В. Система сбыта продукции АПК на основе маркетингового подхода: теория, методология, практика: в 2-х ч. / Н.В. Киреенко; под ред. В.Г. Гусакова. – Минск: Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2015. – Ч. 1. – 267 с.; Ч. 2. – 173 с.
2. Продовольственная безопасность Республики Беларусь в условиях функционирования Евразийского экономического союза. Мониторинг-2015: в 2-х ч. / В.Г. Гусаков [и др.]. – Минск: Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2016. – Ч. 1. – 205 с.; Ч. 2. – 141 с.
3. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2019. – 211 с.
4. Рынки продуктов и сельскохозяйственного сырья / под ред. З.М. Ильиной. – Минск: Ин-т аграр. экономики НАН Беларуси, 2004. – 320 с.
5. Формирование сбалансированного рынка сельскохозяйственного сырья и продовольствия (в контексте мировой продовольственной конъюнктуры). Методические рекомендации / В.Г. Гусаков [и др.]. – Минск: Ин-т сист. исследований в АПК НАН Беларуси, 2012. – 126 с.