

Список использованной литературы

1. UN Comtrade Database [Electronic resource]: – Mode of Access: <https://comtrade.un.org/data>. – Date of access: 01.03.2020.
2. OESD-FAO Agricultural Outlook [Electronic resource]. – Mode of Access: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=HIGH_AGLINK_2018. – Date of Access: 01.03.2020.
3. OESD Library. OESD Agriculture Statistics [Electronic resource]. – Mode of Access: https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/data/oecd-agriculture-statistics/oecd-fao-agricultural-outlook-edition-2018_d4bae583-en. – Date of Access: 01.03.2020.

УДК 005.591.6:339.5:63-021.66

Н.В. Карпович, канд. экон. наук,

Е.П. Макуцня

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

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОГНОЗИРОВАНИЮ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ В АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Ключевые слова: прогнозирование; внешняя торговля; агропродовольственные товары; функции экспорта и импорта.

Key words: forecasting; international trade; agri-food products; export and import functions.

Аннотация: В статье рассмотрены подходы и методы проведения прогнозных расчетов, а также принципы их осуществления. Определено, что целью прогнозирования внешней торговли в агропродовольственной сфере является обоснование ее потенциального состояния, которое направлено на активизацию экспорта, оптимизацию импорта, а также обеспечение продовольственной безопасности страны, преимущественно, за счет собственного производства.

Abstract. The article considers the approaches and methods of forecasting calculations, as well as the principles of their implementation. It has been determined that the goal of forecasting foreign trade in the agri-food sector is to justify its potential state, which is aimed at enhancing exports, optimizing imports, as well as ensuring the country's food security mainly through its own production.

Для Республики Беларусь одним из факторов сбалансированного развития продуктовых рынков и обеспечения продовольственной безопасности является повышение эффективности внешней торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием. В данной связи особую значимость приобретает прогнозирование внешнеторговых потоков по объемам и стоимости. В условиях современной рыночной экономики это один из основных инструментов государственного регулирования агропродовольственного сектора, который способствует инновационному и эффективному развитию отрасли.

Важность прогнозирования внешней торговли определяется тем, что внешнеторговые отношения, в большей степени, чем другие, подвержены неопределенности внешней среды, которая объясняется, в первую очередь, высоким уровнем конкуренции на мировом агропродовольственном рынке, его разнообразным, быстро изменяющимся характером. В этих условиях для принятия эффективных управленческих решений следует принимать во внимание постоянное обновление данных о внешней среде, их анализ и прогноз.

Особое внимание при прогнозировании внешней торговли уделяется определению совокупного объема внешнеторгового оборота, его структуре по товарной и географической направленности, спросу и предложению на отдельные товары на конкретных рынках, тенденциям и уровню мировых цен в разрезе товарной номенклатуры, внутренним издержкам на товары, которые вовлекаются в сферу международного оборота и др.

Установлено, что основной целью прогнозирования внешней торговли агропродовольственными товарами является обоснование ее потенциального состояния, которое направлено на активизацию экспорта, оптимизацию импорта, а также обеспечение продовольственной безопасности страны преимущественно за счет собственного производства. Актуальными принципами при этом выступают системность, непрерывность, сбалансированности и пропорциональности, комплексности, целенаправленности, баланс товарного и географического аспектов, альтернативности и оптимальности [1, 3].

Исследования показывают, что в процессе прогнозирования внешней торговли в сфере АПК имеются определенные сложности при решении прогнозных задач, так как между показателями, характеризующими тенденции внешнеторговых отношений, складывается несколько типов взаимосвязей и взаимозависимостей, включая многообразие и разнохарактерность воздействующих на них факторов (углубление экономической интеграции, глобализация, конкуренты, доступ на рынок, транснациональные цепочки добавленной стоимости и др.). К особой категории трудностей следует отнести недостаточную разработанность вопросов о степени зависимости развития внешней торговли от состояния

национального хозяйства, политики ее реформирования и процесса структурной перестройки, мероприятий в области стимулирования национального экспорта и происходящей крупномасштабной либерализации международной торговли в рамках ВТО [4].

Общепризнанной в мире методологии прогнозирования развития международной торговли не существует, однако в эту деятельность вовлечены многие крупные компании, национальные и международные экономические организации, в частности ВТО, МВФ, ФАО, ОЭСР и др. Множественность методов прогнозирования внешней торговли свидетельствует о сравнительно небольшом опыте в этой области и недостаточно выверенной системе показателей [1, 2].

С целью упорядочения многообразия применяемых в настоящее время методов прогнозирования внешней торговли целесообразно их подразделить на три основные группы: экспертные оценки, экстраполяция и моделирование [3]. Практика отечественных разработок в области прогнозирования внешнеторгового оборота представлена в основном применением методов экспертных оценок и экстраполяции.

Вместе с тем, исследования в области построения эконометрических моделей внешней торговли является весьма значимыми. Так, например, МВФ разработаны модели прогнозирования экспорта и импорта товаров (функции экспорта и импорта), используемые во многих странах мира. При этом следует учитывать, что объем экспорта той или иной страны зависит как от способности ее резидентов поставлять товары для продажи за рубежом (т.е. от предложения экспорта), так и от желания других стран покупать эти товары (т.е. от спроса на экспорт). В данной связи объемы импорта продукции зависят как от потребности страны в импорте товаров, которая определяется состоянием производства, так и от возможности государства покупать эти товары [1].

ФАО и ОЭСР при разработке ежегодных перспективных прогнозов («Agricultural Outlook») используют экономическую модель «Aglink-Cosimo» – рекурсивную динамическую модель частичного равновесия, позволяющую сформировать сценарии прогноза развития продуктовых рынков (производство, потребление, торговля, цены) основных видов сельскохозяйственной продукции и продовольствия ежегодно с последующим горизонтом на 10 лет [5].

Таким образом, внешнеэкономическое прогнозирование в условиях общей неустойчивости современного мирового агропродовольственного рынка и высокой изменчивости факторов его формирования выступает в качестве основополагающей исходной информации для принятия эффективных управленческих решений, позволяющих минимизировать коммерческие риски при проведении внешнеэкономических операций. Прогнозирование создаст научно обоснованный фундамент для разработки комплекса мер по достижению оптимальных параметров экспорта и

импорта, позволяет предвидеть негативные тенденции развития внешнеторговых процессов и создает реальную возможность применить рискоупреждающие организационно-экономические меры для их нейтрализации.

Список использованных источников.

1. Глебкова, И.Ю. Особенности статистического анализа и прогнозирования экспорта и импорта товаров в России / И.Ю. Глебкова, Н. Н. Качанова // Вопросы статистики. – 2014 г. – №2. – С. 60–64.
2. Стратегическое прогнозирование международных отношений: кол. монография / под ред. А.И. Подберезкина, М.В. Александрова. – М.: МГИМО–Университет, 2016. – 743 с.
3. Светульников, И.С. Методы и модели социально-экономического прогнозирования. В 2-х т. Т. 1. Теория и методология прогнозирования / И.С. Светульников, С.Г. Светульников. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 351 с.
4. Юкиш, В.Ф. Макроэкономическое прогнозирование, планирование и программирование / В. Ф. Юкиш. – М.: МАДИ, 2016. – 204 с.
5. OECD-FAO Agricultural Outlook 2019-2028 [Electronic resource] / FAO / OECD. – Mode of access: <https://stats.oecd.org/> – Date of access: 19.02.2020.

УДК 339.138: 338.431

Э.М. Бодрова, канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

М.В. Синельников, канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования «Белорусский государственный
технологический университет», г. Минск*

К. Tsyrkina, аспирант

Гуманитарно-экономическая академия в Лодзи, г. Лодзь

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА В ОРГАНИЗАЦИЯХ АПК

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая деятельность, анализ рынка, стимулирование, предложение, спрос, оценка эффективности.

Key words: marketing, marketing activity, market analysis, stimulation, supply, demand, performance evaluation.

Аннотация: В статье рассматриваются основные формы проведения маркетинговой деятельности организации с учетом особенностей ведения