

Биоэтанол можно производить из всех культур, богатых крахмалом и сахаром, в т. ч. из кукурузы. Он пригоден для использования в качестве горючего в чистом виде или добавки к минеральному горючему. Пока биоэтанол применяют только во Франции. В Германии в настоящее время имеется один завод, в стадии строительства находятся еще два.

Производство биоэтанола способно в значительной степени стимулировать сельскохозяйственное производство, экономику и улучшить состояние окружающей среды.

С точки зрения выхода биоэтанола на единицу затраченного сырья кукуруза имеет преимущества по сравнению с другими культурами.

До недавнего времени оно было перспективным направлением в Республике Беларусь. Но уже с 2020 г. все предприятия концерна Белнефтехим отказываются от производства биодизеля в связи с его убыточностью.

Производство полностью биоразлагаемых пакетов из зерна кукурузы. Для Беларуси это довольно новое направление использования этой культуры. Занимается данным видом производства в Республике Беларусь группа компаний Kinglet. В качестве сырья используется кукурузный крахмал. К сожалению, белорусские производители пока не наладили производство сырья для биопакетов, которое вынуждены закупать за рубежом.

УДК 005.33:63-021.66

НАПРАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Хайдаршина В. А.

ГП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси»
г. Минск, Республика Беларусь

Конкурентоспособность как экономическая категория носит многопрофильный характер. Ее можно рассматривать как конкурентоспособность товара, предприятия, отрасли, региона и в целом страны на мировом рынке.

Проведенные исследования свидетельствуют, что конкурентоспособность продукции (товара) – это комплекс его стоимостных и потребительских характеристик, рассматриваемых в отношении к аналогичным характеристикам других товаров, предлагаемых на рынке, для удовлетворения той же потребности [1].

Конкурентоспособность продовольственных товаров является одним из важнейших аспектов, с одной стороны, устойчивого развития и

экономического роста страны, с другой стороны, повышения уровня жизни в целом, т. к. понятие «конкурентоспособность продуктов питания» тесно взаимосвязано с его качественными характеристиками. Однако продукт с высокими качественными характеристиками может иметь меньший спрос в связи с высокой ценой и, следовательно, пониженным спросом для определенных ниш потребителей, поэтому наряду с качественными показателями конкурентоспособности агропродовольственных товаров не менее важным является и ценовой аспект [2, 3].

Не менее значимым идентификатором конкурентоспособности товара является потребитель, т. е. спрос. Именно спрос определяет конкурентоспособность товара по всем его критериям, сравнивая его с товаром-аналогом. В этой связи конкурентоспособность может быть представлена через определенную характеристику товара, в которой отражается его отличие от товара конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение [3].

Конкурентоспособность предприятия тем выше, чем выше конкурентоспособность его товара / услуги. Однако следует учитывать, что конкурентоспособность товара и предприятия оценивается по разным критериям. Конкурентоспособность товара основывается на спросе на него, а конкурентоспособность фирмы по ее показателям производственной эффективности. По сути, различия в оценке состоит в том, что потребитель хочет получить качественный товар при минимуме затрат, а предприятие – наращивать прибыль при минимизации издержек. Оценка конкурентоспособности выпускаемой продукции базируется на анализе и сравнение основных параметров товара с товарами-аналогами.

Изучение свидетельствует, что анализ следует проводить по направлениям оценки:

1. Изучение потребительского рынка для выявления необходимости выпуска, модернизации, увеличения объемов производства данной продукции.

2. Анализ и изучение перспективных рынков сбыта:

- спрос на данную продукцию / товар на предполагаемом рынке (изучения групп потребителей, выявление наиболее выгодной целевой аудитории);
- конъюнктура и уникальность рынка, учитывая как социально-экономические, так и политические аспекты;
- географическое положение;
- таможенное регулирование и нетарифное регулирование;
- санитарные и фитосанитарные нормы ввоза;

– потенциал рынка, т. е. возможные объемы поставок, а также перспективное увеличение объема продаж на данный рынок.

3. Затраты на производство, начиная от ресурсов, заканчивая выходом готовой продукции.

Сравнение по основным параметрам производится с определенной базой, в роли которой выступают потребность покупателей; величина необходимого полезного эффекта, товар-конкурент, гипотетический образец, группа аналогичных товаров [2].

В условиях рыночной экономики конкурентоспособность продукции – это главный фактор эффективности. Она выступает индикатором оптимального сочетания качества, цены, внешнего вида и других характеристик. В целом следует отметить, что конкурентоспособность – это многогранное понятие, а для ее оценки применяется широкий арсенал показателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Методология оценки конкурентного потенциала пищевых продуктов с улучшенными потребительскими характеристиками / Е. М. Моргунова [и др.] // Пищевая промышленность: наука и Технологии. – Том 12, № 2 – 2019. – С. 52-64.
2. Формирование конкурентной среды на аграрном рынке стран Таможенного союза и Единого экономического пространства / З. М. Ильина [и др.]. – Минск: Инст-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2014. – 167 с.
3. Пилипук, А. В. Конкурентоспособность предприятий пищевой промышленности Беларуси в условиях построения Евразийского экономического союза / А. В. Пилипук. – Минск: Инст-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2018 г. – 237 с.

УДК 631.16:658.153(476.6)

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ НА ДЛИТЕЛЬНОСТЬ ОБОРОТА ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Худякова А. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

Анализ эффективности использования оборотного капитала, инвестируемого в краткосрочные активы сельскохозяйственных организаций Гродненской области, свидетельствует о необходимости поиска альтернативных путей ее повышения, что во многом зависит от выбора цели и средств ее достижения. Среди показателей эффективности использования оборотного капитала ключевым является показатель оборачиваемости. Поэтому считаем необходимым провести анализ ряда факторов, оказывающих влияние на этот экономический показатель.