

Средства на строительство и модернизация зимних теплиц в том числе под дополнительную подсветку возможно осуществить в рамках государственной программы «Аграрный бизнес» на 2021-2025 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 1 февраля 2021г. № 59 в виде инвестиционных проектов счет различных источников финансирования: средства местных бюджетов в рамках региональных инвестиционных программ, средства местных инновационных фондов облисполкомов, кредиты банков.

Не менее важным является укрепление научно-технического потенциала и обеспечение технологической независимости отечественного тепличного хозяйства на основе широкого внедрения импортозамещающих разработок, а также проведение селекционных работ по созданию отечественных гибридов для защищенного грунта.

Это позволит обеспечить импортозамещение по значимым сегментам рынка материально-технических ресурсов для тепличного производства, а также увеличить объем и устойчивость производства овощной продукции, повысить ее качество и конкурентоспособность в соответствии с современными стандартами и потребительскими предпочтениями.

Таким образом, для увеличения производства продукции тепличного овощеводства необходимо:

- смещения технологического процесса периода выращивания огурцов и томатов для увеличения их производства в межсезонный период года;
- строительства энергосберегающих зимних теплиц, реконструкции и модернизации существующих производств (в которых имеются технические возможности) под технологию «светокультуры»;
- применение инновационных технологий;
- создание отечественных сортов и гибридов овощных и ягодных культур.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа://belstat.gov.by/. – Дата доступа:26.09.2024.
2. Степура, М.Ф. Экономическая эффективность агроприемов при выращивании томата и огурца в весенне-летних теплицах / М.Ф. Степура, А.В. Михнюк, Г.И. Гануш // Земледелие и растениеводство. – 2023.- №5 (150). – С. 51-56.
3. Министерство антимонопольного регулирования Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа://mart.gov.by/. – Дата доступа:26.09.2024.

УДК 339.187:63-021.66

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ УПРАВЛЕНИЯ КАНАЛАМИ СБЫТА АГРАРНОЙ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Борель К.В., к.э.н.

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, г. Горки

Современный этап развития рыночных структур базируется на принципиально новых подходах и разработках в области информационных и цифровых технологий. Последние выступают одним из главных двигателей экономического роста и способствуют повышению конкурентоспособности национальной экономики, созданию рыночных возможностей для отдельных видов экономической деятельности по вхождению в глобальные и региональные цепочки создания стоимости, а также ускоренному выведению продукции на рынок. Их внедрение стимулирует трансформацию экономических систем и обуславливает формирование нового типа, получившего название «цифровая экономика» [1].

Однако с течением времени и расширением областей их использования его содержание значительно изменилось, что потребовало адаптации ранее выстроенных производственно-сбытовых цепочек с учетом обеспечения возможности использования широкого спектра цифровых моделей, методик и инструментов. Все это в совокупности привело к расширению научных исследований ученых, в том числе рассматривающих соответствующие трансформационные процессы в АПК.

В ходе проведенных исследований можно сделать вывод, что цифровизация производственно-сбытовой АПК является специфической формой информатизации, которая создает информационный и инфраструктурный базис агроэкономических систем, позволяющий начать процесс массового внедрения и использования цифровых технологий, и формирующий предпосылки ее успешности. Именно состояние системы информационного обеспечения аграрных субъектов и уровень развития соответствующей инфраструктуры определяют цифровой потенциал агропромышленного производства, скорость и направления трансформации, а также возможность интеграции сельскохозяйственных производителей, обрабатывающих (пищевых) предприятий и организаций сферы обслуживания в единую цифровую экосистему. Вместе с тем отечественный АПК остается одной из самых технологически консервативных видов экономической деятельности. Сельскохозяйственные и обрабатывающие (пищевые) организации не имеют возможности внедрять высокотехнологичные основные средства, что связано, прежде всего, с низкой доходностью, а также высокими процентными ставками по кредитам и нехваткой собственных финансовых ресурсов.

Отраслевыми особенностями процесса движения сельскохозяйственной продукции и сырья от товаропроизводителя до потребителя выступают длительный цикл и сезонность производства аграрной продукции, а также ее качественные характеристики (сортность продукции, готовность к употреблению, небольшой срок сохраняемости и др.), которые вынуждают производителей реализовывать товар в ограниченный период времени, не имея достаточных возможностей для поиска выгодных сбытовых каналов. В результате количество потенциальных способов и путей товародвижения сокращается до минимума. При этом в сфере переработки одновременно возникают проблемы, связанные с низким уровнем маркетингового потенциала субъектов, медленным формированием логистических структур в национальном АПК, отсутствием целых звеньев системообразующей инфраструктурной сферы, низкой эффективностью связей в цепи «производитель – потребитель», несовершенством действующего ценообразования, а также отсутствием комплексного информационного обеспечения аграрных организаций по вопросу оценки рынков сбыта [2].

Исходя из этого, важным является рассмотрение особенностей цифровой трансформации именно маркетингово-сбытовой подсистемы, обеспечивающей рост прибыльности АПК через формирование эффективных каналов распределения продукции, что требует исследования традиционных подходов к их управлению.

Выполненные исследования показали, что к настоящему времени выделяется ряд моделей электронной коммерции в системе управления каналами сбыта аграрной продукции, базирующихся на различных подходах по взаимодействию между субъектами производственно-сбытовой цепи в рамках координации усилий сельскохозяйственных и обрабатывающих (пищевых) организаций, а также централизации материального и информационного обеспечения процесса продвижения продукции на внутренний и внешний рынок.

Комплекс преимуществ, связанный с реализацией продукции с использованием каналов электронной торговли можно систематизировать следующим образом:

- широкий охват потенциальных потребителей на разных рынках сбыта;
- освоение новых рынков, в том числе и внешних, с наименьшими затратами;
- четкий таргетинговый фильтр, предложение товара именно целевой аудитории;
- возможность доставки продукции из любой точки мира через логистические каналы;

- удобный сбор аналитической информации о потребителях;
- расширение аудитории – товар доступен всем потребителям;
- мониторинг покупательского спроса к товару в режиме on-line;
- уникальная система финансовых расчетов, которая в отличие от традиционной

экономики основана не на производственном потенциале, а на транзакционных возможностях ведения бизнеса в сети Интернет. Это обусловлено тем, что электронная коммерция имеет дело не реальными товарами, а с информацией об этих товарах и связанных с ними транзакциями.

Исследования показывают, что наряду с преимуществами развития электронной коммерции и использования инструментов электронной торговли при продвижения сельскохозяйственной продукции и продуктов питания на рынок, выделяются и недостатки: (1) несоответствие юридических норм и правил по исследуемому направлению между разными странами, включая вопросы налогообложения, интеллектуальной собственности или защиты персональных данных; (2) трудности при переходе с традиционной торговли на электронную форму в части организации рекламы, логистики, обратной связи с потребителями; (3) рост конкуренции, что обусловлено развитием очень быстрыми темпами электронной торговли; (4) требуется постоянное обновление информации по предлагаемому ассортименту продукции с указанием наличия его в продаже; (5) отсутствие возможности проверить качество товара до покупки; (6) не всегда гарантирована безопасность при проведении финансовых транзакций как для продавцов, так и для потребителей продукции [3, 4].

В целом современный этап развития экономики, характеризующийся постепенным включением цифровых компонентов в различные сферы управления, обуславливает необходимость соответствующей трансформации всех подсистем ПСС АПК. При этом особое значение имеет внедрение цифровых технологий в систему управления каналами сбыта, так как рациональная организация данного процесса позволит обеспечить конкурентоспособность продукции, а также конкурентные преимущества субъектам АПК как на внутреннем, так и внешнем рынке.

Литература

1. Бухтиярова, Т. И. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития / Т. И. Бухтиярова // Бизнес и общество. – 2019. – № 1 (21). – С. 1–22.
2. Совершенствование системы сбыта в агропродовольственной сфере. Теория, методология, практика / В.Г. Гусаков [и др.]. – Минск: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2010. – 250 с.
3. Киреенко, Н. В. Система сбыта продукции АПК на основе маркетингового подхода: теория, методология, практика: в 2 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.
4. Киреенко, Н.В. Ключевые тенденции развития мировой продовольственной системы на современном этапе / Н.В. Киреенко, К.В. Борель // Формирование организационно-экономических условий эффективного функционирования АПК : сб. науч. ст. XV науч.-практ. конф. Минск, 26-27 мая 2023 г. / Бел. гос. агр.-техн. ун-т ; редкол.: И. В. Иванов [и др.]. – Минск : БГАТУ, 2023. – С.