

- при существенных средствах, затраченных на реализацию Программы (128,2 трлн р.), единственным видом продукции, по которому достигнут запланированный прирост, является молоко. Не достигнут ожидаемый уровень рентабельности реализованной сельскохозяйственной продукции;

- проблема убыточности сельскохозяйственных предприятий: за пятилетку удельный вес убыточных предприятий по сельскохозяйственным организациям республики вырос практически в 2 раза; размер задолженности сельскохозяйственных организаций значительно превышает их годовую выручку;

- экспорт сельскохозяйственной продукции решает важнейшую для республики проблему «зарабатывания валюты», однако дорого обходится экономике — практически по всем ключевым экспортным позициям себестоимость производства существенно превышает цены;

- отсутствие механизма, создающего заинтересованность субъектов хозяйствования в достижении высоких конечных результатов и росте эффективности производства;

- система управления использует в основном административные методы, в силу чего она инерционна, воспроизводит затратный механизм ценообразования и провоцирует иждивенческие настроения у части сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Таким образом, к настоящему времени в сельском хозяйстве Беларуси накоплен огромный производственный потенциал, повышение эффективности использования которого должно стать основной задачей аграрной политики, проводимой государством.

*Ю.А. Рыбалко, магистр экон. наук
БГЭУ (Минск)*

РАЗВИТИЕ СЕТЕВОГО ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РИТЕЙЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время все большее внимание уделяется развитию розничной торговли, так как именно розничная торговля позволяет не только динамично реагировать на изменения в рыночной среде, но и повышать качество жизни за счет своевременного удовлетворения запросов каждого потребителя.

Розничная торговая сеть представляет собой совокупность розничных торговых предприятий и других торговых единиц, размещенных на определенной территории, с целью продажи товаров и обслуживания покупателей.

В Республике Беларусь в последние годы идет активное развитие рынка розничной торговли. Институт социологии Национальной академии наук Беларуси совместно с международной аналитической компа-

нией Nielsen в начале 2013 г. провел исследование в рамках изучения мнения населения о работе имеющихся в их городах продовольственных магазинов. Респондентами выступили жители малых населенных пунктов — районных центров.

В ходе исследования нашло подтверждение распространенное мнение, что именно продовольственный ритейл для небольших населенных пунктов является наиболее актуальным и востребованным сегментом розничной торговли. Так, в ходе опроса выяснилось, что каждая пятая семья — 21 % — тратит на продукты питания от 70 до 90 % своего бюджета. В каждой третьей семье (38,4 %) на продукты питания приходится от 50 до 70 % всех потребительских расходов. И только 5 % семей тратят на продукты менее 30 % своего бюджета.

Лидером белорусского продуктового ритейла является «Евроопт», чья доля в розничном товарообороте (РТО) достигла 7,8 % по итогам 1-го полугодия 2012 г. По данным экспертного исследования, для сегмента продуктовой розницы в республике характерно увеличение доли крупных компаний в общем объеме. По результатам первого полугодия 2012 г. в пятерку лидеров отечественного ритейла вошли сети «Евроопт», «Корона», «Родная сторона», «Гипсо» и «Рублевский».

Таким образом, розничная торговая сеть обеспечивает возможность быстро, удобно и с минимальными затратами сил и времени приобретать товары и услуги в необходимом количестве и надлежащего качества.

Современные форматы торговли еще только начинают развиваться в Беларуси, а учитывая мировой опыт, можно говорить о наличии достаточно большого потенциала для дальнейшего активного развития.

*С.А. Сегеда, канд. экон. наук, доцент
ВНАУ (Винница, Украина)*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УКРАИНЕ

С переходом к рыночным условиям хозяйствования в Украине значительно изменились уровень и структура потребления населением основных продуктов питания. Анализ потребления основных продовольственных продуктов на одного человека за год свидетельствует о том, что аграрно-продовольственный рынок Украины функционирует в условиях низкого спроса подавляющего большинства населения почти на все продовольственные продукты. Значительное уменьшение потребления касается таких продуктов, как мясо и мясoproductы (-24,7 %), молоко и молокопродукты (-45,1 %), рыба (-25,6 %). В то же время потребление яиц (+14,0 %), картофеля (+8,3 %), овощей и бахчевых (58,1 %) и масла (14,2 %) в течение 1990—2011 гг. существенно увеличилось. Данная тенденция свидетельствует об экономическом кризисе