

Беларусь [Электронный ресурс] / <http://president.gov.by>. – Дата доступа: 26.04.2015.

2. Бычков, Н. Преобразование сельскохозяйственных производственных кооперативов в открытые акционерные общества: оценка результатов и механизма // Аграрная экономика. – № 8. – 2011. – С. 39-43. [Электронный ресурс] / <http://csl.bas-net.by>. – Дата доступа: 25.04.2015.

3. Гусаков, В. Г. Методические рекомендации по формированию доходов товаропроизводителей-собственников имущества / В.Г. Гусаков, Н.А.Старовойтова, Е.М. Бельчина. – Минск: Ин-т экономики НАН Беларуси, 2008. – 52 с.

4. Желада, Т. Использование чистой прибыли и расходы на потребление в 2011 году – индивидуальный подход для организаций // Главный бухгалтер. - № 20 (692). – 2012. – статья 21. [Электронный ресурс] / <http://www.gb.by>. – Дата доступа: 26.04.2015.

УДК631.1:33; 631.56

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПЛОДООВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ И РАЗВИТИЕ ПЛОДООВОЩНОГО ПОДКОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Белявская С.Л., старший преподаватель

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет», г. Минск

Ключевые слова: качество плодоовощной продукции, экологически чистые (органические) продукты питания, продукция из плодоовощного сырья, ориентация на потребителя.

Key words: quality fruit and vegetables, organic (organic) food, production of fruit and vegetable raw materials, customer orientation

Аннотация: Представлены мировые и отечественные тенденции развития производства плодоовощной продукции. Дается обоснование приоритетных направлений повышения качества плодоовощной продукции.

Summary: Presents international and domestic trends in the development of fruit and vegetable products. The substantiation of the priority areas to improve the quality of fruits and vegetables.

Развитие плодоовощного подкомплекса базируется на сочетании интересов государства, товаропроизводителей, потребителей и формиро-

вании между ними стабильных хозяйственных связей. При этом преследуется цель – удовлетворение внутреннего рынка высококачественными овощами, плодами, ягодами и продуктами их переработки, а также расширение экспортных поставок плодоовощной продукции, что гарантирует эффективность работы производителей и переработчиков плодоовощного сырья, продовольственную безопасность страны по данному виду продукции, рост качества жизни населения. Данное обстоятельство предполагает динамичное и экономически обоснованное взаимодействие всех структурных звеньев плодоовощного подкомплекса в рамках общей стратегии развития, обеспечивающее конкурентоспособность производимой продукции.

Обеспечение конкурентоспособности продукции представляет собой достижение предприятием стабильной реализации произведенных объемов продукции на рынке, востребованность продукции ее конечным потребителем в долгосрочном периоде, а не в конкретный момент времени. Обеспечивает конкурентоспособность продукции непосредственно ее производитель, в то время как ее определяет потребитель. В связи с тем, что непосредственно потребитель дает оценку конкурентоспособности произведенной продукции, посредством соотношения качественных и потребительских характеристик к цене реализации, то и обеспечение конкурентоспособности продукции возможно за счет воздействия производителем на данные три составляющие – качество, потребительские характеристики и цену плодоовощной продукции.

Влияние на важные для потребителя параметры (качественные, потребительские характеристики и цену плодоовощной продукции) осуществляется при помощи маркетинговой стратегии предприятия, главной целью которой заключается в повышении конкурентоспособности продукции за счет ориентации на потребителя.

Ориентация на потребителя означает обеспечение производства продукции, отвечающей требованиям внутреннего и внешнего рынков, наиболее полное удовлетворение производителем требований, предъявляемых к продукции ее конечным потребителем, а также способность реагировать на изменения потребительского спроса, выпуская продукцию с соответствующими потребительскими характеристиками. Постоянное возрастание потребностей предполагает увеличение требований, предъявляемые потребителем к продукции, кроме того изменяются их вкусы и предпочтения, в связи с чем возникает необходимость развития производства ориентированного на потребительский спрос.

Применительно к продукции из плодоовощного сырья повышение качества означает улучшение ее параметров и свойств, обеспечивающее не только соответствие законодательно принятым нормативам, гарантирующим ее безопасность для жизни и здоровья человека, но и наибольшую сохранность витаминов, микроэлементов и питательных веществ, а также вкусовых свойств произведенной продукции.

Обеспечение повышения качества плодоовощной продукции в соответствии с предпочтениями потребителя возможно с помощью производства экологически чистых (органических) продуктов питания/

Под экологически безопасными продуктами как правило понимают продукты, производство которых осуществляется на почвах с допустимыми (нормативными) уровнями содержания радионуклидов, тяжелых металлов, других опасных для здоровья включений и без применения (при ограниченном применении) в технологиях удобрений и средств защиты химического происхождения. Это могут быть продукты овощеводства и плодоводства, как потребляемые в натуральном виде (свежие овощи, фрукты и ягоды), так и после переработки без применения химических добавок (красители, консерванты и др.).

Рынок продукции органического сельского хозяйства является одним из самых динамично растущих сегментов продовольственного рынка в мире. Ежегодный рост продаж экологически чистых (органических) продуктов питания составляет в среднем 10-20%. Более 95 % потребителей органических продуктов проживают в США, Японии и Европе. Крупнейшим является американский рынок (около 60% мирового оборота органической продукции). Лидерами по объемам продаж и потреблению органических продуктов в Европе являются Германия, Великобритания, Италия, Франция, Швейцария, Австрия, Дания, Люксембург [1, 2].

Доля сертифицированных органических продуктов в общем объеме продовольствия составляет в Европе в среднем от 3,6 % (Германия, Италия) до 6% (Дания). По отдельным видам продовольствия доля органических продуктов в Дании, Австрии, Италии, Франции, Германии намного больше и равна 10 % – 15 % (овощи, фрукты, хлеб, соки, специи, приправы). От общего объема продаж на долю фруктов приходится в среднем 15 % [3].

Важным стимулирующим фактором расширения производства экологически чистой (органической) продукции в республике является перспективная возможность обеспечения конкурентной устойчивости производителей экологически безопасных продуктов. Известно, что для рынка

продовольствия характерна низкая эластичность спроса по цене. Потребительские предпочтения здесь в основном формируются под воздействием неценовых факторов, прежде всего, качества продукции. При этом учитывается не только калорийность, содержание витаминов, но и наличие токсичных для организма веществ (тяжелые металлы, остаточные пестициды и др.). Разумеется, что продукция, произведенная без применения разнообразных химических соединений (удобрений, средств защиты и др.) будет пользоваться повышенным спросом, несмотря на то, что цена ее может быть несколько выше по сравнению с обычными продуктами. Это и обеспечивает устойчивую конкурентоспособность продукции и конкурентные преимущества ее производителям.

Проведенные исследования свидетельствуют о возрастающем спросе на продукцию органического сельского хозяйства и в Республике Беларусь. О предпочтениях белорусских потребителей в отношении экологически чистых продуктов питания можно судить по имеющимся результатам проведенного анкетного опроса: более 94 % потребителей выразили желание покупать и потреблять экологически чистое продовольствие, причем 72 % потенциальных покупателей заявили о готовности платить за органические продукты на 30 % больше по сравнению с обычными, почти 20 % опрошенных готовы платить в 1,5 раза больше, а около 8% – в 2–3 раза. Как видно, белорусские покупатели готовы следовать тенденциям мирового рынка экологически чистого продовольствия [4].

Переход к производству продукции на основе экологически чистого (органического) сырья является одним из приоритетных направлений обеспечения устойчивого развития отраслей плодоводства и овощеводства, а также переработки плодоовощного сырья, гарантирует конкурентоспособность произведенной продукции за счет обеспечения ее высокого качества и соответствия потребительским характеристикам.

Этот вывод, кроме реализации экономических интересов производителей, аргументируется также реализацией важнейшего направления социальной политики государства об улучшении качества питания и сохранения здоровья людей, что имеет особую значимость в связи с радиационным загрязнением территории республики после аварии на Чернобыльской АЭС и необходимостью поддержания природного равновесия. В данном случае достигается гармония многосторонних интересов государства, товаропроизводителей и потребителей.

Производство продукции на основе экологически чистого (органического) сырья является направлением, обеспечивающим экспортный по-

тенциал отечественных переработчиков плодоовощного сырья. Сегодня многие государства стимулируют активное потребление органических продуктов, как залог поддержания здоровья человека и гармонизации отношений использования природно-экологических ресурсов. Кроме того, слабое развитие в России (основного потребителя белорусского продовольствия) собственного производства органических продуктов, с одной стороны, и большая емкость российского продовольственного рынка с заслуженно высокой репутацией на нем белорусских продуктовых товаров, с другой стороны, создают предпосылки потенциального успеха производства продукции на основе экологически чистого (органического) сырья.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Развитие биоорганического сельского хозяйства / Гусаков В.Г. [и др.]. Минск. Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2012. – 75 с. – ISBN 978-985-6972-06-8.
2. Органическое сельское хозяйство Беларуси: перспективы развития. Материалы международной научно-практической конференции / сост. Н.И. Поречина. – Минск: ООО «Мэджик», 2012. – 104 с.
3. Нормативы органического производства Европейского Сообщества. – Минск: Донарит, 2013. – 183 с.
4. Грибоедова И.А. Диверсификация агропродовольственного комплекса Республики Беларусь. / И.А. Грибоедова - Минск: ИООО «Право и экономика», 2014 – 358 с.

УДК 631.15:33

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ТОВАРНЫХ ОТРАСЛЕЙ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Бурачевский А. А., аспирант

УО “Белорусский государственный аграрный технический университет” г. Минск

Ключевые слова: продукция, реализация, отрасль

Key words: production, realization, branch