

выделением организационно-управленческих затрат на осуществление обменных сделок.

Организационная структура управления промышленного предприятия определяет содержание выполняемых ею маркетинговых функций и участие в их выполнении структурных подразделений действующей структуры управления. Для чего составляется бинарная матрица распределения функций, процедур и операций маркетинга в оргструктуре предприятия. В такой матрице регистрируются только факты участия или неучастия данного структурного подразделения в выполнении той или иной функции, процедуры или операции. В общем виде матрица распределения функций, процедур и операций в оргструктуре предприятия представляет собой матрицу, в наименовании столбцов которой отражен перечень всех рутинизированных работ, процедур и операций. На пересечении столбцов и строк с помощью установленных символов указывается факт участия структурного подразделения в выполнении той или иной функции рутинизированной работы или операции. Совместив определяемые новым форматом содержания маркетинга по уровням управления на оргструктуру предприятия, мы сможем оценить степень её соответствия истинной (настоящей, концептуальной) роли маркетинга в управлении промышленными предприятиями.

Таким образом, последовательный анализ выделенных показателей позволит, на наш взгляд, установить степень адаптивности предприятия к происходящим изменениям в рыночной среде, тем самым создавая необходимую эмпирическую базу для формирования стратегии развития предприятия в среднесрочной перспективе.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ПЛОДОВ И ЯГОД В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Третьяк Л.Г., аспирант, БГАТУ, г. Минск

Рынок плодов и ягод является одним из важных сегментов продовольственного рынка республики. Он характеризуется рядом специфических призна-

ков, соответствующих конкретным условиям социально-экономического развития страны и формирования рыночных отношений.

Современное предложение плодовой продукции на внутреннем рынке Беларуси на 80% формируется за счет производства в хозяйствах населения. Это в основном либо нетоварное, либо низкотоварное производство с большими затратами труда, позволяющее частично удовлетворять потребности населения и перерабатывающей промышленности в летне-осенний сезон. Крупнотоварные хозяйства не заняли доминирующего положения на внутреннем рынке. Более того, за 2000-2008 гг. удельный вес продукции от сельскохозяйственных организаций снизился с 18,8% до 10,1%.

Исследование динамики производства плодов и ягод свидетельствует о том, что в 2000-2007гг. в целом сложилась тенденция увеличения общего производства плодово-ягодной продукции, однако в республике не достигнуто получения стабильных урожаев. Валовой сбор плодов и ягод в хозяйствах всех категорий в 2007г. составил 534 тыс.т., что на 299,1 тыс. т, или 178,6% выше уровня 2000г. Следует отметить, что прирост объемов производства достигнут за счет интенсивного фактора – повышения средней урожайности культур: за анализируемый период она увеличилась на 235% и составила 77,3 центнеров с гектара.

В то же время в сельхозорганизациях наблюдается снижение и без того низкой урожайности: с 12,7 ц/га в 2000г. до 9,0 ц/га в 2007г. (29%). Для сравнения в странах с развитым плодоводством урожайность плодовых культур находится в пределах 300-500 ц/га.

Анализ основных характеристик исследуемого рынка за последние годы показывает, что потребление плодов и ягод на душу населения за 2000-2007 гг. увеличилось с 25 до 57 кг (128%), что, однако, составило лишь 71,3% от рекомендуемой нормы потребления - 80 кг на душу населения. С учетом мировых тенденций роста потребления фруктов, а также целесообразности повышенного их потребления жителями республики в связи с чернобыльской аварией и загрязнением территории радионуклидами указанную норму можно увеличить на

10-15%. К примеру, в Австралии ежегодно на душу населения приходится 135 кг фруктов, в США и Канаде - 126 кг.

Таблица 1. Основные характеристики рынка плодов и ягод РБ

| Наименование показателей | Годы | | | | | 2008 г. в % к 2000 г. |
|--|---------|--------|--------|--------|--------|-----------------------|
| | 2000 | 2001 | 2003 | 2005 | 2008 | |
| Норма потребления на душу населения, кг | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 100,0 |
| Численность населения, тыс. чел. | 10019,2 | 9990,4 | 9898,6 | 9800,1 | 9714,5 | 97 |
| Потребление на душу населения, кг | 25 | 31 | 40 | 47 | 57 | 228 |
| Производство на душу населения, кг | 30 | 32 | 24 | 46 | 51 | 170 |
| Потенциальная емкость рынка, тыс. ц | 8015,4 | 7992,3 | 7918,9 | 7840,1 | 7771,6 | 97 |
| Фактическая емкость рынка, тыс. ц | 2504,8 | 3097,0 | 3959,4 | 4606,0 | 5537,2 | 221,1 |
| Уровень самообеспечения (по фактическому потреблению), % | 120 | 103,2 | 60 | 97,9 | 89,5 | +, - |
| | | | | | | -25,4 |
| Уровень самообеспечения (по рациональной норме), % | 37,5 | 38,8 | 30 | 57,5 | 63,8 | 170 |
| Возможности расширения емкости рынка, % | 68,8 | 61,3 | 50,0 | 41,3 | 28,8 | 41,9 |

Уровень производства плодов и ягод на душу населения является вторым важнейшим показателем, характеризующим состояние рынка плодово-ягодной продукции республики. Несмотря на рост данного показателя с 30 до 51 кг (170%), за счет собственного производства обеспечивается лишь 63,8% минимально необходимого количества плодов и ягод, что ниже достаточного уровня продовольственной безопасности. Недостаток качественных фруктов на внутреннем рынке восполняется поставками по импорту, объемы которого ежегодно растут.

Таблица 2. Внешнеторговый оборот плодородческой продукции

| Год | Импорт | | Экспорт | |
|-----------------|--------|------------|---------|------------|
| | тыс.т. | млн. долл. | тыс.т. | млн. долл. |
| 2000 | 92,4 | 46,3 | 22 | 10,5 |
| 2001 | 96,7 | 38,9 | 25,3 | 8,1 |
| 2002 | 166,7 | 54,8 | 18,3 | 9,8 |
| 2003 | 196,6 | 67,1 | 20,5 | 11 |
| 2004 | 196 | 81,3 | 20,5 | 14 |
| 2005 | 228,2 | 117,1 | 14,4 | 13 |
| 2006 | 265,6 | 137,4 | 37,7 | 37,8 |
| 2007 | 256 | 168,5 | 17,9 | 44,4 |
| 2007 в % к 2000 | 277 | | 81,4 | |

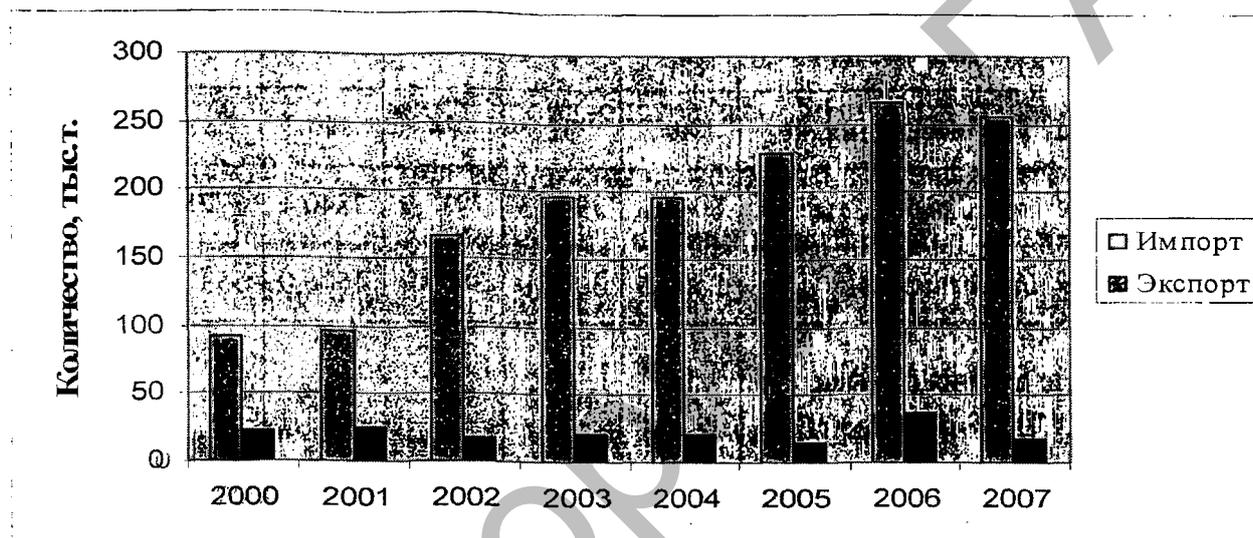


Рисунок 1. Внешнеторговый оборот плодородческой продукции в натуральном выражении, тыс.т

Так, в 2007г. производство плодово-ягодной продукции составило 534 тыс.т., а импорт – 256 тыс.т. Однако даже при таком объеме ввозимой плодово-ягодной продукции ее потребление на душу населения составило всего 71,3 % от рекомендуемой нормы.

По оценкам ведущих ученых-экономистов, баланс продовольственных ресурсов, достаточных для продовольственной безопасности и оптимального экспорта, должен находиться в пределах: собственное производство – 80-85%, импорт – 15-20 и экспорт – 15-20%.

В сложившейся ситуации импорт плодово-ягодной продукции в натуральном выражении в 14 раз превышает экспорт, причем за анализируемый период объем импорта вырос на 277%, а экспорта – уменьшился на 18,6%. В структуре экспорта на долю плодово-ягодной продукции приходится менее 1% от всех товаров продовольственного назначения, тогда как их удельный вес в структуре импорта занимает 12% этой группы продукции.

Оценивая ситуацию в целом, можно отметить, что структура импорта плодово-ягодной продукции в 2007г. сложилась следующим образом: доля стран СНГ – 18%, дальнего зарубежья – 82%. Наибольший удельный вес в структуре импортной продукции составляли яблоки, груши, айва (38,6%), плоды citrusовых плодов (26%), бананы (13%), виноград (8,9%) и косточковые (5,6%). Основными поставщиками свежих плодов на внутренний рынок РБ в 2007 году были: яблок, груши, айвы – Польша (56,7%), Молдова (20,6%), citrusовых – Испания (30,4%), Египет (19,5%), Марокко (10%); бананов – Эквадор (65,7%); винограда – Турция (32,8%), Молдова (29,2%), косточковых – Испания (40,3%), Молдова (18%), Греция (17,4%), Италия (9%).

Структура потребления и производства основных плодов и ягод в нашей стране принципиально отличается от мировой, что связано с экономическими, социальными, культурно-бытовыми особенностями жизни населения. Основным видом плодов на внутреннем рынке являются яблоки (более 70%), что обусловлено прежде всего доступностью (многие выращивают яблоки в личных подсобных хозяйствах), сравнительно низкой ценой, традиционными вкусами и предпочтениями. Для сравнения в США на долю яблок приходится всего 17% плодов и ягод, а основной удельный вес занимают апельсины (около 40%).

В товарной структуре розничного товарооборота удельный вес плодов, ягод и бахчевых составляет 2,2%. Объем продажи плодово-ягодной продукции за период с 2000 до 2007г. увеличился с 213 до 282 тыс. тонн (132%), фруктовых консервов (включая соки) – с 131,2 до 149,6 млн. условных банок (114%). В то же время следует отметить, что удельный вес продажи плодов и ягод отече-

ственного производства в розничной торговой сети составляет всего 22,5%, консервов – 56,2%, что прежде всего связано с низкой конкурентоспособностью отечественной продукции.

Средние цены на плодово-ягодную продукцию, реализованную сельскохозяйственными и другими организациями, выросли за 2001-2007гг. более чем в 6 раз (с 123 до 795 тыс. рублей за тонну), а по ягодам – в 8 раз (с 439 до 3702 тыс. рублей за тонну).

Балансовые расчеты по использованию плодово-ягодной продукции показывают, что 20% валового сбора заготавливается для потребления в свежем и переработанном виде, более 20% используется на корм скоту, более 10% составляют потери и 50% оставшегося количества потребляется населением в местах непосредственного производства.

В связи с этим в организационном плане необходимо идти по пути создания новых рыночных структур по производству и сбыту продукции, используя передовой опыт других стран.

Обобщая вышеизложенное, можно отметить ряд особенностей, присущих рынку плодово-ягодной продукции Республики Беларусь: многолетний дефицит плодово-ягодной продукции отечественного производства по сравнению с потребностями, что вызывает необходимость ее экспортных поставок при практическом отсутствии конкурентной ситуации между внешними поставщиками с одной стороны, и внутренними производителями, с другой; функционирование на рынке субъектов крупнотоварного и парцеллярного (мелкого) производства плодово-ягодной продукции, представленного владельцами приусадебных и дачных участков; слабое развитие производственной инфраструктуры плодово-ягодного подкомплекса, недостаточная обеспеченность хранилищами и устаревшие технологии хранения, вследствие чего значительная часть выращенной продукции становится неконкурентоспособной; низкий уровень развития маркетинга, недостаточная изученность рыночного спроса и предложения, отсутст-

вие информационно-маркетинговых систем. Все это затрудняет формирование стабильного рынка плодов и ягод с учетом их максимального собственного производства, существенно снижает эффективность производства и конкурентоспособность плодовой продукции. На современном этапе отрасль по-прежнему не удовлетворяет рациональную потребность населения в плодово-ягодной продукции, в связи с чем возникает необходимость поиска, научного обоснования и активного освоения новых методов хозяйствования, формирования производственно-сбытовых структур рыночного типа.

ЛИЧНЫЕ ПОДСОБНЫЕ ХОЗЯЙСТВА - ОРГАНИЧНЫЙ ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Василькевич С.Н., аспирант, БГАТУ, г. Минск

Аграрные проблемы находятся в центре экономической политики государства. Особое внимание, которое уделяется продовольственной безопасности страны, имеет свои исторические корни.

В аграрном секторе Республики Беларусь развиваются личные подсобные хозяйства (ЛПХ) населения. ЛПХ являются одним из важнейших секторов сельскохозяйственного производства республики и оказывают определенное влияние на решение задач продовольственной безопасности страны. Экономическое и социальное значение личных подсобных хозяйств населения состоит в том, что они, во-первых, обеспечивают значительную часть потребностей сельских жителей, а также горожан в важнейших продуктах сельского хозяйства, во-вторых, позволяют более полно использовать трудовые ресурсы села (особенно людей старших возрастов и подростков), в-третьих, служат важным источником доходов сельских жителей.

ЛПХ органически включено в единую систему агропромышленного комплекса исходя из того, что: