

инструментов задействовано, тем больший поток целевых пользователей и последующих вовлечений можно получить.

#### **Список использованных источников**

1. *Бокарев, Т.* Оценка эффективности рекламных компаний [Электронный ресурс] / Т. Бокарев. – Режим доступа: [www/promo.ru/effectl.htm](http://www/promo.ru/effectl.htm). – Дата доступа: 22.02.2019.
2. Министерство образования Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edu.gov.by/sistema-obrazovaniya/dop-obr>. – Дата доступа: 22.02.2019.
3. *Муравьев, В. Б.* Управление имиджем выпускающей кафедры вуза [Электронный ресурс] / В. Б. Муравьев // Вестник РЭА. – 2011. – № 2(38). – С. 51–57. – Режим доступа: <https://bit.ly/2OqsH7s>. – Дата доступа: 22.02.2019.
4. *Неретина Е. А.* Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций в продвижении образовательных услуг вуза [Электронный ресурс] / Е. А. Неретина, А. Б. Макарец // Маркетинг образования. – 2013. – № 1. – С. 3–12. – Режим доступа: <https://bit.ly/2NC6F21>. – Дата доступа: 22.02.2019.
5. Республика Беларусь в зеркале социологии: сборник материалов социологических исследований / Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – 180 с. – Режим доступа: <http://iac.gov.by/reseach.html>. – Дата доступа: 22.02.2019.
6. *Шишко, В. И.* Алгоритм организации рекламных кампаний в учреждениях высшего образования [Электронный ресурс] / В. И. Шишко. – Режим доступа: <https://bit.ly/2MBunZO>. – Дата доступа: 22.02.2019.

(Дата подачи: 28.02.2019 г.)

*Л. С. Климченя, Д. И. Радкевич*

Белорусский государственный экономический университет, Минск

*L. Klimchenia, D. Radkevich*

Belarusian State Economic University, Minsk

УДК 339.133.017:663.21.5(476)

## **РЫНОК АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ БЕЛАРУСИ: СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

## **MARKET OF ALCOHOLIC PRODUCTS OF BELARUS: SUPPLY AND DEMAND**

*В статье представлены результаты экономического анализа состояния и развития рынка алкогольной продукции Беларуси за 2012–2017 гг. Дана оценка таким важным рыночным составляющим, как спрос и предложение. Определены факторы, обусловившие динамику спроса и предложения на алкогольную продукцию в стране. Аргументирована важнейшая задача развития рынка алкогольной продукции – обеспечение баланса между экономической эффективностью и социальной справедливостью. Обоснована необходимость проведения государственной политики по регулированию рынка алкогольной продукции.*

*Ключевые слова: рынок алкогольной продукции; спрос; предложение; уровень употребления абсолютного алкоголя на душу населения; структура производства и потребления; государственное регулирование рынка.*

*The authors presented the results of the economic analysis of alcohol market's the state and development in Belarus for 2012–2017. They assessed such important market components as supply and demand. During the research authors defined the factors that caused to the dynamics of supply and demand for alcoholic beverages in the country. They argue the most important task of the development of the alcohol market - to ensure a balance between economic efficiency and social justice. The authors substantiate the need for state policy to regulate the market of alcoholic beverages.*

*Keywords: alcohol market; demand; supply; level of absolute alcohol consumption per capita; structure of production and consumption; state regulation of the market.*

Рынок алкогольной продукции представляет собой интерес для научного экономического анализа, так как он обладает особой спецификой, проявляющейся в том, что его функционирование протекает в контексте объективного противоречия. С одной стороны, как специфический товар алкогольная продукция удовлетворяет потребности населения в виде самого продукта, выступает источником налоговых поступлений в государственный бюджет, производство и оборот данной продукции «создают» рабочие места как в самой отрасли, так и в смежных отраслях. С другой стороны, разрушительное влияние чрезмерного употребления алкоголя проявляется в снижении производительности труда трудоспособных групп населения как следствие снижения величины валового внутреннего продукта, приводит к высоким показателям заболеваемости, смертности и низкой продолжительности жизни, снижению плотности населения территорий из-за снижения рождаемости и показателей здоровья детей и молодежи, разрыву семейных и социальных связей, понижению интеллектуального и творческого потенциала граждан. В связи с этим регулирование рынка алкогольной продукции имеет целевую направленность. Важнейшей задачей при этом выступает обеспечение баланса между экономической эффективностью и социальной справедливостью, что обуславливает актуальность проведенного исследования и его результатов.

Под рынком алкогольной продукции в рамках статьи подразумевается совокупность продавцов и покупателей, которые в определенный период связаны между собой отношениями купли-продажи алкогольной продукции (товарные границы рынка) и расположены на определенной территории, обозначаемой термином «географические границы рынка».

В течение длительного периода времени Республика Беларусь являлась одним из мировых лидеров по уровню употребления алкоголя, измеряемого в литрах чистого этилового спирта на душу населения в год. Согласно официальным статистическим данным 76,5 % населения Республики Беларусь в возрасте 16 лет и старше употребляет спиртные напитки (в т. ч. 82,5 % мужчин и 71,6 % женщин), кроме того, вызывает опасение распространение употребления алкоголя среди женщин, детей и подростков [1, с. 226].

В соответствии с последним проведенным исследованием ВОЗ, результаты которого были опубликованы в 2018 г., Республика Беларусь занимает

27 место среди исследованных стран (на каждого жителя республики приходится 11,2 л чистого алкоголя в год) (рисунок 1).

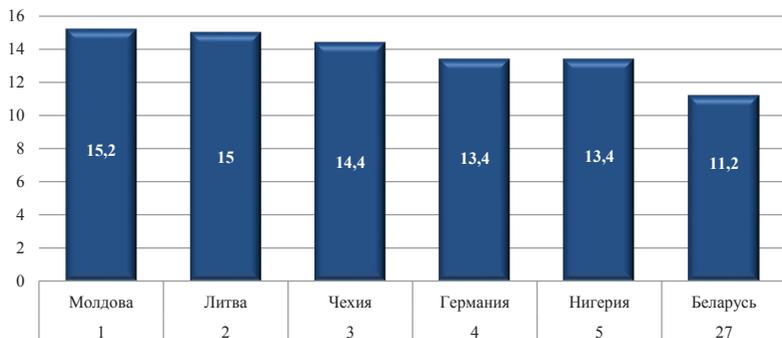


Рис. 1. Рейтинг стран по уровню употребления алкоголя на душу населения в год, в литрах чистого этанола, 2017 г.

Источник: собственная разработка на основе данных [2].

По официальным данным, употребление чистого алкоголя на душу населения в год в республике за период 2011–2017 гг. сократилось на 4,1 литр (рисунок 2).

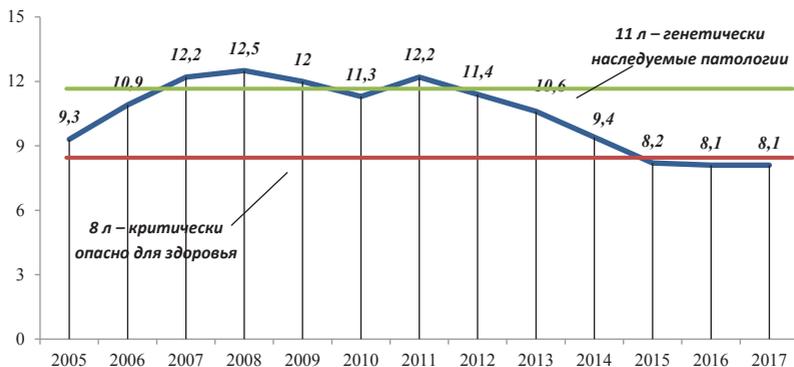


Рис. 2. Динамика употребления алкоголя на душу населения в год, в литрах чистого этанола

Источник: собственная разработка на основе данных [1, с. 359].

Таким образом, благодаря грамотной государственной политике за 2011–2017 гг. совокупный уровень употребления абсолютного алкоголя на душу населения снизился на 33,6 %, но продолжает оставаться выше порога, после которого, по мнению ВОЗ, начинается необратимое изменение генофонда нации.

Безусловно, проведение эффективных государственных мер позволило снизить уровень употребления абсолютного алкоголя на душу населения в Республике Беларусь, однако деятельность в данном направлении должна продолжаться. Потребности человека нужно воспитывать в духе культуры нормального употребления алкогольных напитков и соблюдения национальных традиций и моральных установок. Государственное регулирование производства и оборота алкогольной продукции должно быть основано на этих серьезных предпосылках, а не вступать с ними в противоречие.

При этом отметим, что рынок алкогольной продукции Республики Беларусь имеет достаточно устоявшуюся структуру производства.

Предприятия отрасли ежегодно выпускают порядка 25 млн дал алкогольных напитков. В настоящее время деятельность по производству алкогольной продукции в республике осуществляет 51 организация, в том числе непрофильные организации (ОАО «Лидские пищевые концентраты», КТУП «Полоцкая универсальная база», КСУП «Бережное», ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай» и др.).

Как отмечают в Комитете государственного контроля Республики Беларусь, всего водку выпускают 18 организаций, ликеро-водочные изделия – 19, вина плодовые – 33, вина виноградные – 11 [3].

Президентом Республики Беларусь в 2015 г. было принято решение (Указ Президента Республики Беларусь от 17 июля 2015 г. № 326 «О создании и деятельности холдинга по производству алкогольной продукции») об объединении крупных государственных производителей алкогольной продукции в производственный холдинг с 100%-ной долей государства. Как отмечают, создание ОАО «Минск Кристалл» было продиктовано объективными требованиями развития алкогольного рынка: при росте частного бизнеса и усилении конкуренции государство консолидировало свою собственность и обеспечило ее эффективное использование. Единые условия продвижения и централизация продаж позволили ликвидировать конкуренцию в рамках одного собственника (государства), что предоставило возможность оптимизировать логистику и затраты. Например, количество складов было сокращено с 61 до 31, а за счет исключения встречных перевозок только в 2016 г. удалось сэкономить 2,7 млн р. Кроме того, была расширена собственная розничная сеть: на конец 2017 г. 112 торговых объектов ОАО «Минск Кристалл» обслуживали население во всех регионах страны. Реализация комплекса мероприятий по повышению эффективности работы обеспечила в 2017 г. снижение затрат на 8,1 % и экономию в размере 34,5 млн р. [4].

Однако, как показал анализ, проведенный Комитетом государственного контроля Республики Беларусь, имеющиеся в стране мощности по выпуску алкогольных напитков (около 32,4 млн дал) значительно превышают реальное потребление (около 11 млн дал) и существующие экспортные возможности (не более 4 млн дал). При этом мощности не умень-

шаются за счет избавления от экономически несостоятельных или осуществляющих непрофильную деятельность производств, а ежегодно увеличиваются. Так, на конец 2017 г. использование мощностей по производству водки и ликеро-водочных изделий составило 40,4 %, по винам плодовым – 32,9 % [3].

При этом важно отметить, что частные производители алкогольных напитков в последние годы демонстрируют значительный рост показателей (что особенно важно – чистой прибыли). Данная положительная динамика закономерно приводит к увеличению средств, направляемых на оплату труда работников, а также сумм поступлений в бюджет налогов и сборов. Вместе с тем производители государственной формы собственности, находясь в одной и той же экономической среде, не могут достичь подобных результатов. По официальной информации Комитета государственного контроля Республики Беларусь, чистая прибыль, полученная за 2017 г. 8 организациями государственного алкогольного холдинга, была фактически в восемь раз меньше, чем чистая прибыль одного частного производителя [5, с. 7].

Проведя анализ производства алкогольной продукции, отметим, что наибольший объем производства водки и ликеро-водочных изделий был зафиксирован в 2012 г. – 19 266 тыс. дал. За период 2012–2017 гг. объем производства данных алкогольных напитков сократился на 26,5 %, или на 4042 тыс. дал, и составил в 2017 г. 15 224 тыс. дал. Вместе с тем объем импорта водки и ликеро-водочных изделий увеличился за исследуемый период на 218,4 %, или на 415 тыс. дал, и составил в 2017 г. 605 тыс. дал. Следует также отметить, что объем экспорта водки и ликеро-водочных изделий имеет положительную динамику: в 2017 г. он составил 4469 тыс. дал и за последние 10 лет увеличился на 4153 тыс. дал.

Вина виноградные в Республике Беларусь производятся в наименьшем количестве, чем водка, ликеро-водочные изделия и пиво, преимущественное производство которых объясняется наличием соответствующего сырья для их производства.

Объем производства вин виноградных в 2017 г. составил 3131 тыс. дал, что является наибольшим объемом производства данных алкогольных напитков за 2012–2017 гг. Объем импорта вин виноградных за 2012–2017 гг. увеличился на 58,78 % и составил в 2017 г. 1148 тыс. дал (фактически треть от объема производства вин виноградных предприятиями республики). При этом в стране в 2017 г. было потреблено 3933 тыс. дал вин виноградных натуральных при объеме их экспорта в 164 тыс. дал.

Коньяк, коньячные напитки и бренди предприятиями республики производятся в небольших количествах. Однако объем их производства и импорта за 2012–2017 гг. был значительно увеличен (на 127 тыс. дал и 105 тыс. дал) и составил в 2017 г. 424 тыс. дал и 170 тыс. дал соответственно. В 2017 г.

при объеме производства 424 тыс. дал и импорте 170 тыс. дал 531 тыс. дал коньяка, коньячных напитков и бренди было потреблено в республике, экспорт составил 45 тыс. дал.

По результатам проведенного анализа следует подчеркнуть, что, несмотря на выявленную положительную динамику, заключающуюся в росте объема экспорта производимых предприятиями алкогольной отрасли Республики Беларусь алкогольных напитков, практически весь их объем потребляется внутри страны. Так, 60,74 % всего объема водки и ликероводочных изделий потребляется внутри республики, пива – 72,97 %, вин виноградных – 76,34 %, вин игристых – 84,74 %, вин плодовых – 100 %, коньяка, коньячных напитков и бренди – 71,08 %.

Отметим, что отечественные спиртные напитки поставляются преимущественно на рынки следующих стран: пиво – на рынки Российской Федерации (71 471 тыс. л), Украины (33 113 тыс. л) и Литвы (21 875 тыс. л); вина виноградные – на рынок Украины (999 тыс. л); вина игристые – на рынок Украины (389 тыс. л); крепкие спиртные напитки – на рынки Российской Федерации (7820 тыс. л 100 % спирта), Латвии (2115 тыс. л 100 % спирта) и Литвы (2509 тыс. л 100 % спирта); водка – на рынки таких стран, как Российская Федерация (6206 тыс. л 100 % спирта), Украина (1412 тыс. л 100 % спирта), Латвия (2024 тыс. л 100 % спирта) и Литва (2484 тыс. л 100 % спирта) [6].

Проведя анализ структуры импорта спиртных напитков в разрезе стран, можно отметить, что основными поставщиками пива на рынок Республики Беларусь являются Российская Федерация и Украина (2017 г. – 54 519 тыс. л и 32 088 тыс. л соответственно), вин виноградных натуральных – Грузия (1555 тыс. л), Республика Молдова (45 727 тыс. л), Испания (2850 тыс. л), Италия (2279 тыс. л) и Франция (2720 тыс. л), вин игристых – Республика Молдова (157 тыс. л), Испания (166 тыс. л), Италия (354 тыс. л) и Франция (132 тыс. л), крепких спиртных напитков – Республика Молдова (1406 тыс. л 100 % спирта) и Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии (989 тыс. л 100 % спирта), водки – Украина (233 тыс. л 100 % спирта), Нидерланды (103 тыс. л 100 % спирта), Финляндия (137 тыс. л 100 % спирта) и Франция (176 тыс. л 100 % спирта) [7].

Рисунок 3 позволяет наглядно отразить, что наибольшую долю в структуре продаж алкогольных напитков на протяжении 2005–2017 гг. занимает пиво. При этом доля таких алкогольных напитков, как коньяк, а также вин игристых, включая шампанское, напитков слабоалкогольных, в общей структуре продаж относительно невелика. Однако при пересчете в чистый спирт лидером в структуре продаж алкогольных напитков является водка. Свое распространение водка как крепкий алкогольный напиток получила с учетом ее невысокой стоимости в пересчете в чистый спирт.

Отметим, что розничный товарооборот по алкогольным напиткам в 2017 г. увеличился по сравнению с 2016 г. (таблица 1).

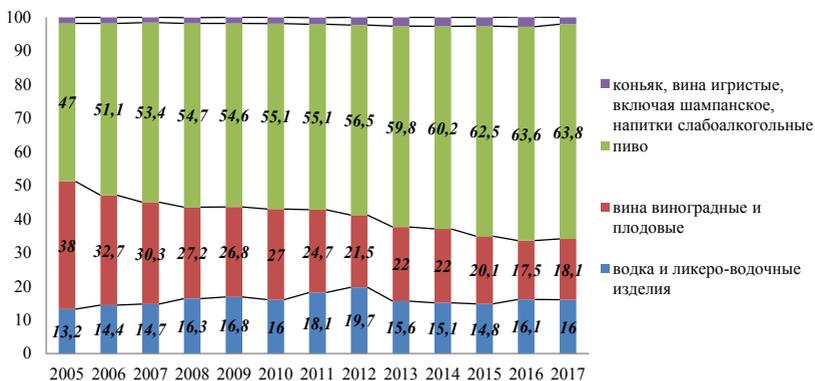


Рис. 3. Структура продаж алкогольных напитков в натуральном выражении, в процентах к итогу [1, с. 359]

Таблица 1

Структура розничного товарооборота по алкогольным напиткам

	Розничный товарооборот			
	всего		из него розничный товарооборот организаций торговли	
	2016 млн р.	2017 млн р.	2016 млн р.	2017 млн р.
Всего, в т. ч.	36923,4	40237,3	31266,6	35009,1
алкогольные напитки:	3195,8	3364,7	3091,0	3305,5
- вино	741,4	771,5	741,4	771,5
- водка	1169,7	1241	1169,7	1241
- коньяк, коньячные напитки и бренди	136,7	155,6	136,7	155,6
- пиво	911,6	933,3	806,8	874,1
- ликеры и изделия ликеро-водочные	236,4	219,4	236,4	219,4
- слабоалкогольные напитки	–	43,9	–	43,9

Источник: собственная разработка на основе данных [1, с. 44].

Проанализировав данные, представленные в таблице 1, отметим, что розничный товарооборот по алкогольным напиткам увеличился в 2017 г. по сравнению с 2016 г. на 168,9 млн р., в т. ч. за счет увеличения продаж таких алкогольных напитков, как: водка – на 71,3 млн р., вино – на 30,1 млн р., коньяк, коньячные напитки и бренди – на 18,9 млн р., а также пиво – на 21,7 млн р.

Важно подчеркнуть, что алкогольные напитки составляют значительную долю в структуре розничного товарооборота организаций торговли. Так, доля алкогольных напитков в розничном товарообороте организаций

торговли в 2017 г. составила 9,44 % (в 2016 г. – 9,89 %). Для отдельных торговых объектов отсутствие возможности продажи спиртных напитков означает, что розничный торговый объект не способен обеспечить свое дальнейшее функционирование.

Как показало проведенное исследование, рынок алкогольной продукции Республики Беларусь характеризуется широким предложением алкогольных напитков не только отечественного (деятельность по производству алкогольной продукции в республике осуществляет 51 организация), но и импортного производства.

Для этого рынка характерна достаточно устоявшаяся структура потребления, которая во многом обусловлена сформированным типом употребления спиртных напитков в стране, а именно «северным» типом, предусматривающим преимущественное употребление крепких алкогольных напитков гражданами республики. Наибольшую долю в структуре продаж спиртных напитков на протяжении 2005–2017 гг. занимает пиво (63,8 %), в то время как доля таких алкогольных напитков, как коньяк, а также вин игристых, включая шампанское, напитков слабоалкогольных, в общей структуре продаж относительно невелика (2,1 %). Однако при пересчете в чистый спирт лидером в структуре продаж спиртных напитков являются водка и ликеро-водочные изделия (49 %). Наблюдается и рост розничного товарооборота по алкогольным напиткам в 2017 г. по сравнению с 2016 г. на 168,9 млн р., что было достигнуто в том числе за счет увеличения продажи водки. В 2017 г. прирост товарооборота за счет увеличения продажи водки составил 71,3 млн р., вина – на 30,1 млн р., коньяка, коньячных напитков и бренди – только на 18,9 млн р.

Благодаря грамотной государственной политике за период 2011–2017 гг. совокупный уровень употребления абсолютного алкоголя на душу населения снизился на 33,6 %. При этом опасение вызывает факт значительного процента употребляющих крепкие алкогольные напитки в трудоспособном возрасте.

По мнению многих авторов, именно масштабность, глубина, неоднозначность и многосторонний характер проблемы производства и оборота алкогольной продукции обуславливают то, что обязанность по ее урегулированию должна возлагаться преимущественно на государство.

Как отмечают А. А. Жук и Е. А. Кизилова, с позиций социальной справедливости очень важным является ограничение спроса и чрезмерного употребления такого вредного блага, как алкоголь. Возникает необходимость инициативного вмешательства государства и в процесс создания предложения на алкогольную продукцию, ценообразования на нее, а также регулирования процессов распределения и перераспределения доходов от ее производства и реализации [8, с. 110].

Таким образом, государственная политика должна оказывать влияние на обе рыночные составляющие рынка алкогольной продукции. Идеальной

для общества моделью можно считать такую рыночную ситуацию, при которой темпы снижения спроса опережают темпы снижения предложения.

#### **Список использованных источников**

1. Статистический ежегодник: статистический сборник / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь; редкол. И. В. Медведева [и др.]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2018. – 506 с.
2. Материалы статистических докладов // Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – Режим доступа: <http://www.who.int/ru>. – Дата доступа: 15.01.2019.
3. На алкогольном рынке Беларуси выявлен ряд серьезных проблем // Информационное агентство [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – Режим доступа: <https://www.interfax.by/news/belarus/1235271>. – Дата доступа: 16.12.2018.
4. Эффект алкогольного холдинга // Экономическая газета [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/effekt-alkogolnogo-holdinga>. – Дата доступа: 20.12.2018.
5. Масурновская, Е. Г. Как повысить эффективность алкогольной отрасли / Е. Г. Масурновская // Государственный контроль. – 2018. – № 1(27). – С. 6–7.
6. Экспорт товаров в 2016–2017 гг. (6 знаков ТН ВЭД ЕАЭС) // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 25.12.2018.
7. Импорт товаров в 2016–2017 гг. (6 знаков ТН ВЭД ЕАЭС) // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 25.12.2018.
8. Жук, А. А. Государственное регулирование рынка алкогольной продукции в Российской Федерации: на пути к государственной монополии? / А. А. Жук, Е. А. Кизилова // Современная конкуренция. – 2014. – № 2(44). – С. 104–113.

(Дата подачи: 08.02.2019 г.)

*А. А. Корень*

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Минск

*A. Koran*

Academy of Public Administration under the aegis of the President of the Republic of Belarus, Minsk

**УДК 658.15**

## **ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КАК ОБЪЕКТ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА**

## **FINANCIAL SUSTAINABILITY AS AN OBJECT OF SYSTEM ANALYSIS**

*В статье исследованы методологические проблемы оценки финансовой устойчивости. Автор систематизировал используемые методы по ключевым признакам на основе обзора научных подходов к оценке финансовой устойчивости. В контексте финансового анализа и системного анализа автор отразил несостоятельность классического подхода*