

ЭКОНОМИКА

УДК 631.431.84 (476)

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Адашкевич С.П.

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

Экономическая наука располагает множеством способов измерения концентрации производства, которые могут быть использованы в перерабатывающей промышленности АПК. Однако в ходе исследования выявлена недостаточная методологическая и практическая разработка данной проблемы.

Действующая методология включает разнообразные приемы, использование которых приводит к неоднозначной оценке размера концентрации производства, противоречивым заключениям относительно выявленных изменений. Кроме того, в последнее время все чаще используются показатели рыночной концентрации, что может стать причиной сомнительных или неверных выводов.

На макроуровне изучение концентрации производства традиционно сводится к расчету абсолютных и относительных показателей объема производства, трудовых ресурсов и основных средств, их сравнению с соответствующими показателями за предыдущие периоды времени. Используются и другие показатели, расчет которых основан на суммировании и сопоставлении структурных величин [1, с. 232].

На уровне отдельно взятого предприятия в Республике Беларусь оценка концентрации производства не проводится. Объясняется это тем, что расчет относительных показателей концентрации отчетностью не предусмотрен. Кроме того, информация о деятельности других предприятий, содержащаяся в статистической отчетности, является конфиденциальной, что является непреодолимым барьером при получении сведений о размерах производства конкурентами.

В целях совершенствования методологии измерения концентрации предлагается иной подход и новая система показателей.

Уровень концентрации производства представляет собой обобщенную характеристику и основан на сравнении субъектов или отраслей. С точки зрения национальной экономики представляет интерес то, как производство распределено между отраслями и регионами страны.

Отрасли промышленности представляют собой группировку по признаку однородности продукта, а значит, включают производство хотя и однородных, но все же разных продуктов. Поэтому не только интересна, но и важна экономическая география производства важнейших продуктов, а в некоторых случаях – и распределение их производства между предприятиями. Все перечисленное характеризует сущность концентрации. В связи с этим выделим четыре формы концентрации производства: отраслевую, региональную, продуктовую и заводскую.

В рамках данного исследования предлагается новый коэффициент концентрации (КК), который рассчитывается как корень квадратный из суммы квадратов удельных весов того показателя, который определяет изучаемую форму концентрации производства.

$$КК = \sqrt{\sum y_i^2}, \quad (1)$$

где Y_i – удельный вес отрасли, территории, продукта или предприятия в общем выпуске продукции.

Для измерения отраслевой концентрации используются удельные веса всех отраслей в общем по стране объеме производства, для региональной концентрации – удельные веса отдельных регионов в общем объеме производства (т.е. областная или районная структура производства), для продуктовой концентрации – удельные веса каждой области (района) в производстве определенного вида продукции, для заводской концентрации – удельные веса предприятий в общем выпуске продукции данного вида.

Таким образом, каждый из алгоритмов соответствует одной из четырех форм концентрации производства.

Кроме способа расчета уровня концентрации следует выбрать систему экономической интерпретации ее размера, т.е. неких критериев отнесения к высокому или низкому уровню. Предлагается выделить четыре уровня концентрации производства:

$КК < 25\%$ – низкий уровень концентрации;

$25\% \leq КК < 50\%$ – средний уровень концентрации производства;

$КК \leq 50\% < 75\%$ – высокий уровень концентрации;

$КК \geq 75\%$ – очень высокий уровень концентрации.

Перечисленные выше коэффициенты выражаются в процентах и могут принимать значения от 0 до 100, характеризуются легкостью расчета и простотой понимания. Предложенный алгоритм может быть использован в качестве количественного измерителя уровня концентрации производства, а также для выявления межотраслевых и межте-

рриториальных перераспределений в перерабатывающих отраслях АПК.

ЛИТЕРАТУРА

Статистика: показатели и методы анализа. Справочное пособие / Н.Н. Бондаренко [и др.]; под общ. ред. М.М. Новикова. – Минск: Современная школа, 2005. – 628 с.

УДК 338.48-44(476-22)(047.3)

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В АГРОЭКОТУРИЗМЕ

Баркова Н.Г., Чечет И.Г.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

При принятии решений, касающихся уровня цен и выбора ценовой политики, субъектам агроэкотуризма необходимо учитывать ценовую эластичность спроса. Важнейшей способностью продавца агротуристических услуг должно быть его умение дифференцировать цены, т.е. назначать высокие цены там, где спрос низкоэластичен, и снижать цены там, где спрос высокоэластичен. Основным видом ценовой политики в агроэкотуризме должна стать политика ценовой дифференциации, когда на продукт (услугу) устанавливается цена на разных уровнях в зависимости от конкретных условий его продажи, это позволяет привлечь большее число целевых групп клиентов без значительных изменений предложения.

В Гродненской области цены колеблются в зависимости от объема спектра предлагаемых услуг. В 60% усадеб цена за сутки пребывания установлена в диапазоне, эквивалентном 10-20 долларам США; в 26,6% – в диапазоне, эквивалентном 20-30 долларам США, а в 13% – более 30 долларов США. У 38,2% усадеб есть постоянные клиенты, для которых цены устанавливаются на 5-20% ниже средних.

В агротуристической деятельности среди критериев, влияющих на уровень цены, наиболее важными, на наш взгляд, будут: пора года; целевая аудитория; количество и содержание основных и дополнительных услуг; уровень услуг, сопровождающих продажу основного продукта.

Агротуристическая деятельность в большой степени зависит от сезонности. Это обуславливает ограниченный период получения доходов от туризма хозяевами усадеб. Желая продлить данный период, субъекты хозяйствования должны использовать эластичную ценовую политику. Снижение цен перед главным сезоном, а также после него,