

Михалина АРНАТОВИЧ

*Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси,
Минск, Республика Беларусь
e-mail: mihalina@inbox.ru*

УДК 339.138.631.11

Научные подходы и основы формирования и развития рынка овощей

Рынок овощей является важнейшим сегментом продовольственного рынка Республики Беларусь, что определяется значением данной продукции для формирования сбалансированного рациона питания и здоровья населения страны. В статье представлены научные подходы к формированию и развитию рынка овощной продукции, а также обоснованы цели, принципы, условия и факторы, определяющие его эффективное функционирование. Выделены функциональные особенности категории «рынок овощей», которые охватывают стадии производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг и базируются на основе законов стоимости, спроса и предложения. Обоснованы стратегические и оперативные методы анализа внутренней и внешней экономической среды рынка овощной продукции, на основании которых выявляются резервы повышения эффективности деятельности хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: рынок, овощи, цели, принципы, функции, факторы, научные концепции, эффективность.

Mikhailina ARNATOVICH

*Institute of System Researches in the Agroindustrial Complex
of the National Academy of Sciences of Belarus, Minsk, Republic of Belarus
e-mail: mihalina@inbox.ru*

Scientific approaches and foundations for the formation and development of the vegetable market

The vegetable market is the most important segment of the food market of the Republic of Belarus, which is determined by the importance of these products for the formation of a balanced diet and health of the country's population. The article presents scientific approaches to the formation and development of the vegetable market, as well as substantiates the goals, principles, conditions and factors that determine its effective functioning. Highlighted the functional features of the category «vegetable market», covering the stages of production, distribution, exchange and consumption of goods and services, based on the laws of value, supply and demand. Strategic and operational methods for analyzing the internal and external economic environment of the vegetable market have been substantiated, on the basis of which reserves for increasing the efficiency of economic entities are revealed.

Keywords: market, vegetables, goals, principles, functions, factors, scientific concepts, efficiency.

© Арнатович М., 2021

Введение

Рынок как экономическая категория является объектом пристального изучения со стороны научных школ и течений (меркантилизм, XV–XVII вв.; физиократизм, 80-е гг. XVIII в.; классическая английская политическая экономия, конец XVII – вторая половина XIX в.; современная экономическая теория, конец XIX – начало XXI в.), зарубежных исследователей (Л. Абалкин, С. Авдашева, Л. Вальрас, Ф. Визер, В. Гильмундинов, Дж. Гэлбрейт, У. Джевонс, Э. Долан, Дж. Кейнс, Ф. Кенэ, Ф. Котлер, Р. Коуз, Д. Линдсей, А. Маршалл, И. Минаков, В. Радаев, Д. Рикардо, Н. Розанова, П. Самуэльсон, А. Смит, А. Тюрго, Й. Шумпетер, А. Юсупова) и белорусских ученых (А. Бондарь, В. Воробьев, В. Гусак, Л. Давыденко, З. Ильина, И. Лемешевский, И. Мирочицкая, И. Новикова, М. Ноздрин-Плотницкий, Ю. Ясинский). К настоящему времени сформировался ряд теоретико-методологических подходов, определяющих сущность категории «рынок»:

как условное пространство, сферу (первоначально рынок рассматривался как базар, место осуществления торговых операций);

механизм, инструмент, способствующий установлению определенных отношений между покупателем (потребителем) и продавцом;

систему производственно-экономических отношений;

группу физических и юридических лиц (субъектов), вступающих в деловые отношения и заключающих сделки по поводу любого товара.

Разнообразие рынков определяется спецификой их формирования и дальнейшего развития, базируясь на общих и специальных характеристиках товаров и услуг, которые на них представлены. Важная составная часть фонда жизненных средств – продовольствие, дефицит которого воспринимается как бедствие, требующее быстрого реагирования. Поэтому обобщение и систематизация научных подходов и теоретических основ формирования и развития рынка овощей как одного из важнейших продуктовых сегментов национальной продовольственной системы и социальной стабильности общества является целью данной статьи.

Материалы и методы

Теоретической основой исследования являются фундаментальные разработки отечественных и зарубежных ученых по повышению эффективности агропромышленного производства, формированию и развитию продуктовых рынков (в том числе овощной продукции). Использовались монографический, сравнительно-сопоставительный и абстрактно-логический методы исследования.

Основная часть

Выполненное нами исследование показало, что особенности овощного производства и товарных свойств овощей предопределяют необходимость высокой оперативности и гибкости в осуществлении технологических процессов производства и организации сбыта с учетом экономических и климатических факто-

ров. В качестве объекта рынка выступают не только производимая и реализуемая продукция (свежие и переработанные овощи), но и факторы производства (земля, труд, капитал); субъекта – товаропроизводители (сельскохозяйственные организации, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйства населения), организации, обеспечивающие продвижение продукции на рынок (складские, транспортные, торговые и иные предприятия), оптовые и розничные продавцы и покупатели. Ю. М. Андреев, Е. Н. Габибова, Г. И. Гануш, В. Д. Мухин, В. К. Мухортова, Г. И. Тараканов, Е. А. Суслов и другие ученые основными особенностями данной продукции называют то, что:

овощи относятся к теплолюбивым культурам, получение которых возможно только биологическим синтезом;

при выращивании овощных растений требуется большая капиталоемкость по сравнению с иными видами сельскохозяйственных культур;

овощи являются скоропортящимся продуктом, поэтому после уборки урожая требуется его изоляция от воздействия окружающей среды с целью замедления биохимических процессов;

большинство овощных культур относятся к продуктам, плохо переносящим механические и гидротермические воздействия;

овощи обладают слабо защищенными покровными тканями;

овощная продукция может быть употреблена в свежем и переработанном виде (овощные консервы и соки, сушеные и замороженные овощи);

овощи наиболее требовательны к условиям окружающей среды [1–5].

В этой связи нами систематизированы и выделены научные подходы сбалансированного развития рынка овощей в системе функционирования продовольственного рынка.

Первый подход – исследуемый рынок рассматривается как экономическая система, объединяющая товаропроизводителей и потребителей сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, торговые, складские, сбытовые и иные организации, которые обеспечивают реализацию процесса купли-продажи, удовлетворения запросов потребителей и повышают финансовую устойчивость субъектов хозяйствования (В. Бельский, Е. Витун, С. Вороков, Г. Гануш, В. Гусаков, Е. Злобин, З. Ильина, Н. Киреенко, С. Кондратенко, Л. Лагодич, И. Мирочицкая) [2, 6–14]. В данном аспекте рынок овощей зависит от государственного регулирования, которое заключается в решении вопросов продовольственной безопасности, обеспечении поддержки товаропроизводителей, ценового регулирования, маркетинга и продвижения товаров. По мнению З. Ильиной, продовольственная безопасность является в большей степени макроэкономической проблемой, чем проблемой агропродовольственного сектора. Она связана с эффективностью производства, уровнем и дифференциацией доходов населения, безработицей, другими экономическими индикаторами [15].

Второй подход – исследуемый рынок определяется как вид хозяйственной деятельности, который связывает производство и реализацию сельскохозяйст-

венной продукции и продуктов питания (В. Гусаков, З. Ильина, Н. Киреенко, И. Мирочицкая, А. Ревенков, И. Ушачев) [11, 16–19]. В данном аспекте, согласно исследованиям В. Гусакова, З. Ильиной, Н. Киреенко, И. Мирочицкой, формируются экономические отношения, обеспечивающие прямые и обратные рыночные связи, находящиеся под постоянным воздействием платежеспособного спроса и предложения, а также адекватных методов регулирования рыночных процессов, в том числе процесса принятия экономических решений [11, 16–17].

Третий подход – исследуемый рынок рассматривается как сфера проявления отношений между потребительской стоимостью продукции, на которую рассчитывает потребитель, и стоимостью, возместить которую рассчитывает производитель (В. Бельский, И. Буздалов, И. Казакевич, И. Лазаревич, Р. Савинов, Е. Серова, А. Шпак). Авторы считают, что в данном аспекте рынок рассматривают как место договоренностей основных субъектов. Это осуществляется с помощью действия законов спроса, предложения, стоимости, влияющих на потребности и доходы потребителей, из которых формируется платежеспособный спрос [6, 20–24].

Четвертый подход – исследуемый рынок определяется как экономическое явление, которое затрагивает сферы товарного производства и потребления, обеспечивая товарно-денежные отношения (А. Бондарь, В. Воробьев, В. Гусаков, Л. Давыденко, В. Добрынин, З. Ильина, И. Лемешевский, И. Минаков, И. Мирочицкая, И. Новикова, Ю. Ясинский). Деятельность субъектов хозяйствования строится непосредственно в контексте государственной политики и развивается согласно основным макроэкономическим законам: стоимости, спроса, предложения, убывающей отдачи, возрастающих вмененных издержек, определяющего влияния минимального ресурса. Данные законы характеризуют суть рыночного хозяйственного механизма и определяют комплекс объективных закономерностей, которые проявляются при создании и функционировании производственно-сбытовой системы [11, 16, 25–28].

Комплексное использование выделенных теоретических подходов к сущности рынка овощей способствует повышению ее эффективности и зависит от различных целей, поставленных перед ним. Стратегическая цель исследуемого предмета полностью согласуется с развитием национального продовольственного рынка и предусматривает обеспечение продовольственной безопасности (по десяти группам продуктов: зерно, молоко, мясо, сахар, растительное масло, картофель, овощи, фрукты и ягоды, яйца, рыба), повышения уровня и качества жизни населения [29]. Основная цель рынка овощей направлена на установление эффективной связи по единой производственно-сбытовой цепочке «производство – заготовка – хранение – транспортировка – реализация овощной продукции» за счет получения максимальной прибыли при минимальных затратах, наиболее полного удовлетворения потребностей покупателей, достижения оптимального (приемлемого) уровня цен, экономической свободы субъектов рынка.

Методологической основой формирования и сбалансированного развития рынка овощной продукции являются принципы хозяйствования. Установлено, что

к настоящему времени единого их перечня по предмету исследования не выработано. Так, Л. Гришаева использует общие принципы рыночного хозяйствования: ориентацию на потребителя, свободу выбора, свободу производителя, конкуренцию, приоритет частных интересов [30, с. 21]. В. Гусаков выделяет принципы свободной отрасли, свободной зоны, приоритетного развития, ориентации производства на потребителя, свободы самостоятельности и добровольности, прямого и равноправного партнерства [31]. Г. И. Гануш, В. В. Липницкая, З. Г. Ближнюк обосновывают формирование рынка овощной продукции с учетом адаптивных принципов территориального размещения овощеводства [32, с. 12–13]. В развитие методического подхода, предложенного коллективом авторов под руководством З. М. Ильиной [33, 34], нами разработана система специфических принципов формирования и эффективного функционирования рынка овощной продукции, базирующаяся на современных тенденциях мирового продовольственного рынка, специфических особенностях ее производства и реализации, рыночных возможностях потенциала адаптивности рынка к изменениям внешней среды, которая дополнена авторскими положениями (см. рис. 1).

Продовольственный рынок, являясь звеном экономической системы региона, выполняет ряд функций:

- организовывает процесс купли-продажи товаров посредством взаимодействия продавцов и покупателей, согласовывает экономические интересы сторон;

- определяет возможные пропорции в структуре предложения и спроса;

- устанавливает систему прямых и обратных отношений;

- определяет соотношения цен между различными товарами и устанавливает равновесную цену товара;

- исполняет роль распределителя продовольственных товаров между различными демографическими группами населения;

- реализовывает вхождение региона в межрегиональное разделение труда.

Важным направлением функционирования рынка овощной продукции является выполнение определенных функций, которые нами систематизированы следующим образом:

- традиционный подход, выделяющий общие функции (информационную, посредническую, ценообразующую, регулирующую, санирующую);

- усовершенствованный, дополненный такими функциями, как контролирующая (анализ приближения затрат товаропроизводителя к общественно необходимому и установление ценностных эквивалентов для обмена овощной продукцией) и стимулирующая (обеспечивает экономическое стимулирование, материальное вознаграждение производителей овощей, добивающихся снижения уровня издержек производства и повышения конкурентоспособности реализуемой отечественной продукции на внутреннем и внешнем рынках);

- маркетинговый, связанный с формированием спроса на овощную продукцию и стимулированием сбыта на внутреннем и внешнем рынках.

Концептуальной составляющей развития рынка овощей является комплекс условий и факторов, обеспечивающих функционирование его внутренней и внеш-

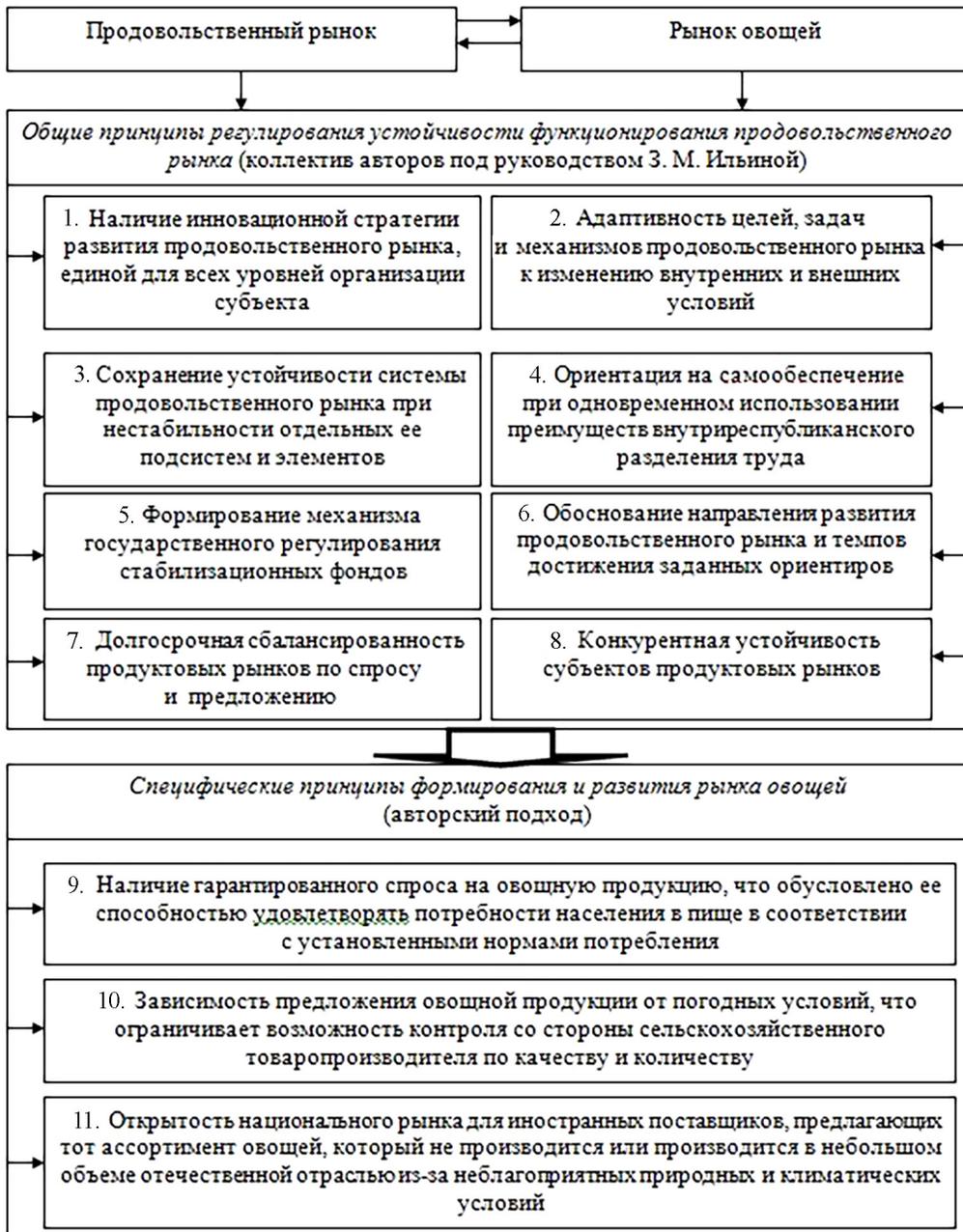


Рис. 1. Предлагаемая система общих и специфических принципов формирования и развития рынка овощей (выполнен автором на основании собственных исследований с использованием данных: [33, 34])

ней экономической среды. С точки зрения представителей экономической теории к общим условиям, определяющим структуру любого рынка, относятся: число продавцов, характеристика продукции, наличие барьеров входа-выхода, доступность информации. Анализ показал, что для рынка овощей наиболее оптимальной является монополистическая конкуренция, характеризующаяся большим количеством покупателей и продавцов, наличием ценового диапазона на продукцию разного качества. При этом размеры рыночных долей на рынке монополистической конкуренции, как правило, выше, чем в условиях совершенной конкуренции, и в среднем составляют от 1% до 10% общего объема продаж в данном сегменте. Уровень входных барьеров достаточно низок, первоначальный капитал невелик, а эффект масштаба не имеет большого значения.

Что касается специальных условий, отечественными и зарубежными учеными предлагается значительное их количество, а именно: право собственности хозяйствующих субъектов на средства производства, землю, произведенные продукты, доходы; свобода выбора видов и форм деятельности для любого хозяйствующего субъекта; равноправие субъектов различных форм собственности; свобода ценообразования, при которой цена на продукцию, работы, услуги формируется на основе соглашения между продавцом и покупателем при минимизации государственного вмешательства; самофинансирование: каждый субъект рыночных отношений должен сам покрывать свои финансовые расходы; конкуренция. В научных исследованиях таких авторов, как Л. Байгот, М. Байгот, Н. Киреенко, Н. Шагайда, В. Узун, наряду с вышеперечисленными условиями, отмечена необходимость создания рыночной инфраструктуры [2, 35–38].

Выполненные нами исследования показывают, что в настоящее время в работах зарубежных и отечественных исследователей выделяются различные подходы к определению и классификации факторов относительно внутренней и внешней среды. Коллектив авторов под руководством З. М. Ильиной предложил совокупность внешних и внутренних групп факторов, регулирующих все стороны производственного процесса в агропродовольственной сфере [39, с. 11–12]. Дополняя данный методический подход, коллектив авторов под руководством В. Г. Гусакова обосновал комплекс факторов, связанных с использованием экспортного потенциала агропродовольственной сферы Беларуси [40, с. 141]. С учетом этого нами классифицированы факторы, обуславливающие развитие рынка овощей (см. рис. 2).

В методическом плане для анализа предложенной классификации факторов используется комплекс методов и приемов, которые систематизированы нами по основным объектам внутренней и внешней экономической среды. Важнейшим аналитическим инструментом, позволяющим осуществить полный аудит производственно-экономической и маркетинговой деятельности организации, является SWOT-анализ (S (strength) – сила, W (weakness) – слабость, O (opportunity) – возможности, T (threat) – угрозы), в результате которого выявляются



Рис. 2. Классификация факторов внутренней и внешней экономической среды, обуславливающих эффективное функционирование рынка овощей (выполнен автором на основании собственных исследований)

сильные и слабые стороны субъектов (внутренний потенциал), рыночные возможности и угрозы (внешние факторы). Наряду с ним применяется SNW-анализ – усовершенствованный подход исследования сильных и слабых сторон организации и оценки среднерыночного состояния (N). По мнению Е. Бронниковой и С. Дымовой, выделение N связано с тем, что для победы в конкурентной борьбе может оказаться достаточным состояние, когда субъект относительно своих конкурентов по всем, кроме одной, ключевым позициям, находится в состоянии N, и только по одному в определенном состоянии [41, с. 2].

На практике сформировались специфические методы анализа, объектами которых могут быть как отдельные организации и процессы, так и вид экономической деятельности в целом. Классическими подходами являются сравнительный анализ (сопоставление технико-экономических и финансовых показателей организации с таковыми у его прямых конкурентов) и сравнительный

отраслевой анализ (оценка показателей субъектов хозяйствования одной отрасли – бенчмаркинг). Развивая это направление, Ф. Евдокимов и В. Гавва выделяют функционально-стоимостной анализ, позволяющий минимизировать затраты на производство продукции (в организации должна быть отлажена не только финансово-аналитическая группа, но и маркетинговые службы) [42]. А. Коротина, Л. Лагодич рассматривают бенчмаркинг как процесс точного измерения и сравнения всех операций по разработке и внедрению продуктов мирового класса непосредственно в организации и у ее конкурентов [14, 43]. Л. Усенко, Н. Киреенко, Т. Кислая предлагают проводить анализ полей бизнеса, изучая не только поток денежной массы, но и показатели возврата инвестиций на капитал, ликвидности, финансовой устойчивости [44, 45].

Изучение политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды рынка овощной продукции проводится с помощью PEST-анализа. Применяются и другие форматы, например SLEPT-анализ (учитывает правовой фактор) или STEEPLE-анализ (социально-демографический, технологический, экономический, окружающей среды (природный), политический, правовой, этический). В данном контексте используется матрица «анализ возможностей и угроз», которая предназначена для суммирования и оценки факторов, указанных выше.

При высоком уровне конкуренции важными методами изучения рынка овощной выступают профильная матрица конкурентов, «товар – рынок» и Бостонской консалтинговой группы, модель пяти конкурентных сил Майкла Портера. В совокупности эти подходы позволяют оперативно и комплексно оценивать производственно-сбытовую деятельность конкурентов, поставщиков и платежеспособность потребителей продукции, анализировать возможности появления продуктов-заменителей и новых игроков.

Выводы

1. Выполнено исследование научных подходов функционирования рынка овощной продукции, что позволило в теоретическом плане рассмотреть его как систему экономических отношений, вид хозяйственной деятельности, сферу проявления отношений между потребительской стоимостью продукции, компромисс интересов, экономическое явление и в практическом аспекте (он охватывает сферу товарного производства и потребления, а также призван управлять производственно-экономическими и сбытовыми отношениями). В дополнение обоснованы цели, принципы и функции формирования и развития рынка овощей, включающие наличие гарантированного спроса на овощную продукцию, обеспечивающую удовлетворение потребностей населения в соответствии с установленными нормами потребления; зависимость предложения овощной продукции от погодных условий, что ограничивает возможность контроля со стороны сельскохозяйственного товаропроизводителя по качеству и количеству;

открытость национального рынка для иностранных поставщиков, предлагающих тот ассортимент овощей, который не производится или производится в небольшом объеме отечественной отраслью из-за неблагоприятных природных и климатических условий.

2. На основе систематизации существующих теоретических подходов в зарубежной и отечественной практике выделены общие и специальные условия формирования и развития рынка овощей. Установлено, что первая группа включает общее число продавцов, характеристики продукции, наличие барьеров входа-выхода, а также доступность информации для всех рыночных субъектов; вторая – предусматривает комплекс условий, связанных с правом собственности хозяйствующих субъектов на средства производства, землю, произведенные продукты, доходы; со свободой ценообразования; созданием рыночной инфраструктуры; сегментацией рынка. В совокупности экономическая оценка позволяет через систему показателей определить уровень рыночной концентрации, монопольной власти, специализации отдельных товаропроизводителей и продавцов.

3. Обоснована система факторов, стратегических и оперативных методов анализа внутренней и внешней экономической среды рынка овощной продукции, суть которых состоит в практическом изучении и обобщении ключевых направлений развития, а также выявлении резервов повышения эффективности деятельности хозяйствующих субъектов. Научная новизна заключается в том, что предложенные методы дают наибольший результат, если анализ проводится регулярно с использованием одинакового формата, при этом обеспечивается принятие эффективного управленческого решения на всех стадиях производственно-сбытовой цепи (производство – переработка – торговля – потребление) с учетом требований рынка (сегмента), прогнозирования его развития применительно к конкретным производственно-экономическим условиям.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Андреев, Ю. М. Овощеводство: учебник / Ю. М. Андреев. – 2-е изд., стер. – М.: Академия, 2003. – 256 с.
2. Гануш, Г. И. Экономика адаптивных систем хозяйствования в АПК Беларуси. Теория, методология, практика / Г. И. Гануш // Нац. акад. наук Беларуси, Отд-е аграр. наук. – Минск: Беларус. навука, 2018. – 185 с.
3. Тараканов, Г. И. Овощеводство: учеб. для вузов / Г. И. Тараканов; под ред. Г. И. Тараканова, В. Д. Мухина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КолосС, 2003. – 400 с.
4. Овощеводство: учеб. пособие по направлениям подготовки: 35.03.04 Агрономия, 35.03.05 Садоводство, 35.03.07 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции, 35.04.05 Садоводство: в 3 ч. / сост.: Е. Н. Габилова, В. К. Мухортова // Донской ГАУ. – пос. Персиановский, 2019. – Ч. 1. – 180 с.
5. Суслов, Е. А. Развитие рынка овощной продукции в Российской Федерации: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Е. А. Суслов. – М., 2010. – 179 л.
6. Бельский, В. И. Экономический механизм государственного регулирования сельскохозяйственного производства: теория, методология, практика / В. И. Бельский. – Минск: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2018. – 265 с.

7. Витун, Е. Р. Товарно-денежные отношения и рынок в сельском хозяйстве: лекция для студентов / Е. Р. Витун // Гродн. с.-х. ин-т. – Гродно, 1993. – 31 с.
8. Вороков, С. С. Развитие регионального продовольственного рынка (теория, методология, практика): дис... д-ра экон. наук: 08.00.05 / С. С. Вороков. – Краснодар, 2004. – 294 л.
9. Формирование сбалансированного рынка сельскохозяйственного сырья и продовольствия (в контексте мировой продовольственной конъюнктуры). Методические рекомендации / В. Г. Гусаков [и др.]. – Минск: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2012. – 126 с.
10. Злобин, Е. Ф. Экономика и организация регионального рынка / Е. Ф. Злобин. – М.: Агри-Пресс, 1996. – 165 с.
11. Ильина, З. М. Рынки сырья и продовольствия: учебник / З. М. Ильина, И. В. Мирочицкая. – Минск: ТетраСистемс, 2014. – 288 с.
12. Киреенко, Н. В. Принципы организации и функционирования системы производства и сбыта на основе маркетингового подхода / Н. В. Киреенко // Экономические вопросы развития сельского хозяйства Беларуси: межвед. тематич. сб. – Минск: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2018. – Вып. 46. – С. 134–150.
13. Кондратенко, С. А. Устойчивое развитие регионального агропродовольственного комплекса: теория, методология, практика / С. А. Кондратенко. – Минск: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2019. – 286 с.
14. Лагодич, Л. В. Устойчивость развития продовольственного рынка Республики Беларусь: теория и методология: монография / Л. В. Лагодич. – Минск: Беларус. навука, 2015. – 256 с.
15. Ильина, З. М. Глобальные проблемы и устойчивость национальной продовольственной безопасности : в 2 кн. / З. М. Ильина. – Минск: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2012. – Кн. 1. – 211 с.
16. Гусаков, В. Г. Аграрная экономика: термины и понятия: энцикл. справ. / В. Г. Гусаков, Е. И. Дереза. – Минск: Беларус. наука, 2008. – 576 с.
17. Киреенко, Н. В. Система сбыта продукции АПК на основе маркетингового подхода: теория, методология, практика: в 2 ч. / Н. В. Киреенко; под ред. В. Г. Гусакова. – Минск: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2015. – Ч. 1. – 267 с.; Ч. 2. – 173 с.
18. Ревенков, А. Н. Состояние и перспективы развития пищевой промышленности / А. Н. Ревенков // ЭКО. – 2004. – № 12. – С. 107–120.
19. Ушачев, И. Какой должна быть аграрная политика в России / И. Ушачев // Агрорынок. – 2005. – № 4. – С. 7.
20. Буздалов, И. Н. Аграрная теория: концептуальные основы, тенденции развития, современные представления / И. Н. Буздалов. – М.: Academia, 2005. – 343 с.
21. Казакевич, И. Современные подходы к формированию ценовой поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей Беларуси / И. Казакевич, И. Лазаревич // Аграрная экономика. – 2018. – № 8. – С. 2–10.
22. Савинов, Р. С. Продовольственный рынок России в условиях внешнеэкономической либерализации: дис... канд. экон. наук : 08.00.05; 08.00.14 / Р. С. Савинов. – пос. Персиановский, 2002. – 161 л.
23. Серова, Е. В. Аграрная экономика / Е. В. Серова. – М.: ГУ ВШЭ, 1999. – 480 с.
24. Регулирование развития агропромышленного производства Беларуси / А. П. Шпак [и др.]; отв. ред. А. П. Шпак. – Минск: БНИВНФХ в АПК, 2008. – 172 с.
25. Экономическая теория: учеб. пособие / А. В. Бондарь [и др.]; под общ. ред. А. В. Бондаря, В. А. Воробьева. – Минск: БГЭУ, 2011. – 478 с.
26. Давыденко, Л. Н. Основы экономической теории: принципы, проблемы, политика трансформации. Международный опыт и белорусский вектор развития: учеб. пособие / Л. Н. Давыденко. – 2-е изд., перераб. – Минск: ИВЦ Минфина, 2011. – 469 с.
27. Экономика сельского хозяйства: учеб. для вузов / В. А. Добрынин [и др.]; под ред. В. А. Добрынина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Агропромиздат, 1990. – 476 с.

28. Лемешевский, И. М. Экономическая теория. Основы. Вводный курс: учеб.-метод. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по экон. специальностям / И. М. Лемешевский. – 5-е изд. – Минск: ФУАинформ, 2012. – 493 с.
29. Минаков, И. А. Экономика сельского хозяйства / И. А. Минаков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 352 с.
30. Экономическая теория: учеб. для вузов / под ред. И. В. Новиковой, Ю. М. Ясинского. – Минск: ТетраСистемс, 2011. – 464 с.
31. О Доктрине национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 15 дек. 2017 г., № 962 [Электронный ресурс] // Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21700962>. – Дата доступа: 31.12.2017.
32. Гришаева, Л. Концептуальные основы аграрного рынка / Л. Гришаева // Междунар. с.-х. журн. – 2002. – № 1. – С. 20–23.
33. Гусаков, В. Г. Вопросы рыночного развития АПК: избр. тр.: в 2 кн. / В. Г. Гусаков // Нац. акад. наук Беларуси. – Минск: Беларус. навука, 2012–2013. – 780 с.
34. Гануш, Г. И. Формирование рынка овощной продукции с учетом адаптивных принципов территориального размещения овощеводства / Г. И. Гануш, В. В. Липницкая, З. Г. Близнюк // Научно-инновационная деятельность в агропромышленном комплексе: сб. науч. ст. 3-й Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 29–30 мая 2008 г.: в 2 ч. – Минск: БГАТУ, 2008. – Ч. 2. – С. 12–14.
35. Методические рекомендации по эффективному формированию и устойчивому функционированию региональных продуктовых рынков с учетом задач целевого роста объемов производства и сбыта продукции / З. М. Ильина [и др.]. – Минск: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2014. – 79 с.
36. Методические рекомендации по эффективному формированию и устойчивому функционированию региональных продуктовых рынков с учетом задач целевого роста объемов производства и сбыта продукции / З. М. Ильина [и др.] // Научные принципы регулирования развития АПК: предложения и механизмы реализации 2014. – Минск: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2014. – С. 130–141.
37. Байгот, Л. Н. Беларусь на мировом рынке продовольствия: возможности страновой и региональной диверсификации экспорта отечественной продукции / Л. Н. Байгот // Вес. Нац. акад. наук Беларусі. Сер. аграр. навук. – 2013. – № 4. – С. 17–28.
38. Байгот, М. С. Механизмы регулирования внешнеэкономической деятельности Беларуси в аграрной сфере: вопросы теории, методологии, практики / М. С. Байгот; под ред. В. Г. Гусакова. – Минск: Беларус. навука, 2010. – 367 с.
39. Киреенко, Н. В. Развитие аграрного бизнеса в контексте обеспечения продовольственной безопасности Республики Беларусь / Н. В. Киреенко // Агропанорама. – 2020. – № 2. – С. 45–48.
40. Шагайда, Н. И. Драйверы роста и структурных сдвигов в сельском хозяйстве России / Н. И. Шагайда, В. Я. Узун. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. – 98 с.
41. Формирование сбалансированного рынка сельскохозяйственного сырья и продовольствия с учетом развития мировой продовольственной конъюнктуры / З. М. Ильина [и др.] // Научные принципы регулирования развития АПК: предложения и механизмы реализации 2012. – Минск: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2012. – С. 11–24.
42. Диверсификация внешней торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием Беларуси / В. Г. Гусаков [и др.] // Научные принципы регулирования развития АПК: предложения и механизмы реализации 2014. – Минск: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2014. – С. 141–156.
43. Бронникова, Е. М. Методика SNW-анализа как компонент SWOT-анализа деятельности организации / Е. М. Бронникова, С. С. Дымова // Бизнес и дизайн ревю. – 2020. – № 2 (18). – С. 2.
44. Евдокимов, Ф. И. Азбука маркетинга: учеб. пособие / Ф. И. Евдокимов, В. М. Гавва. – 3-е изд., перераб. и доп. – Д.: Сталкер, 1998. – 432 с.

45. Коротина, А. Н. Маркетинговые стратегии: учеб.-метод. комплекс / А. Н. Коротина. – Минск: Акад. управ. при Президенте Респ. Беларусь, 2007. – 113 с.

46. Бизнес-анализ деятельности организации: учебник / Л. Н. Усенко [и др.]; под ред. Л. Н. Усенко. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2013. – 558 с.

47. Киреенко, Н. В. Бизнес-администрирование малых и средних предприятий: учеб. пособие / Н. В. Киреенко, Т. И. Кислая. – Минск: Совр. школа, 2011. – 170 с.

Поступила в редакцию 30.03.2021

Сведения об авторе

Арнатович Михалина Александровна –
аспирантка, магистр экономических наук

Information about the author

Arnatovich Mikhalina Alexandrovna –
Postgraduate Student, Master of Economics