

А. Чернявская

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: В.М. Карпенко, к.т.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ НА РЫНКЕ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ С ПОМОЩЬЮ РЕГРЕССИОННЫХ МОДЕЛЕЙ

В качестве результирующего показателя (Y) принимаем общее количество потребляемого молока (кг на душу населения в год). Использовалась пространственно-временная выборка. География выборки включает Республику Беларусь и Российскую Федерацию, а так же некоторые страны Скандинавии, потребляющие максимальное количество молока на Земле: Швецию, Данию и Финляндию. Временной период 2000-2016 гг.

В качестве влияющих факторов нами были выбраны:

- коэффициент общей нагрузки (количество человек в возрасте 0-14 и 65+ на 100 человек в возрасте 15-64) – X_1 – категории населения, чаще всего потребляющие молоко и молочную продукцию, представлены детьми и людьми на пенсии;
- индекс потребительских цен (ИПЦ), % – X_2 ;
- земля сельскохозяйственного назначения (% от земельной площади) – X_3 ;
- общее количество потребляемого мяса (кг на душу населения в год) – X_4 ;
- общее количество потребляемого кофе – X_5 ;
- расходы на здравоохранение (на душу населения, \$) – X_6 ;
- непереносимость лактозы населением, (%) – X_7 ;
- реальный ВНД на душу населения по паритету покупательной способности (ППС), \$ – X_8 ;
- общее потребление зерновых (кг на человека в год) – X_9 ;
- грузоперевозки автомобильным транспортом (т/км) – X_{10} ;
- занятость населения в сельском хозяйстве (% от общей занятости) – X_{11} ;
- ресурсы пресной воды (на душу населения, м³) – X_{12} .

На основе выбранных факторов с помощью пакета MS Excel проводится корреляционный анализ и выбираются пять не связанных между собой факторов: X_1 - коэффициент общей нагрузки; X_7 – непереносимость лактозы населением; X_6 – расходы на здравоохранение; X_8 - реальный ВНД на душу населения по ППС; X_{11} – занятость в сельском хозяйстве.

После чего был проведен регрессионный анализ, на основе которого составляется уравнение

$$Y = -1,05 + 1,98X_1 - 2,22X_3 + 1,65X_4.$$

Проанализировав коэффициенты уравнения можно говорить о том, что чем выше доля детей и пенсионеров – основных потребителей молока (X_1 – коэффициент общей нагрузки) и первичные доходы населения (X_4 – реальный ВВП на душу населения по ППС), тем выше потребление самого молока. Влияние доли населения, которое не переносит лактозу (X_3 – непереносимость лактозы населением), на количество потребляемого молока отрицательно, то есть чем больше доля населения не переносящего лактозу, тем меньше количество молока потребляемого на душу населения в стране.

В дальнейшем можно выделить наиболее влияющие факторы и по ним провести кластеризацию, определив для каждого кластера свою регрессионную модель.

С помощью полученной модели можно прогнозировать тенденции на рынке молочной продукции, чтобы в период спада спроса на нее иметь возможность принимать управленческие решения: проводить активную политику снижения цен; активную пропаганду полезности молочных продуктов; расширение их ассортимента и повышение их качества.

УДК 334.7.021

И. Шевчук

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: А. В. Колмыков, к.э.н., доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

СОВРЕМЕННЫЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ КООПЕРАЦИИ

В современных условиях назрела необходимость адаптации системы кооперации с целью ее приспособления к новым условиям хозяйствования, завоевания на рынке утраченных позиций и усиления социальной значимости.

В настоящее время процесс формирования и развития кооперации идет в направлении расширения и многообразия ее институциональных элементов и развития социально-ориентированного характера их деятельности. Формирование и развитие взаимоотношений между потребкооперацией и отраслями агропромышленного комплекса опосредуется кооперативными связями. Они отражают совокупность организационно-экономических и социально-экономических отношений в процессе взаимодействия кооперирующихся хозяйств. Организационными формами кооперативных связей являются предприятия и организации системы потребительской кооперации.

В целях улучшения состояния сельской торговли, удовлетворения потребностей сельского населения, защиты их прав, активизации развития потребительского рынка в республике требуется не только создание иных форм организации торговых процессов на селе, но и более активное уча-