

Такая система оценки, по нашему мнению, будет стимулировать труд работников и положительно влиять как на качество, так и на количество получаемой продукции, что позволит повысить эффективность отрасли.

*О. С. Петруша*  
БелНИИЭИ АПК (Минск)

## **ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ ОВОЩЕВОДСТВА ЗАЩИЩЕННОГО ГРУНТА**

Рекомендованная физиологическая норма потребления овощной продукции в республике не выдерживается из-за недостаточного производства огурцов, томатов, перца и зеленных культур. В летне-осенний период (с 15 июня по 10 октября) производится 75% овощей, и только 25% приходится на остальное время года. Остается неоптимальной и структура овощного конвейера. В среднем одним жителем Республики Беларусь потребляется всего 80-90 кг овощей при минимальной медицинской норме 120-130 кг.

В межсезонный период овощеводство защищенного грунта выполняет важнейшую задачу обеспечения населения витаминной продукцией, принимая на себя функцию импортозамещения, и на первый план выдвигается проблема качества.

Качество овощной продукции – один из характерных параметров определения эффективности работы овощеводства защищенного грунта. Важной предпосылкой удовлетворения потребительского спроса является равномерное поступление качественной продукции в торговую сеть. Следует оценивать не только товарный вид овощей, но и их биохимический состав (содержание нитратов, тяжелых металлов, радионуклидов, остаточных пестицидов и т.д.). Эти факторы являются основополагающими в процессе ценообразования и существенно влияют на финансовые результаты деятельности тепличных комбинатов.

Наиболее прогрессивной технологией производства овощей в защищенном грунте является малообъемная (контейнерная) технология, которую также называют голландской. В 1998 году уже двадцать хозяйств республики использовали ее в своем производственном процессе, применяя дорогостоящие импортные материалы и оборудование. Это привело белорусских производителей овощей к такой ситуации, что, не имея возможности конвертации белорусских рублей, они накапливают задолженность перед иностранными партнерами. Такое положение создает предпосылки к тому, что в определенный момент они вынуждены либо прекратить производство, либо проводить акционирование и продавать часть акций за рубеж по заниженным ценам. Государственные программы еще не в полной мере обеспечивают поддержку сельхозпроизводителей. Долг таких хозяйств по заключенным контрактам 1997-1998 гг. сос-

тавил по республике 1524,1 тыс. долл.. Для приобретения материалов под урожай 1999 г. необходимо иметь 2576 тыс. долл..

Одним из решений может быть реализация зимних овощей непосредственно за валюту в страны СНГ и в первую очередь в Россию. При такой ситуации особую роль играет качество выращенной продукции.

Использование систем тепличного овощеводства с применением малообъемных субстратов и капельного полива при условии соблюдения всех требований агротехники приближает уровень производства к промышленному, минимизируя влияние внешней среды. Это упрощает прогнозирование основных производственных параметров, в том числе и качества продукции. При выращивании овощей на торфосодержащих почвогрунтах, например, товарность огурцов составляет 90-95 %, в том числе первым сортом реализуется от 20 до 35 %; у томатов при более высоком уровне товарности (до 98%) первым сортом проходит не более 20-25% валового сбора.

Инофирмы, поставляющие сырье и оборудование для овощеводства на белорусский рынок ("Агротех-Дидам", "Нетафим", "АТС", "Хортпол"), гарантируют при точном выполнении их технологических требований гораздо более высокие показатели качества: товарность свыше 99% и долю продукции, реализуемой первым сортом – не менее 80%. Наиболее полно внедрена голландская технология на тепличном комбинате Белорусской железной дороги фирмой "Агротех-Дидам", что позволило достигнуть товарности 98%. Первым сортом было реализовано около 70%, третий сорт и несортные составляли 4-7%.

Внедрение голландских технологий производства овощей защищенного грунта на малообъемных субстратах позволяет резко повысить качество продукции за счет снижения влияния внешних факторов.

*Г.В. Круглякова*, канд. техн. наук,

*Г.Н. Кругляков*, канд. техн. наук,

*Л.А. Тригубова*

ГКИ (Гомель)

## **ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ**

В связи с этим на рынке безалкогольных напитков образуется ряд относительно независимых сегментов покупателей, которые отдают предпочтение или освежающему вкусу и аромату, или определенному цвету, или напитку той или иной консистенции. Зачастую покупатель выбирает не напиток, а тару, в которую он упакован - стеклянную бутылку, жестяную банку или полимерный баллон. Определяющим в выборе напитка для покупателя может быть даже такой показатель, как емкость упаковки - для разового потребления или крупная - на длительное потребление или рассчитанная на несколько месяцев. На выбор покупателя могут оказать воздействие,