

левский», «Евроопт», «ProStore», «Родная сторона», «АЛМИ», «Соседи», «Виталюр» и др.

Опережающее развитие и охват все большей доли рынка крупными сетями приводят к позитивным результатам, включающим повышение качества и совершенствование форм обслуживания покупателей, поддержание умеренных цен, установление стандартов качества товаров и организации поставок, увеличение инвестиций в товаропроводящую инфраструктуру.

Оценивая состояние потребительского рынка республики в целом, его можно охарактеризовать как относительно стабильное, с достаточно развитой сетью организаций торговли. Однако по мере дальнейшего улучшения экономической ситуации в стране белорусский потребительский рынок будет постепенно приближаться по структуре к рынкам западных стран, что потребует дальнейшего совершенствования его инфраструктуры. В числе основных направлений ее можно назвать оптимизацию расположения организаций торговли, преобразование рынков в торговые комплексы, упорядочение размещения мелкорозничной торговой сети, совершенствование механизмов координации в развитии и размещении объектов розничной торговли, в том числе сетевых структур. Реализация данных мероприятий будет способствовать дальнейшему развитию сферы торговли и потребительского рынка страны.

*И.И. Пантелеева, ассистент
МГУП (Могилев)*

РАЗВИТИЕ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

В настоящее время наша страна входит в состав Таможенного союза (ТС) и Единого экономического пространства (ЕЭП). Их функционирование предполагает проведение Республикой Беларусь, Республикой Казахстан и Российской Федерацией согласованной политики в продовольственной сфере, основанной на единых принципах регулирования деятельности субъектов хозяйствования и их государственной поддержки, единых правил в области конкуренции и предоставления субсидий, а также выработке единой ценовой политики. Интеграция государств — членов ТС и ЕЭП открывает широкие перспективы для экономического развития, создает дополнительные конкурентные преимущества для стран-участниц [1].

Пищевая промышленность является одной из самых перспективных и быстро развивающихся отраслей народного хозяйства. В структуре производства более 60 % общего объема занимают маслосыродельная и молочная (31 %), мясная (21 %) и мукомольно-крупяная (12 %) промышленности, что отражает предпочтения населения страны в выборе продуктов питания.

За последние годы в Республике Беларусь произошли некоторые изменения в потреблении отдельных видов продуктов. За 2012 г. потребление на душу населения овощебахчевых культур составило 145 кг и по сравнению с 2000 г. увеличилось на 52 кг. За аналогичный период времени потребление мяса и мясопродуктов возросло на 29 кг — до 88 кг. Потребление молока и молокопродуктов по сравнению с 2000 г. уменьшилось на 15 кг и составило 281 кг, что ниже рациональной нормы. Производство мяса и молока на душу населения возросло. В 2012 г. организациями всех форм собственности было произведено 1556,7 тыс. т мяса и 6766,6 тыс. т молока, что выше показателей 2010 г. на 16,6 и 2,4 % соответственно.

В пищевой промышленности Республики Беларусь значительная часть продукции поставляется на экспорт. В 2012 г. экспорт готовых пищевых продуктов в количественном исчислении составил 1437 млн дол. США (3,2 % в общем объеме экспорта), что на 91 % превышает данный показатель в 2010 г., который был равен 771 млн дол. США. Динамика экспорта по основным видам промышленности пищевой продукции представлена в таблице.

Экспорт основных видов продуктов пищевой промышленности
Республики Беларусь, тыс. т

Вид продукции	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Темпы роста, %	
				2011 г. / 2010 г.	2012 г. / 2011 г.
Мясо и мясные субпродукты	204,9	229,7	280,1	112,1	121,9
Молоко и молочная продукция	604,3	645	862,5	106,7	133,7
Сахар	493,4	396,2	451,2	80,3	113,9

Данные, приведенные в таблице, показывают, что экспорт продукции в 2012 г. по сравнению с 2011 г. увеличился по всем основным группам товаров: мяса — на 21,9 %, молочных продуктов — на 33,7 %, сахара — на 13,9 %. В разрезе стран в 2012 г. 73 % продовольственной продукции Беларусь экспортировала в Россию, 13 % — в другие страны СНГ, 14 % — в страны вне СНГ.

Проведенные исследования позволяют констатировать, что важно проводить работу по снижению импортной составляющей в организациях пищевой промышленности, ориентируясь прежде всего на отечественное сырье, материалы и комплектующие, а также по повышению их экспортной направленности в условиях экономической интеграции.

Литература

1. Таможенный союз: рынки сырья и продовольствия / З.М. Ильина [и др.]; под ред. З.М. Ильиной. — Минск: Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2013.