

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

В первую очередь эффективность деятельности предприятий АПК определяется их способностью выходить на рынки с наборами товаров и услуг, пользующихся у потребителей устойчивым спросом. От соотношения спроса и предложения зависят рыночные цены на товары. Основным инструментом анализа продовольственного рынка является взаимодействие элементов рыночного механизма (состояние спроса и предложения, конкуренция и уровень цен).

Республика Беларусь является самодостаточной страной в продовольственном отношении, поскольку собственного производства хватает, чтобы избежать хронического недоедания всем социальным группам. Однако экономика страны значимым образом зависит от внешней торговли, так как производство многих продовольственных товаров превышает республиканские потребности.

В 2012 г. производство сельскохозяйственной продукции в текущих ценах достигло 100,8 трлн руб. В целом по республике индекс его физического объема к уровню 2011 г. в сопоставимых ценах составил 106,1 % [1].

Наряду с производством сельскохозяйственной продукции продовольственную безопасность страны обеспечивает сбыт соответствующих товаров в условиях конкуренции, существующей как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Организации Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь в 2012 г. экспортировали продукции на 2,9 млрд долл США, что составило 115,8 % к уровню 2011 г. [3].

Преобладающими в товарной структуре экспорта подведомственных министерству организаций в 2012 г. были молокопродукты (58 %), мясо и мясопродукты (32,1 %), казеин (2 %), яйцо (1,4 %).

Основным внешнеторговым партнером организаций Минсельхозпрода является Российская Федерация. Так, за 2012 год в Россию было поставлено продукции на 2 661 млн. долл. США (на 18,7 % больше уровня 2011 г.).

Экспорт продукции в страны СНГ, кроме России, за 2012 год составил 160,6 млн долл. США и увеличился по сравнению с 2011 г. на 2,4 %.

В страны дальнего зарубежья организации Минсельхозпрода за 2012 год экспортировали продукции на 91,9 млн долл. США (78,4 % к уровню 2011 г.), в том числе в страны ЕС – на 79,5 млн долл. В страны дальнего зарубежья поставлялись казеин, рапсовое масло, льноволокно [3].

Всего в 2012 г. подведомственные Минсельхозпрода организации экспортировали продукцию в 53 страны. Крупнейшими импортерами продукции помимо России являются Казахстан, Украина, Польша, Германия, Азербайджан, США, Литва и Латвия.

В Республике Беларусь в последние годы идет активное развитие рынка розничной торговли. Для белорусского рынка продовольственной розницы характерна достаточно высокая рентабельность продаж, сопоставимая с рентабельностью продаж крупнейших российских сетей.

По данным Института социологии НАН Беларуси, среди основных недостатков в работе продовольственных магазинов малых городов более 2/3 жителей отмечают высокие цены, а около 50 % опрошенного населения – невозможность купить все необходимое в одном магазине. Кроме того, 45 % опрошенных недовольны не всегда хорошим качеством продуктов [4].

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

Таким образом, деятельность разрозненно существующих товаропроизводителей различных его сфер в рыночных условиях неэффективна, а сложившиеся между ними взаимоотношения не обеспечивают согласованности их интересов, пропорциональности и ритмичности совместного производства. В связи с этим важное значение имеет развитие продуктовых компаний, позволяющие объединить и скоординировать усилия всех стадий в процессе производства, переработки, сбыта сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

Литература:

1. Беларусь в цифрах: Статистический справочник. – Минск: Нац. стат. комитет Республики Беларусь, 2013. – 97 с.

2. Информационно-справочный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Бизнес и финансы. – Минск, 2013. – Режим доступа : <http://www.interfax.by/article/98779>. – Дата доступа: 10.05.2013.

3. Экспорт организаций Минсельхозпрода в 2012 г. вырос до 2,9 млрд. долларов США // Мин-во сельского хоз-ва и продовольствия Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://mshp.minsk.by/news/a3d0a5ef2fc14aa8.html>. – Дата доступа: 10.05.2013.

А.Н. Сачёк

*УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
(Республика Беларусь, Гродно)*

ЭНЕРГОСЕРВИСНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК УЧАСТНИКИ ПРОВЕДЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ ЖИЛИЩНО- КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

При проведении модернизации жилищно-коммунальных предприятий целесообразно уделять повышенное внимание вопросам экономии топливно-энергетических ресурсов и повышению на этой основе уровня энергетической эффективности (далее – энергоэффективности) отрасли. К проведению энергосберегающих мероприятий следует привлекать и частный бизнес. Общим механизмом при этом выступает государственно-частное партнёрство (далее – ГЧП).

В проведении энергосберегающих мероприятий активными участниками могут стать создаваемые в рамках ГЧП специализированные энергосервисные организации.

Энергосервисная организация – это организация, которая предоставляет комплекс услуг (управленческих, организационных, технических, технологических, финансовых) по повышению энергоэффективности зданий и коммунальных объектов.

Например, участие частного сектора в рамках ГЧП при проведении энергосберегающих мероприятий в жилищном фонде может осуществляться двумя способами:

1. Заключение контракта на обслуживание и техническое содействие с ТСЖ или управляющей организацией, по которому частный партнёр будет проводить энергетическое обследование жилых зданий, реализовывать за счёт средств собственника отдельные энергосберегающие мероприятия.