

УДК 338.43:476

Н. В. Оксенчук (oksenchukn@yandex.ru),
кандидат экономических наук, доцент
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КОМПЛЕКСНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ

В статье приведен обзор литературы с исследованиями вопросов структуры потребительского рынка и распределительной логистики, отдельные результаты заготовительной и торговой отраслей потребительской кооперации за последние годы, освещены проблемы логистики продвижения агропродовольственной продукции в розничные торговые сети и ее ценообразования.

The article provides an overview of the literature with research on the structure of the consumer market and distribution logistics, some results of the procurement and trade branches of consumer cooperation in recent years, highlights the problems of logistics agri-food products promotion in retail chains and its pricing.

Ключевые слова: потребительский рынок; инфраструктура рынка; распределительный центр; потребительская кооперация; свежие овощи и картофель; фермерские хозяйства.

Key words: consumer market; market infrastructure; distribution center; consumer cooperation; fresh vegetables and potatoes; farms.

Введение

Вопросы сбалансированного развития потребительского рынка всегда актуальны для всех его субъектов, которые прямо или косвенно являются его участниками. Это важно как для производителей и продавцов товаров, так и для покупателей и потребителей этих товаров, а также для государственных структур, регулирующих потребительский рынок.

В немалой степени интерес к теме развития потребительского рынка продовольственной продукции проявляют экономисты-исследователи, пытающиеся найти оптимальные решения и методы, выработать определенные принципы, которыми следует руководствоваться участникам рынка, чтобы добиться уровня эффективности работы, который позволит решить как экономические задачи субъектов хозяйствования, так и социальные задачи по продовольственному обеспечению населения страны.

Цель статьи – выявить приоритеты развития потребительского рынка страны и ключевые особенности продовольственного рынка в целом и рынка свежих овощей и картофеля в частности; акцентировать внимание на проблемах указанного сегмента потребительского рынка и предложить подходы по совершенствованию логистики и инфраструктуры агропродовольственного рынка с участием организаций системы потребительской кооперации.

Для достижения цели проведен критический обзор литературы, аналитика отраслевых данных и сравнительный анализ практик внедрения логистических схем в различных рыночных условиях.

Основными социально-экономическими приоритетами развития потребительского товарного рынка Республики Беларусь являются следующие:

1) повышение качества и конкурентоспособности белорусских товаров и услуг на глобальном рынке;

2) стимулирование экономического роста (обеспечение устойчивости процессов обмена, сохранение рыночного равновесия спроса и предложения, смягчение воздействия колебаний экономической конъюнктуры на результаты хозяйственной деятельности);

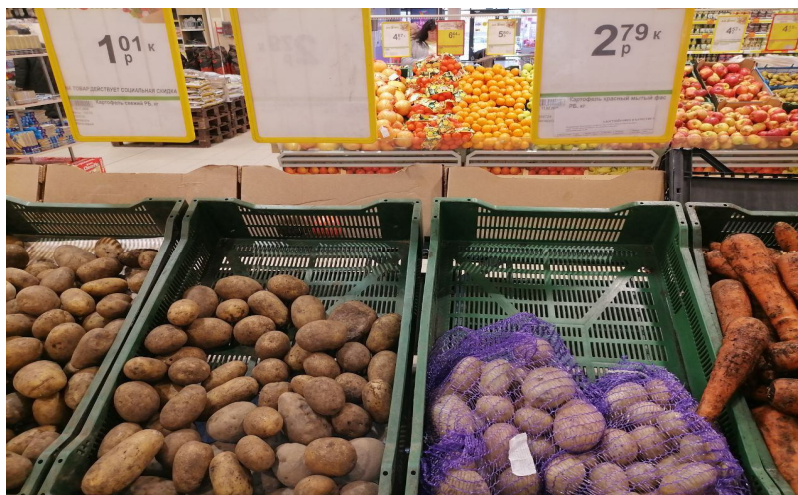
3) повышение производительности труда и конкурентоспособности всех форм предпринимательства;

4) улучшение качества жизни населения, в том числе последовательное соблюдение экономических интересов участников товарно-денежных отношений, обеспечение эффективности обмена, распределение ресурсов общества в соответствии с общественными потребностями и эффективностью.

Речь в данной статье пойдет о таком сегменте потребительского продовольственного рынка, как рынок свежих овощей и картофеля. Важность данных продуктов питания в рационе человека переоценить сложно, и в особенности для населения Беларуси, учитывая его потребительские предпочтения и пищевые традиции.

Для автора данной статьи основанием для такого исследования послужило то, что ситуация с картофелем и отдельными видами свежих овощей на потребительском рынке из года в год повторяется, когда в определенный, как правило весенний, сезон эти продукты либо становятся дефицитом на некоторое время, либо цены на них значительно вырастают (с 27 марта по 26 июня 2025 года вывоз картофеля из Беларуси лицензировался постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 171, ранее аналогичная мера была введена постановлением № 949 с 17 декабря 2024 года по 13 марта 2025 года). Второй фактор – это колоссальная разница розничных цен на один и тот же продукт с разной добавленной стоимостью. Наглядный пример этого представлен на рисунке.

Цены на картофель свежий в супермаркете г. Гомеля на 25 февраля 2026 года



Учитывая действие известного постановления Совета Министров Республики Беларусь № 713 от 19 октября 2022 года «О системе регулирования цен», можно предположить, что картофель по цене 2 р. 79 к. за 1 кг завезен по импорту из дальних стран. Однако на самом деле поставщики картофеля по столь разным ценам находятся в одном и том же регионе нашей страны (Минской области). Добавленная стоимость картофеля связана с его обработкой (мойкой, фасовкой и упаковкой), но не связана с его качеством и размером, что подтверждается даже визуально.

Опыт большинства стран мира и динамика развития аграрного сектора показывают, что в этой сфере экономики очень сложно эффективно развиваться без государственной поддержки. Аграрный сектор не всегда вписывается в классические рыночные отношения, здесь не всегда срабатывают законы конкуренции, спроса и предложения.

По этой причине комплекс мер по поддержке аграрного сектора и своих сельхозпроизводителей находится во всех странах мира в исключительной компетенции государства и является объектом макроэкономического регулирования. Такая поддержка дорого обходится налогоплательщикам, однако социальная стабильность и продовольственная безопасность стоят этих затрат.

К примеру, в Беларуси приняты меры, связанные с ценообразованием на картофель и плодоовощную продукцию. С 15 ноября 2025 года установлены:

- предельные максимальные отпускные цены на плодоовощную продукцию, реализуемую производителями юридическим лицам из стабилизационных фондов для республиканских государственных нужд;

- предельные максимальные розничные цены на плодоовощную продукцию (с НДС), поступившую в розничную торговую сеть по договору поставки из стабилизационных фондов;

– норматив рентабельности, используемый для определения суммы прибыли, подлежащей включению в отпускную цену в размере не более 10% в пределах отпускных цен.

В дальнейшем ежегодно до 20 марта будет осуществляться регулирование отпускных цен с возможной корректировкой цен с учетом условий получения урожая до 20 сентября.

Одним из направлений госрегулирования рынка является создание благоприятной институциональной среды и комплексной инфраструктуры рынка. Наряду с поддержанием баланса интересов поставщиков, заготовителей, торговых сетей и конечных потребителей через ценообразование жизненно важным направлением для отрасли является модернизация рыночной инфраструктуры. Развитие инфраструктуры с притоком инвестиций создает предпосылки для дальнейшего развития экономики страны [1].

Для достижения комплексности инфраструктуры основное внимание должно быть уделено согласованному развитию всех ее функциональных видов (подсистем). Формирование комплексной инфраструктуры – процесс, складывающийся под воздействием экономических, социальных, культурных и иных факторов. Определяющее влияние на этот процесс оказывает диверсификация экономики, уровень и темпы экономического развития, сдвиги в территориальном разделении труда [2].

Процесс перехода к комплексной инфраструктуре предполагает прибавление к сложившейся инфраструктуре недостающих элементов с новыми методами и механизмами стимулирования развития.

Для дальнейшего обзора причин и следствий сложившейся ситуации на рынке следует проанализировать динамику и структуру как рынка производства картофеля, так и внутреннего рынка его реализации (таблица 1).

Таблица 1 – Розничная реализация картофеля организациями торговли Республики Беларусь за период с 2024 по 2025 год

Товар	2024	2025	2025 к 2024, %	Доля отечественного картофеля, %	Запасы на 1 января 2026 г.
Свежий картофель, т	80 290,9	98 656,5	122,9	92,9	1 773,8
Примечание – Таблица составлена автором по данным Белстата.					

При анализе реализации картофеля следует учитывать тот факт, что население традиционно приобретает и заготавливает картофель в большей степени не в магазинах, а на рынках и в личных подсобных хозяйствах. Статистические данные о таких продажах отсутствуют, поэтому для расчета общего возможного объема реализации можно использовать нормы потребления. Научно обоснованная норма потребления картофеля на человека в год – не более 110 кг [3]. Учитывая численность населения страны около 9 100 тыс. жителей, общее потребление картофеля составляет около 1 000 000 т. Следовательно, реализация картофеля через организованную торговлю составляет около 10% от общего потребления. Доля рынка сбыта картофеля организованной торговлей охвачена очень незначительно и можно сделать выводы о существенных резервах роста официального розничного товарооборота.

Наряду с возможностями заготовки и реализации картофеля для объективных выводов о состоянии потребительского рынка следует изучить структуру и динамику сельскохозяйственного производства (таблица 2).

Таблица 2 – Структура производства и урожайность картофеля в хозяйствах Республики Беларусь всех категорий за период с 2020 по 2024 год

Показатели	2020	2021	2022	2023	2024
ВАЛОВОЙ СБОР КАРТОФЕЛЯ (тыс. т) / УДЕЛЬНЫЙ ВЕС (%)	3 708/100	3 405/100	3 859/100	4 021/100	3 111/100
В том числе:					
Сельскохозяйственные организации	523/14,1	473/13,9	566/14,7	579/14,4	336/10,8
Крестьянские (фермерские) хозяйства	390/10,5	406/11,9	515/13,3	597/14,8	422/13,6
Хозяйства населения	2 794/75,4	2 526/74,2	2 777/72	2 845/70,8	2 353/75,6
УРОЖАЙНОСТЬ КАРТОФЕЛЯ (ц/га)					
Хозяйства всех категорий	210	197	223	248	221
Сельскохозяйственные организации	256	253	278	327	259
Крестьянские (фермерские) хозяйства	267	246	272	314	284
Хозяйства населения	197	183	208	227	209
Примечание – Составлено автором по данным Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь.					

Анализ структуры производства картофеля показал, что основными производителями в стране является мелкотоварное сельхозпроизводство, на долю которого приходится за последние 5 лет от 85 до 90% всего валового сбора. Из них в 2024 году 75,6% – это личные подсобные хозяйства (ЛПХ) населения и 13,6% – крестьянские (фермерские) хозяйства. Эта тенденция присуща также производству других овощей. При этом следует подчеркнуть, что урожайность в ЛПХ значительно уступает фермерским хозяйствам и сельхозпредприятиям (ниже на 20–25%). Наряду с этим следует отметить такие существенные проблемы мелкотоварного производства, как невозможность долгосрочного хранения из-за отсутствия специализированных овощехранилищ и сложности со сбытом в розничную торговлю.

Учитывая значение личных подсобных хозяйств в снабжении населения картофелем, нельзя не отметить роль заготовительной отрасли потребительской кооперации (таблица 3).

Таблица 3 – Результаты деятельности заготовительной отрасли Белкоопсоюза по позиции «картофель свежий» за 2022–2024 годы

Год	Остаток на начало года	Закуплено, т		Израсходовано, т	Собственная реализация		Реализовано прочим каналам сбыта		Остаток на конец года
		всего	в том числе у населения		торговля	общепит	торговля	производство	
2024	2 311	12 297	9 134	13 195	5 612	1 006	2 376	4 149	1 412
2023	4 524	9 790	7 834	12 003	4 846	1 175	5 865	1 175	2 311
2022	4 542	13 224	9 320	13 242	6 019	1 286	5 819	189	4 524

Примечание – Таблица составлена автором по данным Белкоопсоюза.

Анализ деятельности организаций Белкоопсоюза показал, что закупки картофеля преимущественно (около 75%) осуществляются у населения, реализация внутри- и внесистемным покупателям примерно 50 на 50. В целом через торговлю в 2024 году было реализовано около 8 000 т картофеля, что составляет около 10% всего картофеля, реализованного в стране за 2024 год через официальную торговлю.

Одно из решений проблемы со сбытом мелкотоварных сельскохозяйственных структур – это создание оптово-распределительных центров (ОРЦ) агропродукции. Для эффективного функционирования таких структур необходимы основные составляющие – это кадры, опыт работы на рынке сельхозпродукции и материально-техническая база. Как показала практика, большой опыт работы потребительской кооперации на рынке заготовок сельхозпродукции повлиял на наличие значительной доли оптового рынка картофеля в стране (около 10%). Для этого в системе имеется достаточно весомый материально-технический потенциал (таблица 4).

Таблица 4 – Наличие материально-технической базы Белкоопсоюза по заготовке сельскохозяйственной продукции на 1 января 2025 года

Наименование показателя	Количество единиц	Количество камер	Единовременная емкость, т
Овоще-, картофеле-, фруктохранилища	74	242	14 267
Из них с режимным хранением	55	172	8 162

Примечание – Таблица составлена автором по данным Белкоопсоюза.

При создании самостоятельной структуры с филиалами оптово-распределительных центров в рамках системы потребительской кооперации, кроме централизации коммерческо-логистических функций, возможна реализация функций государственной поддержки мелких сельхозпроизводителей с использованием различных финансово-экономических инструментов (авансирование, субсидирование), а также поддержка при инвестировании в строительство новых хранилищ. Это позволит обеспечить присутствие сельхозпродукции в розничных торговых сетях за счет стабильных и ритмичных поставок – отдельные мелкие фермеры не обеспечивают нужный объем и ритм поставок.

Централизованная консолидирующая площадка ОРЦ обеспечит соответствие требованиям, предъявляемым сетями по калибровке, упаковке, маркировке и сертификации.

Консолидация сократит количество документов, погрузочно-разгрузочных операций и переговоров с каждым ретейлером, упростит внедрение прослеживаемости и контроля безопасности пищевых продуктов.

Конкретные преимущества от создания системы распределения агропродукции (овощи и картофель) [4]:

- для фермеров и населения (ЛПХ) – более предсказуемая выручка, меньше потерь, доступ к стандартам и логистике, более быстрые расчеты;
- для торговли: сокращение контактов, стабильность поставок, единообразие качества, экономия на логистике;
- для бюджета и региональной экономики: снижение потерь, рост добавленной стоимости (фасовка, упаковка), создание новых рабочих мест.

Основные этапы создания нового объекта инфраструктуры на товарном рынке предполагают разработку следующих направлений:

- общая характеристика товарного рынка, выявление потребностей рынка: оценка инфраструктуры товарного рынка, географические границы, субъекты рынка, товарные ресурсы, доля организации на рынке [5];
- определение концентрации поставщиков (контрагентов) на товарном рынке: численность поставщиков, их доля на рынке;
- оценка конкуренции на товарном рынке (наличие экономических, инфраструктурных, административных барьеров для входа на рынок) [6];
- итоговая оценка: выбор вида рынка и реализация стратегии развития инфраструктурных элементов с учетом основных факторов и принципов (внешние преимущества: управление инфраструктурой организации, консалтинг, аутсорсинг, инвестирование, повышение квалификации персонала; внутренние преимущества: сокращение затрат, оптимизация бизнес-процессов, мотивация персонала и др.).

При создании нового инфраструктурного объекта необходимо опираться на принципы и функции формирования инфраструктуры. При этом строительство необходимо вести в тех местах, где это дает наибольший социальный, экологический и экономический эффект [7].

Экономические выгоды: интенсификация развития инфраструктуры товарного рынка, сельского предпринимательства, эффективное привлечение инвестиций.

Социокультурные выгоды: создание новых рабочих мест и альтернативной занятости, дополнительные источники дохода, повышение уровня и качества жизни сельского населения.

Формирование стратегии развития инфраструктуры заключается в обеспечении ее соответствия прогнозным показателям развития экономики страны.

Заключение

Исследование структуры производства и сбыта картофеля показало, что существующая инфраструктура агропромышленного комплекса не способствует развитию мелкотоварного сельскохозяйственного производства.

Быстрое развитие крупных розничных сетей, происходящее на фоне продолжающейся стагнации преимущественно небольших кооперативных рынков, не способствует продвижению продукции малых форм хозяйствования.

В условиях усиления координации товаропроизводителей овощей и торговых структур все более актуальными становятся вопросы минимизации посреднических операций и снижения транзакционных затрат, развития логистической инфраструктуры и цифровой среды и др.

Внедрение практики системы распределения сельскохозяйственной продукции дает множество преимуществ:

- повышение эффективности распределения сельскохозяйственной продукции: оптимизированная логистика, сокращение погрузочно-разгрузочных работ и оптимизация условий хранения сводят к минимуму потери и повышают общую эффективность;
- улучшенный доступ к рынку: бизнес-модель с участием распределительного центра свежих овощей и картофеля позволяет мелким фермерам и ЛПХ получить возможность сбыта продукции;
- повышенная прозрачность и отслеживаемость: потребители получают доступ к подробной информации о происхождении, методах производства и воздействии на окружающую среду;
- справедливые цены: снижение затрат за счет оптимизации операций и улучшения доступа к рынкам дает фермерам возможность устанавливать более справедливые цены на свою продукцию, в то время как потребители получают выгоду от конкурентоспособных цен;
- экологическая устойчивость: благодаря оптимизации транспортировки и хранения системы распределения минимизируют потери и уменьшают воздействие сельскохозяйственного сектора на окружающую среду.

Таким образом, подводя итоги исследования и обобщая его результаты в данной статье, можно сделать следующие выводы. Для совершенствования инфраструктуры потребительского рынка продуктов питания в целом и рынка свежих овощей и картофеля в частности необходимо функционирование логистических распределительных центров. Основная цель их создания – установление хозяйственных связей между мелкотоварными производителями сельскохозяйственной продукции, в том числе фермерскими крестьянскими хозяйствами и подсобными личными хозяйствами населения с одной стороны и оптовыми покупателями в лице розничных торговых сетей – с другой. Их взаимодействие снизит логистические затраты в системе товародвижения, повысит конкурентоспособность отечественного продовольствия, обеспечив соблюдение требований стандартов и прослеживаемости движения пищевых продуктов, гарантируя качество продукции по всей цепи поставок. Вместе с повышением уровня качества продукции будет обеспечен рост добавленной стоимости и уровня сервиса и торгового обслуживания населения. В немалой степени наряду с решением экономических задач рассматривается необходимость решения таких социальных задач, как доходы и уровень благосостояния мелких производителей продукции путем более широкого доступа на рынок, так и уровень расходов населения в целом через более справедливые цены на продукцию улучшенного качества и с добавленной стоимостью. Богатый опыт потребительской кооперации может быть использован для решения указанных важных социально-экономических задач страны.

Список использованной литературы

1. **Бондаренко, О. Г.** Формирование комплексной инфраструктуры сельской торговли Беларуси : моногр. / О. Г. Бондаренко, А. И. Капштык, Н. В. Оксенчук ; под общ. ред. А. И. Капштыка. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потреб. кооп., 2020. – 196 с.
2. **Ростовец, В.** Методические основы формирования комплексной инфраструктуры межрегионального экономического сотрудничества / В. Ростовец, А. Топилин // Вестник института экономики РАН. – 2011. – № 3. – С. 346–360.
3. **Агробиологические** основы производства и переработки картофеля : учеб. пособие / И. Н. Романова, С. Н. Глушаков, С. М. Князева, Е. А. Терещенкова. – Смоленск : Смолен. с.-х. ин-т, 2006. – 192 с.
4. **Подобед, Н. А.** Социально-экономические приоритеты развития инфраструктуры товарного рынка в Республике Беларусь / Н. А. Подобед // Вести Национальной академии наук Беларуси. – 2014. – № 2. – С. 117–123.
5. **Морозова, М. П.** Роль и место интегрированных распределительных центров в организации эффективного сбыта сельскохозяйственной продукции / М. П. Морозова // АПК: Экономика, управление. – 2022. – № 4. – С. 43–56.
6. **Инфраструктурное** развитие системы сбыта продовольствия в условиях цифровизации аграрного бизнеса / С. В. Макрак, А. В. Микулич, И. Н. Кохнович, Т. В. Собалевская // Экономические вопросы развития сельского хозяйства Беларуси : межвед. темат. сб. / Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси ; редкол.: В. Г. Гусаков (гл. ред.) [и др.]. – Мн., 2025. – Вып. 53. – С. 215–231.
7. **Сергеев, В. И.** Концептуальные подходы к проектированию и классификация логистических центров / В. И. Сергеев // Логистика и управление цепями поставок. – 2010. – № 4 (39). – С. 8–20.

Дата поступления: 12.03.2026.

Дата принятия: 17.03.2026.