

## **МИРОВОЙ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ КРИЗИС И УРОВЕНЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ**

1. Для обыденного, а зачастую и научного, сознания характерны стереотипы в оценке государственного регулирования сельского хозяйства, которые с постоянством, но без должного критического осмысления, воспроизводятся в течение продолжительного времени. Представляется, что теоретическое рассмотрение некоторых из таких стереотипов может быть полезным для лучшего понимания проводимой в различных странах аграрной политики.

2. Мировой агропродовольственный кризис начала XXI в. рассматривается многими экономистами как дополнительное свидетельство необходимости усиления государственного регулирования сельского хозяйства. На практике наблюдается парадоксальная ситуация — уровень государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей в развитых странах за годы кризиса значительно снизился. Об этом свидетельствует динамика коэффициентов субсидий производителям и потребителям в странах ОЭСР, позволяющих комплексно оценить размеры государственного вмешательства в функционирование аграрного сектора.

3. Агропродовольственный кризис явился следствием резкого увеличения цен на сельскохозяйственную продукцию из-за неблагоприятных погодных условий, роста вовлечения в промышленную переработку различных видов продукции растениеводства для производства биотоплива и повышения жизненного уровня населения в странах Юго-Восточной Азии. При этом кризис в первую очередь затронул не производителей сельскохозяйственной продукции, а потребителей продовольствия, так как для них оно стало менее доступным. Особенно усилилась продовольственная неопределенность в развивающихся странах.

4. Парастание проблем в мировом агропродовольственном комплексе сопровождается снижением уровня и изменением структуры государственной поддержки аграрных товаропроизводителей в развитых странах. Страны ОЭСР постепенно отказываются от поддержки рыночных цен с целью перераспределения доходов сельскохозяйственным товаропроизводителям и переходят к использованию инструментов политики, оказывающих меньшее воздействие на рыночные механизмы. Так, растут единые прямые выплаты, зависящие от соблюдения строгих норм по сохранению ландшафта, экологии, охране животных и качеству продукции. Снижение государственной поддержки товаропроизводителей сопровождается ростом поддержки потребителей, хотя последняя и остается отрицательной в странах ОЭСР.

5. В связи с ростом цен на продовольствие и сельскохозяйственную продукцию потребность в поддержке ее производителей снижается. Ранее она была обусловлена долгосрочной тенденцией цен к понижению, что при неэластичности спроса по цене в существующих ценовых интервалах определило долговременное относительное снижение доходов сельскохозяйственных товаропроизводителей. Рост цен делает такую поддержку ненужной, напротив, помощь теперь должна быть оказана потребителям продовольствия, косвенная нагрузка на которых в связи со снижением объемов помощи товаропроизводителям снижается, но увеличивается нагрузка из-за роста цен на продовольствие.

6. Прогноз на будущее. Тенденция к росту цен на сельскохозяйственную продукцию и продовольствие сохранится в среднесрочной перспективе. Это обусловит дальнейшее сокращение объемов государственной поддержки сельского хозяйства в развитых странах и изменение структуры этой поддержки.

*А.В. Мозоль, канд. экон. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)*

*В.Н. Гавдур, магистрант  
БГАТУ (Минск)*

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ В ОВОЩЕВОДСТВЕ ЗАКРЫТОГО ГРУНТА**

В период становления и развития рыночных отношений важное место принадлежит конкурентоспособности товара и предприятия в целом. Проблемы повышения конкурентоспособности тепличного овощеводства, а также совершенствования сбыта овощной скоропортящейся продукции являются приоритетными направлениями в развитии подотрасли. Производство и последующая реализация овощей производителями осуществляется практически без учета потребностей потребителей, без надлежащей разработки предприятиями маркетинговой, товарной и сбытовой политики. В связи с этим возникает необходимость формирования эффективного механизма сбыта овощной продукции в соответствии со сложившимися экономическими условиями, определение вариантов взаимоотношений участников рынка овощей, решение проблемы удовлетворения потребностей населения в качественной и конкурентоспособной продукции.

Для решения существующих проблем необходимо разрабатывать и реализовывать эффективные стратегии. В теории маркетинга выделяют следующие стратегии конкурентной борьбы:

- стратегия лидерства по издержкам (виолетная стратегия) — достижение более низких по сравнению с конкурентами издержек без снижения качества продукции;