

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ**

**ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ,
НАУКИ И КАДРОВ**

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»**

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ

**Материалы
XI Международной научной конференции
студентов и магистрантов
«Научный поиск молодежи XXI века»,
посвященной 170-летию Белорусской государственной
сельскохозяйственной академии**

(Горки 2-4 декабря 2009г.)

Горки 2010

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ

ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ,
НАУКИ И КАДРОВ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ

Материалы
XI Международной научной конференции
студентов и магистрантов
«Научный поиск молодежи XXI века»,
посвященной 170-летию Белорусской государственной
сельскохозяйственной академии

(Горки 2-4 декабря 2009г.)

Горки 2010

УДК 33 (063)
ББК 65я431
А 43

Сборник трудов сверстан и отпечатан с материалов, представленных на электронных носителях. За достоверность информации, представленной в статьях, ответственность несут авторы статей.

Компьютерная верстка Масейкиной А.В.

А 43 Актуальные проблемы экономики: Материалы XI Международной научной конференции студентов и магистрантов «Научный поиск молодежи XXI века», посвященной 170-летию Белорусской государственной сельскохозяйственной академии.

Рецензенты: Хроменкова Т.Л., канд. эк. наук, доцент
Шафранская И.В., канд. эк. наук, доцент

УДК 33 (063)
ББК 65я431

©Составление. Коллектив авторов, 2010
©Учреждение образования
«Белорусская государственная
сельскохозяйственная академия», 2010

УДК 338

АВТУШЕНКО Ю.В.

ОРГАНИЗАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЕСТЕСТВЕННЫХ КОРМОВЫХ УГОДИЙ

Научный руководитель – ПОЛЫКО О.Л. – магистр эк. наук

УО «Барановичский государственный университет»,

Барановичи, Республика Беларусь

Для обеспечения эффективности сельскохозяйственного производства необходимо соблюдение пропорциональности в развитии растениеводства и животноводства, связующим звеном между которыми является кормопроизводство.

Кормовая база хозяйства – это источники поступления, объем кормов, их ассортимент, качество, организация производства, заготовки, хранения и использования.

Средний сбор кормов с 1 га пашни в Республике Беларусь находится на уровне 40-45ц кормовых единиц, с 1га луговых пастбищ – 18-20, а с 1га сенокосов – 10-12ц кормовых единиц.

Состав и структура сельскохозяйственных земель

Вид земель	2008 г.		2009 г.	
	тыс. га	%	тыс. га	%
Пахотные земли	5568,7	61,2	5542,3	61,5
Залежные земли	120,5	1,3	61,9	0,7
Земли под постоянными культурами	120,1	1,3	118,1	1,3
Луговые земли	3297,4	36,2	3289,2	36,5
Сельскохозяйственные земли – итого	9106,7	100	9011,5	100

Данные таблицы показывают, что в структуре земель сельскохозяйственного пользования Беларуси основную долю (более 60 %) занимают пахотные земли. Такой уровень распаханности свидетельствует, во-первых, о высоком производственном потенциале функционирования сельскохозяйственной сферы АПК; во-вторых, о достижении среднего уровня реализации этого потенциала, так как во многих сельскохозяйственных организациях Беларуси уровень распаханности сельхозземель достигает 80% и более.

Прирост объема кормовых ресурсов в ближайшие годы предполагается получить практически полностью за счет повышения продуктивности кормовых угодий.

Для условий Беларуси немаловажную роль играет увеличение применения органических и минеральных удобрений, повышение их экономической отдачи.

Наряду с химизацией земледелия самым неотложным является решение проблемы технического оснащения. Высокопроизводительная сельскохозяйственная техника позволяет многократно экономить живой труд, сокращать затраты средств и потери продукции, снижать себестоимость.

Повышение эффективности кормопроизводства, наращивание объемов товарной продукции предопределяется мелиорацией сельхозугодий, представляющей комплекс интенсифицирующих технических и агробиологических средств регулирования водного режима почв.

Мелиорированные почвы должны не менее чем на 40-50%, а во многих местах на 60-70% заниматься многолетними травами, долголетними пастбищами и сенокосами, что позволяет сохранять их плодородие и производить полноценные и менее затратные корма.

Начинать совершенствовать систему организации лугопастбищного хозяйства надо с инвентаризации, культуртехнического, гидротехнического и агрономического обследования участков, разработки сводного плана хозяйственных мелиоративных мероприятий.

Повышение продуктивности сенокосно-пастбищных угодий будет достигнуто за счет внесения под злаковые многолетние травы на пашне и под травы на сенокосах и пастбищах азотных удобрений в количестве не менее 70 кг/га, а также повсеместного обновления травостоев.

УДК 345.67

**АЛЕКСЕЕНКО И.И., АЛЕКСЕЕНКО Н.И., ШИДЛОВСКАЯ Н.В.
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ – ЭЛЕМЕНТЫ
АНТИКРИЗИСНОЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Научный руководитель – ВАРДОМАЦКАЯ Е.Ю. – ст. преподаватель
УО «Витебский государственный технологический университет»,
Витебск, Республика Беларусь*

Теория и практика антикризисного управления предприятий и экономики в целом предусматривает разработку антикризисных программ на основе программно-целевых методов. Важнейшими составляющими этих программ должны стать разделы по маркетингу, ресурсному обеспечению, реструктуризации форм управления, а так же набор осмысленных моделей поведения менеджеров высшего и среднего звена управления. Причины, по которым такие программы носят в основном формальный характер заключаются как в политике выжидания, так и в отсутствии на предприятиях высоко профессиональных, мобильных, нестандартно мыслящих менеджеров, маркетологов, способных на разработку эффективных антикризисных мероприятий и моделей поведения на основе использования информационных технологий и программных продуктов специального назначения.

Несмотря на индивидуальный характер антикризисных программ, они должны отвечать следующим требованиям:

1. Оптимальное планирование производства.
2. Усиление стимулирующей роли оплаты труда и его составляющих: надбавок, доплат, премий.
3. Реализация инновационных подходов в управлении экономикой предприятия.
4. Постоянное личное участие руководителя предприятия в формировании рациональной, операционной модели бизнеса и при разработке, обсуждении, принятии решений и осуществлении контроля за их реализацией.
5. Анализ практики, условий, сроков и качества поставляемого сырья и последующий отбор поставщиков по критерию оптимальности.
6. Вложение средств только в высоко ликвидную продукцию и отказ от убыточной.
7. Образование холдингов.

Для повышения эффективности реализации перечисленных направлений поведения предприятий в условиях неопределенной экономической ситуации (кризиса) могут использоваться определенные специализированные программные продукты, которые являются ключевыми звеньями в соединении информационной базы для учета, фи-

нансового анализа, планирования и построения на этой основе моделей поведения конкретного предприятия.

Поскольку главной целью анализа финансового состояния является оценка и идентификация внутренних проблем предприятия для его диагностики могут быть использованы:

«ИНЭК – Аналитик» – старейшая программа финансового анализа, рекомендованная Управлением по банкротству, и являющаяся наиболее сильной системой, по методическому наполнению.

«Audit Expert» – аналитическая система для диагностики, оценки и мониторинга финансового состояния предприятия.

Программный комплекс «Onvision», предназначенный для оперативного анализа данных, получаемых из учетных систем.

Программный продукт «Альт – Финансы», предназначенный для выполнения комплексной оценки деятельности предприятия, выявления основных тенденций его развития, расчета базовых нормативов для планирования и прогнозирования, оценки кредитоспособности предприятия.

«АБФИ – предприятие» (Анализ Банковской и Финансовой Информации) – экспертная аналитическая система, предназначенная для анализа любой формализованной информации. Работая с этой системой, финансовый аналитик имеет возможность обрабатывать информацию быстро и точно, используя для этого все необходимые данные и не отвлекаясь на технические детали.

«Financial Analysis» – модуль для проведения оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Аналитическая платформа Deductor, предоставляющая средства интеллектуального анализа данных Data Mining и некоторые другие.

Все описанные выше программы имеют свои преимущества и свои недостатки. Тем не менее, для крупных организаций лучшей программой можно назвать «ИНЭК-Аналитик» фирмы «ИНЭК», поскольку эта программа помимо расчета коэффициентов и построения графиков содержит большое количество моделей для анализа финансового состояния, прогнозирования банкротства, возможности привлечения кредитов. Для менее крупных организаций оптимальным вариантом могут служить программы «АБФИ – предприятие» фирмы «Вестона» и «Excel Financial Analysis» написанный Николаем Коротаевым. В тех случаях, когда достаточно провести коэффициентный анализ без построения моделей, когда достаточно анализа экономических показателей, вполне может устроить программа «Excel Financial Analysis». Программа сравнивает экономические показатели с нормативными значениями, и даёт заключение о финансовом состоянии. Например, с помощью этой программы на основе показателей оценки структуры баланса предприятия представленных на рис.1 можно оперативно про-

Актуальные проблемы экономики

вести анализ экономических показателей, сравнив расчетные и нормативные значения и построить диаграмму финансового состояния.



Рис.1. Использование программы Excel Financial Analysis

На основании решения можно оценить структуру баланса предприятия: уставной капитал, возможность проведения структурного, динамического и прогнозного анализа, аналитический отчет и выработать соответствующее управленческое решение.

При необходимости полученные данные можно отразить графически, например, как показано на рис.2.



Рис.2. Графическое представление результатов финансового анализа

Таким образом, использование прикладных программных продуктов специального назначения позволяет оперативно проводить всесторонний анализ финансового состояния предприятия и выработать мотивированные управленческие решения.

УДК 637.12.009.12:339.9

АНТАНЬКОВА Т.А.

**ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА
ВНЕШНЕМ РЫНКЕ**

*Научный руководитель – ХРОМЕНКОВА Т.Л. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

В рыночных условиях хозяйствования перед молочнопродуктовым подкомплексом Республики Беларусь стоит задача не только достичь положительной динамики развития, но и обеспечить выход на мировые критерии по конкурентоспособности и эффективности производства.

В настоящее время рынок молока Республики Беларусь имеет следующую специфику:

- наличие на первичном рынке большого числа рыночных агентов;
- короткий срок хранения первичной продукции (молоко), универсальный характер ее использования (в свежем виде, первичная переработка, выработка и потребление разнообразных молокопродуктов и вторичной продукции);
- повсеместный характер производства, переработки и реализации молочной продукции.

Основная задача повышения эффективности функционирования молокоперерабатывающего предприятия состоит в том, чтобы обеспечить гармоничное развитие всех его элементов как единого целого, поскольку любые диспропорции могут привести к нарушениям производственного ритма, что повлияет на результат деятельности – удовлетворение потребности населения в качественной молочной продукции [1].

Автоматизация молочного предприятия является важнейшим показателем уровня его технического развития. Обеспечивая технологические и экономические преимущества, которые невозможно достичь при традиционной организации производства, автоматизация является основой перспективного развития современной молочной индустрии. Повышение уровня автоматизации в молочной промышленности имеет огромное значение: увеличивается эффективность труда, улучшается качество молочных продуктов, оптимизируется использование производственных ресурсов и как следствие повышается конкурентоспособность предприятия.

Для расширения ассортимента, улучшения качества продукции, ее упаковки, с целью снижения энергозатрат, себестоимости выпускаемой продукции, повышения ее конкурентоспособности на внутреннем

и внешнем рынках предусматривается техническое перевооружение предприятий, преимущественно для наращивания эффективного экспорта.

В комплексной реструктуризации в настоящее время нуждаются практически все перерабатывающие предприятия. Обновление основного технологического оборудования на предприятиях молочной промышленности не превышает 3-4% в год, тогда как необходимый темп должен быть в 2,5-3 раза выше. В этой связи износ активной части основных фондов в молочной промышленности составляет 59,3%.

В связи с изношенностью основных производственных фондов в молочной промышленности Беларуси потери достигают больших величин, в особенности потери таких наиболее ценных фракций молока, как молочный белок и молочный сахар. Это предполагает на перспективу использовать в отрасли безотходные технологии, что позволит осуществить интенсификацию производства за счет углубления переработки, совершенствования ассортимента молочной продукции путем увеличения выпуска продуктов, обогащенных белковыми, витаминными и растительными компонентами. Основная цель организации безотходного производства – максимальное привлечение всех макро- и микрокомпонентов молока для изготовления полезной продукции [2, 4].

После распада СССР, в котором Беларусь была одной из ведущих стран по экспорту молочной продукции, ситуация существенно изменилась, нарушились многие связи каналы реализации. Несмотря на это, за последние годы значительно увеличилось число новых связей на уровне предприятий. Экспорт молочной продукции характеризуется положительной динамикой. В 2008 г. он вырос в два раза (1,8 млн. т) по отношению к уровню 2000 г. и на 12,5% к уровню 2006 г. (1,6 млн. т) [3].

В силу высокой затратности отечественного производства, постоянства структуры и устойчивой сегментации европейского рынка молока Республика Беларусь не может в полном объеме конкурировать с западными производителями. Поэтому приоритетным направлением ее экспорта остается Российская Федерация.

Кроме того, производители молочной продукции должны уделить внимание качественной конкурентоспособности молочной продукции, поскольку сегодня мировой рынок функционирует в новой и жесткой относительно экологической безопасности продукта системе международных стандартов качества ИСО 9000.

Незначительное количество белорусской продукции на рынках российских регионов объясняется отсутствием разветвленной товаропроводящей сети. При создании торговых домов в регионах России предусматривается обязательное участие в составе учредителей това-

ропроизводителей с обеих сторон, а также банков и других кредитно-финансовых структур и страховых компаний. Ярким примером такого участия является предприятие ОАО «Молочные горки», находящееся в г. Горки, Могилевской области.

Считаем возможным отработать также новые подходы в сфере торговли с Россией. Одним из таких подходов может быть создание крупных оптовых рынков по продаже белорусской продукции в регионах с использованием возможности белорусских земель.

Следовательно, для выхода на российский рынок готового продукта необходимо осуществить ряд организационно – технических мероприятий, а именно:

- организовать целевое товарное производство продукции, предназначенной для экспорта, для чего определить сеть сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, которым будет оказана поддержка при создании материально-технической экспертной базы;
- создать нормативную законодательную базу, предусматривающую четкое валютное регулирование;
- наладить производство современных видов тары и тароупаковочных материалов;
- создать новые конкурентоспособные производства;
- создать развитую инфраструктуру ярмарочно-выставочной деятельности.

Решению поставленных задач должны способствовать углубление сотрудничества стран СНГ в области формирования общего аграрного рынка и разработка системы его защиты на национальном и наднациональном уровнях [1].

ЛИТЕРАТУРА

1. Гусаков, В.Г. Экономика организаций и отраслей агропромышленного комплекса. В 2 кн. Кн. 2 / В.Г. Гусаков [и др.]; под общ. Ред. акад. В. Г. Гусакова. Минск: Белорусская наука, 2007. С. 323-331, 613-625.
2. Животков С. Молочное производство: на ощупь или по приборам? / С. Животков // Молочный продукт. 2009. №1. С. 44-45.
3. Мировой рынок молока по оценке ФАО [Электронный ресурс]. 2009. Режим доступа: <http://gek.ru/articles/special/1/215.htm>. Дата доступа: 21.10.2009.
4. Тенденции автоматизации молочных предприятий // Молочный продукт. 2009. №1. С. 43.

УДК 637.12.009.12:339.9

АНТАНЬКОВА Т.А.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ И ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ

*Научный руководитель – ХРОМЕНКОВА Т.Л. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Важнейшим атрибутом экономики, затрагивающим интерес всех товаропроизводителей и государства в целом, является конкурентоспособность продукции.

Роль конкурентоспособности молочной продукции значительно возрастает в связи с тем, что производимые продовольственные товары выполняют особую функцию – используются населением для пищевых целей. В связи с этим составляющие конкурентоспособности продовольственной продукции – высокое качество, сбалансированность по питательным веществам и калориям, содержание допустимых пределов загрязнения нитратами, радионуклидами и другими вредными для здоровья людей элементами - должны быть соответствующего уровня и выдерживать конкуренцию на внутренних и зарубежных рынках, т.е. быть конкурентоспособными.

Для этого необходимо изменить структуру использования молока, т.е. увеличить производство цельномолочной продукции, повысить выпуск сыра, снизив одновременно расход молока на выработку масла. На производство животного масла в республике идет около 40% всего молока, а на долю цельномолочной продукции остается лишь 30% сыра, в то время как во всем мире на эти цели направляется до половины перерабатываемого молока.

Для того чтобы сделать молочные продукты важным для республики экспортным товаром, нужна серьезная перестройка перерабатывающей отрасли и ценообразования.

Сыр для Беларуси может и должен стать «народным бизнесом», так как страна имеет для этого возможности: потенциально сильную сырьевую базу и емкий российский рынок сбыта.

Но не только на сыр можно делать ставку. По мнению экспертов, высокий спрос на творог сохранится достаточно долго, при этом творог имеет перед сыром ряд преимуществ. Он созревает всего 1 день и не требует наличия больших складских помещений [4].

Производить надо то, что востребовано на рынке, с целью получения большей прибыли и удовлетворения спроса потребителей.

Важным показателем конкурентоспособности продукции является ее качество. Ориентация экономики на высокое качество продукции особенно актуальна для государств с ограниченной сырьевой базой, к каковым относится Республика Беларусь. Высокое качество отечественных товаров позволит им выдержать конкуренцию с товарами зарубежных фирм, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Снижение качества продукции на 10% по сравнению с мировым уровнем вынуждает снизить цену на 15-20%, снижение качества на 15-20% ведет к снижению цены уже на 40-50%, а продукт, качество которого на 40-50% ниже мирового уровня, практически невозможно реализовать. Несоответствие качества отечественных товаров мировому уровню и объясняет незначительный удельный вес экспорта и его невысокую доходность.

Основными факторами повышения качества продукции являются:

- научно-технологические: разработка новых видов продукции, внедрение прогрессивных технологических процессов и др.;
- организационные: совершенствование организации производства, труда и управления;
- социально-экономические: мотивация труда.

Проблему улучшения качества продукции необходимо решать путем увеличения ее повышенной биологической ценности, отвечающей современным требованиям рационального питания населения; освоения технологий, обеспечивающих механизацию и автоматизацию производственных процессов; повышения стойкости продуктов при хранении; улучшения санитарно-гигиенических условий труда. Особое внимание следует уделять организации мероприятий, предупреждающих попадание в продукты питания опасных для здоровья человека веществ [2].

Неотъемлемой частью эффективного производства продукции является управление ее качеством. Под управлением качеством продукции понимают постоянный, планомерный, целеустремленный процесс воздействия на всех уровнях на факторы и условия, обеспечивающий создание продукции оптимального качества и полноценное ее использование. Постоянное совершенствование методов контроля – залог выпуска качественной молочной продукции. Предпосылкой успешного производства является соблюдение всех технологических режимов и регламентов. В работе важна система, а не единичные мероприятия. Контроль над качеством и безопасностью молочных продуктов должен осуществляться на постоянной основе, обеспечивая безопасность их потребления для жизни и здоровья людей и предотвращая экономиче-

ский ущерб, наносимый употреблением некачественной продукции [3].

Также необходимо обновлять ассортимент продукции, пополнять его новыми видами, но при этом отбирать и вырабатывать действительно новые виды продукции, отличающиеся вкусовыми достоинствами и питательной ценностью, улучшенным качеством, а не просто увеличивать количество их наименований. Разработка и освоение новой конкурентоспособной продукции, отвечающей требованиям потребителя, должны учитывать степень удовлетворенности потребителя. Ведь если уровень ожиданий относительно качества продукции соответствует уровню воспринятого качества купленной продукции, то потребитель останется довольным и даже восхищенным.

Наряду с освоением новых видов продукции необходимо проводить отбор и производство молочной продукции, пользующейся массовым спросом и удовлетворяющей потребности населения в молочной продукции.

Немаловажным элементом конкуренции на рынке является упаковка, причем не только ее красочность и практичность, но и способность обеспечивать длительные сроки хранения без потери качества продукции. Целесообразным с точки зрения маркетинговых технологий является создание оригинального стиля для всей продукции предприятия, товарного знака, дизайна [1].

Таким образом, для молокоперерабатывающих предприятий производство конкурентоспособной продукции имеет особое значение. Это не только обеспечение продовольственной безопасности страны, но и, в первую очередь, удовлетворение спроса населения на продукты питания необходимого ассортимента и качества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Г у с а к о в, В. Г. Новейшая экономика и организация сельского хозяйства в условиях становления рынка: научный поиск, проблемы, решения. / В.Г. Гусаков. Минск: Белорусская наука, 2008. С. 224-229 .
2. Ж и в о т к о в, С. Молочное производство: на ощупь или по приборам? / С. Животков // Молочный продукт. 2009. №1. С. 44-45.
3. Качество и эффективное управление // Молочная промышленность. 2009. №3. С. 22-26.
4. Мировой рынок молока по оценке ФАО [Электронный ресурс]. 2009. Режим доступа: <http://gek.ru/articles/special/1/215.htm>. Дата доступа: 21.09.2009.

УДК 316.422:005.96

АРИСТОВА Т.Н.

ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Научный руководитель – МУРТАЗАЕВА Р.Н. – доктор с.-х. наук, профессор ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия», Волгоград, Российская Федерация

Необходимость совершенствования управления АПК ставит на повестку дня формирование особого типа специалиста сельского хозяйства, отличного от традиционных форм подготовки этой категории работников. Его условно можно назвать инновационным менеджером, который знает, как превращать фундаментальные знания в деньги.

Одна из основных стратегий управления знаниями - развитие компетенции персонала. Возрастание уровня компетенции и качества исполнения работы в первую очередь находится в зависимости от степени овладения знаниями.

В современных условиях изменения информационных технологий формируются новые функции:

- управление знаниями, в задачу которой входят аккумулирование интеллектуального капитала, выявление имеющейся информации и опыта, создание предпосылок для распространения и передачи знаний;

- обучение персонала - накопление человеческого капитала путем непосредственной передачи профессиональных знаний и навыков сотрудникам организации с целью заполнения разрыва между имеющимися и будущими знаниями и умениями.

В настоящее время знания признаны экономической категорией. Отныне основное средство производства - не земля, не физический труд, не заводы, не техника, а знания и информация.

К примеру, образовательный потенциал аграрной сферы ЮФО является достаточно сильным. Численность подготовленных молодых специалистов, имеющих среднее специальное и высшее образование, увеличилась в 2008г. по сравнению с 2004г. на 29 и 15% соответственно. Среднегодовой прирост числа молодых специалистов, имеющих среднее специальное и высшее образование, составляет 6,5 и 3,6% соответственно. Рост числа студентов, обучившихся в рамках целевой контрактной подготовки, значительно опережает увеличение числа обучившихся за счет бюджета. Так, среднегодовой прирост количества студентов с высшим и средним профессиональным образованием, обучившихся за счет бюджета, составил в анализируемый пери-

од 1,3 и 3,1% соответственно, а в рамках целевой контрактной подготовки - на 95,8 и 13,9%.

Так, например, Тверской государственной сельскохозяйственной академией ежегодно выпускаются более 500 специалистов сельскохозяйственного производства, в том числе 290-300 по очной форме обучения и 200-210 по заочной. При этом количество обучающихся в рамках целевой контрактной подготовки в сравнении с 2004 г. возросло в 12 раз.

Тверская область по подготовке молодых специалистов для сельскохозяйственного производства занимает одно из лидирующих мест среди регионов Центрального федерального округа России, однако, вследствие неустроенности жизни на селе, отсутствия жилья, низкой заработной платы, их приток и закрепление в сельском хозяйстве затруднены.

Профессионализм правомерно рассматривать как сочетание общего образования с умениями и навыками, приобретаемыми в процессе работы в конкретной организации, в специфических условиях ее во многом уникальной системы разделения и организации труда.

Способ освоения умений влияет на результат обучения. В традиционной системе процесс обучения непосредственно больше похож на школу «общества знаний», где обучение сводится только к усвоению существующих знаний. Слушатели получают ответы на проблемы, которые остались в прошлой жизни и на сегодняшний день не актуальны. В результате приобретаются навыки диагностики, анализа и рекомендаций, но не практического решения современных проблем.

Закрепить профессиональные знания путем даже вдумчивого «прочтения» лекционных курсов невозможно. Получить навыки на практических занятиях можно, но недостаточно, приобрести умения возможно только на тренингах, например, «обучение действием». В процессе тренинга происходит развитие профессиональных знаний и навыков обучающихся, улучшение ориентации в конкретных ситуациях, изменение внутренних установок и поведения, повышение самомотивации, приобретение устойчивости против внешнего воздействия. Количество таких занятий должно быть намного больше лекционных. Причем необходимо увеличить практическую составляющую курса обучения. Соотношение лекций и практических занятий должно быть приблизительно «1» к «4», только тогда можно говорить об усвоении полученных знаний и приобретения профессиональных умений, необходимых для принятия управленческих решений в конкретной деятельности. Например, в Рязанской ГСХА активно ведется работа по возрождению студенческих отрядов из учебных заведений аграрного про-

фия. В 2007 г. в них участвовало более 500 человек в составе 28 механизированных и 15 животноводческих студенческих отрядов.

В середине XX века на повышение квалификации персонала в системе управления персоналом смотрели только как на развитие индивида, причем само обучение выступало одним из средств решений этой задачи. В XXI веке в системе развития управления человеческими ресурсами приоритетным направлением становится образование взрослых, одобренное всемирной конференцией, проходившей в Гамбурге под девизом: «Образование взрослых - это ключ в XXI век!».

Образование взрослых - направление в образовании, обеспечивающее удовлетворение образовательных потребностей лиц, занятых самостоятельной профессиональной деятельностью. Особое место при этом принадлежит непрерывному образованию взрослых в течение всей жизни.

В инновационной экономике именно знания становятся источником высокой производительности и конкурентоспособности. Управление знаниями - это процесс определения того, какие знания необходимы внутри организации, какие существуют проблемы и какие требуются навыки и умения при завершении проекта или разрешении проблемы.

Вузы готовят специалистов, но не готовят руководителей. Рекомендуется в каждом муниципальном образовании (МО) создавать институты дополнительного профессионального образования для подготовки руководящих кадров по аналогии с дополнительным профессиональным образованием госслужащих по государственному заказу. В каждом МО должен быть создан корпоративный университет («Институт лидерства»), основанный на развитии управленческих компетенций руководителей-лидеров.

УДК 339.137:633.521

АТРОШЕНКО А.Г.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ЛЬНА И ЛЬНОПРОДУКЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

*Научный руководитель – СКАЗЕЦКАЯ И.А. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Цель данной статьи: выявление конкурентоспособности производства льна и льняной продукции как внутри страны так и за рубежом и определение путей совершенствования. На современном этапе экономического развития сельскохозяйственных предприятий Республики Беларусь одной из важнейших задач является повышение конкурентоспособности продукции. Постановка такой задачи обусловлена рыночными отношениями. Повышение конкурентоспособности связано с изменениями, затрагивающими средства, методы и технологии производства, обусловленные научно-техническим прогрессом.

Конкурентоспособность - свойства товара, услуги субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [1].

Важнейшим инструментом повышения конкурентоспособности льняной отрасли является последовательная структурная политика, которая заключается в приведении структуры предложения в соответствие со структурой спроса. Более содержательная интерпретация политики формулируется в следующей постановке комплекса задач: исходя из природно-климатических условий страны и возможностей модернизации материально-технической базы [3].

Для решения проблемы исследования конкурентоспособности льняного подкомплекса необходимо определить возможные направления повышения конкурентоспособности, осуществить выбор наиболее приоритетных из них, разработать конкретные мероприятия по обеспечению роста конкурентоспособности.

Конкуренцию с другими видами волокон лен может выиграть лишь при условии сохранения его исключительных природных свойств. Для решения этой задачи производители льняной пряжи и тканей восьми стран Европы (Австрия, Бельгия, Великобритания, Германия, Голландия, Италия, Франция и Швейцария) создали ассоциацию «Международная федерация льна и конопли» (г. Париж). Ассоциация учредила марку «L», которая означает, что товар соответствует нормам, установленным международным техническим уставом.

На современном этапе сложившаяся сырьевая база льноводческих стран мира, стремление потребителей к использованию одежды из натуральных волокон диктуют создание ассортимента смесовых тканей с вложением в смесь из химических волокон льняного волокна. Уже спроектированы различные сортировки из смесей химических волокон, в частности, полиэфирного, вискозного в сочетании с хлопком и льняного волокна (в количестве от 30 до 50%). Эти разработки представляют повышенный интерес как для производителей продукции из льна, так и для её потребителей.

Развитие льноиндустрии придает качественно новый импульс подъему национальной экономики. Оно имеет не только экономическую направленность в народном хозяйстве, но и практически обеспечивает постоянной и высокооплачиваемой работой несколько тысяч работников легкой промышленности.

Закупка импортных агрегатов и создание более эффективных отечественных, позволила бы повысить конкурентоспособность льноволокна и льнопродукции, путём совмещения культивации с высевом. К тому же система точного посева, управляемая компьютером, обеспечила бы залегание семян на одной глубине, что дало равномерную всхожесть. Естественно, все это позволило бы вырастить однородный лен, а значит, в конечном итоге повысить урожайность и улучшить качество льноволокна т.е. увеличить конкурентоспособность льнопродукции, за счет чего можно было бы собрать в 2 раза больший урожай. В настоящее время сеялки отечественного производства не дают такого равномерного заглубления семян, что приводит к неравномерности посева и потере урожайности и качества льноволокна. Они больше предназначены для легких песчаных почв, но льну нужна более плодородная земля. Отметим применение технологии рулонной уборки льна, которая позволяет убирать лен более быстрыми темпами и экономить средства, выделенные на эти цели, так как ручная уборка льна по затратам значительно выше механизированной.

Необходимо избавиться от факторов снижающих конкурентоспособность льнопродукции:

- низкого покупательского спроса внутри страны на льнопродукцию ввиду невысокого жизненного уровня и слабой платежеспособности населения, затратного производства;
- несоответствие уровня цен на материально-технические и энергетические ресурсы уровню материалоемкости и конкурентоспособности отечественной продукции;
- хронической недостаточности оборотного капитала;
- посредников, покупающих волокно по себестоимости продукции;

– малообеспеченность отрасли инвестициями.

Положительным является то, что отечественные сорта льна обладают высоким потенциалом продуктивности, который в производстве реализуется пока на 30% [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азаряна. 7-е. изд. доп. М.: Институт новой экономики, 2008, 1472 с.
2. Г о л у б, И.А. «Льноводство Беларуси: на безубыточный уровень производства» / И.А. Голуб // Земляробства і ахова раслін, 2009, № 1(62). С. 20-21.
3. Г о л у б, И.А. «Научное обеспечение льняного подкомплекса Республики Беларусь» / И.А. Голуб, В.В. Богдан // Земляробства і ахова раслін, 2008, № 1(56). С. 3-5.
4. Г о л у б, И.А. «Научное обеспечение льняного подкомплекса Республики Беларусь» / И.А. Голуб, В.В. Богдан // Земляробства і ахова раслін, 2008, № 1(56). С. 7-8.

УДК 552.578.2:671.21

БАЛАНЧУК А.С.

НЕПРЕДСКАЗУЕМОЕ ЧЕРНОЕ ЗОЛОТО

Научный руководитель – КОЛЕНЬКОВА Л.В.

Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,

Гомель, Республика Беларусь

Финансовый кризис приобрел черты экономического и социального.

За последний год стоимость нефти поставила сразу несколько рекордов. К середине июня 2008 года цены на нефть достигли рекордных \$147,47 за баррель, после чего в течение полугода практически непрерывно падали. С февраля стоимость нефти на мировом рынке вновь начала расти и за три месяца увеличилась более чем на 40% за баррель. Косвенным результатом прекращения прокачки российской нефти по белорусской территории стало то, в чем Беларусь никак не заинтересована (если, разумеется, планирует покупать нефть на общих основаниях), и чего, возможно, и не просчитывала: цены на нефть на мировых нефтяных биржах поползли вверх.

Значительный рост цен на нефть произошел в середине дня 8 января на мировых нефтяных биржах после того, как стало известно о прекращении поступления в Европу российской экспортной нефти через Беларусь по нефтепроводу «Дружба».

Аномальное тепло, установившееся нынешней зимой в северном полушарии, стало причиной ценовых рекордов на «черное золото». Последнее «обрушение» было зафиксировано в Лондоне 5 января: как передавал в тот день канал НТВ, стоимость нефтяного барреля понизилась почти на три доллара, составив 55 долларов 11 центов. Это самый низкий показатель с ноября 2005 года.

Еще одной причиной падения цен на нефть эксперты называют ожидание сокращения темпов роста мировой экономики. Но, несмотря на это, крупнейший потребитель – США – продолжает наращивать запасы топлива. В середине ноября минувшего года Штаты приобрели 1 млн. баррелей. Вероятно, еще 500 тысяч баррелей докупят. По прогнозам аналитиков, если не уберут эту нефть с рынка, цена может опуститься до 50 долларов, а то и ниже.

Черное золото уводит в минус рынки практически всех минеральных ресурсов, и даже импульсивные действия Беларуси здесь едва ли могут помочь. Обвал начался в Нью-Йорке: несколько дней подряд нефть падала на 2 доллара 73 цента в сутки. До сегодняшнего дня она

стоила 55 долларов 59 центов за баррель

Министр финансов РФ Алексей Кудрин озвучил прогноз, согласно которому среднегодовая цена на нефть марки Ural в 2009 году составит 57 долларов за баррель. Комментируя данные уточненного прогноза социально-экономического развития РФ до 2012 года, он отметил, что в следующем году цена нефти составит 58 долларов, в 2011 – 59 долларов, а в 2012 – 60 долларов за баррель. Чем на самом деле обусловлен рост цен на нефть. Почему нефть растет такими темпами.

На эти вопросы попытались ответить американские эксперты. Расследование проводилось специальной группой экспертов, в которую вошли представители министерства сельского хозяйства, министерства энергетики, министерства финансов, правления Федеральной резервной системы США, Федеральной торговой комиссии и Комиссии по ценным бумагам и биржам США. Эта группа была создана в июне 2008 года по требованию представителей Демократической партии США, утверждавших, что основной причиной роста цен на «черное золото» являются действия спекулянтов.

О начале беспрецедентного расследования по поводу возможных манипуляций на нефтяном рынке США стало известно в конце мая. Начало расследования CFTC мотивировала «беспрецедентными условиями» сложившимися на рынке нефти. При этом комиссия подчеркивала, что ее усилия направлены на «исключение манипуляций и злоупотреблений на рынках». Расследование было начато еще в декабре 2007 года и велось в тесном взаимодействии с регуляторами других стран, в том числе с Управлением по финансовому регулированию и надзору (FSA) Великобритании.

В ходе расследования было выявлено. Резкий рост цен на нефть не связан с действиями рыночных спекулянтов, на выводы расследования Комиссии по срочной биржевой торговле США (CFTC), главного регулятора рынка сырьевых товаров и производных инструментов в стране. Они сделали вывод, что фундаментальные факторы спроса и поставок являются самым верным объяснением резкого повышения цен на нефть. Объяснение вполне понятное, но в то же время необъясняющее основную первопричину роста цен на черное золото.

Средняя себестоимость добычи нефти в России – около \$4/баррель. Стоимость сырой нефти (марки Brent) на международной бирже в Лондоне – \$52/баррель. (\$390/тонну) \$180/тонну. Учитывая географическое и технологическое значение Беларуси на рынке нефти и нефтепродуктов, а также тесное сотрудничество с Россией на этом рынке, рассмотренные тенденции имеют для страны следующее значение: складывающаяся ситуация на мировом рынке диктует необходимость

коррекции поставок сырья. При этом сбыт и ценовая политика должны быть направлены на стабилизацию поставок и прогнозируемый уровень цен на нефть и нефтепродукты, поставляемые на белорусские НПЗ, что позволит снизить риски непредвиденного снижения цен на нефть и соответственно – на нефтепродукты;

Учитывая особую зависимость нашей страны от нефтяных и нефтепродуктовых потоков (доля операций от связанных с транзитом и переработкой нефти в торговом балансе достигает 30% общего объема товарооборота), проблема интеграции белорусской экономики в глобальный нефтяной рынок особенно актуальна. Беларуси требуется развивать собственную добычу в России – интегрировать свои нефтеперерабатывающие и нефтехимические предприятия в состав добывающих компаний.

Как сообщает агентство Bloomberg, нефть торгуется на пике 11 месяцев в ожидании роста спроса на сырье со стороны нефтеперерабатывающих заводов в США. На Нью-йоркской бирже цена марки Brent подскочила до 77,57 доллара. Это уже совсем близко к рекорду, установленному в августе прошлого года. Как российские, так и зарубежные специалисты предсказывают черные времена для потребителей нефти, и золотые – для ее производителей.

Рост цен стимулирует увеличение потребления нефти в мире. Согласно опубликованному прогнозу Международного энергетического агентства (МЭА), в 2008 году мировой спрос на нефть достиг 88,2 млн. баррелей в день, что на 2,5% больше показателя 2007 года. Заметную роль в повышении нефтяных цен играют и геополитические факторы, ведущие к нестабильности поставок, подчеркивают эксперты МЭА, отмечает РБК daily.

Казалось бы, российская экономика, относящаяся к числу нефтедобывающих, должна будет от этого только выиграть. Но это не совсем так. По словам аналитика Алексея Бутенко, «77 долларов – это, конечно, лучше, чем 27». "Но, во-первых, из-за высоких экспортных пошлин преуспевать будет в основном бюджет и стабилизационный фонд, тогда как прибыли нефтяных компаний будут расти не слишком-то значительно. Кроме того, из-за притока валютной выручки будет расти инфляция, и Центробанку придется повышать курс рубля, что не лучшим образом скажется на российской промышленности, – прогнозирует аналитик.

Есть и другой «негатив»: для российских нефтяных компаний высокие цены служат расслабляющим фактором. "Практика показывает, что пока цены были низкими (скажем, в 2000–2002 годах) и государство делало определенные телодвижения в налоговой политике, компа-

нии пытались больше модернизировать добычу, – рассуждает Белова. – Сейчас этого не происходит. НК уже практически не занимаются геологоразведкой, все инвестиции туда имеют государственное происхождение. В результате уже в 2010–2012 годах нас ждет общее падение добычи. Хотелось бы, конечно, рассчитывать на то, что высокие цены подвигнут нефтяников работать с малорентабельными месторождениями, но пока этого что-то незаметно. Так что для отрасли в целом столь высокие цены скорее вредны, чем полезны.

УДК 658.14/.17

БАХАНЬКОВА О.В.

БЕНЧМАРКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Научный руководитель – ИЗМАЙЛОВИЧ С.В. – ст. преподаватель УО «Полоцкий государственный университет», Новополоцк, Республика Беларусь

Известно много инструментов стратегического управления: ценностная цепочка, матрица БГК, матрица GE/McKinsey, SWOT-анализ, сценарии, матрица продукт/рынок, модель пяти сил и другие. Одним из наиболее популярных инструментов, используемых на современном этапе, является бенчмаркинг.

Бенчмаркинг в настоящее время получил широкое признание как проверенный эффективный инструмент современного менеджмента с относительно низкими затратами. Он предполагает определение целей и методов их достижения в соответствии с практикой лучших компаний. Методика бенчмаркинга как часть стратегического менеджмента дает компании руководство по улучшению ее бизнес-процессов, технических решений и функций [4].

Бенчмаркинг (от англ. benchmark, «начало отсчета», «зарубка») – это механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других, более успешных, фирм. Бенчмаркинг находит применение во всех сферах деятельности предприятия – в логистике, маркетинге, управлении персоналом и т.д. [2].

Бенчмаркинг – это и непрерывный поиск новых идей и последующее их использование на практике.

Целью бенчмаркинга является выработка решений, направленных на совершенствование деятельности компании и определение стандартов, на которые следует ориентироваться.

В существующих к данному моменту публикациях ученых выделены следующие основные виды бенчмаркинга [1]: конкурентный; общий; функциональный; внутренний.

Конкурентный бенчмаркинг или бенчмаркинг конкурентоспособности – сравнение предприятия с конкурентами по различным параметрам [2]. В процессе его применения измеряются характеристики предприятия и проводят сопоставление с характеристиками конкурентов, исследуются специфические продукты, возможности процесса предприятий-конкурентов [1].

Общий бенчмаркинг – сравнение компании с непрямыми конкурентами по выбранным параметрам.

Функциональный бенчмаркинг – сравнение по функциям (продажи, закупки и т.д.) по отношению к компаниям в той же отрасли, но не обязательно прямым конкурентам.

Внутренний бенчмаркинг – сравнение работы подразделений компании.

Четыре представленных вида бенчмаркинга являются основными. Однако, некоторые ученые, такие как Аренков И.А., Багиев Е.Г., выделяют гораздо больше видов бенчмаркинга: бенчмаркинг затрат, клиента, оперативный, ассоциативный и стратегический и глобальный бенчмаркинг, бенчмаркинг процесса, бенчмаркинг характеристик.

Исходя из исследований Open University Business School, основными причинами неиспользования бенчмаркинга является – невозможность определить подходящее предприятие-аналог и найти необходимые данные для анализа.

Однако, по нашему мнению, источников информации для бенчмаркинг-анализа достаточно. Они сгруппированы и представлены в таблице (табл.1).

Таблица 1. Источники информации для бенчмаркинга

Публикации	Обмен информацией	Внешние источники
<ul style="list-style-type: none"> – Данные комиссии по ценным бумагам – Годовые отчеты, брошюры о продуктах и услугах организации, пресс-релизы – Публикации в прессе – Аналитические отчеты по сегментам рынка – Публикации профессиональных ассоциаций – Публикации из правительственных источников 	<ul style="list-style-type: none"> – Профессиональные конференции – Прямые контакты с предприятиями-партнерами и конкурентами – Неформальные контакты сотрудников конкурирующих организаций 	<ul style="list-style-type: none"> – Потенциальные клиенты – Правительственные чиновники – Отраслевые консультанты

Источник: [3].

На наш взгляд, основная проблема недостаточной популярности бенчмаркинга как инструмента стратегического управления заключается не в отсутствии информации, а в отсутствии методики бенчмаркинг-анализа.

Для проведения бенчмаркинг-исследования считаем необходимым на основе имеющихся в отечественной и зарубежной научной среде подходов к финансово-экономическому анализу деятельности организации выделить основные направления и предложить наиболее информативные показатели конкурентного бенчмаркинг-анализа.

Предлагаемые нами направления и показатели анализа представлены в таблице (табл.2).

Таблица 2. **Направления и показатели конкурентного бенчмаркинга**

Направления анализа		Показатели
Производство	Сырье и материалы	Сопоставление коэффициентов материалоемкости в базовом и отчетном периодах
	Зарботная плата	Коэффициент использования рабочей силы
	Основные средства и НА	1) коэффициент обновления; 2) износ активной части ОПФ 3) внедрение ресурсо- и энергосберегающих технологий
Реклама и маркетинг	Реализация	1) рентабельность продаж; 2) отношение запасов годовой продукции к объему производства; 3) доля новой продукции в общем объеме производства; 4) количество рекламаций от покупателей; 5) удельный вес экспорта.
	Маркетинг	1) известность бренда (марки); 2) послепродажное обслуживание; 3) дистрибуция; 4) общие затраты на рекламу и маркетинг; 5) доля рынка.
Финансовое состояние	1) уровень ЧП на одного работника и темп ее изменения; 2) экономическая прибыль; 3) коэффициент платежеспособности; 4) коэффициент маневренности; 5) коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами.	

Источник: собственная разработка

Таким образом, авторами определены сущность, виды бенчмаркинга, источники информации и, что является наиболее актуальным, методика и показатели бенчмаркингового анализа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аренок в, И.А. Бенчмаркинг и маркетинговые решения / И.А. Аренок в, Е.Г. Багивев [Электронный ресурс] / Энциклопедия маркетинга. Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>.
2. Бенчмаркинг: все лучшее – себе [Электронный ресурс] / Журнал «Секрет фирмы». Дата публикации: 01.09.2002. Режим доступа: <http://www.management.com.ua>.
3. Дашкевич, Р.А. Бенчмаркинг – технология современного бизнеса / Р.А. Дашкевич // Экономика. Финансы. Управление. 2009 г. № 8. С. 110-115.
4. Никол и ч, М., Количественный подход в бенчмаркинге: обеспечение выбора оптимальных стратегических действий / М. Николич, Б. Николич, Е. Вукоянски.

УДК 338

БЕРДИНА ЗАРОВА Т.Б.

**ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ
(НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА БАРАНОВИЧИ)**

Научный руководитель – АНЧАК И.Н.

УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

В современных условиях, когда экономика испытывает влияние мирового финансового кризиса, актуализируется проблема безработицы, что особенно заметно в регионах. Так и город Барановичи, являясь вторым по численности населения в Брестской области и имеющий экономически выгодное расположение, сталкивается с данной проблемой.

Проявление безработицы на региональном уровне заключается в невозможности удовлетворения желания трудиться части трудоспособного населения определенного региона, которая не имеет работы и становится вынужденно незанятой. Вынужденно не занятые характеризуются следующими признаками:

- 1) вынужденностью незанятости;
- 2) отсутствием подходящей работы¹;
- 3) наличием регистрации в Государственной службе занятости;

В целом, за январь - сентябрь 2009 года реализация мероприятий по обеспечению занятости, способствовала удержанию уровня регистрируемой безработицы в социально допустимых пределах и на 01.10.2009 года, уровень составил 1,2% к численности экономически активного населения.

Конъюнктура рынка труда города Барановичи определяется превышением предложения рабочей силы над спросом на нее. Сохраняется дисбаланс между спросом и предложением рабочей силы по профессиональному и квалификационному составу безработных и структуре вакансий. По данным областной статистики, численность занятых в экономике города в августе 2009 года составила 79135 человек (увеличившись по сравнению с октябрём 2008 года на 1489 человек), тем не менее, прогнозный показатель 2009 года – 80000 человек не выполняется, и 865 человек остаются не трудоустроенными.

¹ Согласно Закону о занятости населения Республики Беларусь (ст.3), подходящей считается работа, соответствующая профессиональной подготовке, учитывающая его возраст, состояние здоровья, трудовой стаж и опыт.

В Барановичах наибольшую сложность в трудоустройстве испытывают представители следующих профессий: бухгалтер, техник, технолог, экономист, юрист. Труднедостаточными профессиями являются: врач, электромонтер, станочник широкого профиля, водитель, профессии строительных специальностей. То есть в г. Барановичи предложение рабочих мест представлено преимущественно мужскими рабочими специальностями, что приводит к некоторому дисбалансу на рынке труда.

Почти половина безработных города Барановичи приходится на молодежь и женщин, существует настоятельная потребность в первоочередном обеспечении рабочими местами именно их. Что могло бы реализоваться при условии восстановления и функционирования в полную мощность легкой промышленности города. Многие предприятия легкой промышленности (в том числе и одно из градообразующих предприятий) малорентабельны. Сокращение рабочих мест, низкая заработная плата не позволяет женщинам реализовать себя в качестве трудовых ресурсов (из числа зарегистрированных в центре занятости 4200 человек, 1632 человек являются женщины).

Значительная часть городского рынка труда представлена молодежью, которая подвергается постоянной смене трудовых функций. Для учащейся и студенческой молодежи организуется занятость свободное от учебы время. В текущем году при содействии центра занятости было трудоустроено на временные работы 474 учащихся, При этом всех желающих трудоустроится насчитывалось 834 человека, среди которых 485 – девушки. Центром занятости было устроено на постоянную работу 28 человек. Приоритетным правом на временные рабочие места пользуются дети из малообеспеченных, неполных, многодетных семей, состоящие на учете в комиссии по делам несовершеннолетних.

Проблема недостаточности рабочих мест особенно для женской половины города в городе решается за счет переквалификация и расширения самозанятости населения. Так за счет средств фонда социальной защиты 58 безработным выделены субсидии для организации собственного дела по 13 видам деятельности. Обучение основам предпринимательской деятельности прошли 41 человек.

В ходе решения проблемы безработицы среди молодежи фондом занятости в январе-сентябре 2009 года 12 несовершеннолетних безработных и 19 выпускников общеобразовательных школ направлены на профессиональное обучение для получения первой рабочей профессии, а 26 выпускников ССУЗов и ВУЗов были трудоустроены.

Перспективным представляется реализация мероприятий молодежной занятости при помощи координированных действий трех органи-

заций: ВУЗ (Ссуз), центр занятости и предприятие, в том числе и через обучение дополнительной востребованной специальности.

Кроме того, необходимо повысить мотивацию у руководства субъектов хозяйствования и организаций (по крайней мере, государственной формы собственности) создавать хорошие условия на рабочих местах, не только для повышения трудоспособности, но и уменьшения текучести кадров.

Рыночная экономика невозможна без существования рынка труда, основным результатом которого является формирование определенного уровня занятости и безработицы. Поэтому рассмотрев вопросы безработицы в данном регионе, можно сделать вывод в пользу поэтапного их решения.

УДК 336.717.1

БЕРЕЗОВСКАЯ А.Е.

**СОСТОЯНИЕ КАРТОЧНОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ
БЕЛАРУСЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ**

Научный руководитель – ОСТРОВЕЦКАЯ Ж.М. – ассистент

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Система расчетов с использованием банковских пластиковых карточек является составной частью национальной платежной системы Республики Беларусь.

Массовое применение пластиковой карточки как инструмента безналичных расчетов в Республике Беларусь стало возможным благодаря вниманию, которое уделяется данному инструменту со стороны банковских учреждений и деятельности банков по развитию этого бизнеса. Применение банковских пластиковых карточек позволяет снижать себестоимость оказываемых клиентам услуг, а также расширять их спектр. Кроме того, она способствует сокращению наличного денежного оборота, ускорению движения денежных средств между клиентами, пополнению ресурсной базы банков, расширяет возможности роста товарооборота и производства, повышает безопасность оборота денег в стране и платежную культуру граждан.

На протяжении последних десяти лет развитие в Республике Беларусь системы расчетов на основе банковских пластиковых карточек осуществлялось преимущественно в рамках реализации банками проектов выплаты заработной платы населению республики через карту, что позволило решить проблему эмиссии.

В настоящее время основные усилия банковского сообщества и органов государственной власти сосредоточены на развитии программно-технической инфраструктуры, позволяющей использовать карточку не только для получения наличных денежных средств, но и как инструмент для проведения безналичных расчетов за товары и услуги.

Государственной программой развития технической инфраструктуры, обеспечивающей использование банковских пластиковых карточек, на 2006-2010 годы предусмотрены следующие ориентиры:

- доведение доли безналичного денежного оборота в сфере торговли и услуг до 30 %;
- обеспечение нагрузки на один платежный терминал, установленный в организации торговли и сервиса, не превышающей 160 банковских пластиковых карточек;

– обеспечение импортозамещения основных компонентов программно-технической инфраструктуры, обеспечивающей использование банковских пластиковых карточек.

Анализируя состояние безналичных расчетов, следует отметить, что количество безналичных операций в национальной валюте за 9 месяцев 2009 год составило 45% от общего количества операций, совершаемых с использованием карточек, удельный вес этих операций в суммарном выражении составил 11%. За 2008 год аналогичные показатели составляли 40,9% и 9,1% соответственно. За 2004 год аналогичные показатели составляли 12,3% и 2,9% соответственно.

В соответствии со средними международными показателями на 1 банкомат приходится 2600 карточек, на 1 платежный терминал – 160 карточек. По состоянию на 01.10.2009 в Республике Беларусь в расчете на 1 банкомат эмитировано 2695 карточек, на 1 терминал, установленный в предприятиях торговли и сервиса и пунктах выдачи наличных, – 282 карточки, что в 1,7 раза превышает международный показатель.

Основные затраты по развитию технической инфраструктуры несет банковское сообщество. Закупка и установка дорогостоящего оборудования, которое в Республике Беларусь не производится, требует существенных капитальных вложений. Поэтому необходимо использование различных методов финансирования закупок и установки платежных терминалов, ускорение работ по организации в стране собственного производства необходимых технических средств, увеличение количества объектов инфраструктуры, позволяющей производить операции с карточками различных систем расчетов, льготирование ставок налогов для предприятий торговли с направлением высвобождающихся средств на приобретение платежных терминалов и т.д.

Основной целью развития национальной платежной системы является увеличение доли безналичных расчетов. Для ее достижения необходимо не только создание разветвленной сети объектов инфраструктуры, но и стимулирование участников расчетов. Баланс экономических интересов клиентов – держателей карточек, банков и предприятий торговли может быть достигнут при установлении экономически обоснованных тарифов на услуги; при проведении процентной политики, направленной на рост остатков денежных средств на счетах держателей карточек; при внедрении программ, включающих поощрительные меры для держателей банковских пластиковых карточек.

Проблемным вопросом в области развития системы безналичных расчетов с использованием карточек остается низкая платежная куль-

тура населения. В связи с этим необходимостью является проведение активной информационной и рекламной деятельности.

Создание для населения единых, удобных и эффективных условий широкого применения банковских пластиковых карточек, повышение доли безналичных расчетов предусматривает комплекс мер организационно-экономического, маркетингового и психологического характера со стороны Национального банка Республики Беларусь, органов государственного управления, банков, организаций торговли и сервиса, направленных на формирование заинтересованности населения в предлагаемых банками розничных услугах и укреплении доверия к национальной валюте Республики Беларусь.

УДК 336.741.225

БОГДАН М.В.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Научный руководитель – ОСТРОВЕЦКАЯ Ж.М. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Счётные инструменты прошли сложный путь развития от примитивных аппаратов до современных информационно-вычислительных машин, вместе с ними изменялись и формы денег. Бурное развитие техники и стремительное внедрение всемирной сети Интернет в повседневную жизнь, повышение скорости передачи данных, развитие электронной коммерции привело к появлению новых форм расчетов. Примером являются электронные деньги и электронные платежные системы.

В целях соблюдения банковского законодательства и недопущения стихийного развития в Республике Беларусь сферы обращения электронных денег Национальный банк Республики Беларусь считает необходимым осуществлять нормативное регулирование операций с электронными деньгами.

При выработке норм белорусского законодательства в области регулирования операций с электронными деньгами за основу был взят европейский опыт, в частности определение электронных денег, содержащееся в ст. 1 Директивы Европейского Парламента и Совета Европы 2000/46/ЕС от 18.09.2000 о деятельности учреждений в сфере электронных денег и пруденциальном надзоре за ними.

Национальный банк Республики Беларусь приступил к регулированию вопросов, связанных с обращением электронных денег в июле 2000 года (постановление от 07.07.2000 № 16.3г.). Если вначале это были минимальные требования к осуществлению операций с предоплаченными банковскими пластиковыми карточками и на протяжении 2000-2002 годов эти требования корректировались (постановления от 27.06.2001 № 146, от 26.07.2002 № 151), то в последующем появились Правила осуществления операций с электронными деньгами, которые более детально регламентировали процедуру взаимодействия всех участников данных операций.

Банки-эмитенты электронных денег принимают на себя безусловное и безотзывное обязательство по погашению эмитированных ими электронных денег держателям либо агентам, предъявляющим электронные деньги к погашению. Данное требование гарантирует гражда-

нам и организациям, приобретающим электронные деньги, возможность возмещения затраченных сумм по первому требованию.

Организация обращения электронных денег на территории Республики Беларусь основана на следующих основных принципах:

– проведение операций эмиссии и погашения электронных денег через банки Республики Беларусь, при этом эмиссия электронных денег на территории Республики Беларусь осуществляется только белорусскими банками;

– возможность участия резидентов – юридических лиц (не банков) и индивидуальных предпринимателей, имеющих счета в белорусских банках, в данных операциях в качестве агентов банков на основе заключенных с ними договоров;

– свободу выбора эмитента электронных денег физическими лицами в целях проведения операций, не связанных с предпринимательской деятельностью данных физических лиц.

Реализация указанных принципов позволяет предоставить всем участникам белорусского рынка электронных денег определенные гарантии безопасности проводимых операций, вовлечь в сферу расчетов с использованием электронных денег широкий круг участников, обеспечить гражданские права и свободы физических лиц в части выбора средства платежа и увеличить долю безналичных расчетов.

Согласно предоставленной банками информации на 01.01.2009 года в течение 2008 года белорусскими банками эмитировано электронных денег на сумму около 184 млрд. бел. руб., погашено электронных денег на сумму 9,6 млрд. бел. руб. С использованием электронных денег совершено приблизительно более 2 млн. операций на сумму 190,8 млрд. бел. руб., что в 2,5 раза больше показателя предшествующего года.

Основными факторами, влияющими на положительную динамику развития электронных денег в Беларуси можно отнести следующее:

– во-первых – это развитие самой сети Интернет в Беларуси и увеличение числа пользователей в сети.

– во-вторых – стремительное развитие электронной коммерции. Интернет-магазины предлагают товары по значительно более низким ценам, чем в обычных магазинах, что делает их весьма привлекательными для пользователей. За счет низкой арендной платы и прочих накладных расходов товары в таких магазинах стоят значительно дешевле, что является неоспоримым преимуществом. На данный момент с системой электронных платежей EasyPay сотрудничают более 600 интернет-магазинов.

– в-третьих – развитие самих платежных систем. Предоставление пользователям таких услуг, как оплата услуг Интернет провайдеров и сотовых операторов, кабельного телевидения, оплаты коммунальных услуг и др.

Электронные платежные системы – это достаточно новый, но хорошо зарекомендовавший себя способ осуществления быстрых, надежных и недорогих переводов, как внутри страны, так и за рубежом. Необходимым условием перевода является наличие счетов (кошельков) в платежных системах у отправителя и получателя. Отправитель должен знать номер счета получателя, а электронный обменный пункт должен поддерживать валюты обеих платежных систем. Весь процесс перевода и конвертирования денег занимает несколько секунд. В некоторых случаях получателю может быть направлено извещение о получении средств на его счет.

За перевод денег посредством электронных платежных систем обычно взимается два вида комиссии: за перевод электронных денег и за их погашение. Комиссия за перевод в среднем составляет 0,8-2% от суммы перевода (в EasyPay и WebMoney соответственно), что значительно ниже комиссионных в Western Union, где они составляют 4-25% в зависимости от суммы перевода. Комиссия за вывод денег – 2-3,2%. Общая комиссия в среднем равна 0,8-4%.

В Республике Беларусь создана и постоянно совершенствуется нормативная правовая база для развития электронных платежных инструментов и средств платежа, предусматривается необходимость установления соответствующего контроля за операциями с использованием электронных платежных инструментов и средств платежа с целью недопущения финансовых операций, связанных с отмыванием денег.

Увеличение числа пользователей мобильной связи и сети Интернет, развитие интернет-торговли и видов предлагаемых банками услуг на основе использования банковских пластиковых карточек, электронных денег и электронных технологий передачи финансовой информации способствуют развитию рынка безналичных розничных платежей и повышает уровень платежной культуры населения.

УДК 331.5

БОГДАНОВА Е.В.

**АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ВЗАИМОСВЯЗЕЙ МЕЖДУ
СОДЕРЖАТЕЛЬНЫМ КОМПОНЕНТОМ УЧЕБНЫХ
ПРОГРАММ И ТРЕБУЕМЫМИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
КВАЛИФИКАЦИОННЫМИ НАВЫКАМИ БУДУЩЕГО
РАБОТНИКА**

Научный руководитель – ЗЕНЬКОВА И.В.

УО «Полоцкий государственный университет»,
Новополоцк, Республика Беларусь

В условиях инновационного развития экономики работу предприятия необходимо планировать на перспективу, отображая основные направления развития предприятия (организации) в бизнес-планах (в том числе количества оборудования, технологию производства). Этот процесс планирования требует своевременной подготовки трудовых ресурсов нужного качества и количества [1].

Современному рынку труда не достаточно только информировать безработных и работников, желающих поменять место работы, о существующей структуре свободных рабочих мест или формирующееся на перспективу.

Приоритетной функцией рынка труда становится содействие налаживанию отношений предприятий: с высшими учебными (средними специальными) заведениями по вопросу востребованных рынку специалистов; с центрами занятости по вопросу заполнения имеющихся на рынке труда (различных уровней) вакансий и получения заказа о возможном распределении специалистов на рабочие места, которые планируется создать в будущем.

При этом перспективные сведения должны быть аккумулированы в соответствующем информационном виде (например, в виде дифференцированного баланса трудовых ресурсов и рабочих мест) и сформированы еще на стадии разработки нового оборудования, создания рабочего места с учетом профессиональных требований к будущему специалисту. Что касается взаимоотношений предприятий и высших учебных заведений, то немаловажное значение имеет привлечение работодателей к участию в финансировании подготовки нужных им высококвалифицированных специалистов, в разработке учебных планов, формировании перечня специальностей, необходимых различным сферам экономики. Это способствовало бы наиболее полному удовлетворению их требований в частности объема получаемых знаний, умений, навыков молодых специалистов, необходимых для профессиональной деятельности. Для работодателей важно владение информа-

цией об уровне эффективности функционирования высших учебных заведений [2].

Поскольку в Государственной программе занятости населения говорится о связи образования и занятости, то каждая специальность в высшем учебном заведении должна быть подчинена профессионально-квалификационным характеристикам будущего рабочего места. Это означает, что должна быть их гибкая взаимоувязка [3, 4].

В связи с этим предложена авторская схема взаимоувязки образовательных и должностных инструкций, отражающих профессиональные требования рабочего места. Авторская схема такой взаимоувязки предусматривает тесную связь между учебным планом, профессионально-квалификационными характеристиками рабочего места, типовой и учебной программой дисциплины, преподаваемой в учебном заведении.

Нами проведен социально-экономический анализ на предприятиях различных отраслей. Одним из градообразующих предприятий Витебского региона является ОАО «Нафтан». Свое исследование мы остановились на этом внутреннем рынке труда. Изучение основных положений Должностной инструкции позволило выявить профессионально-квалификационные характеристики рабочего места механика технологической установки:

своей повседневной деятельностью обеспечить соблюдение правил, инструкций и технических условий при эксплуатации, ревизии и ремонте оборудования, арматуры, трубопровод, зданий и сооружений;

осуществлять ремонт технологического оборудования установки согласно графиков ППР;

систематически изучать характер и устанавливать причины быстрого износа деталей оборудования, участвовать в разработке и осуществлять мероприятия, повышающие срок их службы;

участвовать в составлении графиков ремонта технологического оборудования установки;

контролировать качество и принимать объемы ремонтных работ, производимых подрядными организациями по количеству и качеству;

совместно со старшим механиком производства и начальником установки составлять дефектные ведомости на ремонт установки;

осуществлять расчет потребности материалов и запасных деталей для проведения плановых ремонтов оборудования;

строго придерживаться нормативов расходования материалов запасных частей и смазочных материалов;

обеспечивать квалифицированный прием оборудования из ремонта, контролировать наличие всей необходимой документации по проведенным ремонтам и замене оборудования;

грамотно и своевременно заполнять и вести эксплуатационные журналы, журналы осмотров ремонта.

УО «Полоцкий государственный университет» является лидером в предоставлении образовательных услуг на Витебском регионе, так как здесь сосредоточен наибольший удельный вес студентов относительно всех районов области и города Витебска. Данный ВУЗ должен иметь отраслевую и региональную специализацию. Таким образом, между данным высшим учебным заведением с одной стороны и ОАО «Нафтан» с другой стороны, по нашему мнению, необходимо тесное сотрудничество в том числе по состыковке образовательных программ и должностных инструкции на каждом рабочем месте.

Изучив учебную программу курса «Экономической теории» для химико-технологической специальности очевидны слабые места в сопоставлении учебной программы и профессионально-квалификационных обязанностей работника. Отсюда видно, что студентам дают недостаточный информационный массив, навыки и умение по следующим экономическим направлениям:

- нормы и нормативы;
- операционное управление на предприятии;
- управление качеством;
- делопроизводство;
- ревизия, первичные документы, бухгалтерский учет.

Это позволяет сделать вывод о слабой тесноте связи между содержанием учебной программы и должностной инструкцией. В связи с этим нами было предложено рассмотрение экономических разделов в экономической теории со специализацией выше перечисленных направлений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зенькова, И.В. Исследование процесса формирования и развития рынка труда в условиях социально-ориентированной рыночной экономики Республики Беларусь / И.В. Зенькова // Страны с переходной экономикой в условиях глобализации: материалы пятой международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Москва, 29-31 марта 2006г. / Российский университет дружбы народов. Москва, 2006. С. 314–316.
2. Ванкевич, Е.В. Равновесие на рынке труда: теория и практика / Е.В. Ванкевич // Экономический бюллетень. 2006. № 6. С. 4–19.
3. Закон Республики Беларусь О занятости населения РБ от 15 июня 2006г., № 125–3 // Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь. 2006. № 94. 16 с.
4. Постановление Витебского областного исполнительного комитета О состоянии рынка труда Витебской области и мерах по обеспечению занятости населения в 2009 году от 29.01.2009г. № 37. 124 с.

УДК 330.15(476)

БОКША И.А.

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – ШУМАК В.В. – кандидат биол. наук, доцент УО «Полесский государственный университет», Пинск, Республика Беларусь

Каждый из нас ежедневно сталкивается с проблемой загрязнения окружающей среды. И тем актуальнее данная тема, что проблема эта не распространяется на конкретную область, а охватывает все сферы деятельности.

А так как окружающая среда и экономическое развитие непременно и тесно связаны между собой, то и наше будущее зависит от того, насколько успешно мы будем учитывать эти связи. И в первую очередь для этого необходима соответствующая статистическая информация, именно статистика в системе изучения и накопления знаний играет главенствующую роль.

Статистика окружающей среды и природных ресурсов — отрасль социально-экономической статистики, изучающая процессы взаимодействия человека с окружающей природной средой, проблемы, связанные с сохранением, восстановлением и улучшением качества окружающей среды.

В систему статистических показателей окружающей среды и использования природных ресурсов входят:

- показатели состояния, загрязнения и охраны атмосферы;
- показатели состояния, использования и охраны водных ресурсов;
- показатели состояния, использования и охраны земельных ресурсов.

Объектами статистического наблюдения техногенного воздействия на атмосферный воздух являются выделения стационарными источниками вредных веществ, их обезвреживание, улавливание и утилизация.

Единицей наблюдения выступают предприятия, организации и учреждения, имеющие стационарные источники загрязнения воздушного бассейна, независимо от того, оборудованы они очистительными сооружениями или нет.

Общий объем выбросов загрязняющих веществ по Республике Беларусь в 2008 г. составил 1596,7 тыс. т., что на 74,7 тыс. т. больше по сравнению с 2007 годом. Незначительно уменьшилось количество вы-

бросов от стационарных источников и составило 396,1 тыс. т. Основной объем выбросов загрязняющих веществ от стационарных источников в 2007 году приходится на промышленность и жилищно-коммунальное хозяйство – 284,9 и 58,5 тыс.т. соответственно. В структуре выбрасываемых веществ в 2008 году по сравнению с 2007 г. уменьшились выбросы диоксида серы (на 26%) и оксида углерода (на 6%), но увеличились выбросы углеводородов, неметановых летучих органических соединений и прочих газообразных веществ.

Концентрация оксида углерода в атмосфере является существенным моментом. Увеличение её может обусловить нежелательные последствия для климата Земли, то есть, повышение температуры на 1,5–2°C к 2030 году.

Статистика водных ресурсов изучает наличие, количество и качество вод, их использование, что позволяет осуществлять контроль по всем направлениям.

По результатам химических анализов подземных вод, проведенных в 2008 году, установлено, что более 95% проб соответствуют СанПиН 10 – 124 РБ 99.

С 2000 по 2006 год наблюдается положительная динамика по сокращению забора воды из природных источников, разница в объёме водозабора составила 163 млн. м³. Однако в 2007 году водозабор увеличился на 24 млн. м³ по сравнению с 2006 годом.

Объём использования свежей воды на различные нужды в 2007 году – 1485 млн. м³. Максимальный объём приходится на хозяйственно-питьевое водоснабжение 653 млн. м³ и производственные нужды (в т.ч. питьевого качества) 428 млн. м³.

Основным резервом повышения эффективности использования водных ресурсов является сокращение потребления. Второе направление – ликвидация потерь воды на всех этапах её использования (состояние водопроводных систем, отсутствие водомеров, низкие тарифы на воду для населения, которые стимулируют её расточительное использование).

Статистика земельных ресурсов – раздел экономической статистики, который исследует объём и состояние земельного фонда, трансформацию земельных угодий, результаты их использования и меры по их восстановлению и улучшению.

В структуре земельного фонда Республики Беларусь на 01.01.2008 г. наибольшую площадь занимают лесные земли и земли под древесно-кустарниковой растительностью и сельскохозяйственные земли, что составляет 43,4% и 43,2% земельного фонда соответственно.

Площадь эродированных земель на территории Беларуси более 556 тыс. га (2,7%), земель с потенциально возможным смывом почвы – около 1443 тыс. га или 7,0%, дефляционноопасных – около 1010,2 тыс. га или 4,9%.

В целях борьбы с эрозией почв необходимо осуществлять систему организационно-хозяйственных, агротехнических, лесо- и гидромелиоративных противоэрозионных мероприятий.

Также не менее важным является экономическое стимулирование рационального использования и охраны земель.

Анализ статистических данных указывает на то, что качество окружающей среды в Республике Беларусь в целом характеризуется как стабильно благополучное. Свидетельством этого являются следующие полученные результаты:

- уменьшение общего количества выбросов от стационарных источников;
- уменьшение выбросов диоксида серы и оксида углерода;
- положительная динамика по сокращению забора воды из природных источников;
- сохранение положительной направленности в динамике площади лесных земель и земель под древесно-кустарниковой растительностью.

Острой и актуальной для Республики Беларусь остаётся проблема негативного влияния на природную среду хозяйственной деятельностью человека, то есть промышленные выбросы.

Достаточно весомым является пример, что «до сих пор господствует эгоистический меркантильный поход: природа понимается как средство получения прибыли, как частная собственность, как ресурс человеческой деятельности, её можно и нужно покорять и переделывать, а проектирование может совершенствовать все системы – и природные, и социальные, и самого человека. Но ведь мы не наследуем природу, мы берём её взаймы у будущих поколений».

Поэтому решение экологических проблем зависит от багажа научных знаний и внедрения новых технических достижений. Но просто знаний не достаточно. Необходима гуманизация и экологизация знаний, когда достижения научной мысли соотносятся с экологическими требованиями к их применению.

УДК 338.43:637.1(476)

БОРИСОВА А.В.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ МОЛОЧНОГО ПОДКОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – СТАРОВЫБОРНАЯ С.П. – ст. преподаватель УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», Горки, Республика Беларусь

Молочный подкомплекс включает в себя: молочное скотоводство, кормопроизводство, молочную и маслосырдельную промышленность, производственную и социальную инфраструктуру, реализацию молока и молочных продуктов.

В Республике Беларусь молочные продукты являются социально значимыми товарами, на которые Министерство экономики устанавливает предельные отпускные цены. Порядок формирования цен на эти продукты распространяется на все юридические лица и индивидуальных предпринимателей, занимающихся производством и реализацией продовольственных товаров. По данным Департамента цен при Министерстве экономики, рост цен на молочную продукцию в республике имеет самый низкий показатель по сравнению с другими группами продуктов. Анализ цен на молочную продукцию белорусских предприятий показывает, что они находятся приблизительно на одинаковом уровне. Незначительные различия объясняются использованием различного материала для упаковки, а также особенностями технологии.

В целях удовлетворения спроса населения Республики Беларусь расширяется ассортимент, и увеличиваются объемы вырабатываемой в республике молочной продукции. Она включает более 1000 наименований, в том числе масла – 30, сыров – более 160, цельномолочной продукции – более 500 наименований.

На внутреннем рынке Беларуси реализуется около 45% производимых в стране молокопродуктов. По итогам 2009 года ожидается прирост производства молока примерно на 10%. По итогам за 9 месяцев объем производства молока возрос на 9,3% до 4,8 млн.т. К 2010 году наша страна планирует добиться объема производства молока в 8 млн.т.

Беларусь также налаживает взаимовыгодные отношения и с Россией. Она готова поставлять в Россию до 3 млн. тонн цельномолочной продукции, а также с 2008 г. Беларусь увеличила поставки молочной продукции в страны Европейского Союза, тогда, когда ранее поставлялось в страны ЕС только сухое обезжиренное молоко (СОМ).

Особую актуальность приобретает разработка и внедрение мероприятий, которые позволили бы увеличить производственный потенциал молочного скотоводства, повысить эффективность за счет использования преимущественно внутренних резервов, имеющихся в каждом хозяйстве.

В функционировании молочного подкомплекса, можно выделить следующие проблемы производства молока:

- снижение производства молока вследствие негативных тенденций в сельском хозяйстве;

- низкое качество молока и проблема получения чистых молочных продуктов после аварии на Чернобыльской АЭС;

- сезонность производства, многокомпонентное скоропортящееся сырье, высокая материалоемкость и энергоемкость, слабая материально – техническая база;

- неэффективная система государственного регулирования и ценообразования на молочную продукцию (издержки на производство молока превышают закупочные цены);

- преобладание традиционных технологий на предприятиях и высокий процент износа (более 70%).

Это обуславливает необходимость применения следующих мер по совершенствованию деятельности молочного подкомплекса:

- стимулировать рост производства молока необходимо как за счет повышения генетического потенциала и жизнеспособности животных путем селекции и использования клеточной и геной инженерии, так и за счет снижения его издержек. Требуется углубление специализации, концентрации и интенсификация производства;

- нужно создать комплексную систему управления качеством сырья и сельскохозяйственного труда. Внимание следует уделять реабилитации, обоснованию приоритета защитных мер, главными из которых является разработка по уменьшению поступления радионуклидов в продукты питания, снижению себестоимости и повышению качества молока. Это возможно на основе государственной программы оздоровления экономики, поддержания и повышения плодородия почв;

- должна быть экономия труда, материальных, энергетических и трудовых затрат в молочном животноводстве. Снижать сезонность производства молока нужно за счет улучшения системы и условий кормления животных;

- государственная поддержка подкомплекса должна приходиться на научное обеспечение производства, льготное кредитование при проведении коренного улучшения лугов и пастбищ, субсидирование;

– государству необходимо регулировать закупочные цены и материально стимулировать снижение затрат на единицу продукции. Цены, по которым сельскохозяйственные предприятия реализуют молоко перерабатывающим предприятиям, необходимо дифференцировать в течение года и учитывать в цене на молоко не только содержание жира, но и белка;

– необходимо техническое перевооружение сельскохозяйственных предприятий, внедрение достижений НТП, сокращение потерь при переработке молока.

УДК 631.164:637.1(476.4)

БОРИСОВА А.В.

**ТЕНДЕНЦИИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ
СЕБЕСТОИМОСТИ МОЛОКА ПО ХОЗЯЙСТВАМ
МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Научный руководитель – СТАРОВЫБОРНАЯ С.П. – ст. преподаватель
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

На данном этапе развития общества остро стоит проблема насыщения рынка конкурентоспособными потребительскими товарами, и в частности, продукцией сельскохозяйственного производства. Себестоимость производства молока является сложным и синтетическим процессом, он формируется под действием множества факторов. Себестоимость имеет большое значение для ценообразования, являясь его исходным пунктом.

Закономерности формирования себестоимости продукции являются по сути дела выражением направленности развития экономики сельскохозяйственных предприятий. В результате анализа можно выявить степень использования того или иного ресурса, той или иной статьи затрат, выяснить причины недостаточной их эффективности и таким образом определить направление мероприятий по ее повышению и снижению себестоимости единицы продукции.

При написании данной статьи в качестве объектов исследования было выбрано 181 хозяйство. Необходимые данные были взяты из годовых отчетов сельскохозяйственных предприятий за 2008 год. В качестве факторных были отобраны следующие признаки: x_1 – удой на 1 корову, ц; x_2 – затраты труда, чел.-час./ц; x_3 – оплата труда 1 чел.-час., тыс.руб.; x_4 – расход корма на 1 ц молока, ц к. ед.; x_5 – удельный вес концентратов, %; x_6 – удельный вес покупных кормов, %; x_7 – затраты на корма, тыс. руб./ц молока; x_8 – затраты на ОПФ, тыс. руб./ц молока.

Получили следующую линейную корреляционную модель формирования себестоимости молока сельскохозяйственных предприятий:

$$y_x = 14,66 - 0,094X_1 + 2,45X_2 + 2,05X_3 - 1,22X_4 - 0,09X_5 + 0,08X_6 + 0,56X_7 + 0,54X_8, \\ R=0,73, D=53\%, F=23,8$$

Анализируя коэффициенты регрессии, можно отметить, что при увеличении удоя на 1 корову (X_1) ц, расхода корма на 1 ц молока (X_4) ц к. ед. и при увеличении в рационе кормления животных удельного

веса концентратов (X5) – себестоимость 1 ц молока снизится на 0,094, 1,22 и 0,09 тыс. руб./ц соответственно.

К росту себестоимости ведёт увеличение затрат труда (X2) на 1 чел.-час./ц, оплаты труда (X3) на 1 тыс.руб./чел.-час., удельного веса покупных кормов (X6) на 1%, а так же затрат на корма (X7) и ОПФ (X8) на 1 тыс. руб./ц.

Величина коэффициента множественной корреляции, равная 0,73, указывает на тесную связь факторных показателей с результативным. Коэффициент детерминации равен 53% – то есть, включённые в модель факторы на 57% объясняют изменение результативного показателя. Критерий Фишера ($F=23,8$) значительно превышает его табличное значение равное 1,5, что свидетельствует о пригодности применения данного уравнения для исследований.

Поскольку факторные показатели выражены в различных единицах измерения, чтобы сравнить их между собой, были рассчитаны β – коэффициенты.

В нашем случае: $\beta_1 = -0,15$, $\beta_2 = 0,51$, $\beta_3 = 0,41$, $\beta_4 = -0,06$, $\beta_5 = -0,11$, $\beta_6 = 0,12$, $\beta_7 = 0,10$, $\beta_8 = 0,30$. Отсюда следует вывод, что в наибольшей степени на снижение себестоимости 1 ц молока оказывает влияние рост удоя на 1 корову, а также увеличение доли концентратов в рационе животных. К увеличению исследуемого показателя ведёт рост затрат труда на 1 ц молока и оплаты труда.

Наибольший интерес представляют предприятия эффективно использующие свои ресурсы. Поэтому для полного анализа тенденций формирования себестоимости 1 ц молока была построена одноэтапная схема корреляционного анализа. Данные приведены в таблице.

**Обеспеченность ресурсами сельскохозяйственных предприятий
Могилёвской области с различным уровнем их окупаемости**

Показатели	Уровень использования ресурсного потенциала			Высокий уровень к низкому, %, ± п.п.
	высокий (к < 1)	средний (к ≈ 1)	низкий (к > 1)	
1	2	3	4	5
Число наблюдений	49	88	44	–
Коэффициент использования ресурсного потенциала (к)	0,90	1,00	1,12	80,8
Фактическая себестоимость, тыс. руб. /ц	47,97	53,64	59,54	80,6
Расчетная себестоимость, тыс. руб. /ц	53,21	53,76	53,50	99,4
Удой на 1 корову, ц	44,14	44,62	43,04	102,6

Актуальные проблемы экономики

Окончание таблицы

1	2	3	4	5
Затраты труда, чел.-час./ц	4,03	4,02	4,17	96,6
Оплата труда 1 чел.-час., тыс.руб.	3,54	3,82	3,60	98,3
Расход корма на 1 ц молока, ц к. ед.	1,48	1,34	1,40	105,7
Удельный вес концентратов, %	22,71	22,47	22,44	+0,27
Удельный вес покупных кормов, %	10,13	10,20	10,35	-0,22
Затраты на корма, тыс. руб./ц молока	29,55	30,00	30,30	97,5
Затраты на ОПФ, тыс. руб./ц молока	5,80	6,23	5,97	97,2

На сельскохозяйственных предприятиях необходимо стремиться к сдерживанию себестоимости молока, увеличению продуктивности коров, ведению производства на основе ресурсосбережения, высокой окупаемости материально-денежных затрат и затрат труда.

В результате анализа данных таблицы, можно отметить, что имеется ряд резервов по снижению себестоимости животноводческой продукции, а для этого необходимо:

- привести в соответствие темпы роста оплаты труда и производительности труда работников молочного скотоводства;
- усилить материальную заинтересованность работников в конечных результатах своего труда;
- обеспечить более рациональное использование трудовых ресурсов;
- довести до оптимального уровня удельный вес концентрированных и покупных кормов в рационах кормления животных;
- повысить окупаемость расхода кормов за счет их рационального использования, улучшения структуры рационов кормления животных;
- совершенствовать технологии производства продукции животноводства, обеспечив рост продуктивности животных, с целью снижения трудоёмкости продукции и роста её качества.

Таким образом, приведённая выше корреляционная модель позволяет изучить особенности формирования себестоимости молока и решить вопрос об экономических приоритетах в отдельных группах хозяйств.

УДК 658:332.1(476.4)

БОРИСОВА О.А.

**ВЫЯВЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО ВАРИАНТА
ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА
ОСНОВЕ ОПТИМИЗАЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ И
ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ МОЛОЧНОГО
ПОДКОМПЛЕКСА НА ПРИМЕРЕ ОАО «ШКЛОВСКИЙ
МАСЛОДЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»**

*Научный руководитель – ФИЛИПЕНКО В.С. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Устойчивое развитие регионов, повышение их экономического и социального потенциала во многом предопределяется состоянием инвестиционной деятельности в регионах, и непосредственно на каждом предприятии.

Таким образом, с целью выделения приоритетных инвестиционных проектов на примере ОАО «Шкловский маслодельный завод» была разработана оптимизационная модель использования ресурсов и производства продукции молочного подкомплекса.

В рассматриваемую матрицу задачи по оптимизации производства продукции на примере ОАО «Шкловский маслодельный завод» включено 21 переменная и 23 ограничения.

Основные переменные:

X_1 – кормовые угодья Шкловского района, га;

X_2 – поголовье по Шкловскому району, голов;

X_3 – производство молока, тонн;

X_4 – производство цельномолочной продукции, тонн;

X_5 – производство масла, тонн;

X_6 – производство сыра твердого, тонн;

X_7 – производство сыра плавленого, тонн;

X_8 – производство мороженого, тонн;

X_9 – производство сыров мягких, тонн;

X_{10} – производство кефира, тонн;

X_{11} – производство йогурта, тонн;

X_{12} – производство сливок, тонн;

X_{13} – производство сметаны, тонн;

X_{14} – производство творога, тонн;

X_{15} – производство глазированных сырков, тонн;

X_{16} – производство молочных десертов, тонн;

- X_{17} – производство майонеза, тонн;
 X_{18} – производство сыра диетического, тонн;
 X_{19} – прочая молочная продукция, тонн;
 X_{20} – товарная продукция;
 X_{21} – денежно-материальные затраты.

Основные ограничения оптимизационной модели:

- 1) Кормовые угодья Шкловского района: $X_1=12000$;
- 2) Выход кормов, ц. к. ед.: $-48 X_1+49X_2 \leq 0$;
- 3) Производство молока, тонн: $5,5X_2-X_3=0$;
- 4) Переработка молока, тонн: $X_3-X_4-X_5-X_6 -X_7-X_8-X_9-X_{10}-X_{11}-X_{12}-X_{13}-X_{14}-X_{15}-X_{16}-X_{17}-X_{18}-X_{19}=0$;
- 5) Производство цельномолочной продукции, тонн: $0,94X_4 \geq 1980$;
- 6) Производство масла, тонн: $22X_5=21200$;
- 7) Производство сыра твердого, тонн: $18X_6=22900$;
- 8) Производство сыра плавленого, тонн: $4X_7=132$;
- 9) Производство мороженого, тонн: $2X_8 \leq 120$;
- 10) Производство сыров мягких, тонн: $3,5X_9=145$;
- 11) Производство кефира, тонн: $0,94X_{10}=1560$;
- 12) Производство йогурта, тонн: $0,94X_{11}=1130$;
- 13) Производство сливок, тонн: $8,3X_{12} \leq 1110$;
- 14) Производство сметаны, тонн: $15X_{13} \geq 1380$;
- 15) Производство творога, тонн: $2,5X_{14}=1450$;
- 16) Производство сырков глазированных, тонн: $2,5X_{15}=800$;
- 17) Производство молочных десертов, тонн: $0,9X_{16} \geq 120$;
- 18) Производство майонеза, тонн: $2X_{17} \geq 180$;
- 19) Производство сыра диетического, тонн: $2,5X_{18}=1200$;
- 20) Производство прочей молочной продукции, тонн: $0,85X_{19} \geq 145$;
- 21) Денежно-материальные затраты, тыс. руб.:
 $1267X_4 + 10035X_5 + 10304X_6 + 9765X_7 + 12939X_8 + 10435X_9 + 833X_{10} + 2777X_{11} + 3250X_{12} + 5117X_{13} + 7278X_{14} + 13718X_{15} + 1913X_{16} + 5417X_{17} + 6161X_{18} + 1826X_{19} - X_{21}=0$;
- 22) Товарная продукция, тыс. руб.:
 $1400X_4 + 12000X_5 + 13000X_6 + 11000X_7 + 14615X_8 + 12000X_9 + 900X_{10} + 3200X_{11} + 3500X_{12} + 6000X_{13} + 8600X_{14} + 17500X_{15} + 2200X_{16} + 6000X_{17} + 7200X_{18} + 2100X_{19} - X_{20}=0$;

В результате решения задачи получен оптимальный проект решения переработки сырья и производства молочной продукции на ОАО «Шкловский маслодельный завод».

Таким образом, решение оптимизационной задачи предполагает увеличение кормовых угодий на 8,9%, увеличения поголовья коров по району с 11020 до 11755 голов (на 6,7%), что в результате приведет к увеличению продуктивности коров на 1,5%, а производства молока – на 14,6%.

Из таблицы следует, что ОАО «Шкловский маслодельный завод» может перерабатывать 64653 т сырья, что на 51,1% больше фактического. Прибыль составит 158674958 тыс. руб., а рентабельность 25,8%.

Наиболее рентабельной продукцией, согласно оптимизационной модели, являются масло(19,6%), сыр твердый (26,2%), сырки глазированные (27,6%). Так как данные виды продукции являются наиболее рентабельными, то в дальнейшей своей деятельности предпочтительно рекомендуется осуществлять реализацию инвестиционных проектов по внедрению производства данных видов продукции.

**Прогнозные параметры производства молочной продукции
ОАО «Шкловский маслодельный завод»**

№	Показатели	Факт			Проект			Отклонение плана к факту, %	
		Производство молочной продукции, тонн	Расход сырья, тонн	Структура, %	Производство молочной продукции, тонн	Расход сырья, тонн	Структура, %	Производство молочной продукции, тонн	Структура, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Цельно-молочная продукция	2137	2052	19,4	2106,4	1980	3,1	-30,6	-6,3
2	Масло	0	0	0,0	963,6	21200	32,8	963,6	32,8
3	Сыр твердый	0	0	0,0	1272	22900	35,4	1272	35,4
4	Сыр плавленый	0	0	0,0	33	132	0,2	33	0,2
5	Мороженное	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0,0

Актуальные проблемы экономики

Окончание таблицы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	Сыр мягкий	0	0	0,0	41,4	145	0,2	41,4	0,2
7	Кефир	688	647	6,1	1659,6	1560	2,4	971,6	-3,7
8	Йогурт	130	122	1,2	1202,1	1130	1,7	1072,1	0,6
9	Сливки	61	506	4,8	0	0	0,0	-61	-4,8
10	Сметана	440	6600	62,4	92	1380	2,1	-348	-60,2
11	Творог	263	658	6,2	580	1450	2,2	317	-4,0
12	Сырки	0	0	0,0	320	800	1,2	320	1,2
13	Молочные десерты	0	0	0,0	133,3	120	0,2	133,3	0,2
14	Майонез	0	0	0,0	90	180	0,3	90	0,3
15	Сыр диетический	0	0	0,0	480	1200	1,9	480	1,9
16	Прочая мол. продукция	0	0	0,0	170,6	145	0,2	170,6	0,2
17	Итого:	-	10585	100	-	64653	100	-	-

УДК 339.9:631.145(476)

БОСАК В.В.

**ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРИМЕРЕ
АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

*Научный руководитель – ГЕРМАНОВИЧ Т.М. – кандидат с.-х. наук, доцент
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Минск, Республика Беларусь*

Уровень развития государства наряду с комплексом различных показателей определяют его успехи во внешнеэкономической деятельности. Оптимизация внешнеэкономической деятельности обеспечивает сохранение благоприятной макроэкономической ситуации в стране, улучшает торговый и платежный баланс; усиливает корпоративные тенденции, кооперацию, создание совместных предприятий, повышает конкурентоспособность произведенной продукции; создает условия для развития малого и среднего бизнеса, притока новых технологий, прямых иностранных инвестиций, усиливает интеграционные процессы [2-6].

Существенными показателями внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь являются показатели экспорта и импорта продукции в различных отраслях экономики, в том числе в аграрно-промышленном комплексе [2].

Динамика экспорта и импорта организациями Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь представлена в таблице [1, 7].

Динамика экспорта и импорта в АПК Республики Беларусь, млн. доллар

Показатели	2000г.		2005г.		2007г.	
	всего	Россия	всего	Россия	всего	Россия
Экспорт	216,3	191,4	687,2	611,7	1243,6	1041,6
Импорт	401,9	126,4	418,4	64,9	712,3	94,0
Товарооборот	618,2	317,8	1105,6	676,6	1955,9	1135,6
Сальдо	-185,6	65,0	268,8	546,8	531,3	947,6

В сравнении с 2000 г. к 2007 г. экспорт продукции увеличился в 5,75 раз с 216,3 до 1243,6 млн. \$, в то время как рост импорта отмечен только в 1,77 раза с 401,9 до 712,3 млн. \$, что обеспечило благоприятное сальдо во внешнеторговом товарообороте в 2007 г. 531,3 млн. \$.

Основными экспортными товарами предприятий АПК Республики Беларусь в 2007 г. являлись мясопродукты (свинина, говядина, мясо птицы, колбасные изделия, мясные консервы – 236207 тыс. \$), шкуры

КРС (910 тыс. \$), молокопродукты (СОМ и молочные консервы, масло животное, сыр и творог – 845394 тыс. \$), яйца (25731 тыс. \$), картофель (776 тыс. \$), овощи (7544 тыс. \$), плодовоощные консервы (1139 тыс. \$), казеин (72712 тыс. \$), льноволокно (7843 тыс. \$), желатин (3280 тыс. \$).

Импортировали предприятия АПК в 2007 г. рыбу (4095 тыс. \$), овощи (1601 тыс. \$), зерно (67840 тыс. \$), мясопродукты (7536 тыс. \$), комбикорма и премиксы (29173 тыс. \$), соевый шрот (24055 тыс. \$), подсолнечный шрот (20881 тыс. \$), мясную и рыбную муку (3007 тыс. \$), удобрения – 25024 тыс. \$), инсектициды и гербициды (60418 тыс. \$).

Структура экспорта и импорта в АПК Беларуси также имеет свои особенности. Так, основная часть экспорта приходится на Российскую Федерацию: 2001 г. – 88,5%, 2005 г. – 89,0%. 2007 г. – 83,8%. При этом импорт из России в 2000 г. составил только 31,5%, в 2005 г. – 15,5%, в 2007 г. – 13,2%.

Внешнеторговый баланс продукцией АПК в товарообороте с Россией для Беларуси весьма благоприятен, однако зависимость экспорта сельскохозяйственной продукции только от рынка России делает весьма уязвимой позицию белорусских товаропроизводителей.

Упрочить позиции белорусских производителей сельскохозяйственной продукции может расширение экспорта продукции в другие страны при сохранении рынка России в полном объеме.

Снизить зависимость предприятий АПК Республики Беларусь от импорта в определенной степени может помочь производство на территории страны отдельных товаров, в т.ч. путем создания совместных предприятий с иностранными инвестициями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агропромышленный комплекс / С. Б. Шапиро [и др.]; Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. Т. II. Минск, 2008. 284 с.
2. А л е х н о в и ч, А. В. Управление внешнеэкономической деятельностью Республики Беларусь / А. В. Алехнович. Минск: Амалфея, 2005. 416 с.
3. Б е л ь к е в и ч, Н. Н. Международные экономические отношения / Н. Н. Белькевич. Минск: БИП-С, 2004. 240 с.
4. Государственная программа возрождения и развития села на 2005-2010 годы. Минск: Беларусь, 2005. 96 с.
5. Д а д а л к о, В. А. Мировая экономика / В. А. Дадалко. Минск: Ураджай, 2001. 592 с.
6. П а к у ш, Л. В. Повышение эффективности государственного регулирования внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь / Л. В. Пакуш, К. Л. Куриленок // Устойчивое развитие экономики; состояние, проблемы, перспективы. Пинск: ПолесГУ, 2008. 221-222.
7. <http://www.stat.gov.by>.

УДК 339.138:664:338.124.4(476.5)

БЫКОВА Л. С.

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА ОАО «ПОЛОЦКИЙ КХП» В ПЕРИОД КРИЗИСА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

*Научный руководитель – ШАФРАНСКАЯ И.В. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

В период кризиса часть предприятий начинает политику «сокращения», стараясь свести к минимуму возможные издержки, в ряд прочих попадают и затраты по маркетинговому направлению. На наш взгляд такие меры вряд ли улучшат положение предприятия.

ОАО «Полоцкий КХП» в период кризиса на рынке не отказался от маркетинговой деятельности, в новых условиях ей была отведена роль «спасательного круга». В «Полоцком КХП» на отдел маркетинга выполняет следующие функции:

- обеспечение организации необходимыми материальными ресурсами для осуществления производственно-хозяйственной деятельности согласно договорам;
- участие в подготовке согласованных условий и заключении договоров поставок по материальному обеспечению комбикормового и мукомольного производства;
- принятие мер по расширению прямых постоянных и долгосрочных хозяйственных связей по поставкам сырья и материалов;
- определение каналов товародвижения, оценка потребителей и их потребностей в товарах организации;
- участие в подготовке прогнозов, проектов, перспективных и текущих планов производства и реализации продукции, проведение маркетинговых исследований по изучению спроса на продукцию организации, перспектив развития рынков сбыта;
- подготовка и заключение договоров на поставку продукции потребителям;
- принятие мер по выполнению плана реализации продукции;
- контроль за выполнением заявок, договорных обязательств, состоянием запасов готовой продукции на складах;
- определение потребности в транспортных средствах;
- разработка и внедрение мероприятий по совершенствованию сбытовой сети, форм доставки продукции потребителям и ускорению сбытовых операций;
- участие в организации выставок, ярмарок, выставок продаж и других мероприятий по рекламе продукции;

- организация оптовой торговли выпускаемой организацией продукции;
- участие в работе по совершенствованию качества продукции организации;
- участие в рассмотрении поступающих в организацию претензий потребителей и подготовке ответов;
- учет выполнения заказов и договоров, отгрузки и остатков не-реализованной готовой продукции;
- координация деятельности складов готовой продукции;
- участие в реализации Политики и Целей в области качества;
- анализ требований потребителей;
- анализ требований, относящихся к продукции (заключение и анализ договоров);
- связь с потребителями;
- участие в разработке плана маркетинговой и рекламной деятельности предприятия;
- создание и поддержание в рабочем состоянии информационной базы данных отдела реализации и маркетинга, содержащих сведения о покупателях продукции, а также о конкурентах, производящих аналогичную продукцию, и пр.

Продукция ОАО «Полоцкий КХП» благодаря этим мерам широко известна в нашей республике и ближнем зарубежье. Из последних находок маркетинговой службы можно отметить печать информационных буклетов, рекламных постеров при участии победительницы конкурса «Мисс Беларусь», усовершенствование сайта предприятия, что особенно важно в период, когда множество потребителей активно пользуются Интернет-ресурсом. Однако и на этом ОАО «Полоцкий КХП» не останавливается, он ищет новые формы и заимствует успешные сценарии развития других перерабатывающих предприятий, конкурирующих на рынке.

Изменить покупательский спрос можно с помощью влияния на стратегию продаж. Действия предприятий, по нашему мнению, могут включать следующие меры:

1. организация маркетинговых исследований на ежедневной/ еженедельной основе (в т.ч. на данном и соседних рынках сбыта);
2. оценка прогнозируемых наценок по группам реализуемых товаров для того, чтобы определить группы товаров, приносящие наибольшую прибыль;
3. переоценка факторов потребительского спроса, таких, как потребительские свойства товара / приоритет при приобретении, цена, качество, сезонные факторы и т.д.;

4. определение видов продукции (направления), которые наилучшим образом подходят к изменившимся условиям, и концентрация производства на них;

5. информирование потребителей о свойствах продукции, ее качестве, сервисе с упором на «сильные стороны» продукции;

6. формирование системы послепродажного обслуживания продукции;

7. внедрение (применение) системы договоров с гибкими условиями поставки и оплаты (скидки по предоплате, скидки за своевременное и точное исполнение условий договоров, рассрочка платежей на условиях коммерческого кредита и т.д.);

8. развитие долгосрочных отношений с поставщиками для обеспечения качества поставок и снижения затрат;

9. обеспечение инвестиционной привлекательности организации и другое.

Таким образом, непосредственно только качество не является в настоящих условиях стопроцентной гарантией успешной реализации товара, поэтому предприятиям перерабатывающей отрасли особенно в период кризиса, необходимо уделять огромное внимание маркетингу.

Грамотная политика в этой сфере может помочь в борьбе за покупателя, в то время как необоснованная экономия отразится на падении объёмов продаж, а следовательно, и всего производства в целом.

Рынок диктует новые правила, а выигрывает тот, кто быстрее к ним приспособится – этот девиз помогает успешным предприятиям, которые здраво и дальновидно смотрят на меняющийся мир, а маркетинговая политика в этом самый большой помощник.

УДК 339.138:664:338.124.4(478.5)

БЫКОВА Л. С.

**ОПТИМИЗАЦИЯ РАЗВИТИЯ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО
ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «ПОЛОЦКИЙ КХП»**

*Научный руководитель – ШАФРАНСКАЯ И.В. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

ОАО «Полоцкий КХП» было создано 30 декабря 1996 г. Оно производит продукцию мукомольно-крупяной и комбикормовой промышленности. Предприятие выпускает такие виды продукции как:

- мука пшеничная высшего, первого и второго сорта;
- мука ржаная обдирная и сеяная;
- крупа манная, пшеничная дробленая;
- рассыпные и гранулированные комбикорма для всех видов животных всех половозрастных групп;
- белково-витаминно-минеральные добавки для откорма свиней, поросят, КРС, птицы;
- премиксы для всех видов животных;
- рассыпные и гранулированные кормосмеси для свиней и КРС.

Целью деятельности предприятия является организация эффективной производственно-хозяйственной деятельности, направленной на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и собственника имущества, а также производство товаров в необходимых объемах, ассортименте и качестве с учетом более полного обеспечения покупательского спроса.

ОАО «Полоцкий КХП» является крупнейшим производителем муки в Витебской области, в 2008 году оно выработало 33843 тонн муки. Из пяти предприятий комбикормовой промышленности области оно также лидирует по объему производства комбикормов (в 2008 году – 89,19 тыс. тонн). С 2002 года наблюдается общая тенденция роста объемов производства. Комбикормовая продукция является востребованной, не смотря на существующую на рынке дополнительную конкуренцию. Наблюдается тенденция приобретения сельскохозяйственными предприятиями собственных зерноперерабатывающих цехов, что снижает затраты на комбикорма, но не гарантирует необходимого качества производимой продукции. Именно поэтому у ОАО «Полоцкий КХП» имеются все возможности для успешной конкурентной борьбы на рынке. Это в первую очередь связано с достаточно высоким уровнем качества выпускаемых комбинатом комбикормов, премиксов и БВМД.

Таким образом, ОАО «Полоцкий КХП» уверенно завоевало позиции среди конкурирующих предприятий своей отрасли.

В качестве положительных критериев работы предприятия необходимо отметить:

- обеспеченность собственными оборотными средствами;
- способность организации рассчитываться по своим финансовым обязательствам;
- независимость организации от заемных средств;
- стабильное увеличение полученной выручки;
- положительная динамика коэффициентов оборачиваемости собственных, материальных средств, что свидетельствует о снижении за 2008 год производственных запасов, росте реализации продукции;
- уровень рентабельности продаж на ОАО «Полоцкий КХП» за 2008 год увеличилась на 0,97 процентных пункта и на 01.01.09г. составил 1,97%;
- положительная тенденция изменения показателя абсолютной ликвидности, что свидетельствует о возможности погашения краткосрочных обязательств за счет ликвидных и быстро реализуемых активов предприятия (денежными средствами, краткосрочными финансовыми вложениями, средствами в расчетах).

Однако остаётся необходимость в работе по улучшению ряда показателей деятельности ОАО «Полоцкий КХП», что подтверждает анализ финансово-хозяйственного положения предприятия:

- основные фонды довольно изношены и практически не обновляются;
- предприятие характеризуется низкими показателями рентабельности;
- структура бухгалтерского баланса ОАО «Полоцкий комбинат хлебопродуктов» на 1 января 2009 года является неудовлетворительной, т.к. коэффициент обеспеченности собственными средствами (0,17) и коэффициент текущей ликвидности (1,55) не соответствуют нормативному значению (больше 0,3 и 1,7 соответственно). А одновременное снижение значений этих коэффициентов позволяет сделать вывод о снижении платежеспособности предприятия.

Выше изложенное диктует необходимость обоснования планируемых показателей функционирования ОАО «Полоцкий КХП» на базе использования экономико-математического моделирования (блок-схема №1). Это позволило бы предприятию эффективно использовать имеющиеся ресурсы и технический потенциал, что особенно важно в условиях рыночных «воин за потребителя» и рынки сбыта.

Матрица модели имеет блочно-диагональную структуру, где каждый блок описывает этапы производственного процесса.

Ограничения:

– Блок заготовки: по объёмам заготовки сырья в ассортименте и поставщикам, транспортным издержкам, использованию мощностей складских помещений.

– Блок переработки: по распределению сырья в ассортименте по каналам переработки, использованию, приращению мощностей перерабатывающей организации.

– Блок реализации: по связям между организациями переработки и торговли; каналам реализации готовой продукции в ассортименте за пределы региона; использованию мощностей организации торговли, общепита, райпотребсоюза, фирменных магазинов.

– Связующие подблоки: по кооперативным связям.

– Связующий блок: по использованию трудовых, материальных ресурсов; формированию фондов, прибыли, суммы акций и дивидендов.

Апробация экономико-математической модели позволит разработать мероприятия по реализации оптимальной программы развития предприятия.

УДК 005.334:316.422

ВАСИЛЬЧЕНКО О.Г.

**НЕГАТИВНЫЕ ФАКТОРЫ, СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКЕ
БЕЛАРУСЬ**

Научный руководитель – ГАВРИКОВ А.В. – ст. преподаватель

УО «Белорусский торгово-экономический университет

потребительской кооперации»,

Гомель, Республика Беларусь

Развитие инноваций, формирование инновационных систем в практике мирового развития стало свидетельством перехода от исчерпавшей себя индустриальной модели экономики к постиндустриальной, ноосферной, базирующейся на интенсивном использовании планетарных факторов производства, в том числе нематериальных.

В мировой практике приходится наблюдать такую ситуацию, что не все страны имеют высокий уровень инновационного развития, хотя предпринимаются активные попытки по разрешению столь актуального вопроса. Решение задач структурной перестройки экономики в условиях ограниченных сырьевых и энергетических ресурсов возможно только через инновационный процесс: на основе непрерывного обновления технической базы производства, совершенствования его технологической структуры за счет использования нововведений (инноваций), обеспечивающих экономию затрат или создающих условия для такой экономии. Однако, в связи с экономическим кризисом, отсутствием необходимой нормативно-правовой базы, соответствующих организационных основ, инновационные процессы оказываются в значительной степени парализованными. Предпринимаемые государствами меры по выходу из кризиса, стабилизации экономики создают необходимые экономические предпосылки для инноваций в сфере производства. Однако, структурная перестройка экономики, освоение новой продукции и новых технологий при несовершенной нормативно-правовой базе, недостаточно стимулирующей инновационные процессы, не могут осуществляться успешно. Поэтому необходимы дополнительные условия, активизирующие инновационную деятельность предприятий различных форм собственности и предпринимателей.

Так, можно выделить следующие основополагающие факторы, препятствующие развитию инноваций.

1. Экономические факторы: недостаток собственных денежных средств на разработку (покупку) инновационной идеи; недостаток финансовой поддержки со стороны государства; высокая стоимость прак-

тической реализации нововведений (покупка новых технологий, оборудования, материалов, каналов сбыта и т.д.); высокий экономический риск; длительные сроки окупаемости нововведений.

2. Технические и технологические факторы: недостаточность имеющейся материальной базы для внедрения инноваций; ограничения в использовании информационных технологий (в наличии компьютеров, компьютерных программ, качественной связи, Интернета); неразвитость инфраструктуры (технологий, посреднических, юридических, банковских и прочих услуг).

3. Организационные факторы: отсутствие полного понимания у руководителей механизмов реализации инноваций и того, как работают исполнители; противодействие организационной культуры внедрению инноваций; недостаток приверженности высшего руководства инновациям; отсутствие организационных структур (команд), ответственных за внедрение.

4. Личностные факторы: сопротивление работников и руководителей (из-за страха перед неизвестным, потребность в гарантиях, когда под угрозой оказывается собственное рабочее место, прошлый отрицательный опыт, связанный с проектами изменений и др.); недостаток знаний и квалификации персонала; отсутствие у подчиненных навыков такого рода работы; нежелание выполнять дополнительную работу.

5. Другие факторы: противодействие клиентов и партнеров; отсутствие или несовершенство внутренних документов, стимулирующих инновационную деятельность (должностных инструкций, систем стимулирования внедрения инноваций и т.д.); недостаточность законодательных и нормативно-правовых документов, регулирующих инновационную деятельность [1].

По показателям инновационного развития Республика Беларусь располагает достаточно мощным научно-техническим потенциалом, являющимся одним из основных реальных источников развития экономики. Однако, сдерживают ее развитие сложившаяся структура научно-технической сферы, ее нынешнее состояние, условия функционирования не могут обеспечить эффективное использование этого важнейшего фактора экономического развития.

В целом можно выделить следующие основные проблемы инновационной среды республики, нерешенность которых негативно влияет на развитие отечественного инновационного потенциала: ограниченный платежеспособный спрос на внутреннем рынке на передовые технологии и нововведения; неразвитость специальных финансовых механизмов поддержки отдельных элементов инновационной инфраструктуры, инновационного предпринимательства и самостоятельных

инновационных проектов; низкая информационная прозрачность инновационной сферы; низкая инновационная активность ведущих промышленных предприятий республики; недостаточный уровень развития малого инновационного предпринимательства; отсутствие института профессиональных инновационных менеджеров [2].

Таким образом, в Республике Беларусь есть все необходимые предпосылки для создания и внедрения инновационных разработок. В стране необходимо создать благоприятные условия для реализации инновационной политики хозяйствующих субъектов, стимулировать инновационную деятельность не только крупных, но и средних и малых предприятий, повысить уровень финансирования НИОКР, осуществить финансовые вливания в производство высокотехнологичных товаров, привлечь иностранные инвестиции в наукоемкий и высокотехнологичный сектор экономики, развить инфраструктуру инновационной деятельности, привлечь в технологические и научные парки крупные мировые инновационные компании. Под воздействием влияния мирового финансового кризиса необходимо выработать действенную и эффективную антикризисную программу, где ключевая роль принадлежит государству и национальным финансовым структурам, что позволит обеспечить повышение конкурентоспособности отечественной продукции как на региональных, так и на внешних рынках, а также увеличить экономический рост страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Буш у е в а, Л.И. Современная статистическая отчетность об инновациях и возможности ее совершенствования / Л.И. Бушуева // Вопросы статистики. 2007. № 11. С. 43-46.
2. С т е п а н е н к о, Д. Функционирование инновационной инфраструктуры в Республике Беларусь / Д. Степаненко // Банковский вестник. 2009. №4. С. 40-46.

УДК 338.45:005.334

ВАСИЛЬЧЕНКО О.Г.

**ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО
КРИЗИСА**

Научный руководитель – ГАВРИКОВ А.В. – ст. преподаватель

УО «Белорусский торгово-экономический университет

потребительской кооперации»,

Гомель, Республика Беларусь

В основе происходящих изменений в экономических, политических, социальных структурах общества Республики Беларусь лежит научно-технический прогресс, темпы роста которого все более ускоряются не смотря на некоторые негативные последствия мирового финансового кризиса.

Промышленность Республики Беларусь на сегодняшний день – ключевая отрасль экономики (по итогам 2008 г. удельный вес в ВВП добавленной стоимости промышленности составил 28,1% (36,2 трлн. руб.), которая выступает основной экспортоориентированной отраслью и приносит основную часть валютных поступлений. Однако влияние мирового финансового кризиса значительно отразилось как на экономиках всех стран мира, так и на экономику Республики Беларусь в частности. Установлено, что наиболее явно мировой кризис повлиял на динамику производства промышленной продукции республики во втором полугодии 2008 г. и в начале 2009 г. В промышленном комплексе в целом и большинстве его отраслей наблюдалось замедление темпов роста производства и ежемесячный спад выпуска продукции. Серьезнее всего кризис затронул предприятия белорусского машиностроения и металлообработки. Снижение производства продукции в этой отрасли в феврале 2009 г. в сравнении с аналогичным периодом 2008 г. составило 26,7%. Выпуск основных видов отечественной машиностроительной продукции существенно уменьшился: по результатам февраля 2009 г. производство тракторов сократилось на 24,9%; грузовых автомобилей – на 58,9%; металлорежущих станков – на 23,5%. Основная причина замедления динамики производства – снижение темпов роста экспорта товаров [1].

Так, из девяти отраслей промышленности в пяти отраслях, формирующих около половины объема промышленного производства страны, наблюдается существенное снижение производства. В числе наиболее проблемных отраслей выделяют электроэнергетику, ленную,

деревообрабатывающую и целлюлозно-бумажную промышленности, промышленность строительных материалов и легкую промышленность. В машиностроении объемы производства снизились на 30%, в автомобильной промышленности – на 40%. Едва превысили половину своего прошлогоднего объема производства ПО «БЕЛАЗ» (63,3%), ОАО «МАЗ» (57,6%), ОАО «Амкор» (около 65%) [2]. Произошедшее во втором полугодии 2008 г. снижение цен на сельхозпродукцию создало трудности продажи белорусских тракторов на различных рынках. В ноябре-декабре 2008 г. в Германии и Венгрии продажи снизились в 5 раз, в Болгарии реализация была прекращена [1]. На уровне конкретных предприятий рост производства по отраслям обеспечили те хозяйствующие субъекты, которые своевременно воспользовались антикризисными мерами с целью минимизации влияния кризиса на белорусскую экономику. Например, БелОМО (108,3%), ПО «Гомсельмаш» (113,8%), ЗАО «АТЛАНТ» (более 100%), ОАО «Доломит» и ряд других предприятий [2].

Учитывая ожидаемые ухудшения от последствий влияния мирового финансового кризиса на белорусскую экономику, необходимо переходить от создания условий для наращивания производства к мерам по сохранению производственного потенциала валообразующих предприятий; проведению модернизации и реструктуризации промышленных и иных предприятий с целью повышения их эффективности; к разработке комплекса мер по стимулированию как внутреннего, так и внешнего спроса; принятию мер в банковской сфере, бюджетной, налоговой и кредитной политике; льготированию процентов на инвестиционную, инновационную деятельность; стимулированию производства и реализации продукции; установлению нулевой ставки таможенной пошлины на ввозимое технологическое оборудование, а также сырье, материалы и комплектующие.

Так, наиболее перспективный путь повышения конкурентоспособности белорусской промышленности – техническое перевооружение предприятий. Несмотря на активное обсуждение этой проблемы и некоторые шаги по ее решению, износ активной части основных фондов в промышленности остается высоким – более 70%. В связи с этим необходимо активно привлекать внешние инвестиции в отрасль и перераспределять государственные инвестиции в реальный сектор экономики. Нужно также сделать упор на снижение материалоемкости продукции: удельный вес материальных затрат в общих затратах промышленности (по данным мониторинга Национального банка) по итогам 9 месяцев 2008 г. составил 78,6%, а на валообразующих предприятиях – свыше 80% [3]. Во многих случаях отечественным предпри-

тиям достаточно сложно добиваться снижения материалоемкости из-за роста мировых цен на импортруемое сырье (доля использования импортного сырья, материалов и покупных изделий в материальных затратах в промышленности составляет более 43%). Поэтому необходимо стимулировать выпуск новых инновационных видов продукции, ориентированных на местную сырьевую базу, и осторожно подходить к организации крупных производств, зависимых от импорта сырья. При таком подходе производители будут в большей степени защищены от негативного влияния колебаний мировых цен на используемое сырье.

Таким образом, несмотря на значительные отрицательные моменты в деятельности промышленного комплекса Республики Беларусь под воздействием влияния мирового финансового кризиса, который из сферы денежного обращения закономерно перешел в сектор реальной экономики, необходимо выработать эффективную антикризисную программу, где ключевая роль принадлежала бы государству и национальным финансовым структурам. Данного рода мероприятия смогут обеспечить повышение конкурентоспособности отечественной продукции как на региональных, так и на внешних рынках, а также увеличить экономический рост страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Минимизация негативных последствий мирового финансово-экономического кризиса // Экономический бюллетень НИЭИ М-ва экономики республики Беларусь. 2009. № 4. С. 71-101.
2. С к и н, В. Промышленность и транспорт в период кризиса: скованные одной цепью / В. Ским // Налоги Беларуси. 2009. № 24. С. 7-10.
3. Л у ч е н о к, А. Как минимизировать влияние мирового кризиса на отечественную экономику / А. Лученок // Финансы, учет, аудит. 2009. № 3. С. 4-7.

УДК 338.24

ВИНИЧЕНКО Е.Н., ИСКРОВА И.А.

ЭВОЛЮЦИЯ MRP. ПЕРЕХОД ОТ MRP К MRPII И ERP

Научный руководитель – КОВАЛЕНКО С.А. – кандидат с.-х. наук, доцент
Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,
Гомель, Республика Беларусь

Системы планирования производства постоянно находятся в процессе эволюции. Первоначально MRP-системы фактически просто формировали на основе утвержденной производственной программы план заказов на определенный период, что не удовлетворяло вполне возрастающие потребности.

С целью увеличить эффективность планирования, в конце 70-х годов Оливер Уайт и Джордж Плосл предложили идею воспроизведения замкнутого цикла (closed loop) в MRP-системах. Идея заключалась в предложении ввести в рассмотрение более широкий спектр факторов при проведении планирования, путем введения дополнительных функций. К базовым функциям планирования производственных мощностей и планирования потребностей в материалах было предложено добавить ряд дополнительных, таких как контроль соответствия количества произведенной продукции количеству использованных в процессе сборки комплектующих, составление регулярных отчетов о задержках заказов, об объемах и динамике продаж продукции, о поставщиках и т.д. Термин «замкнутый цикл» отражает основную особенность модифицированной системы, заключающуюся в том, что созданные в процессе ее работы отчеты анализируются и учитываются на дальнейших этапах планирования, изменяя, при необходимости программу производства, а следовательно и план заказов. Другими словами, дополнительные функции осуществляют обратную связь в системе, обеспечивающую гибкость планирования по отношению к внешним факторам, таким как уровень спроса, состояние дел у поставщиков и т.п.

В дальнейшем, усовершенствование системы привело к трансформации системы MRP с замкнутым циклом в расширенную модификацию, которую впоследствии назвали MRPII (Manufactory Resource Planning), ввиду идентичности аббревиатур. Эта система была создана для эффективного планирования всех ресурсов производственного предприятия, в том числе финансовых и кадровых. Кроме того, система класса MRRPII способна адаптироваться к изменениям внешней ситуации и эмулировать ответ на вопрос «Что если». MRPII представ-

ляет собой интеграцию большого количества отдельных модулей, таких как планирование бизнес-процессов, планирование потребностей в материалах, планирование производственных мощностей, планирование финансов, управление инвестициями и т.д. Результаты работы каждого из модуля анализируются всей системой в целом, что собственно и обеспечивает ее гибкость по отношению к внешним факторам. Именно это свойство является краеугольным камнем современных систем планирования, поскольку большое количество производителей производят продукцию с заведомо коротким жизненным циклом, требующую регулярных доработок. В таком случае появляется необходимость в автоматизированной системе, которая позволяет оптимизировать объемы и характеристики выпускаемой продукции, анализируя текущий спрос и положение на рынке в целом.

В последние годы системы планирования класса MRP II в интеграции с модулем финансового планирования FRP (Finance Requirements Planning) получили название систем бизнес-планирования ERP (Enterprise Requirements Planning), которые позволяют наиболее эффективно планировать всю коммерческую деятельность современного предприятия, в том числе финансовые затраты на проекты обновления оборудования и инвестиции в производство новой линейки изделий. В странах СНГ, целесообразность применения систем подобного класса обуславливается, кроме того, необходимостью управлять бизнес-процессами в условиях инфляции, а также жесткого налогового прессинга, поэтому, системы ERP необходимы не только для крупных предприятий, но и для небольших фирм, ведущих активный бизнес.

Стандарты корпоративного планирования, как и любые стандарты со временем проходят через процесс эволюции. С годами в мире меняются принципы управления бизнесом и, соответственно, изменяются подходы к корпоративному планированию. В последнее десятилетие гиганты мировой индустрии распространили по всему миру сеть своих удаленных производственных и непроизводственных объектов управления, значительно усложнилась организационная структура самих крупных компаний и холдингов. Это в свою очередь повлекло за собой увеличение управленческих издержек и затрат на поддержание сложных и запутанных логистических структур поставок продукции. В конце концов, возникла необходимость искать методики, позволяющие оптимизировать решение и этих задач. В середине 90-х был введен в обращение термин ERP-системы. ERP-методология до настоящего времени должным образом не систематизирована, и представляет собой надстройку над MRP II, нацеленную на оптимизацию работы с удаленными объектами управления. В настоящее время, под широко

используемым термином «ERP-система», как правило, подразумевается MRPII-система, с расширенными возможностями работы с сетью филиалов и зависимых компаний, расположенных по всему свету.

Для оптимизации управления логистическими цепочками была создана концепция SCM (Supply Chain Management), которую поддерживает большинство систем класса MRPII. SCM, положенная, как компонент общей бизнес стратегии компании, позволяет существенно снизить транспортные и операционные расходы, путем оптимального структурирования логистических схем поставок.

В целях продвижения продукции белорусских организаций на зарубежные рынки предполагается создание транспортно-логистических, оптово-логистических (торговых) и многофункциональных логистических центров как внутри страны, так и в зарубежье.

Предусматривается создание транспортно-логистических центров на базе госпредприятия «Брестгрузавтосервис», на базе ОАО «КМК «Интурист», ТЛЦ «Гомель-Авто», «Могилев-Белтаможсервис» и других.

В Беларуси до конца текущего года потенциальным инвесторам, в том числе иностранным, будет предложено примерно 13 участков для создания и развития транспортно-логистических центров, на территории свободных экономических зон, а также в Барановичах, Борисове, Мозыре, Орше и других городах.

УДК 336.22:338.24

ВЛАДИМЦЕВА Д.А.

**НАЛОГОВОЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ
УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК**

Научный руководитель – ЯКУБОВА И.П. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»,
Гомель, Республика Беларусь

Становление в Республике Беларусь рыночных основ хозяйствования актуализировало задачи управления финансовыми потоками, не только в масштабе государства, но и на уровне организаций агропромышленного комплекса. Именно налоги порождают один из самых существенных по размеру и степени охвата участников денежных потоков в финансовой системе страны. Поэтому, насколько будет достаточен, регулярен и стабилен данный поток, будет зависеть эффективность и надежность функционирования государства и организаций; трудовая и инвестиционная активность граждан. Таким образом, особенности процесса налогообложения, его значимость для экономики страны вызывает необходимость выделения налогового менеджмента в качестве самостоятельной отрасли финансового менеджмента и самостоятельного научно-практического направления в Республике Беларусь.

Налоговый менеджмент организации представляет собой три блока взаимосвязанных управленческих действий: 1) налоговое планирование; 2) налоговое регулирование; 3) налоговый контроль.

Налоговое планирование – это непрерывный процесс, связанный с систематической постановкой цели, задач и подготовкой необходимых для их достижения мероприятий, в рамках имеющегося или создаваемого налогового потенциала. Разновидностью налогового планирования является налоговое бюджетирование, т.е. увязка плановых налоговых доходов с плановыми налоговыми расходами на альтернативной основе.

Налоговое бюджетирование деятельности хозяйствующего субъекта можно определить как непрерывный процесс прогнозирования его налоговых платежей на основе составления, корректировки, контроля и оценки исполнения налогового бюджета организации.

В силу ограниченности финансовых ресурсов и с учётом требований их эффективного использования принципиально важное значение для любой организации имеет планирование налогового бюджета, являющегося составной частью финансового бюджета

организации, состоящего из прогнозного отчета о прибылях и убытках, прогнозного бухгалтерского баланса и бюджета движения денежных средств.

Исследование теоретико-методических основ, принципов и методов реализации процесса налогового бюджетирования в организации, их обобщение и систематизация позволили предложить общую методику планирования налогового бюджета:

- 1) анализ налогооблагаемых объектов;
- 2) подготовка связанных бюджетов;
- 3) расчёты по видам налогов (по налогооблагаемым операциям, установленным операциям и объектам налогообложения, установленным законодательством Республики Беларусь);
- 4) распределение налоговых платежей по срокам уплаты;
- 5) последовательная итерация финансовых бюджетов;
- 6) контроль и анализ исполнения бюджета.

Выделение отдельным блоком при осуществлении финансового бюджетирования налогового бюджета дает возможность сконцентрировать внимание не на осуществлении отдельных операций, связанных с минимизацией налоговых платежей по какому-либо отдельному налогу, в рамках отдельного договора, или однотипных операций, а на реализации налоговой стратегии в общем.

Таким образом, особенностью налогового бюджетирования является то, что планирование налоговых выплат осуществляется не руководством организации, а рассчитываются специалистами по налогам исходя из нормативных требований с учетом мер по оптимизации её налогового портфеля. Однако необходимо отметить, что налоговый бюджет с одной стороны, является результатом анализа и обобщения финансово-экономических и производственных планов организации, с другой, – лимитирующим фактором при реализации этих бюджетов, так как нацелен на поиск эффективного сочетания различных показателей, при котором результат от реализации хозяйственной деятельности организации и величина налоговых выплат будут оптимальными.

УДК 664.694(476)

ВОДНИКОВА Т.А.

**К ВОПРОСУ ОБ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА МАКАРОННЫХ
ИЗДЕЛИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Научный руководитель – КУРАШ И.В. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

В рыночных условиях следует особо акцентировать внимание на задаче наиболее полного удовлетворения постоянно растущих потребностей населения в разнообразных продуктах питания высокого качества.

В культуре питания человека макаронные изделия занимают особое место. Ценность макаронных изделий обеспечивается питательными свойствами составных частей и их оптимальным соотношением, а также такими характеристиками как хорошая усвояемость, длительность хранения, простота приготовления и доступность приобретения для различных социальных групп населения.

В настоящее время в республике недостаточно отечественной макаронной продукции.

По данным Министерства статистики и анализа в 2007 году в Республике Беларусь было произведено 14,1 тыс. тонн макаронных изделий, что на 13,2 % больше чем в 2006 году [2]. Наибольшая доля в отечественном производстве обеспечивается предприятиями Минской области – 70% или 9,89 тыс. тонн (диаграмма 1). Это непосредственно связано с тем, что макаронная отрасль Республики Беларусь представлена в большей части основным её производителем филиалом «Боримак» УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов», являющимся единственным специализированным предприятием по производству длинных и короткорезанных макаронных изделий. Доля предприятия в республиканском объёме в 2007 году составила 64%.

Наряду с филиалом «Боримак» УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов», в республике существует ряд неспециализированных предприятий и цехов, занимающихся производством короткорезанных макаронных изделий.

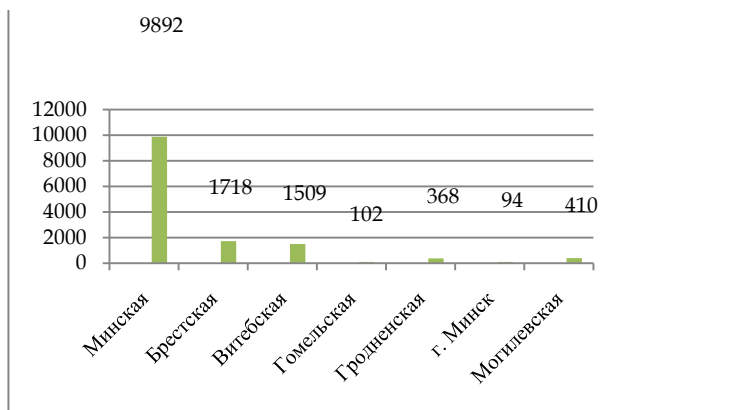


Диаграмма 1. Производство макаронных изделий в 2007 году в разрезе областей, тонн

Примечание: Источник: собственные разработки на основе [4].

Потребность республики в макаронной продукции на 84,9% обеспечивается за счет импорта. Республика закупает макаронные изделия в Российской Федерации. Так, импорт продукции в 2006 году составил 81,3 тыс. тонн, в 2007 году – 72,1 тыс. тонн. Очевидно, что наблюдается тенденция к снижению зависимости республики от импорта [4]. Это, в частности, связано с установлением в 2007 году на филиале «Боримак» УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов» комплексно-механизированной линии по производству короткорезанных макаронных изделий мощностью 7,5 тыс. тонн в год, что позволило в 2008 году произвести 14,6 тыс. тонн макаронной продукции и увеличить удельный вес предприятия в объеме производства в республике до 82% [3].

Для полного обеспечения жителей республики макаронными изделиями собственного производства на филиале «Боримак» УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов» в 2009 году введена в действие новая, не имеющая аналогов в республике, линия, рассчитанная на выпуск 22,0 тыс. тонн продукции ежегодно. Введенное оборудование приспособлено для переработки мягких сортов пшеницы, выращиваемой на территории республики. Таким образом, к 2010 году производственные мощности предприятия достигнут 45,2 тыс. тонн макаронной продукции. Планируется существенно расширить ассортимент

макаронных изделий со всевозможными полезными добавками – витаминами и микронутриентами [1].

В настоящее время, одной из нерешенных проблем остается недостаточное обеспечение отрасли сырьем. Для собственного производства наиболее высококачественных макаронных изделий необходима мука из твердых сортов пшеницы, отличающаяся особыми биохимическими характеристиками. Природные условия не позволяют в нашей республике выращивать пшеницу, отличающуюся соответствующими качественными показателями. Предприятия вынуждены закупать сырье за рубежом, что сказывается на конечной цене [1].

Возникает потребность в расширении сырьевой базы макаронной промышленности за счет внедрения новых сортов пшеницы, продуктивных, стабильных, приспособленных к условиям выращивания и обеспечивающих получение качественных макаронных изделий в соответствии с требованиями национального стандарта. Также следует обратить внимание на собственное производство элитных сортов макаронных изделий из закупаемого сырья, что позволит выйти на рынок с собственным конкурентоспособным товаром и, таким образом, удовлетворить запросы различных социальных групп населения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Овсянникова, Л. «Пастораль» - рождение новой торговой марки / Л. Овсянникова // Хлебопёк. 2007. № 3. С. 12-13.
2. Овсянникова, Л. Комбикормовой отрасли - зелёный свет / Л. Овсянникова // Хлебопёк. 2009. № 1. С. 6.
3. Овсянникова, Л. Макаaronная промышленность / Л. Овсянникова // Хлебопёк. 2009. №2. С. 9.
4. Статистический ежегодник / В.И. Зиновский. 2009. С. 374, 672.

УДК 004.78:336.717

ВОЛОДЬКО П.Л.

**ПУТИ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ
АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ**

*Научный руководитель – ВОЛОДЬКО Л.П. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Мировой финансовый кризис негативно отражается на развитии систем автоматизации белорусских коммерческих банков (БКБ), в том числе и на развитии автоматизированных банковских систем (АБС). Некоторые специалисты, и мы поддерживаем это мнение, считают, что инвестировать в АБС необходимо. Важно отметить, что АБС определяют уровень развития банка, являясь индикатором высокого стандарта и совершенства по оказанию конкурентоспособных услуг, а вместе с тем будут определять конкурентоспособность банковской системы Республики Беларусь [1]. Поэтому время терять не следует, тем более что кризис все равно пройдет, а БКБ, которые сейчас инвестируют в свое будущее, после кризиса могут занять ведущее положение, в том числе и в области создания эффективных АБС. Необходимо отметить, что не следует снижать расходы на АБС, что позволит существенно снизить расходы на оказание банковских услуг с помощью АБС. Существующий мировой финансовый кризис – это толчок БКБ к более глубокому анализу своих АБС и определению путей их совершенствования.

Эффективность АБС можно отождествлять с эффективностью банковской операции (БО), под которой понимают любую согласованную совокупность действий, объединенных общим замыслом и единой целью. АБС в этом плане выступают в качестве одного из активных средств достижения цели, и в этом случае понятие эффективности БО можно отождествлять с понятием эффективности АБС. Степень соответствия реального результата БО требуемому, называют эффективностью БО. Способ использования активных средств, в том числе и АБС в БО, называют стратегией. На практике можно выделить проблему оценки эффективности АБС и проблему выбора рационального способа действий, т.е. выбора стратегии.

Оценка эффективности АБС предполагает формулировку цели (требуемого результата) БО, выбор и обоснование показателя эффективности АБС, количественно измеряющего степень соответствия реального результата БО требуемому, вычисление выбранного показателя для заданных условий и стратегии.

В зависимости от особенностей каждого БКБ критерии оценки эффективности БО могут быть различными. Так, например, если используется концепция оптимизации деятельности БКБ, то применяется критерий наибольшей средней прибыли и наименьших средних потерь или критерий наибольшей вероятностной гарантии результата БО. Несомненно, что при функционировании БКБ большую роль играет и стоимость достижения максимальной эффективности операции. Это значит, что для БКБ далеко не все равно, какой ценой получен тот или иной результат БО. Поэтому выражение для критерия эффективности БО лучше записывать дробью, в числителе которой стоит эффективность (или результат) БО, а в знаменателе стоимость достижения указанной в знаменателе эффективности (результата) БО. Из вышесказанного формируется известный показатель «эффективность/стоимость».

Таким образом, сформулируем требования к БКБ, выполнение которых необходимо для эффективной работы в этом БКБ предлагаемых на рынке АБС.

БКБ должен:

- иметь собственную обоснованную концепцию развития и соответствующую ей концепцию управления;
- иметь для реализации оптимального управления БКБ продуманную информационно-аналитическую систему типа АБС;
- осуществлять системный анализ, диагностику экономического состояния БКБ и прогнозирование результатов своей деятельности;
- иметь математический аппарат выбора наилучшего решения из множества возможных;
- поддерживать хорошие горизонтальные связи как между внутренними подразделениями БКБ, так и с другими БКБ;
- иметь целостный содержательный согласованный комплект внутренней документации, регламентирующий все стороны деятельности БКБ, процедуры подготовки, принятия и реализации управленческих решений по схеме «анализ – решение – планирование – регулирование – контроль».

ЛИТЕРАТУРА

1. Володько, П.Л. Эффективный бизнес с использованием автоматизированных банковских систем / П.Л. Володько // Предпринимательство в Беларуси: опыт становления и перспективы развития: материалы I Республиканской студенческой научно-практической конференции: г. Минск, 12 марта 2009 г. / Минск: ИПД, 2009. С. 178-179.

УДК 345.67

ГОЛЕНOK Н.А.

**ЭКОНОМИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ
МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА**

*Научный руководитель – ШАБЛОВСКАЯ Т.В. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»,
Гомель, Республика Беларусь*

Мы живем во время мирового финансового кризиса. И, наверное, нет такого человека, который не слышал о нем.

С начала сентября 2008 года финансовый кризис, зародившийся в США, начал уверенно распространяться практически на все страны мира, отодвинув на второстепенный план все другие политические и экономические новости, затронул все сферы экономики.

Нынешняя сложная ситуация в мировой экономике является следствием наложения друг на друга сразу двух кризисов: в международных кредитно-денежных отношениях и в финансовом секторе США.

Первый кризис заложен в нынешнем механизме международных кредитных отношений. Прежде всего, это возведение в статус «международных валютных резервов» денежной единицы одного государства. Причем единицы, эмитируемой даже не государством, а просто сообществом частных банков – акционеров Федеральной резервной системы США. Кроме того, это отказ Соединенных штатов каким-либо образом обеспечивать товарную основу этой денежной единицы.

В результате американские банки столкнулись с проблемой размещения этих лишних долларов, изначально местным рынком никак не востребованных. Затем происходило финансирование «пузырей» на фондовом рынке, льготное кредитование диктаторских режимов во всем мире, раздача дешевых ипотечных кредитов практически без всякого контроля над заемщиками и так далее.

Но самое негативное то, что именно за счет этих средств американские банки и другие финансовые институты стали формировать международные «горячие» деньги. Они пошли кочевать по фондовым и валютным рынкам, раскачивая и ввергая их в постоянные подъемы и кризисы.

Сегодня мировая экономика интернационализировалась. Погоду в ней во многом стали определять международные корпорации. И из-за тесной интеграции государств негативные процессы в одной стране не могут не затрагивать экономику и стран-партнеров. Поэтому сегодняшний кризис имеет мировой масштаб.

Глобальный финансовый кризис оказывает определенное влияние на экономику Беларуси. Однако, учитывая незначительное присутствие белорусских банков и субъектов хозяйствования на мировых фондовых рынках, данное влияние связано с ухудшением ситуации не внутри республики, а в странах, являющихся экономическими партнерами. В этой ситуации наша изолированность в мировую финансовую систему оборачивается благом.

Тем временем темпы прироста ВВП Беларуси по итогам трех кварталов 2008 года составили 10,7% к аналогичному периоду предыдущего года. Объем промышленного производства за указанный период вырос на 13,1%. В целом во внешней торговле Беларуси сохраняются высокие темпы роста, но вместе с тем по отдельным показателям есть некоторое замедление. За январь-сентябрь 2008 года экспорт товаров и услуг увеличился на 53,9%, импорт - на 54%. Отрицательное сальдо внешней торговли сложилось на уровне \$2544 млн., что на \$888 млн. выше по сравнению с январем-сентябрем 2007 года. В условиях мирового финансового кризиса Беларусь продолжает активную реализацию на внутреннем и внешнем рынке товаров отечественных производителей. Но вводить запрет на импорт Республика Беларусь не собирается. И кризис не влияет на наличие привычного ассортимента товаров на рынке.

Вместе с тем, кризис на мировом финансовом рынке может негативно отразиться на объемах внешнего кредитования Беларуси и планах привлечения инвесторов. Многие эксперты говорят о том, что достаточно большой объем средств привлекался у российских банков, которые, в свою очередь, осуществляли заимствования на внешних рынках и потом кредитовали белорусские субъекты хозяйствования. С этой точки зрения у белорусской экономики могут возникнуть проблемы

В этой связи на наш взгляд, в условиях кризиса Беларуси необходимо диверсифицировать рынки, в том числе и финансовый, а также продолжать делать акцент на агропродовольственный комплекс. Ведь как сказал самый богатый человек планеты Уоррен Баффет: «нужно ставить на еду – есть будут и в кризис».

УДК 339. 743. 4 (476)

ГОРБОНОС. П.С.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ДИНАМИКУ ВАЛЮТНОГО КУРСА

*Научный руководитель – ПЛЕШКУН А.М. – ст. преподаватель
УО «Полоцкий государственный университет»,
Новополоцк, Республика Беларусь*

Характер изменения валютного курса, его динамика по отношению к другим валютам являются важными показателями состояния национальной экономики. Сильная изменчивость валютного курса, его постоянное ослабление обычно свидетельствуют о неустойчивой или слаборазвитой экономике. Данный аспект становится особенно актуальным в период мирового финансового кризиса, когда курсы наиболее сильных валют испытывают значительные колебания. В связи с этим органы денежно-кредитного регулирования всех стран вынуждены решать сложнейшую задачу оптимизации курсовой политики. С целью совершенствования курсовой политики необходимо знать и учитывать cursoобразующие факторы, влияющие на формирование и изменение валютного курса.

Факторы, влияющие на величину валютного курса, можно разделить на структурные, которые действуют в долгосрочном периоде, и конъюнктурные, вызывающие краткосрочное колебание валютного курса. Так, к структурным факторам можно отнести следующие: состояние платёжного баланса страны, покупательная способность денежных единиц и темпы инфляции, разница процентных ставок в различных странах, международные резервные активы, валовой внешний долг, валовой внутренний продукт, государственное регулирование валютного курса, степень открытости экономики, конкурентоспособность товаров страны на мировом рынке её изменение. К конъюнктурным факторам относятся: деятельность валютных рынков, спекулятивные валютные операции, кризисы, войны, стихийные бедствия, цикличность деловой активности в стране, прогнозы.

Влияние факторов можно описать следующим образом:

1. **Темп инфляции.** Чем выше темп инфляции в стране, тем ниже курс ее валюты, если не противодействуют иные факторы. Инфляционное обесценение денег в стране вызывает снижение покупательной способности и тенденцию к падению их курса к валютам стран, где темп инфляции ниже.

2. **Состояние платёжного баланса.** Активный платёжный баланс способствует повышению курса национальной валюты, так как увели-

чивается спрос на нее со стороны иностранных должников. Пассивный платежный баланс порождает тенденцию к снижению курса национальной валюты, т.к. должники продают ее на иностранную валюту для погашения своих внешних обязательств. Размеры влияния платежного баланса на валютный курс определяются степенью открытости экономики страны. Нестабильность платежного баланса приводит к скачкообразному изменению спроса на соответствующие валюты и их предложение.

3. **Валовой внутренний продукт.** Рост ВВП означает общее хорошее состояние экономики страны, увеличение промышленного производства, приток зарубежных инвестиций в экономику, рост экспорта. Такие тенденции приводят к увеличению спроса на национальную валюту со стороны иностранцев, тем самым повышая валютный курс. Противоположные тенденции в свою очередь понижают валютный курс.

4. **Разница процентных ставок в разных странах.** Изменение процентных ставок в стране воздействует при прочих равных условиях на международное движение капиталов, прежде всего краткосрочных. Повышение процентной ставки стимулирует приток иностранных капиталов, а ее снижение поощряет отлив капиталов за границу. Также процентные ставки влияют на операции валютных рынков и рынков ссудных капиталов. При проведении операций банки принимают во внимание разницу процентных ставок на национальном и мировом рынках капиталов. Они предпочитают получать более дешевые кредиты на иностранном рынке ссудных капиталов, где ставки ниже, и размещать иностранную валюту на национальном кредитном рынке, если на нем процентные ставки ниже.

Отметим, что влияние данного фактора может быть двояким. В развитых странах высокий уровень процентных ставок будет способствовать притоку иностранных капиталов, тем самым повышая валютный курс. В развивающихся странах высокий уровень процентных ставок будет способствовать росту издержек предприятий, тем самым увеличивая инфляцию и понижая валютный курс.

5. **Золотовалютные резервы.** Чем больше у страны запас золотовалютных резервов, тем выше валютный курс. Это объясняется тем, что у страны есть максимально ликвидное и надёжное обеспечение национальной валюты, запас валюты, которым можно воспользоваться для нивелирования влияния неблагоприятных факторов.

6. **Объём внешнего долга страны.** Данный фактор оказывает обратное влияние на формирование курса национальной валюты. Стране, у которой сформировался внешний долг, для его погашения необхо-

димо покупать иностранную валюту, что повышает спрос на нее, увеличивает предложение национальной валюты и тем самым снижает курс последней.

7. Деятельность валютных рынков и спекулятивные валютные операции. Если курс какой-либо валюты имеет тенденцию к понижению, то фирмы и банки заблаговременно продают ее на более устойчивые валюты, что ухудшает позиции ослабленной валюты. Валютные рынки быстро реагируют на изменения в экономике и политике, на колебания курсовых соотношений. Тем самым они расширяют возможности валютной спекуляции и стихийного движения «горячих» денег.

8. Степень доверия к валюте на национальном и мировом рынках. Она определяется состоянием экономики и политической обстановкой в стране, а также рассмотренными выше факторами. Иногда даже ожидание публикации официальных данных о торговом и платежном балансах или результатах выборов сказывается на соотношении спроса и предложения и на курсе валюты.

9. Государственное регулирование валютного курса. Соотношение рыночного и государственного регулирования валютного курса влияет на его динамику. Формирование валютного курса на валютных рынках через механизм спроса и предложения валюты обычно сопровождается резкими колебаниями курсовых соотношений. На рынке складывается реальный валютный курс – показатель состояния экономики, денежного обращения, финансов, кредита и степени доверия к определенной валюте. Государственное регулирование валютного курса направлено на его повышение либо понижение исходя из валютно-экономической политики.

Таким образом, формирование валютного курса – сложный многофакторный процесс, обусловленный взаимосвязью национальной и мировой экономики и политики. Поэтому при прогнозировании валютного курса учитываются рассмотренные cursoобразующие факторы и их неоднозначное влияние на соотношение валют в зависимости от конкретной обстановки.

УДК 637.12.05:338.24

ГОРДЮК М.Е.

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА
МОЛОКА В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ
ВОЗРОЖДЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СЕЛА**

*Научный руководитель – РЕДЬКО В.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Уровень качества сельскохозяйственной продукции является одним из главных показателей, по которому следует оценивать эффективность действующего механизма его обеспечения.

При анализе тенденций развития молочного подкомплекса и формирования основных свойств молока как сырья для перерабатывающей отрасли необходимо сравнить достигнутые показатели по республике с требованиями действующих технических нормативных правовых актов в области стандартизации.

В отношении продукции животноводства таким документом является СТБ1598-2006 "Молоко коровье. Требования при закупках" с дополнениями и изменениями.

Анализ показывает, что удельный вес молока высшего сорта на протяжении с 1998 г. по 2006 г. не превышал 50 %. В среднем за этот период он составил 40,7%. При этом в 1998 г. наблюдался минимум – 10,5%.

Однако в 2007 г. произошло увеличение удельного веса молока высшего сорта до 59,3%, т.е. наметились положительные тенденции в области управления качеством молочного сырья. При этом удельный вес несортного молока снизился до 1%.

Следует отметить повышение жирности молока с 3,46% в 1990 г. до 3,63% в 2007 г. Постановлением Госстандарта РБ от 29.01.2009 г. № 5 предусмотрено увеличение базисной жирности с 3,4% до 3,6%. С одной стороны это должно стимулировать сельхозпредприятия производить молоко более высокой жирности, но с другой стороны – цены на молоко остались неизменны. То есть, если раньше предприятие сдавало 1 т молока высшего сорта жирностью 3,4% и получало 650 тыс. руб./т, то сегодня, сдав молоко уже жирностью 3,6%, оно получит столько же. По нашему мнению, это является отрицательным моментом.

Массовая доля белка в январе 2008 г. составила 3,05 % (базовая величина – 3%).

С 1 января 2008 г. введен новый сорт – «экстра» (с повышенными требованиями к количеству соматических клеток в 1 см³ – не более 300 000, в то время как для молока высшего сорта – не более 500 000;

количеству микроорганизмов – до 100 000 в 1 мл, для высшего сорта – до 300 000 в 1 см³). В 2008 году 0,5% молока было реализовано сортом «экстра».

Положительные тенденции в молочном подкомплексе можно объяснить выделением значительных денежных средств на реконструкцию молочно-товарных ферм в рамках выполнения Государственной программы возрождения и развития села на 2005-2010 годы. Так, только за 2006 г. была проведена реконструкция и техническое переоснащение 291 молочно-товарной фермы, из которых на более чем 20-ти было установлено импортное технологическое оборудование. В 2007 г. реконструировано и технически переоснащено 256 молочно-товарных ферм.

В то же время мониторинг качества и безопасности сельскохозяйственной продукции в республике практически отсутствует, в результате чего информация носит разобщенный характер. Как следствие, например, по результатам контроля Министерства сельского хозяйства и продовольствия в первом полугодии 2007 г. выявлено явное несоответствие декларируемых и реальных показателей качества молочного сырья.

По оценкам специалистов Минсельхозпрода, реальный показатель удельного веса молока высшего сорта по республике составлял около 20%, в то время как по отчетности за период январь – август 2007 г. данный показатель составлял в среднем по стране 56,5%. Поэтому к официальным данным следует относиться достаточно взвешенно.

Учитывая все вышеизложенное, на фоне снижения показателей эффективности производства молока, которое наблюдается в последние годы (рентабельность отрасли в 2004 г. и 2007 г. составила соответственно 16,4 и 12,5%), возникают вопросы о рациональном использовании средств, направляемых в отрасль.

В целом, отслеживая тенденции качества молочной продукции, можно отметить преобладание отрицательных сторон над положительными.

Мы считаем, что достижение целей, поставленных в Государственной программе возрождения и развития села на 2005-2010 годы – обеспечение экономически целесообразных объемов производства продукции сельского хозяйства, повышение рентабельности сельскохозяйственного производства до 18-20% и увеличение совокупной валовой продукции АПК на 45% невозможно только за счет количественных факторов. Поэтому следует обратить внимание на необходимость формирования комплексной и эффективной системы менеджмента качества продукции АПК, способной повысить конкурентоспособность отечественных продуктов питания и решить поставленные в данном документе задачи.

УДК 631/152:658.562

ГОРДЮК М.Е.

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Научный руководитель – РЕДЬКО В.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Методы управления качеством – способы, которыми приводятся в действие те или иные факторы формирования качества продукции.

Выделяют следующие методы управления качеством:

Экономические методы управления качеством – это целенаправленное воздействие на экономические интересы управляемого объекта с помощью экономических рычагов за счет чего достигается создание механизма его ориентации на более эффективный режим работы. Основной *целью данного метода* является производство продукции высокого качества без вмешательства руководящих органов.

Экономические методы позволяют решить такие вопросы, как:

- материальное стимулирование качества труда и продукции на предприятиях;
- поощрение рационализаторских и инноваторских предложений по внедрению и совершенствованию применяемой техники и технологических процессов;
- формирование системы реального ценообразования с учетом качества поступающего сырья и реализуемой продукции;
- организация расчетов с поставщиками и потребителями, регулирование с ними мер экономического воздействия в целях соблюдения договоров и обязательств по поставкам.

Организационно-распорядительные или административные методы управления качеством осуществляются посредством обязательных и рекомендуемых для исполнения указаний органов управления, изложенных в директивах, рекомендациях, приказах, нормативной документации. Многие из них являются прерогативой государственных органов и осуществляются в тесном взаимодействии с экономическими методами.

К числу данных методов управления качеством относятся, прежде всего, требования к выполнению обязательной нормативной документации. В отношении качества продукции молочного скотоводства таким документом является стандарт СТБ1598-2006 "Молоко коровье. Требования при закупках" с дополнениями и изменениями.

Данная группа методов решает следующие вопросы:

- разработка и внедрение на предприятии стандартов системы качества продукции;
- распространение и помощь во внедрении опыта, новых изобретений;
- соблюдение технологий производства экологически чистой и безопасной для здоровья населения продукции;
- обязательное соблюдение показателей безопасности продукции.

Сущность **социально-психологических методов** составляет основу морального стимулирования качества. Под *моральным стимулированием* следует понимать систему организационно-воспитательных мероприятий, которая поддерживает и укрепляет моральную заинтересованность работников личным вкладом способствовать наиболее эффективному развитию производства.

Социально-психологические методы управления качеством включают:

- планирование социального развития коллектива;
- установление благоприятного психологического климата;
- использование различных форм коллективного и индивидуального поощрения;
- воспитание гордости за свое предприятие, его престиж;
- учет индивидуальных особенностей членов коллектива и др.

Таким образом, эффективное управление качеством труда и продукции требует применения всей совокупности методов управления качеством, взаимодействующих и дополняющих друг друга. Важную роль в управлении качеством играют государственные органы посредством применения экономических методов управления качеством продукции через систему ценообразования и административных методов через поощрение развития стандартизации и регламентирования технологий производства. Для приведения в действие всех факторов формирования качества различными методами и создаются системы менеджмента качества.

УДК 347.214.2:338.124.4

ГОРЮШКИНА М.И.

ЖИЛАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

*Научный руководитель – ЛИХОЛЕТОВ Е.А. – кандидат эк. наук, доцент
ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация*

События, происходящие сегодня на мировых рынках, так или иначе, меняют конъюнктуру российского рынка недвижимости. «Цены на недвижимость в России понизились» – таким заголовком пестрят многие средства массовой информации. Да, действительно, в условиях кризиса, стоимость квартир упала до 50 %. Средняя цена за квадратный метр жилой недвижимости в Москве составляет 147740 руб., для сравнения неделю назад она составляла на 47 руб. больше (данные на 26.10.2009 г); в Волгограде – в среднем около 40000 руб. (диаграмма 1), причем цены продолжают снижаться.

Из диаграммы 1 видно, что наиболее дорогое жилье в центрах культуры города – это Центральный и Ворошиловский районы, а относительно дешевые находятся на окраине – это Краснооктябрьский и Тракторозаводский районы.

Вот и думается, что нужно скорей бежать покупать квартиру, пока цены снова не поднялись. Но все не так-то просто! Где взять деньги на это? Вряд ли найдешь у себя дома под подушкой такую довольно «кругленькую сумму». Другой вариант – жилищный кредит, например Сбербанк России нам предлагает ипотечный кредит, кредит «Молодая семья», кредит на недвижимость. Довольно ни маленький выбор, к тому же в городе этот банк не один. Но и тут не так все просто. Просто так деньги нам никто не даст.

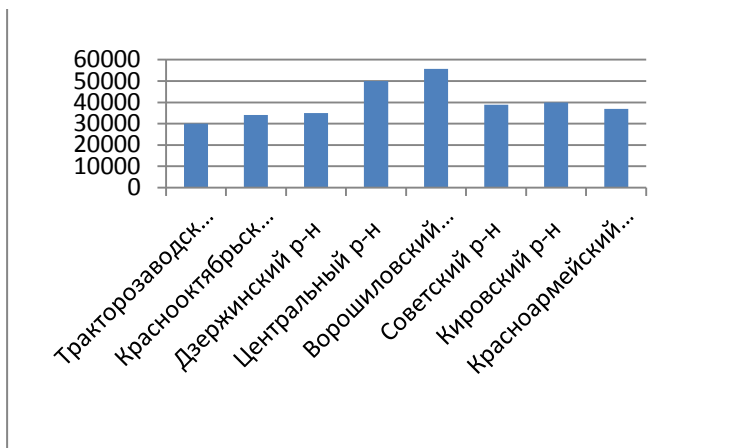


Диаграмма 1. Стоимость 1 м² продаваемого в Волгограде жилья на 31.09.2009 г.

Если в 2008 году некоторые банки, такие как Райффайзенбанк, ВТБ24, дали ипотечным клиентам некоторое послабление в виде того, что доход основного заемщика может быть рассмотрен вместе с доходом «гражданского» супруга, а также тещи, тестя, свекра или свекрови, этим шагом немного расширив круг лиц, способных получить кредит. То в 2009 году в условиях так называемого экономического кризиса из-за таких факторов как финансовая нестабильность и рост безработицы в стране объем кредитования значительно снизился.

Вот и представляется нам такая ситуация, что при довольно низких ценах на жилую недвижимость, спрос на нее стал еще ниже, чем в предыдущих годах, в годах без кризиса.

Несомненно, для изменения ситуации необходимо менять саму систему реализации недвижимости через ипотеку. Ставка является ненормальной. Ее размер связан с тем, что в России отсутствуют так называемые «длинные деньги». Их можно было бы ввести, используя процедуру выкупа земельных участков под приватизированными предприятиями, но это не делается.

По существующей «федеральной целевой программы жилища» на приобретение квартир выдаются субсидии из федерального бюджета военным-служащим, лицам с крайнего севера, переселенцам, чернобыльцам, лицам, работающим в налоговой полиции, сотрудникам ор-

ганов внутренних дел Российской Федерации, спасателям, молодым малообеспеченным семьям.

К тому же есть хорошая новость, Волгоградская область признана одной из лучших в Южном федеральном округе по темпам реализации Указа президента РФ «Об обеспечении жильем ветеранов Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.», оставив позади Краснодарский край и Ростовскую область. В 2009 году из федерального бюджета на покупку квартир ветеранам, проживающим в Волгоградской области, выделено 276,6 млн. рублей, а в общей сложности на эти цели предназначено 323,7 млн. рублей. В текущем году в нашем регионе купили квартиры 70 граждан, попадающие под действие этого указа. Общая стоимость приобретенного жилья – 59,7 млн. рублей.

Опять же не остаются без внимания дети-сироты. Администрация Волгограда продолжает исполнять государственные полномочия по обеспечению жильем таких детей. В 2009 году на эти цели предусмотрено 115 млн. 78 тыс. руб., приобретено уже 44 квартиры. До 1 декабря 2009 года планируется купить еще 29 жилых помещений для данной категории граждан. Таким образом, в текущем году 115 детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, как говорится «справят новоселье».

Проблема низкого спроса на жилую недвижимость является не единственной, есть еще одна, которая наиболее заметна в Волгограде – это слаборазвитый рынок индивидуального жилья. На настоящий день малоэтажное строительство в основном осуществляется двумя способами: индивидуальными застройщиками, то есть людьми, которые возводят для себя дома и коттеджи на приобретенных ими участках, а также заказчики-застройщики, которые строят коттеджные поселки для последующей перепродажи.

В основном индивидуальный жилищный фонд представлен частными домами с небольшими земельными участками, которые в совокупности занимают большие территории. Лишь в последние несколько лет фонд стал пополняться непосредственно коттеджами. Тем не менее пока в Волгограде не представлено ни одного организационного коттеджного поселка (организационно коттеджный поселок – это, как минимум, огороженный и охраняемый коттеджный поселок единого архитектурного стиля с собственной инфраструктурой и управляющей компанией).

Сейчас же поселки нашего города, представляют собой просто сформированные жилые массивы коттеджного типа. Наиболее усовершенствованным вариантом является огороженный жилой массив и, возможно, охраняемая территория, но не более того. Ни в одном из

них не особых элементов инфраструктуры, никакого единого архитектурного стиля.

Что касается обновления индивидуального жилищного фонда, то стоит заметить, что в последнее время наблюдается не только рост объемов ввода индивидуального жилья, но и рост доли индивидуального жилья (график ниже) в общем объеме вводимого эксплуатацию жилья.

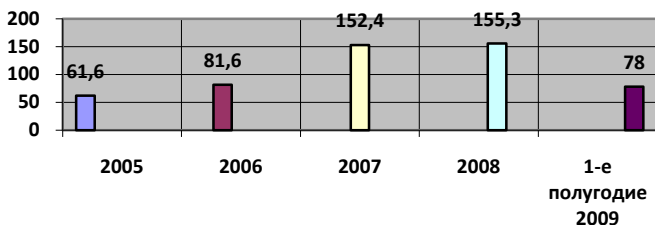


Диаграмма 2. Динамика ввода индивидуального жилья, м²

Из диаграммы 2 видно, что за 1-е полугодие 2009 года уже введено около половины прошлогоднего объема. Данный показатель на 16,4 % выше уровня первого полугодия прошлого года. На рынке жилья Волгограда наблюдается снижение строительства многоквартирного жилья и увеличение строительства индивидуального жилья. В среднесрочной перспективе в условиях сложной экономической обстановки данная тенденция может усилиться.

Лидерами по вводу жилья в городе Волгограде стали Советский и Дзержинский районы 28 % и 24 % от общего объема соответственно. В последнее время эти районы занимают первые позиции по данному показателю (диаграмма 3). Не обязательно даже «далеко ходить», достаточно открыть любую газету, информирующую население о сделках с жилой недвижимостью, то есть купля-продажа, и в главе «продается» мы найдем, что из 25 объявлений 17 приходится на выше названных лидеров. Минимальный объем индивидуального строительства (7-8 %) приходится на Тракторозаводский и Краснооктябрьский районы. В целом, отсутствие построенных домов или коттеджей в Центральном районе города можно объяснить как минимум двумя причинами:

- незастроенных площадок в Центральном практически нет;
- высокая стоимость земли.

Как видно из диаграммы 3, не все так плохо, тем более что появление поселков коттеджного типа ожидается уже в ближайшем 2010 году в количестве 2-3 в черте города.

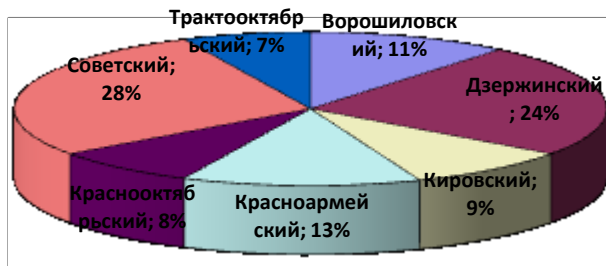


Диаграмма 3. Распределение индивидуального жилья, введенного в эксплуатацию в 2008 г.

Показатели ЮФО (Южного Федерального округа) нам говорят, что за последние 8 месяцев 2009 года было сдано 904 тыс. м² жилья, что на 30 % меньше, чем за аналогичный период 2008 года, из них в Волгограде – 232 тыс. м², это 15 объектов жилой недвижимости. Самым крупным жилым комплексом, введенным в 2009 году в целом по ЮФО, является ЖК «Волжские паруса», его площадь 53 тыс. м², застройщик – ООО «Амоко Групп».

Также в отличие от проблемы низкого спроса на квартиры, проблема индивидуального жилья в городе Волгограде может иссякнуть, так как имеется вероятность, что в ближайшие несколько лет темп развития данного сегмента может ускориться. Это связано с тем, что развитие жилищного строительства является одним из приоритетных направлений, поддерживаемых на государственном уровне.

По данным городской администрации общий прогнозный план строительства жилой площади составит в 2010 г – 508,7 тыс. м², в 2011 г. – 559,5 тыс. м².

УДК 339.564:637.5

ГРИБОВ А.В.

ПРОБЛЕМЫ ЭКСПОРТА МЯСА И МЯСОПРОДУКТОВ В РФ

Научный руководитель – ГРИДЮШКО А.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Для развития мясного подкомплекса Беларуси важным является возможность экспорта продукции, в первую очередь на российский рынок.

В настоящее время рост экспорта мяса втрое опережает темпы его производства в хозяйствах республики. В I полугодии, по данным Белстата, сельчане поставили на рынок 665 тыс. т исходного сырья в убойном весе – на 12% больше, чем за аналогичный период 2008 г., а переработчики увеличили отгрузку своей продукции в Россию и некоторые другие страны на 39%, почти до 82 тыс. т. На первый взгляд, такое соотношение можно трактовать как стремление компенсировать потери от сокращения внутреннего спроса, если, конечно, не принимать во внимание ряд "сторонних" факторов, влияющих на состояние дел в отрасли.

Так, руководство крупнейших мясокомбинатов с тревогой ожидает момента, когда будут исчерпаны согласованные объемы поставок мяса и мясопродуктов в рамках торгового баланса между Беларусью и Россией на 2009 г. Первоначально наш мясной экспорт был определен в пределах 115 тыс. т, но впоследствии в результате дополнительных межправительственных договоренностей эта цифра увеличилась до 145 тыс. т. Однако и она при сохранении существующих объемов поставок представляется явно недостаточной.

Между тем удельный вес Беларуси в российском мясном меню относительно невелик, хотя эта страна по-прежнему находится в серьезной зависимости от внешних поставок продовольствия. К примеру, по данным Института аграрного маркетинга (РФ), доля США, Канады и Бразилии в общем объеме импорта свинины составляет 61%. В целом в 2009 г. россияне ввезут порядка 3 млн. т мяса и мясопродуктов. И такое положение вряд ли существенно изменится в ближайшем будущем. Целевые показатели госпрограммы развития АПК России на 2008-2012 гг. предусматривают не отказ от импорта мяса, а лишь снижение его доли на рынке до 15%. В планах на 2009 г. - увеличение производства собственного мяса всего лишь на 550 тыс. т.

На этом фоне белорусский экспорт - в лучшем случае до 200 тыс. т в год – отнюдь не выглядит критической величиной, которая может

подорвать интересы российского производителя. Но практика ограничений белорусских поставок, тем не менее, сохраняется.

Не так давно помощник президента Сергей Ткачев, комментируя данную ситуацию, отметил, что искусственное уменьшение рынков сбыта и закупок без учета их реалий, введение квотирования на поставку мясной продукции, а тем более введение любых дальнейших дополнительных процедур согласования абсолютно недопустимы. По его словам, это неизбежно приведет к депрессии развития мясоперерабатывающих предприятий страны.

Другим важным аспектом проблемы является порядок операций по импорту мясного сырья из третьих стран. В I полугодии они периодически попадали под санитарные запреты, связанные с распространением эпидемии свиного гриппа, но полностью никогда не прекращались. Ввоз сырья, кроме всего прочего, позволяет заместить на внутреннем рынке часть мясной продукции, которая экспортируется в Россию. Прямой реэкспорт мяса из Евросоюза находится под негласным запретом Москвы, хотя прямых юридических и нормативных оснований для этого не существует. Формальным основанием для "закрытия" рынка могут стать только заключения экспертных комиссий Россельхознадзора в отношении тех или иных переработчиков, но применение подобных санкций в последнее время носит лишь единичный характер. Практически все крупные белорусские комбинаты из "первой десятки" привели свои производственные процессы в соответствие с современными требованиями. Так в ОАО "Минский мясокомбинат", все необходимые санитарные мероприятия были выполнены в полном объеме в ходе реализации очередного этапа технической модернизации (освоенно порядка Вг14 млрд. инвестиций). В результате внедрена система управления качеством и безопасностью производства по СТБ 1470 (НАССР). Аналогичные сертификаты были получены ОАО "Гродненский мясокомбинат" и другими предприятиями отрасли. Специалисты подчеркивают, что претензии россиян сегодня могут быть связаны не столько с технологиями переработки, сколько с качеством исходного сырья от отдельных животноводческих хозяйств (применение антибиотиков).

Что касается финансовой эффективности экспорта в Россию, то по итогам полугодия наметилась тенденция к росту показателя: мясо и готовые продукты из него продавались по средней цене \$3020 за 1 т (\$2923 за 1 т в январе-апреле 2009 г.). При этом зарубежные поставки по-прежнему остаются менее рентабельными (примерно на 30%) по сравнению с продажами на белорусском рынке – сказывается большое

плечо отгрузки. Но как бы то ни было, отрасль стабильно обеспечивает положительное внешнеторговое сальдо.

Кроме того, крупнейшие переработчики не зафиксировали заметного падения спроса на их продукцию среди отечественных потребителей, хотя и отметили некоторые изменения его структуры. К примеру, выросла популярность недорогих изделий из субпродуктов – ливерных и кровяных колбас, зельцев, сальтисонов, паштетов и т.д. Реагируя на изменение конъюнктуры, "Гродненский мясокомбинат" форсировал работы по строительству специального цеха по их выпуску. Производственные мощности участка, введенного в эксплуатацию в сентябре т.г., удвоились - до 6 т в смену, но в перспективе планируется поставлять на прилавки магазинов порядка 20 т в сутки. Сбыт – гарантирован.

Таким образом, развитие мясоперерабатывающей отрасли должно идти по двум направлениям: во-первых, диверсификация производства и насыщение внутреннего рынка, во-вторых, выход на альтернативные российскому внешние рынки.

УДК 336.71(476)

ГРИЦКЕВИЧ Т.Е.

**СОЦИАЛИЗАЦИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА КАК
НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ**

*Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Современное государство может успешно развиваться только при условии, если ориентиром своей политики имеет рост уровня и качества жизни граждан.

Серьезным фактором повышения эффективности проводимой государством социальной политики является совершенствование механизма реализации политики на основе использования современных тенденций развития рынка банковских услуг, а также повышения роли рынка банковских услуг в решении социально-значимых вопросов.

Социализация деятельности банков и оказываемых банковских услуг проходит по нескольким направлениям:

– Привлечение денежных средств населения. В январе-мае 2009 года рублевые и инвалютные вклады населения в белорусских банках увеличились на 2,55 триллиона Вг, или на 19,2 процента.

– Работа банков по предоставлению кредитов населению. Вся задолженность по кредитам физических лиц за 2008 год возросла на 4 623.3 млрд. рублей, или на 58.0%, и на 01.01.2009 составила 12 590.6 млрд. рублей.

– Пластиковые карточки и осуществление безналичных расчетов. По состоянию на 01.01.2009 всего в республике в обращении находилось порядка 6.1 млн. карточек международных и внутренних систем расчетов. Число предприятий торговли, принимающих карточки при оплате за реализуемые товары, составило почти 9 тысяч.

– Иные банковские услуги для физических лиц. В отчетном периоде отмечено развитие операций купли–продажи мерных слитков золота, серебра и платины, памятных и юбилейных монет Национального банка.

– Розничный рынок банковских услуг пока развивается не достаточно динамично по следующим причинам:

– значительная поляризация доходов и низкий уровень доходов основной массы населения;

– низкая капитализация банков, сдерживающая развитие дистрибуторской сети для покрытия операционных издержек и снижения процентов;

– несовершенство государственного регулирования банковской сферы;

– неустойчивость современной банковской системы.

Факторы, способствующие развитию сферы банковских услуг в Республике Беларусь:

– благоприятная экономическая среда;

– контролируемая денежная масса;

– поэтапный рост заработной платы и доходов населения;

– модернизации части предприятий, позволяющая насытить потребительский рынок качественной продукцией.

Для того, чтобы эти факторы сыграли положительную роль в развитии рынка банковских услуг, необходимо следовать следующим принципам:

– обязательная ориентация и реагирование на запросы конкретных категорий граждан; учет уровня инфляции и ставок банковского кредита;

– использование государственной поддержки только по отношению к социально не защищенным гражданам;

– создание нормативно-правовой базы, позволяющей клиенту заранее знать все затраты на обслуживание кредита;

– более широкое использование при получении кредитов кредитных карт.

Основными проблемами социализации развития банковского сектора, остаются:

1. неустойчивость банковского сектора;

2. расширение спектра услуг, клиентской базы;

3. качество осуществления банковским сектором функций по аккумулярованию денежных средств населения, предприятий и их трансформации в кредиты и инвестиции;

4. доверие к банковскому сектору со стороны инвесторов, кредиторов и вкладчиков, в первую очередь населения, повышение финансовой грамотности клиентов;

5. защита интересов вкладчиков и других кредиторов банков;

6. предотвращение использования кредитных организаций в недобросовестной коммерческой деятельности.

Для решения проблемы повышения финансовой грамотности клиентов можно предложить следующие мероприятия:

- прямая адресная рассылка коммерческих предложений банков клиентам;
- выезд специалистов к клиентам на места;
- работа консультантов;
- работа специалистов по привлечению корпоративных клиентов.

Решению проблем социализации банковского сектора будут способствовать следующие меры:

1. государственная поддержка приоритетных национальных проектов;
2. дополнительная государственная гарантия вкладчикам;
3. государственной поддержки спроса на рынке жилья, как имеющего принципиально важное социальное значение;
4. расширение перечня предлагаемых видов потребительских кредитов за счет внедрения целевых программ;
5. стимулирование безналичных расчетов с использованием банковских пластиковых карточек;
6. создание единой системы платежей для держателей банковских пластиковых карточек всех банков-эмитентов без взимания какого-либо дополнительного вознаграждения.

Мероприятия указанных направлений нацелены на стабилизацию уровня спроса на рынке банковских услуг.

УДК 338.434.4

ГРУДНИЦКАЯ К.А

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА
КОМБИКОРМОВ**

Научный руководитель – СУШКО В.И. – кандидат эк. наук
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь

Развитие комбикормовой промышленности является одним из важнейших направлений укрепления кормовой базы сельскохозяйственных товаропроизводителей. Удельный вес комбикормовой промышленности в структуре промышленности Республики Беларусь составляет 1,4%. В 2008 году в Беларуси произведено 3785 тыс. тонн комбикормов, что на 431 тыс тонн (12,9%) больше, чем в 2007 году. Основной объем производства этой продукции обеспечен предприятиями Минсельхозпрода.

Анализ конъюнктуры белорусского рынка комбикормов отражает тенденцию постоянного роста цен на комбикорма. Растет уровень конкуренции со стороны российских товаропроизводителей. Стоимость зерна в Беларуси для производства комбикормов намного выше, чем в Российской Федерации и в Украине. Так, пшеница 5-го класса у нас покупалась (с НДС) по 90,68 USD за 1 тонну, в то время как в России ее можно было приобрести непосредственно у производителя по 56,78 USD, в Украине – по 63,28, кормовой ячмень соответственно по 70,97, 57,45 и 70,05 USD, овес по 56,77, 59,82 и 34 USD. Высокая стоимость местного сырья, также не способствует выпуску дешевых комбикормов. В связи с этим выгодным импортером для Беларуси по необходимым видам сырья являются Россия и Украина.

Так же на производство и цены оказывает не малое влияние техническая оснащенность предприятий. В настоящее время на заводах РБ существует необходимость в техническом перевооружении и переоснащении предприятий, поскольку из-за изношенности оборудования не возможно осуществлять производственный процесс с соблюдением всех технологических требований.

Если сравнить внутренние рынки комбикормов в России, Украине и Беларуси, необходимо отметить, что наблюдается относительно низкая покупательная способность большинства потребителей на фоне значительного превышения производственных мощностей над потреблением. На Украине работает около 120 производителей комбикормов. Производственные мощности позволяют выпускать 12-15 млн. тонн в год, однако они загружены только на 30-35%. В России на протяжении

нескольких лет сохраняется тенденция к повышению производства кормов. Доля производства комбикормов для сельскохозяйственной птицы составила 56,41% и 62,13% в натуральном и денежном выражении соответственно. В Беларуси наибольшая доля в производстве отводится для комбикормов для сельскохозяйственной птицы (59,92% и 65,27% в натуральном и денежном выражении соответственно), далее следуют комбикорма для свиньи (21,91% и 19,88%) и КРС (18,17% и 14,85%). Имеется тенденция к росту востребованности полнорационных комбикормов. Рынок очень чувствителен к изменениям предложения и цены на зерновые и белковые шроты, жмыхи.

В перспективе к 2010 г. общая потребность общественного животноводства в комбикормах составит 7,4 млн. т. Для их производства потребуется 5,4 млн. т зерна злаковых культур, из белковых кормов – 0,8 млн. т зерна бобовых, 0,35 млн. т рапсового шрота, что составит 15,7 % массы всего комбикорма. Наряду с этим необходимо довести производство премиксов до 72 тыс. т.

Высокая стоимость комбикормов напрямую зависит от большого включения зернового сырья (68–76 %), что обусловлено недостаточным обеспечением производства белковыми видами сырья и различными кормами из вторичных ресурсов перерабатывающих отраслей промышленности. Потребность в них удовлетворяется только на 59–63 %, что приводит к перерасходу зерна и выработке комбикормов со сниженной питательной ценностью. В результате возрастает себестоимость производства животноводческой продукции.

Сопоставление содержания незерновых компонентов в комбикорме нашего производства и зарубежного (США, ФРГ, Франция, Нидерланды) показывает, что некоторые из них в отечественных или совсем не используются, или применяются в очень малых количествах. Сухие же молочные продукты не превышают 1–1,1%, за рубежом только сухой молочной сыворотки используется примерно в шесть раз больше.

С целью повышения эффективности работы зернопродуктового комплекса рекомендуется полнее использовать вторичное молочное сырье, оснастив молочную промышленность оборудованием для сушки обрат и сыворотки. Использование для производства комбикормов даже половины остающейся после переработки молока сыворотки даст возможность получать ежедневно около 4 тыс. т белка, 3 тыс. т незаменимых аминокислот, в т.ч. 300 т лизина, метионина, а также немало витаминов. Однако в нашей республике промышленная переработка сыворотки не превышает 25 – 30 процентов, в то время как в Нидерландах – 95%, США, Германии и Великобритании – 70% .

В ЕС комбикормовая промышленность входит в систему производства и распределения сельскохозяйственной продукции. Комбикормовые предприятия тесно взаимосвязаны, интегрированы с фермами, производящими животноводческую продукцию.

Основные элементы, способствующие становлению и развитию рынка комбикормов, могут быть следующие: увеличение выработки сбалансированных комбикормов и снижение их себестоимости; развитие кооперации участников белорусского рынка комбикормов; развитие рыночной инфраструктуры; создание экономической среды для конкуренции между перерабатывающими организациями; предоставление большей экономической самостоятельности организациям зернопродуктового подкомплекса.

УДК 336.71(476)

ГУБАНОВА О.А.

ПЛАСТИКОВЫЕ КАРТОЧКИ В ПРОГРАММАХ ЛОЯЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – АНДРЕЙЧУК А.В. – ассистент

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Актуальность этой темы достаточно очевидна, так как все чаще и чаще в нашей жизни мы сталкиваемся с пластиковыми карточками, и все чаще они начинают вытеснять на некоторых рынках своих предшественников – наличные и безналичные деньги. Причины этого процесса достаточно очевидны, так как те средства денежного обращения, которые мы имеем сейчас отнюдь не являются идеальными и поэтому идет их непрерывное совершенствование.

Использование карточек для создания систем лояльности восходит к самому их появления на рынке, ведь первые карточки были клубными, кредитными и предполагали принадлежность их владельца к некой привилегированной группе потребителей. Однако со временем карточки распространились массово, повсеместно и перестали быть престижными атрибутами. Одновременно с этим развилась инфраструктура работы с карточками – учет и контроль, централизованная обработка данных, что и позволило использовать наработанный опыт в организации систем лояльности на базе пластиковых карточек. Зарубежные исследования показали, что программы лояльности, использующие карты, приводят к уменьшению текучести покупателей на 30% и к увеличению оборотов на 10%, а удержание лишь 5% от общего количества покупателей через какое-то время приводит к 25 - 85% увеличению получаемой от них прибыли. Для торговых предприятий программа лояльности является способом отблагодарить покупателей за их интерес и является одновременно удачным средством формирования устойчивой клиентской базы.

Карты в программе лояльности могут играть самую разную роль: на них могут начисляться накопительные скидки или призовые очки, если выдача скидок или очков не автоматическая, с помощью кода или пароля, который размещен на карте, можно зайти на сайт программы и зарегистрировать очки. Естественно, стоимость карт зависит от того, будет ли эта карта с чипом, штрих-кодом или просто красивым кусочком пластика.

Одним из факторов позволяющих влиять на программу лояльности является использование подарочных и дисконтных карт для лояльно-

сти. Рынок подарочных карт, в том числе и платежных быстро растет. Благодаря карте можно посмотреть, насколько покупатель лоялен к компании. Компании, использующие подарочные карты, могут использовать различные промо-акции. Стандартная карта дает право на получение стандартных скидок от партнеров дисконтной программы в магазинах, ресторанах, кофейнях, кинотеатрах, развлекательных центрах, турфирмах, клубах и других популярных заведениях. Деньги, полученные по скидкам при оплате покупок, зачисляются на счет в системе. Накопленные средства можно использовать так, как необходимо владельцу пластиковой карточки: оплачивать товары и услуги через «Каталог магазинов», переводить деньги другим пользователям или выводить их из системы. Золотая карта – это универсальная дисконтная карта с расширенными возможностями. Она дает право на получение максимальных скидок от партнеров дисконтной программы. Скидки, полученные при оплате покупок, зачисляются на счет пользователя в системе IntellectMoney.

Для того, чтобы успешно осуществлять свою деятельность на рынке, предприятию необходимо сделать все возможное для создания устойчивой потребительской базы. От того, насколько лоялен потребитель по отношению к фирме, во многом будут зависеть объемы продаж, а значит и эффективность предприятия.

«ПСБ-Банк» предлагает выпуск дополнительных карточек особенностью использования которых является привязанность к сети магазинов «Алми» и заключается в возможности только безналичного списания со счета с использованием терминального оборудования установленного в магазине, возможность пользования карточкой всеми членами семьи, т.к. на карточке будет отображена фамилия карт-холдера без имени.

Среди предложенных критериев необходимых для получения карточки можно выделить следующие: наличие пластиковой карточки «ПСБ-Банк»; претендент на получение дополнительной карточки должен осуществлять покупки в данном магазине.

В результате проведения данной программы осуществилась «привязка» покупателей к данной торговой точке, увеличились объемы продаж, так как покупки смог осуществлять любой член семьи, увеличился объем сделок, совершаемых безналичным путем.

Используя эти карточки, «Алми», взяв за основу схему классической программы лояльности, работающей по принципу «внутренней валюты», предлагает владельцам бонусных карт получать баллы за каждую покупку любого товара из ассортимента супермаркета за исключением товаров, которые уже продаются со скидкой. Потратить

накопленные баллы участники программы лояльности могут на следующие покупки в сети. Другими словами, баллы являются виртуальной валютой, которую можно использовать наряду с деньгами для оплаты повседневных покупок.

На сегодняшний день система накопления баллов укрепляется на белорусском рынке. Она удобнее и интереснее дисконта, так как предоставляет клиенту самостоятельный выбор подарка. Бонусными баллами можно оплатить выбранный товар полностью, что повышает ценность вознаграждения в глазах покупателя.

Детально изучая поведение своего клиента, основываясь на истории покупок, супермаркет «Алми» стремится предложить каждому участнику программы набор выгодных предложений и привилегий (soft и hard benefits), нацеленных на привлечение внимания покупателя, вызвать положительные эмоции, стимулировать повторную покупку, повысить долю маржинальных товаров в его корзине.

Экономическим результатом этих усилий явилось снижение чувствительности к предложениям конкурентов, повышение среднего чека, рост частоты покупок и эффективности покупателя для сети. В долгосрочном плане также увеличивается продолжительность приверженности покупателя к торговой сети. То есть укрепляется лояльность клиента.

Создание системы лояльности сложный процесс. Здесь нельзя допускать ни малейшей ошибки, так как это может привести к обратному эффекту. Наиболее распространенными являются карточные системы лояльности, привлекающие потребителей прогрессивной системой скидок.

Повышение лояльности клиентов – сложная задача, которая не решается выпуском именных карт со скидками. Лояльность к компании вырабатывается годами с помощью правильного маркетинга, отличного сервиса, человеческого отношения, а программы лояльности клиентов здесь ни при чем.

УДК 633.521-044.372(476)

ГУДЫНО И.Н.

КРИЗИСНОЕ СОСТОЯНИЕ ЛЬНОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – СКАЗЕЦКАЯ И.А. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Лён – это традиционная культура, благодаря которой пополняются валютные запасы и обеспечиваются сырьём текстильные предприятия.

Льноводство относится к числу приоритетных направлений развития АПК, поскольку лён – традиционная для Беларуси культура, а отрасль – валютоокупаемая. Беларусь входит в число ведущих стран - производителей льноволокна и льняных тканей.

Развитие льноиндустрии придает качественно новый импульс подъему национальной экономики. Но в последние годы льноводческая отрасль в Республике Беларусь находится в глубоком кризисе. Причинами спада являются, прежде всего, резкое снижение урожайности льна, а также ухудшение его качества. В результате этого, в отрасли, которая является достаточно проблемной, произошло резкое снижение эффективности производства.

Сложившееся негативное состояние организации и ведения всего льняного хозяйства – от сельскохозяйственной организации до льнокомбината – в принципе закономерное следствие тех неблагоприятных условий, в которых в последнее время оказалась отрасль. Это результат необдуманной, слабоскоординированной и несбалансированной системы мер государственного регулирования, финансирования, управления, организации, технического и технологического обеспечения, а также мотивации производства, реализации и сбыта продукции.

Принятый республиканский план комплексного развития льняной отрасли на 2006-2010 гг. по большинству позиций не выполняется. И все усилия, которые направляет правительство, ученые и работники отрасли, до сих пор не привели к существенному улучшению ситуации.

Льнозаводы хронически недополучая необходимое количество, а главное, качество льносырья, несут колоссальные убытки, находясь в сложнейшем финансовом состоянии. Ситуация осложняется низкими закупочными ценами и постоянными задержками платежей со стороны льнокомбинатов, получающих льносырье.

Как было отмечено ранее, ключевой проблемой отрасли является низкая урожайность льна в хозяйствах. Причин этого явления много. Это и отсутствие качественной селекции культуры, несоблюдение аг-

ротехнических и технологических требований при возделывании культуры, отсутствие заинтересованности производителей в повышении эффективности производства и т.д.

В результате убыточность льнотресты достигла минус 60-70%, а льноволокна на заводах – минус 50%. Только за прошлый год убытки льносеющих хозяйств составили 6 млрд. белорусских рублей, а льнозаводов – около 45 млрд. В результате многолетней хронической убыточности долги льноперерабатывающих организаций достигли 200 млрд. Полностью отсутствуют оборотные средства для ведения хозяйственной деятельности.

К такому состоянию отрасль привело неэквивалентное соотношение цен на продукцию сельского хозяйства и промышленности. Поэтому необходимо принять кардинальные меры по снижению затрат на производство льнопродукции. В первую очередь следует переоснастить хозяйства новой техникой для посева и уборки льна в полном соответствии с технологическим процессом, внедрить новые сорта, которые могут давать урожайность 10-12 ц/га льноволокна, установить новые закупочные цены, которые бы обеспечивали достойную рентабельность.

Одной из самых актуальных задач для вывода льняного подкомплекса Республики Беларусь из кризисного состояния является повышение его конкурентоспособности. В числе первоочередных задач развития отрасли, позволяющих создать в перспективе надежную базу роста конкурентоспособности является реформирование льняного подкомплекса.

Планируется оптимизировать количество льнозаводов, решить проблемы ценообразования на льноволокно. Без существенной поддержки государства, которая оценивается 120-130 млрд. белорусских рублей в год, отрасль дальше работать не сможет. Поэтому сейчас отраслевым министерством разрабатывается комплекс мер по выходу отрасли из кризиса.

Будет проведена также реструктуризация задолженности предприятий льняной отрасли. Подготовлен комплекс мероприятий, предусматривающий конкретные меры по выходу из кризиса льняной отрасли и оказанию государственной поддержки льносеющим хозяйствам и льнозаводам, выделению им дотаций.

Принятые меры позволят предприятиям уйти от убыточности, и белорусский лён упрочит свою славу и станет наконец более конкурентоспособным как на внешнем, так и на внутреннем рынке.

УДК 316.42:338(476)

ДАВИДОВИЧ В.А.

**СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ
РАЗВИТИЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДОВ В РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ**

*Научный руководитель – СКАЗЕЦКАЯ И.А. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Проблема села и малых городов - одна из главных в социально-экономическом развитии общества и укреплении безопасности страны.

В советский период в Беларуси особое внимание уделялось сельскохозяйственному производству. Выделялись значительные материальные и технические ресурсы. Были достигнуты достаточно высокие показатели не только в рамках СССР, но и в европейском масштабе. Так, в 1990-1991 годах республика в расчете на душу населения производила мяса и молока больше, чем Германия, Франция, Великобритания, а зерна – на треть больше, чем в среднем страны Европейского союза. Беларуси принадлежало мировое первенство в производстве картофеля и льноволокна [2].

Тема малых городов поднята не случайно. Беларусь – страна малых городов, инвестиционный потенциал которых огромен. К 2007 году многие малые и средние города республики столкнулись с такими проблемами, как недостаточный уровень развития экономической и социальной инфраструктуры, убыточность предприятий, сложная демографическая ситуация, дефицит рабочих мест, низкая техническая оснащенность. В малых и средних городах Беларуси определено 346 проблемных предприятий и организаций. Сложившиеся структура производства не способствует повышению уровня развития Республики Беларусь и экономики в целом. В связи с этим требуется принятие государством комплекса дополнительных и более действенных мер.

Стало очевидным, что без кардинальных перемен невозможно вывести социально – экономическое развитие страны на качественно новый уровень. Выходом из этой ситуации было принятие Государственная комплексная программа развития регионов, малых и средних городских поселений на 2007-2010 годы.

Государственная комплексная программа предусматривает всестороннее развитие 183 городских поселений с численностью населения до 50 тыс. человек. В них проживает почти четверть городского населения страны.

Так в рамках программы реализуются 192 важнейших инвестиционных проекта. За 2,5 года завершены 90 проектов по состоянию на

1 июля 2009 года. Созданы более 2660 новых рабочих мест. Остались 102 проекта, реализация которых должна быть завершена в 2009-2010 годах [3]. В целях привлечения инвестиционных ресурсов в проблемные предприятия малых городов установлен специальный режим налогообложения: они уплачивают налог на прибыль в размере 50% от ставки, установленной законодательством, освобождаются от уплаты ряда оборотных налогов. Остающиеся в их распоряжении средства направляются на техперевооружение и модернизацию действующих производств.

Однако, несмотря на то, что белорусское правительство предприняло ряд мер по повышению инвестиционной привлекательности малых городов и созданию новых рабочих мест, предлагая щедрые налоговые льготы для предприятий, расположенных в этих регионах, инвесторы не торопятся приходить в малые города. И причины заключаются не только в финансовом кризисе, охватившем весь мир. Потенциальные инвесторы зачастую мало знают в целом о Беларуси, тем более о малых городах, их конкурентном потенциале и тех налоговых льготах, которые предоставлены инвесторам. Да и органам исполнительной власти часто не хватает знаний по маркетингу города. Не всегда они владеют технологиями работы с инвесторами и правильного позиционирования города, не всегда смотрят на свои города «глазами инвестора»... В данной ситуации, местным органам власти необходимо уделить большее внимание «маркетингу» города.

При этом у малых городов Беларуси действительно большой потенциал. Это не только выгодное географическое положение, близость к крупным промышленным центрам и европейским столицам, современная телекоммуникационная, транспортная и банковская инфраструктура. Это и образованные, трудолюбивые люди, способные эффективно работать и создавать конкурентоспособный продукт. Кроме того, малые города могут предложить такие неценные преимущества как чистый воздух, отсутствие пробок на дорогах и других негативных сторон современных мегаполисов.

ЛИТЕРАТУРА

1. «О Государственной комплексной программе развития регионов, малых и средних городских поселений на 2007-2010 годы». № 265 7 июня 2007 г.
2. «О государственной программе возрождения и развития села на 2005 - 2010 годы» №150 от 25 марта 2005 года.
3. Новости с сайта <http://www.NewsBY.org> - Новости Беларуси.

УДК: 336.717.061:336.648

ДАНИЛЬЧИК О.А.

ОСОБЕННОСТИ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ ЖИЛИЩНОЙ СФЕРЫ РБ

*Научный руководитель – БИЧАНИН В.В. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Полоцкий государственный университет»,
Новополоцк, Республика Беларусь*

Ипотечное кредитование - один из инструментов решения проблемы финансирования жилищного строительства, который применяется во многих странах. Ипотека подразумевает под собой кредит, выдаваемый на длительный период времени (в некоторых странах до 50 лет) под небольшие проценты (от 0,5 до 5-6%).

Впервые термин «ипотека» был введен в Греции в начале 7 в. до н. э. и обеспечивал ответственность должника перед кредиторами за земельные участки. С тех пор институт ипотеки прошел эволюционный путь от фидуция, при котором кредитор мог вернуть объект залога или продать его, отказавшись от денежного требования, до пингуса, при котором заложенная собственность переходила в пользование кредитора, который мог продать её только при неуплате по задолженности. Становление классической ипотеки было обусловлено изменениями в политико-экономических условиях жизни того времени [1].

На современном этапе существуют две модели действующих систем ипотечного кредитования: американская или расширенная открытая и немецкая или усечено открытая. Американская модель предусматривает функционирование первичного и вторичного рынков, немецкая замыкается на первичном рынке.

В развитых странах ипотечный кредит является неотъемлемым финансовым средством, которое стимулирует рост экономики. Ипотека в разных странах имеет свое место и смысл. В каждой стране действует свое специфическое законодательство в этой сфере, которое во многом зависит от особенностей правовых систем и, в частности, особенностей земельного законодательства.

Что касается Республики Беларусь, то ипотека может существенно воздействовать на экономику и в частности на финансирование жилищного строительства. Но для развития ипотеки не достаточно просто желания, необходимо создать определенную правовую базу, которая расширит возможности как кредиторов, так и кредитополучателей.

В декабре 2008 года в РБ был принят закон «Об ипотеке», который регулирует отношения при получении кредита и определяет сущность ипотеки как залога недвижимого имущества (земельных участков, ка-

питательных строений, зданий сооружений, квартир, домов и т.д.) [2]. Ипотекой могут быть обеспечены обязательства по кредитным договорам, договорам займа, купли – продажи, аренды и другим. Право передавать в ипотеку имущество может осуществлять только его собственник. Кредитор по обязательству, обеспеченному ипотекой, является залогодержателем по договору об ипотеке. Имущество, являющееся предметом ипотеки не передается залогодержателю. Имущество, которое находится в совместной собственности может быть передано в ипотеку только при наличии письменного согласия всех собственников, в тоже время участник совместной долевой собственности имеет право заложить свою долю в ипотеку без согласия других собственников. Договор об ипотеки заключается в письменной форме, в отдельных случаях нотариально удостоверяется и подлежит государственной регистрации. Права залогодержателя могут быть удостоверены закладной, которая является письменной ценной бумагой, дающей право владельцу закладной на получение исполнения по обязательству, обеспеченному ипотекой. Что же касается ипотеки земельных участков, то по договору об ипотеке могут быть заложены земельные участки только в случае обеспечения своевременного возврата банковского кредита. Земельные участки, представленные для строительства или обслуживания капитальных строений могут передаваться в ипотеку только вместе с расположенными на них капитальными строениями. Ипотека земельных участков, жилых домов, квартир, находящихся в государственной собственности не допускается.

Отдельное внимание в законе уделяется ценным бумагам, обеспеченными закладными. Они являются очень важным инструментом ипотечного кредитования, так как удостоверяют права кредитора по ипотечному обязательству.

Вообще состояние жилищной сферы в РБ положительное. Темпы роста строительства одни из самых быстрых в странах Содружества Независимых Государств. Правительство проводит ряд мер по улучшению условий выдачи банковских кредитов. Особое внимание уделяется категории граждан, которые имеют права получения кредита на льготных условиях. Многодетным семьям государство оказывает финансовую помощь в погашении задолженности по льготным кредитам. Молодым и многодетным семьям, состоящим на учете нуждающихся в улучшении жилищных условий, при рождении либо наличии несовершеннолетних детей в период погашения задолженности по кредитам, выданным им на общих основаниях на строительство (реконструкцию) или приобретение жилья, предоставляется финансовая поддержка государства в погашении задолженности по таким кредитам.

Также государство способствует улучшению жилищных условий сельских жителей. Ежегодно в сельских населенных пунктах сдается в эксплуатацию более трети общих объемов жилья. Гражданам, постоянно проживающим и работающим в сельской местности, государство также предоставляет финансовую поддержку. Той государственной помощи, которая оказывается сейчас недостаточно, чтобы удовлетворить потребности населения в жилье. Поэтому по опыту зарубежных стран в нашей республике введена ипотека.

Нужно отметить, что ипотека в нашей стране пока не популярна. Во – первых, у банков отсутствуют кредитные ресурсы на длительные периоды времени. Во-вторых, для населения очень большие процентные ставки, которые ни чем не отличаются от банковских. В-третьих, высок уровень инфляции.

Очень важной проблемой для банков, которая не нашла отражения в законе об ипотеке является возможность выселения должников из занимаемых ими помещений. Решение этой проблемы требует внесения изменения в Жилищный кодекс, однако нельзя «отправлять должников в никуда», следовательно, нужно предусмотреть финансирование резервного жилья.

Развитие ипотеки в Беларуси затрудняется недостатками средств у граждан. Эту проблему можно решить при помощи системы строительных сбережений.

Кроме этого вызывает осложнения мировой финансовый кризис, который уменьшил доверие к ипотечному кредиту. Часть банков перестали предоставлять кредиты на строительство, некоторые ужесточили условия получения.

Таким образом, ипотечное кредитование может служить решением жилищной проблемы. Нужно быть готовым к тому, что она заработает не сразу. Для этого нужно проводить дополнительное правовое регулирование и учитывать ситуацию мирового финансового рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. История ипотеки [Электронный ресурс] / 2007. Режим доступа: <http://www.credit.ru/publication/1104/>.
2. Закон РБ от 27.12.2008 года №345-3 « ОБ ипотеке».

УДК 338.45:636.085.55.001.573

ДЕДКОВ А.С.

**МАРЖИНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КАК ОДНО ИЗ
СОСТАВЛЯЮЩИХ ЭФФЕКТИВНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Научный руководитель – ШАФРАНСКАЯ И.В. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Систематический анализ структуры затрат на предприятии имеют очень важное значение, в первую очередь для управления издержками с целью их минимизации, выявления основных резервов по их снижению и разработки конкретных мероприятий по их реализации на предприятии. Вышеизложенное диктует необходимость проведения анализа затрат

В рамках определения уровня безубыточности все затраты предприятия разделяют на две группы: условно-переменные (меняются пропорционально изменению объемов продукции) и условно-постоянные (не меняются при изменении объемов продукции). Исходя из этого можно изобразить уравнение «прибыли-доходов-расходов» следующим образом:

$$\Pi = P * X - (a + v * X), \Pi = (P - v) * X - a \quad (1),$$

где Π - прибыль,

P - цена продажи единицы произведенной предприятием продукции,

X - объем произведенной и проданной продукции за указанный период,

a - уровень фиксированных расходов,

v - переменные расходы на произведенную (и проданную) продукцию.

С помощью уравнения (1) можно определить точку безубыточности. Объем выпуска, при котором достигается точка безубыточности, определяется из условия

$$X_0 = (\Pi + a) / (P - v) = a / (P - v), \text{ где } \Pi = 0 \quad (2)$$

Апробация данной методики проведена на информации ОАО «Экомол». Производство комбикормов является основным видом деятельности предприятия, поэтому затраты на их производство во всей себестоимости предприятия занимают наибольший удельный вес. Причем наблюдается тенденция его роста с 52% в 2003 г. до 95,4 % в 2008 г.

Проведенные исследования позволили рассчитать точку безубыточности производства комбикормов для ОАО «Экомол»:

$$X_0 = 27350 / (0,53 - 0,241) = 94590,8 \text{ т.}$$

Для получения «нулевой» прибыли ОАО «Экомол» должно производить в год 94590,8 тонн комбикорма.

Используя уравнение (2) можно определить: какой объем продукции необходимо произвести и реализовать, с целью получения определенной величины прибыли. ОАО «Экомол» запланировало по итогам 2009 г. увеличить выручку от продажи комбикормов на 15%, следовательно, она должна составить 7498 млн. руб. Тогда производство и сбыт комбикормов должен составить

$$X_0 = (7498 + 27350) / (0,53 - 0,241) = 120522,8 \text{ т.}$$

На основе полученных данных можно рассчитать маржинальную (предельную) прибыль. Под ней понимается доход, получаемый предприятием от производства единицы продукции. Для ОАО «Экомол» маржинальный доход равен:

$$0,53 - 0,241 = 0,289 \text{ млн. руб./тонну}$$

Общая маржинальная прибыль от сбыта продукции составит:

$$M.Д. = M.П.ед. * X \quad (3)$$

где M.П.ед - маржинальная прибыль на единицу продукции,
X - объем произведенной продукции

Для ОАО «Экомол» маржинальная прибыль будет равна:

$$0,289 * 120522,8 = 34831,1 \text{ млн. руб.}$$

Формирование прямых затрат осуществляется непосредственно по каждому виду продукции. Формирование же накладных расходов осуществляется в рамках всего предприятия. То есть, разница между ценой продукта и прямыми затратами на его производство может быть представлена как потенциальный "взнос" каждого вида продукта в общий конечный результат деятельности предприятия. Следовательно, маржинальная прибыль - это предельная прибыль, которую может получить предприятие от производства и продажи каждого вида продукта.

Кроме маржинальной прибыли часто рассчитывается показатель маржинальной рентабельности:

$$M.P. = (M.П. / Пр. З.) * 100\%$$

где Пр. З - прямые затраты на производство продукции

Для ОАО «Экомол» маржинальная рентабельность будет равна:

$$M.P. = (34834,1 / 56390) * 100\% = 61,8 \%$$

Показатель маржинальной рентабельности отражает, какой доход получает предприятие на вложенный рубль прямых затрат, и является

весьма показательным для сравнительного анализа различных видов продукции.

Основываясь на проведенных исследованиях, можно сказать, что маржинальный анализ является формализованным подходом к изучению "выгодности" производства того или иного вида продукции. Его основное достоинство состоит в том, что он позволяет увидеть общую картину по потенциальной прибыльности, сравнить различные виды (группы) продукции по выгодности производства. Но для принятия решений по изменению структуры выпуска нужны более глубокие исследования, ориентированные, в основном, на перспективу. В качестве объектов таких исследований могут выступать стабильность, надежность и возможность расширения рынков сбыта пусть даже и не самой выгодной продукции, возможности улучшения качества и повышения конкурентоспособности определенных видов продукции и т.п. В рыночных условиях усилия предприятия должны быть направлены на то, чтобы оптимизировать ассортиментный ряд, максимизируя объемы производства наиболее выгодной продукции и минимизируя объемы выпуска маловыгодных видов продукции.

УДК 331.556.4(476)

ДЕДКОВ А.С.

ПРОБЛЕМА «УТЕЧКИ МОЗГОВ» ДЛЯ РБ

Научный руководитель – ШАФРАНСКАЯ И.В. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Утечка мозгов – процесс, при котором из страны или региона эмигрируют специалисты, ученые и квалифицированные рабочие по политическим, экономическим, религиозным или иным причинам. При оценке этого процесса, можно отметить, что странам, из которых происходит утечка специалистов, наносится весьма значительный экономический, культурный, а иногда и политический ущерб, и напротив, страны, принимающие и обеспечивающие специалистов – эмигрантов приобретают огромный и дешевый интеллектуальный капитал.

За 1996-2006 гг. из Республики Беларусь уехали около 800 ученых и преподавателей вузов. Получается, в среднем из Беларуси ежегодно эмигрировали и оставались за границей около 70 научных работников и преподавателей вузов (из них в среднем 5-6 докторов наук, 25 кандидатов наук и 40 работников без ученой степени).

На данный момент, согласно официальной статистике, "утечку мозгов" удалось затормозить. Более того, Центр мониторинга миграции научных и научно-педагогических кадров Института социологии НАН зафиксировал обратный процесс: белорусские ученые стали возвращаться на родину.

Высококвалифицированные научные кадры нынче предпочитают работать в Беларуси, а число уезжающих за рубеж в процентном отношении значительно ниже, чем в благополучной Европе. Здесь прослеживается четкая взаимосвязь с количеством общей миграции в нашу страну: в Беларусь, по официальным данным, приезжают практически в два раза больше людей, чем уезжают из страны. Но с 2007 г. нет официальной информации о численности белорусских ученых и специалистов, выехавших за границу на постоянное место жительства или находящихся за границей на временной основе.

Ежегодный миграционный отток ученых и высококвалифицированных специалистов не превышает 0,1% от общей численности работников, занятых в научной сфере, и профессорско-преподавательского состава высшей школы. Этот показатель значительно ниже средних значений ежегодной утечки умов из стран Западной Европы. Но вместе с тем в целом по республике квалификационный уровень интеллектуальной эмиграции достаточно высок. Почти

половину научных и научно-педагогических работников, эмигрировавших из Беларуси за 1996-2006 гг., составили кадры высшей квалификации. В среднем удельный вес докторов наук в ежегодной численности эмигрировавших и оставшихся за границей научных и научно-педагогических работников варьируется от 3,1 до 9,8%, кандидатов наук – от 26,2 до 51,5%.

Следует также отметить, что за 2001-2006 гг. из общей численности интеллектуальных мигрантов 40,7% составили научные работники академических и отраслевых научно-исследовательских институтов, 47,6% – преподаватели вузов и вузовские научные работники, 11,7% - аспиранты.

В странах-лидерах по количеству приехавших из Республики Беларусь ученых находятся Россия, Германия, США, Израиль. Причем российский вектор из года в год увеличивается - нарастает отток белорусских научных работников и преподавателей вузов в Российскую Федерацию. Так, в общей численности научных эмигрантов с 2004 по 2008 г. 42,4% составили научные работники и преподаватели вузов, эмигрировавшие в Россию, а это чуть ли не каждый второй научный мигрант. Это частично объясняется усилением наступательного характера иммиграционной политики Российской Федерации, а также насыщением рынка интеллектуального труда и высоким уровнем его конкуренции в высокоразвитых в научном и технологическом отношении странах

Так, в 2008 году из научных организаций Республики Беларусь уехали за границу на постоянное место жительства всего 6 человек. По сравнению с 2005 годом общая численность эмигрантов-ученых снизилась более чем в 2,5 раза, а за последние пять лет в научные организации НАН Беларуси вернулись 28 высококвалифицированных исследователей, длительное время работавших за границей. Как правило, это специалисты, прошедшие серьезную переподготовку в США и Германии.

Таким образом, Республика Беларусь возвращает себе, в первую очередь, научно-технологический потенциал. Ученые видят, что создаются благоприятные условия для жизни и, что не маловажно, работы. Это ведет к повышению престижа страны на международной арене, получению новых грантов и инвестиций в сферу высоких технологий (в Парк высоких технологий, в частности).

УДК 331.5 (476)

ДИРИНА Т.С.

СОСТОЯНИЕ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – СУШКО В.И. – кандидат эк. наук

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Важнейшим фактором экономического роста и развития являются человеческие ресурсы – работники с профессиональными навыками и знаниями. С этой целью Правительством Беларуси за последние годы принято ряд мер, направленных на создание условий для наиболее полной занятости населения, эффективного использования трудовых ресурсов и трудового потенциала общества.

Тенденции формирования трудовых ресурсов предопределяются, прежде всего, динамикой численности трудоспособного населения. Если в городах их численность росла, то село постепенно теряло свой трудовой потенциал, что в основном явилось следствием продолжающегося, хотя и в меньших масштабах, миграционного оттока молодежи в городскую местность.

Основная часть трудовых ресурсов сосредоточена в общественном производстве.

Изучая рынок труда в Республике Беларусь, следует отметить, что в январе – июне 2009 года в органы по труду, занятости и социальной защите за содействием в трудоустройстве обратилось 166,9 тыс. человек (98,9 процента к соответствующему периоду 2008 года), из них признаны безработными 106,7 тыс. человек (99,1 процента).

Включая граждан, состоящих на учете на начало года, в трудоустройстве нуждалось 222,3 тыс. человек (95,9 процента от уровня 2008 года), в том числе 144,0 тыс. безработных (94,9 процента от уровня 2008 года).

В январе-июне 2009г. в соответствии с заданиями Государственной программы содействия занятости населения на 2009 год:

на созданные рабочие места и имевшиеся вакансии трудоустроено 96,6 тыс. человек, из них 64,4 тыс. безработных;

направлено на профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации 12,2 тыс. безработных;

на новое место жительства и работы переселено 267 семей безработных;

в оплачиваемых общественных работах приняли участие 43,8 тыс. человек, в том числе 27,3 тыс. безработных.

По состоянию на 1.07.2009 на учете в органах по труду, занятости и социальной защите состояло 41,7 тыс. безработных (на 01.07.2008 – 42,7 тыс. человек). Количество вакансий в сравнении с январем текущего года снизилось и составило на 1 июля 2009 г. 45,5 тыс. (66,2 процента к уровню 2008 года).

Уровень безработицы удерживается в социально допустимых пределах. На 1 июля 2009 г. он составил 0,9 процента к численности экономически активного населения при прогнозе на конец 2009 года 1,1-1,2 процента. По областям и г. Минску уровень безработицы не выходит за рамки прогнозных показателей.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь численность занятых в экономике республики в январе-июне текущего года составила 4579,7 тыс. человек (при прогнозе на 2009 год в параметрах 4580-4650 тыс. человек).

В целях оперативного реагирования на ситуацию, складывающуюся на рынке труда, организован оперативный мониторинг регистрации граждан в органах по труду, занятости и социальной защите и использования рабочего времени на производстве.

Итоги текущего мониторинга показывают, что существенного ухудшения ситуации с регистрируемой безработицей не наблюдается. Ситуация на рынке труда остается стабильной, управляемой и не выходит за рамки прогнозных показателей.

Таким образом, общий объем вынужденной неполной занятости в июне 2009 года увеличился по сравнению с маем на 0,2 процента и составил 96,2 тыс. человек (96,1 тыс. человек в мае 2009 г.), или 2,9 процента к списочной численности работников против 2,8 процента в мае (в апреле 2009 г. – 3,8 процента). В мае 2008 года общий объем вынужденной неполной занятости составлял 12,2 тыс. человек.

УДК 631.1

ДОЛЖИКОВА Д.В.

АКТИВИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В СЕМЕНОВОДСТВЕ

Научный руководитель – ВАХРУШЕВА Н.П. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Мозырский государственный педагогический университет имени И.П.Шамякина»,
Мозырь, Республика Беларусь

Изменение внутренних и внешних условий ведения хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий, занятых размножением семенного материала, требует поиска альтернативных решений, которые позволили бы адаптироваться хозяйствам данной категории к рынку, и обеспечили бы высокий уровень развития отрасли. В сложившейся в семеноводстве ситуации необходимы новые методы, новая организация, новые технологии, необходимо разработать механизм адаптации существующей системы семеноводства к рыночным условиям, к новым условиям хозяйствования. Поэтому активизация инновационной деятельности семеноводческой сферы сегодня должны приобрести широкую актуальность, а внедрение инноваций и сотрудничество в области инноваций – стать главным инструментом в развитии одной из самых быстро окупающихся отраслей АПК.

В последние годы, несмотря на сложное экономическое положение предприятий семеноводства, инновационные процессы стали постепенно активизироваться. Особенно это характерно для группы передовых сельскохозяйственных семеноводческих предприятий, которые интенсивно осваивают в производстве инновации, добиваясь существенного улучшения производственных и экономических показателей. Так, опыт совместной работы ученых и специалистов некоторых передовых предприятий показывает, что при тесном творческом и научном содружестве можно значительно повысить экономические показатели развития семеноводства. Результаты этой работы являются хорошим примером тесного взаимодействия образования, науки и производства. В первую очередь это создание базовых инноваций, а именно новых высокопродуктивных сортов сельскохозяйственных культур. Так, в Государственный реестр сортов и древесно-кустарниковых пород по итогам сортоиспытания за 2006–2008 годы включено 283 новых сорта растений, в том числе – 77 сортов белорусской селекции.

В Республике Беларусь организована первая испытательная лаборатория электрофоретического анализа белков для проведения генетического контроля семян, аккредитованная в соответствии с требова-

ниями СТБ ИСО/МЭК 17025. Лаборатория проводит проверку гибридности семян кукурузы, сахарной свеклы и генетического качества зерновых культур. В этом случае происходит экономия денежных средств, так как семена оплачиваются соразмерно их качеству. 1 т семян кукурузы стоит 680-900 долларов США, а при гибридности 80% – 544-720 долларов США, экономия на одной тонне семян составляет 136-180 долларов США. Проверка семян на гибридность при осуществлении международной торговли дает возможность оплачивать семенную продукцию соразмерно ее качеству, повышают их покупательский спрос.

Активно внедряются технико-технологические инновационные разработки. Наиболее перспективным направлением в развитии механизации обработки почвы является применение комбинированных машин и агрегатов, позволяющих за один проход выполнить несколько технологических операций. Так, внедрение прямого посева сельскохозяйственных культур по сравнению с обычной технологией, с использованием вспашки уменьшает расход топлива на 20-30 л/га. Значительно экономятся другие энергетические, материальные и трудовые ресурсы.

Интерес представляет инновационный проект, реализуемый на ЧПУП «Мозырьагросервис» и связанный с внедрением и освоением технико-технологической инновации по созданию ресурсосберегающей технологии возделывания пропашных культур на основе сеялки точного высева и культиватора-растениепитателя. Коммерциализация данного проекта обеспечит снижение затрат труда на 15-20%, металлоемкости на 25-30% и повысит урожайность пропашных кормовых и кормовых культур. При этом ориентировочная стоимость составит на 15-20% ниже стоимости зарубежных аналогов, а предполагаемая экономия валютных средств при замещении импортных машин на полный объем внедрения составит около 5 млн. евро. Следует отметить, что данный инновационный проект – это совместная работа РУП «Научно-практический центр НАН Беларуси по механизации сельского хозяйства» и ЧПУП «Мозырьагросервис», что свидетельствует о системной интеграции научно-технической сферы отрасли, с одной стороны, и собственно агропромышленного производства, с другой.

Беларусь активно сотрудничает с другими странами в области создания новых сортов. Республика входит в Межгосударственный координационный совет по вопросам семеноводства СНГ, а также поставляет на рынок СНГ и других государств сортовые семена различных культур. Кроме того, сорта белорусской селекции проходят государственные испытания в Германии, Англии, Польше, Швеции и других

странах. Совместно с зарубежными фирмами ведется работа по созданию новых сортов. С немецкой фирмой KVG созданы и уже районированы сорта сахарной свеклы (например, сорт «Кавебел»); с датской фирмой «Даниско Сид» – сорта «Белдан» и «Данибел»; совместно с молдавской фирмой «Порумбень» - новые сорта кукурузы, гибриды «Бемо 181СВ», «Бемо 210СВ».

Необходимо отметить, что в семеноводстве постепенно активизируется и частный сектор. Так, производством элитных семян в настоящее время занимаются не только экспериментальные базы и элитные хозяйства, но также фермерские хозяйства и другие объединения. Элитным семеноводством занимается ЗАО «Деметра» в Смолевичском районе, ООО «Барракуда» в Сморгонском районе, компания «Соя-Север» в Минске и другие.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что только при практическом применении инноваций для решения конкретных задач, имеющих основополагающее значение в развитии АПК, можно достичь положительных результатов в сфере семеноводства.

УДК 338.27/.28

ДУБЯГО Н.С.

**ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ
НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Научный руководитель – БЫКОВ В.В. – кандидат эк. наук, профессор
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Под конкурентоспособностью предприятия АПК следует понимать конечный результат системного использования природных, экономических, организационных, правовых, технических, технологических, инновационных, инвестиционных, экологических, социально-психологических и других факторов, воплощенных в продукции (работах, услугах), реализация которой обеспечивает устойчивое финансовое положение субъекта хозяйствования на внутреннем и внешнем продовольственных рынках в определенный промежуток времени [1].

Анализ конкурентных позиций предприятия на рынке предполагает выяснение не только его сильных и слабых сторон, но и факторов, каким-либо образом влияющих на уровень конкурентоспособности.

Изменения условий деятельности может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на конкурентоспособность объекта. Если конкурентоспособность повышается, о ее факторах можно говорить как о конкурентных преимуществах. В противном случае анализу подлежат конкурентные проблемы объекта. Под конкурентным преимуществом понимается специфическое свойство, обеспечивающее предприятию преимущества по сравнению с другими объектами и являющееся результатом количественного или качественного изменения фактора конкурентоспособности.

Следует учесть, что наличия самих факторов недостаточно для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности товаров (услуг). Получение конкурентного преимущества обеспечивается не отдельными факторами, а их системой и зависит от того, насколько эффективно они используются и в какой отрасли применяются.

По отношению к предприятиям АПК можно выделить девять основных групп факторов, комплексное использование которых обеспечивает требуемый эффект: природные, технические, технологические, организационные, экономические, экологические, правовые, инновационные и социально-психологические.

В группу природных факторов включаются размер и структура сельскохозяйственных угодий, их качество, соотношение; соответствие климатических условий биологическим особенностям возделываемых культур и разводимым породам животных и т.д. К группе тех-

нических можно отнести: применяемую систему мощностей и орудий в основных, вспомогательных и обслуживающих отраслях растениеводства и животноводства; степень физического и морального износа пассивной и активной части основных фондов; параметры используемой техники и их соответствие мировым достижениям и т.д. В качестве технологических факторов можно выделить: соответствие применяемых технологий биологическим особенностям возделываемых культур и разводимым породам животных; более глубокая переработка сырья; внедрение информационных технологий и др. К организационным факторам относятся организационное и хозяйственное устройство территории; ее соответствие специализации хозяйства; инфраструктура; расширение и устройство развитой системы дорог; расположение к рынкам сбыта и местам приобретения материально-технических ресурсов; организация основного, обслуживающего, вспомогательного производства; кооперация и интеграция; организация маркетинга и рекламы продукции и т.п. Экономическими факторами считаются обеспеченность земельными, трудовыми, материальными ресурсами; специализация хозяйства; система планирования; ценообразование; мотивация труда; финансово-кредитные отношения; управление; самостоятельность в принятии хозяйственных решений по поводу производства и сбыта. К экологическим факторам относятся: соблюдение стандартов качества при производстве сырья и продуктов его переработки, а также экологические нормы и нормативы; радиационная загрязненность и прочее. Правовыми факторами можно считать: применяемую систему государственного регулирования налогообложения; кредитную политику; систему оплаты труда; таможенную и ценовую политику со стороны государства и т.д. К социально-психологическим факторам следует причислить обеспеченность персонала всех субъектов хозяйствования благоустроенным жильем, объектами производственного и культурно-бытового назначения; высокую степень мотивации; обеспечение нормальных и достаточных условий для высокопроизводительного труда и т.д. Инновационными факторами считаются новые разработки; изобретения; дизайнерские разработки; технологические инновации; продуктовые инновации (внедрение новых идей на уровне рынка) и т.п.

Все вышеназванные показатели не исключают, а дополняют друг друга. Рост конкурентоспособности достигается за счет их комплексного применения.

Рассмотрим более детально такой фактор как внедрение инноваций.

Опыт ведущих стран с развитой аграрной сферой свидетельствует, что все они прошли своего рода «технологическую революцию». В их практике широко используются многооперационные энергосберегаю-

щие сельскохозяйственные агрегаты, селекция высокоурожайных сортов растений и выведение высокопродуктивных пород животных, создание биологически активных кормовых добавок, новых лекарственных средств для животных и т.д. Инновационная деятельность во всем мире рассматривается как главное условие модернизации экономики и является одним из основных факторов повышения эффективности агропромышленного производства. Современные компании воспринимают инновации как средство увеличения прибыли и завоевания более широкого сегмента рынка. Кризисное состояние большинства аграрных предприятий Беларуси и учет фактора ограниченности ресурсов позволяет утверждать о сложности достижения возрождения производства как базы для развития общества без внедрения инновационных процессов.

Инновации – единственный ресурс, уникальный на любом предприятии, который не может скопировать ни один из конкурентов. Именно инновации могут помочь в конкурентной гонке за лидерство на рынке у предприятий, у которых остается все меньше конкурентных преимуществ. Основная масса инноваций реализуется в рыночной экономике как средство решения производственных и коммерческих задач, как важнейший фактор обеспечения стабильности, экономического роста и конкурентоспособности. Они, несомненно, являются важным обстоятельством развития любой отрасли экономики, в том числе и сельского хозяйства. Постоянные нововведения – главный фактор преуспевания на рынке любого агропромышленного предприятия.

Обобщая изложенный в данной статье материал, можно сделать вывод, что конкурентоспособность – это многоплановая экономическая категория. Знание сущности и факторов, ее определяющих, их рациональное и должное использование способствуют более высокой эффективности производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ленская, Т. Сущность и определяющие факторы конкурентоспособности АПК / Т. Ленская // Аграрная экономика. 2006. № 5. С.24-29.

УДК 631.145: 351.76

ДЯДЧЕНКО А.А.

**ВЛИЯНИЕ ДЕГРАДАЦИИ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ НА
РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК**

*Научный руководитель – ПОПОВА Л.В. – доктор эк. наук, профессор
ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация*

В концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации отмечается, что уровень конкурентоспособности современной инновационной экономики всё в большей степени определяется качеством профессиональных кадров. Проблема качества человеческого капитала, его соответствия инновационной модели развития наиболее остро проявляется в аграрном секторе, где дефицит квалифицированной и физически здоровой рабочей силы, способной к продуктивной занятости, стал одним из главных барьеров экономического роста. Пожалуй, наиболее животрепещущим и наименее исследованным в научном плане аспектом этой проблемы является рост потребления алкоголя в сельской местности. По данным всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) 66% населения считают алкоголизм главной проблемой России.

Невозможно однозначно сказать, что приводит к росту потребления алкоголя и деградации сельского жителя. По результатам масштабного социологического опроса (необходимо было назвать три основные причины алкоголизма), проведённого Центром всероссийского мониторинга социально-трудовой сферы села ВНИИЭСХ летом 2008 г. в 34 субъектах Российской Федерации, представляющих все федеральные округа страны на первое место вышла группа причин (безработица, бедность), характеризующих неустойчивость сельчан на рынке труда, их тяжёлое материальное положение и отсюда психологическое состояние безысходности, приводящее к потребности в алкогольном забвении. На эту группу причин указало 73% опрошенных. В объяснении алкоголизации села большое количество голосов респондентов (57,3%) отдано таким причинам, как распушенность, нежелание трудиться и безнаказанность со стороны руководителей хозяйств. Меньшее число опрошенных назвали причину дурной наследственности и тяжелого физического труда, требующего ежедневного расслабления – 26,1 и 24,9% соответственно. И, поскольку трудно определить причины возникновения данной проблемы, сложно найти выход из неё.

А между тем проблема алкоголизации села напрямую влияет на эффективность работы предприятий АПК, где основу персонала со-

ставляют сельские жители, в большей степени, чем городские подверженные алкоголизму.

Например, вследствие того, что комбайнёры не выходят на работу по причине алкогольного опьянения, происходит задержка уборки, а, следовательно, потеря урожая, ухудшение его качества, потеря части выручки. В животноводстве при выходе на работу скотника «не в форме» предприятие может понести потери в приросте продукции или приплоде. В день выхода на работу после пропущенных дней (прогулов) производительность труда у таких работников на 25-35% ниже, чем у стабильно работающего персонала. Ещё большие потери организация может понести, когда по той же причине на работу не выйдет какой-либо специалист или руководитель подразделения – например во время посевных работ по недосмотру агронома может не взойти часть посевов, а это огромные потери для организации.

Также алкоголь является одной из основных причин травматизма на производстве, приводящего к временной потере трудоспособности или к инвалидности.

Для ликвидации данной проблемы можно использовать следующие методы: увеличение мероприятий государственной поддержки по улучшению качества жизни на селе – поскольку существует закономерность: чем меньше доходы у населения, тем больше оно пьёт; изменение налогового законодательства так, чтобы оно стимулировало инвестиции в сельское хозяйство, благодаря которым будут создаваться новые производства, а значит новые рабочие места; законодательное ограничение объёмов реализации алкогольных напитков, проведение проверок и строгое наказание лицам, самостоятельно изготавливающим алкогольную продукцию; организация досуга – чтобы отвлечь человека от мысли и желания выпить; повышение, по возможности, уровня заработной платы с одновременным введением на предприятиях строгой системы штрафов за нарушение трудовой дисциплины, а также внедрение стимулирующих мер – для того чтобы работник знал, что ему есть что терять, был заинтересован в своей работе; создание принудительных лечебных и трудовых диспансеров – для тех, кто сам не в силах преодолеть свою проблему.

Данная проблема в настоящее время ещё более усугубляет положение предприятий аграрного сектора, поскольку на фоне экономического кризиса, диспаритета цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию, отсутствия квалифицированной рабочей силы сельхозтоваропроизводители итак часто несут потери и получают, в лучшем случае, мизерную прибыль.

УДК 334.7 (476.7)

ЕВСЕЕВ Е.Б., РУСАК Д.В.

МАЛЫЙ БИЗНЕС КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель – КЛЕЩЁВА С.А. – ассистент

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Брестская область имеет большие возможности для широкого привлечения как внутренних, так и иностранных инвестиций. В первую очередь этому способствует хорошо развитая транспортная инфраструктура. Регион располагает достаточным количеством высококвалифицированной рабочей силы, способной при условии применения прогрессивных технологий обеспечить высокий уровень производительности труда.

В настоящее время осуществляется реализация областной программы «Государственная поддержка и развитие малого предпринимательства в Брестской области на 2006–2010 годы», утверждённой Решением Брестского областного совета депутатов от 28 февраля 2006г. № 211. За исследуемый период (2006–2008 гг.) наблюдается положительная динамика развития малого предпринимательства по основным показателям, что представлено в табл.1.

Таблица 1. Основные показатели деятельности малых предприятий Брестской области в 2006 – 2008 гг.

Показатели	2006г.	2007г.	2008г.
1	2	3	4
Количество малых предприятий (по состоянию на конец года), единиц	3106	5527	7319
Выпуск товаров и услуг в малом предпринимательстве, млрд.руб.	996,3	1339,0	2313,3
Объем производства промышленной продукции (работ, услуг) в малом предпринимательстве в действующих ценах, млрд. руб., всего	536,1	745,5	1184,5
Темп роста объема производства промышленной продукции (работ, услуг) в малом предпринимательстве, в процентах к предыдущему году	124,8	127,3	142,5
Инвестиции в основной капитал, млрд.руб.	153,3	405,9	484,1
Объем платных услуг, оказанных населению малыми предприятиями, млрд.руб.	45,4	53,6	113,5

Актуальные проблемы экономики

Окончание таблицы 1

1	2	3	4
Общий объем розничного товарооборота, млрд.руб	251,6	321,3	848,1
Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млрд. руб.	87,2	139,2	274,0
Уровень рентабельности, %	10,1	12,0	13,8

По состоянию на 1 января 2009 г. в области на налоговом учете состояло 6879 частных коммерческих организаций (+1905 по сравнению с началом 2008 года), 35885 индивидуальных предпринимателей (+158), 444 предприятия с иностранными инвестициями (+5), 460 фермерских хозяйств (+12). За 2008 год число частных коммерческих организаций в области увеличилось на 38,3%.

За 2008 год в сфере малого предпринимательства создано 17366 новых рабочих мест (69 % от общего числа созданных мест), что на 1290 рабочих мест больше по сравнению с 2007 г. В малых городах создано 3808 новых рабочих мест, что на 9,4 % больше, чем в 2007 году. В I полугодии 2009 года создано 7768 новых рабочих мест в сфере малого предпринимательства, в том числе в малых городах 1444.

В 2007-2008 гг. за счет средств областного бюджета, включая средства Фонда социальной защиты населения, предоставлена финансовая поддержка 67 субъектам малого предпринимательства на 10,4 млрд. рублей под создание 1010 новых рабочих мест.

За 8 месяцев 2009 г. на развитие предпринимательской деятельности из средств, предусмотренных в областном бюджете, предоставлена финансовая поддержка 17 субъектам малого предпринимательства на сумму 555 млн. рублей под создание 84 новых рабочих мест.

Малый бизнес занимает существенное место в экономике г. Пинска. Основными проблемами, мешающими росту малого и среднего бизнеса, предприниматели считают сложность процедур получения различных разрешений от местных органов власти, частые проверки со стороны налоговых и иных органов (комитетов стандартизации и сертификации продукции, экологии, пожарной безопасности), правовую и экономическую неграмотность предпринимателей

По данным официальной статистики, по состоянию на 1 января 2009 г. в г. Пинске действовало 473 малых предприятия, что составляет 6,5 % от общего количества предприятий Брестской области, на которых занято свыше 5 тыс. работников. Оценить результаты деятельности малого предпринимательства позволяют показатели табл.2.

Численность занятых в малом предпринимательстве в 2008 г. выросла на 47,5 % по сравнению с 2007 г.

Таблица 2. Основные показатели работы малых предприятий г. Пинска в 2006 – 2008 гг.

Показатели	2006г.	2007г.	2008г.
Число малых предприятий (по состоянию на конец года), единиц	168	195	473
Средняя численность работников, человек	3501	3778	5573
Темп роста средней численности работников в отчётном периоде по сравнению с предыдущим периодом, %	148,3	107,9	147,5
Выпуск товаров и услуг, млн.руб.	67344	86907	143101
Удельный вес в выпуске товаров и услуг малого предпринимательства области, %	6,8	6,5	6,2
Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг, млрд.руб.	133,2	160,7	296,3
Чистая прибыль, убыток (-), млн. руб.	3113	5375	12687
Рентабельность реализованной продукции, работ, услуг, %	10,7	13,5	15,2
Удельный вес убыточных малых предприятий, %	33,5	29,5	21,2
Объем производства промышленной продукции (работ, услуг) в фактических отпускных ценах, млн.руб.	38017	59752	83552
Темп роста объёма произведённой продукции, работ и услуг в малом предпринимательстве в отчётном периоде по сравнению с предыдущим периодом, %	91,1	125,4	121,0
Объем производства промышленной продукции (работ, услуг) в валовом выпуске промышленной продукции, работ и услуг области, %	7,1	8,0	7,1

Однако, несмотря на все сложности, с которыми сталкивается малый бизнес в г. Пинске, объем продукции практически на всех предприятиях увеличивается, ассортимент предлагаемой продукции и услуг становится разнообразнее. Значительно повышается качество и конкурентоспособность товаров.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что развитие малого бизнеса в Брестской области, необходимо по многим причинам: повышение результативности деятельности малого предпринимательства обеспечивает общий рост эффективности экономики области; рост числа малых предприятий ведёт к увеличению числа рабочих мест; формирование социального слоя бизнесменов-собственников ведет к увеличению доли в обществе экономически обеспеченных граждан, заинтересованных в стабильности социально-экономических отношений и др.

УДК 336.717:004.738.5

ЕВТУШЕВСКИЙ П.А.

**СИСТЕМА «КЛИЕНТ-БАНК» КАК СРЕДСТВО СОКРАЩЕНИЯ
ЗАТРАТ РАСЧЕТНО-КАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Научный руководитель – БОГАТЫРЕВА В.В. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Полоцкий государственный университет»,
Новополоцк, Республика Беларусь*

При современном уровне развития науки и техники, информатизации различных областей жизни в современном обществе, появилось множество новых технических возможностей проведения денежных расчетов без использования денег как таковых. С развитием информационных систем появляется возможность значительно расширить спектр и качество предоставляемых банками услуг

В настоящее время одним из динамично развивающихся участков работы банков являются расчеты. Причинами этого являются стабильный экономический рост в Республике Беларусь, укрепление хозяйственных связей между субъектами, развитие в компаниях новых современных технологий управленческого учета и бюджетного финансирования.

В то же время потребности пользователей банковских услуг в расчетном обслуживании эволюционируют вместе с технологиями управления и уже во многом превышают функциональность, предлагаемую банками в рамках традиционного продукта «расчетно-кассовое обслуживание».

Как следствие, качество расчетно-информационного обслуживания банком должно быть поднято на более высокий уровень. Решением данной проблемы является использование дистанционного обслуживания.

Дистанционное банковское обслуживание – совокупность действий банка, направленных на удовлетворение потребностей клиента при помощи программно-технических средств, опосредующих совершение электронных транзакций на расстоянии.

За последние пять лет белорусский рынок электронных банковских технологий прошел заметный путь от начальной стадии компьютеризации – реализации простейших банковских операций на базе персональных компьютеров, до полноценных автоматизированных банковских систем, отвечающих самым строгим современным требованиям.

Система клиент-банк на белорусском рынке дистанционного банковского обслуживания доступна уже давно и впервые была предложена на стадии зарождения рынка.

Клиент-банк – банковская услуга по дистанционному обслуживанию клиентов, совокупность взаимосвязанных программных и технических средств, обеспечивающих взаимодействие подразделения банка с клиентом по каналам связи, при проведении безналичных расчетов и других операций посредством передачи соответствующих электронных документов и сопутствующей информации.

Для определения эффективности использования систем клиент-банка необходимо проанализировать и сравнить структуру затрат на осуществление одной стандартной транзакции традиционным способом и при помощи дистанционных услуг.

Анализ проведем на примере формирования и проведения платежного поручения.

Итак, к затратам предприятия на осуществление проведения одного банковского платежа относятся: заработная плата бухгалтера, занимающегося подготовкой платежного поручения, канцелярские расходы, заработная плата водителя/стоимость проездного билета (в зависимости от местонахождения банка и способа доставки), расходы на топливо (в случае использования служебного автотранспорта), экологический налог, заработная плата кассира/бухгалтера, передающего документы в банк, комиссионные банку за осуществление платежа.

В случае использования системы клиент-банк можно выделить следующие издержки: заработная плата бухгалтера, занимающегося подготовкой платежного поручения, комиссионные банку за осуществление платежа, абонентская плата за пользование системой.

Очевидно, что при использовании системы клиент-банк затраты предприятия сокращаются.

Следует учесть и два немаловажных фактора: во-первых – расстояние от отделения банка до клиента (с увеличением расстояния от банка до предприятия, увеличиваются и транспортные расходы), во-вторых – ежедневное количество платежных инструкций (количество платежных поручений для крупных предприятий составляет порядка 40-60 штук, соответственно количество бухгалтеров, занятых в их составлении возрастает, на небольших предприятиях с 2-3 платежными поручениями в день затраты незначительны).

Таким образом, для определения экономического эффекта от использования систем дистанционного банковского обслуживания можно определить следующую формулу:

$$\mathcal{E} = (T + K + 3\Pi + Kб) - (Kб_2 + 3\Pi_2 + Aб),$$

где Э – экономический эффект,

Тр – транспортные расходы ($Тр = P / H * Ц * 2$),

Р – расстояние до банка, Н – норма расхода топлива, Ц – цена за 1 литр топлива,

К – канцелярские расходы,

ЗП – заработная плата сотрудников, участвующих в процессе формирования и доставки в банк платежных инструкций (бухгалтер/кассир/водитель),

Кб – комиссионные банку,

Аб – абонентская плата за пользование системой,

Кб₂ – комиссионные банку за платеж в системе клиент-банк,

ЗП₂ – заработная плата сотрудников, участвующих в процессе формирования (бухгалтер/ит-специалист).

Таким образом, можно сделать вполне обоснованный вывод о том, что системы дистанционного банковского обслуживания могут служить не только как средство упрощения документооборота предприятия, но и как инструмент по сокращению издержек предприятия.

Осознание субъектами хозяйствования факта того, что применение современных банковских инструментов в их текущей деятельности – способ не только сокращения банковских издержек на обслуживание предприятий, но также дополнительный источник экономии финансовых ресурсов предприятия, позволит сделать сотрудничество банка и клиента более плодотворным. Использование сэкономленных средств на внедрение современных финансовых инструментов позволит предприятию оперативно управлять своими денежными средствами, что в свою очередь позволит значительно повысить эффективность осуществляемой деятельности.

УДК 336.717:004.738.5

ЕВТУШЕВСКИЙ П.А.

**УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННЫМ БАНКОВСКИМ
ОБСЛУЖИВАНИЕМ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

*Научный руководитель – БОГАТЫРЕВА В.В. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Полоцкий государственный университет»,
Новополоцк, Республика Беларусь*

Дистанционное банковское обслуживание – совокупность действий банка, направленных на удовлетворение потребностей клиента при помощи программно-технических средств, опосредующих совершение электронных транзакций на расстоянии.

Общение клиента с банком на расстоянии при помощи технических средств стало логическим продолжением развития информационных технологий и банковских услуг. В настоящее время данный рынок в Республике Беларусь переживает процесс бурного развития и при его изучении можно провести аналогию с развитием сотовой связи. Несколько лет назад в Республике Беларусь эти услуги были дорогие, доступные ограниченному числу клиентов, когда как сейчас эта услуга более дешевые, массовые и рентабельные.

Управление дистанционным банковским обслуживанием подразумевает рациональный выбор наиболее подходящего решения среди доступных систем.

Для этого необходим детальный анализ функциональности и качества, предоставленных услуг.

Для мониторинга были отобраны 28 банков, предоставляющих услуги расчетно-кассового обслуживания корпоративным клиентам и имеющих в своём портфеле корпоративных банковских услуг систему «клиент-банк».

В рамках мониторинга были исследованы условия предоставления системы «клиент-банк». Функциональные возможности системы были охарактеризованы в зависимости от возможности реализации в услуге следующих функций: формирование платежных документов (поручение/требование); заявление на бронирование денежных средств на неотложные нужды; заявка на продажу/покупку иностранной валюты на внебиржевом валютном рынке; заявка на продажу/покупку иностранной валюты на торгах ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа»; заявление на аккредитив; произвольный документ (письмо); импорт/экспорт документов из различных бухгалтерских программных комплексов; получение информации о курсах валют и других электронных сообщений; выписка по счетам клиента; информация о состоянии картотеки; архив переданных/полученных документов; контроль остатков счетов в режиме реального времени; направление в

банк списков работников для зачисления, выплата денежных средств на их личные карт-счета; прочие операции.

В составленном рейтинге все банки разбиты на группы. В пределах каждой группы объединены финансовые структуры, предоставляющие примерно одинаковый спектр услуг, а разделение внутри группы осуществлялось на основании косвенных факторов, возникающих в процессе ознакомления с системой и консультаций с операторами, а также на основании стоимости услуги.

Стоит отметить, что банки первой группы предоставляют практически идентичные по функциональности сервисы, различие между которыми невозможно заметить непрофессиональным взглядом. Поэтому именно в этой группе дифференциация основана в первую очередь на качестве и интерфейсе системы.

Вторая группа также объединила банки, чьи системы дистанционного обслуживания близки по своим возможностям. От лидирующей группы их отличает, в первую очередь, меньший объем дополнительных услуг, предоставляемых банком.

Банки последней группы позволяют удаленно производить только самые основные операции, такие как просмотр остатка по счету, получение выписок.

10,7 % из всех проанализированных систем могут быть отнесены к полнофункциональным системам «клиент-банка». Использование такой системы на предприятии может полностью заменить стандартное расчетно-кассовое обслуживание.

В целом можно отметить достаточно высокий уровень функциональности, предоставленных систем. Так 42,8 % проанализированных технологических решений предоставляют клиентам-пользователям вполне приемлемый набор стандартных операций доступных для дистанционных операций.

28,5 % систем «клиент-банк» обладают функцией «импорт/экспорт документов из различных бухгалтерских программных комплексов», что является одним из важнейших критериев при оценке функциональности дистанционных банковских услуг. На практике данная функция позволяет в несколько раз сократить затраты труда сотрудников предприятия на ведение реестров платежных поручений, их подготовку и отправку в банк.

Таким образом, правильно выбранная система «клиент-банка» может полностью заменить стандартное расчетно-кассовое обслуживание предприятия и значительно сократить расходы на его осуществление. Составленный рейтинг позволит субъектам хозяйствования сравнить используемую систему с предложением на рынке и выбрать оптимальный вариант для конкретного направления бизнеса.

УДК 631.155:004

ЕЛЬЦОВ М.Э.

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОПТИМИЗАЦИИ
МАРШРУТОВ ПОСТАВОК ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ В АПК**

*Научный руководители – АСТРАХАН Б.М. – кандидат техн. наук, доцент
КЛАВСУТЬ П.В. – ст. преподаватель*

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
Минск, Республика Беларусь

Концепция энергетической безопасности Республики Беларусь предусматривает мероприятия по энергосбережению ресурсов во всех сферах народного хозяйства. В связи с этим является актуальной задача оптимизации маршрутов поставок продукции и услуг в АПК на основе применения информационных технологий.

Общим критерием оптимизации является минимизация суммарных затрат при доставке автотранспортом товаров и услуг потребителям. При использовании автомобилей разных марок с двигателями одного типа (потребляющими один вид топлива) за критерий оптимизации принимаем минимизацию суммарного расхода топлива.

Рассматриваемая задача решается посредством процедуры пакета *vrpsavings* (VRP – vehicle routing problems) пакета программ математического моделирования *MATLAB*, которая реализует алгоритм «функций выгод» Кларка-Райта [1, 2].

Если на одном автомобиле невозможно доставить товары и услуги во все пункты назначения (общее количество пунктов, включая базу поставки, которую рассматриваем как исходный пункт 1, обозначим через n_0), то на первом этапе процедуру *vrpsavings* целесообразно применить в виде:

$$\text{Rte, TC, L, XFlg} = \text{vrpsavings}(\text{C, q, Q}) \quad (1)$$

где C – матрица размерности $n_0 \times n_0$ затрат (расстояний) между пунктами (диагональные элементы матрицы равны 0);

$\text{q} = [\text{q}(1), \text{q}(2), \dots, \text{q}(n_0)]$ – вектор размерности $1 \times n_0$ объемов заказов в пунктах 2, ..., n_0 , ($\text{q}(1)$ соответствует исходному пункту 1 и равно 0);

Q – грузопместимость автомобиля;

rte (route) – вектор размерностей каждого из маршрутов с началом и концом в исходном пункте 1; следовательно, если размерность равна n , то в маршрут помимо начального входит $n - 2$ пункта доставки;

TC (total costs) – вектор затрат (длин) соответствующих маршрутов;

L (loads) – вектор загрузки автомобилей, направляемых на соответствующие маршруты;

XFlg (feasible, infeasible) – показатель существования решения.

Величина Q в процедуре (1) выбирается исходя из имеющегося парка автомобилей. В соответствии с критерием оптимизации должно выполняться

$$TC \times P \rightarrow \min, \quad (2)$$

где P – вектор удельного расхода топлива для автомобилей, направляемых на соответствующие маршруты.

На втором этапе для каждой группы пунктов следует уточнить оптимальный маршрут передвижения. Это можно сделать с помощью той же процедуры $vrpsavings$, но в модификации:

$$[rte, TC] = vrpsavings(A) \quad (3)$$

где A – матрица затрат (расстояний) уже для рассматриваемой группы пунктов;

rte – последовательность пунктов в уточненном оптимальном маршруте;

TC – затраты (длина) уточненного маршрута для рассматриваемой группы пунктов.

Указанная методика применения *MATLAB* была использована для планирования маршрутов по доставке продукции из РУСПП «1-ая Минская птицефабрика» в 7 пунктов назначения в течение одного рабочего дня автомобилями МАЗ – 4370 и ЗИЛ – 5301 грузоместимостью 6 и 3,5 тонн каждый.

Были созданы матрица-строка q размерностью 1×8 , в которую вносились объёмы поставок продукции из РУСПП в магазины, матрица C размерностью 8×8 , в которую заносились расстояния между всеми пунктами и величина $Q = 6$ (автомобиль МАЗ – 4370).

Из решения по процедурам (1), (3) следует, что последовательность пунктов нужно разбить на два маршрута. Длина первого маршрута составляет 45,6 км. Объём доставляемых грузов – 5,2 т. Поэтому следует использовать автомобиль МАЗ – 4370. Длина второго маршрута составляет 19,1 км, объём грузов 2 т. Для этого маршрута следует использовать автомобиль ЗИЛ – 5301.

Удельный расхода топлива для автомобилей МАЗ – 4370 и ЗИЛ – 5301 составляет соответственно 0,18 и 0,17 л / 100 км. Критерий оптимизации (2) приведется к виду:

$$0,18 \times TC(1) + 0,17 \times TC(2) \rightarrow \min.$$

Рассчитаем расход топлива на доставку продукции:

$$0,18 \text{ л / км} \times 45,3 \text{ км} + 0,17 \text{ л / км} \times 19,1 \text{ км} = 11,4 \text{ л.}$$

Расчеты с помощью программы на встроенном языке программирования при варьировании величины Q показали, что полученное значение расхода топлива удовлетворяет критерию (2).

Из вышеизложенного следует, что информационные технологии *MATLAB* могут быть эффективно использованы для оптимизации маршрутов поставок продукции и услуг в АПК.

ЛИТЕРАТУРА

1. А н у ф р и е в, И.Е. *MATLAB 7* / И.Е. Ануфриев, А.Б. Смирнов, Е.Н. Смирнова. СПб.: БХВ-Петербург, 2005. 1104 с.
2. Г е р о н и м у с, Б.Л. *Экономико-математические методы в планировании на автомобильном транспорте* / Б.Л. Геронимус, Л.В. Царфин. Москва: Транспорт, 1988. 192 с.

УДК 338

ЁРШ А.М

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель – ДАНИЛОВА М.А. – магистр эк. наук

УО «Барановичский государственный университет»,

Барановичи, Республика Беларусь

Каждое предприятие состоит из производств, цехов, участков, хозяйств, органов управления и организаций по обслуживанию работников предприятия. Установление взаимосвязей между ними позволяет организовать ход производства и рационально сформировать структуру предприятия. Различают общую и производственную структуру предприятия.

Общая структура предприятия представляет собой состав производственных звеньев (производственная структура), а также организаций по управлению предприятием (организационная структура) и по обслуживанию работников, их количество, величину и соотношение между ними по размеру занятых площадей, численности работников и пропускной способности.

В составе органов управления можно выделить технические, экономические, оперативно-производственные, службу кадров, бухгалтерию, службу маркетинга, службу материально-технического обеспечения.

К организациям по обслуживанию работников относятся блок питания, здравпункт, ЖКХ, библиотека, детские учреждения, профилакторий, дом отдыха.

Под производственной структурой понимается совокупность производственных единиц предприятия, входящих в его состав, а также формы взаимосвязей между ними.

Производственная структура – это часть общей структуры, в частности состав производственных подразделений предприятия (производств, цехов, хозяйств), их взаимосвязь, порядок и формы кооперирования, соотношение по численности занятых работников, стоимости оборудования, занимаемой площади и территориальному размещению.

Рассматривая цехи и хозяйства, в производственной структуре можно выделить основные, вспомогательные, обслуживающие и побочные цехи.

К основным цехам машиностроительного предприятия относятся заготовительные (раскройные, литейные), обрабатывающие (механические, термические, обрабатывающие), сборочные (окончательной сборки, механосборочные).

К вспомогательным цехам относятся ремонтно-механические, инструментальные, энергетические, нестандартного оборудования.

К обслуживающим цехам относятся тарные, транспортные, складские цехи.

К побочным цехам относятся цехи товаров народного потребления, по переработке сырья.

Организационная структура, являясь производной от производственной, в свою очередь оказывает на нее существенное влияние. Улучшение организационной структуры способствует совершенствованию производственной, созданию условий для ее оперативной перестройки на новые виды продукции, сокращает затраты на содержание производственных подразделений. В то же время, если организационная структура предприятия в результате наслоения различных оперативных решений чрезмерно усложнена, это усложняет производственную структуру, т.е. ведет к созданию излишних параллельно действующих цехов, участков, складов, нарушению внутривозвратных связей и, в конечном итоге, к неритмичности работы предприятия.

На структуру предприятия и построение его подразделений оказывают влияние производственно-технические и организационные факторы. Важнейшими из них являются характер производственного процесса и выпускаемой продукции, масштабы производства, характер и степень специализации, степень охвата жизненного цикла изделий.

В условиях рыночных отношений производственная структура выходит за рамки «чистого» производства готовых изделий и включает подразделения фирменного обслуживания своего товара.

Производственная структура предприятия динамична и не может быть неизменной. На многих действующих предприятиях она нуждается в существенных изменениях.

На ряде предприятий создавалось необоснованное количество мелких цехов, участков с низким уровнем техники по производству различных видов полуфабрикатов и услуг, чтобы не зависеть от поставщиков. На ряде предприятий отдельные производства создавались в разное время, по мере появления в них потребности. Тем самым нарушалась гармоничность развития производства. Во всех этих случаях производственная структура должна быть пересмотрена с точки зрения современных требований.

Технический прогресс, развитие специализации и кооперирования предприятий могут потребовать пересмотра производственной структуры, создания новых цехов, перепланировки площадей, изменения производственной мощности и др.

УДК 658.168.5

ЖАБЧЕНКО В.И.

**СУЩНОСТЬ И НАПРАВЛЕНИЯ АНАЛИЗА КЛАСТЕРА
ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ РЕГИОНА**

*Научный руководитель – ИЗМАЙЛОВИЧ С.В. – ст. преподаватель
УО «Полоцкий государственный университет»,
Новополоцк, Республика Беларусь*

Для перехода экономики Беларуси на новый этап развития необходима структурная перестройка экономики, цель которой заключается в инновационном развитии, создании конкурентоспособной, наукоёмкой, ресурсосберегающей, социально ориентированной экономики. Данный подход находит своё отражение в кластерной модели экономики.

Кластер товаропроизводителей рассматривается как сетевая организация комплементарных, территориально взаимосвязанных отношениями сотрудничества организаций и предприятий, объединённых вокруг научно-образовательного центра, которая связана отношениями партнёрства с местными учреждениями и органами государственного управления с целью повышения конкурентоспособности предприятий, регионов и национальной экономики [1]. К особенностям кластера товаропроизводителей можно отнести: производство «ключевого» продукта, наличие отношений сотрудничества с конкурентами, объединение предприятий законченного производственного цикла, фактор инновационной ориентированности. Отличие кластерного анализа от традиционного анализа секторов экономики состоит в том, что при анализе кластеров прослеживаются цепочки формирования добавленной стоимости, производства и реализации продукта и выделяются участвующие в этом структуры. В управленческом учёте добавленная стоимость рассчитывается как разность между доходами организации и затратами на материалы, покупку изделий, услуги со стороны. Анализ добавленной стоимости, по мнению ведущих специалистов в области менеджмента (Друкера П., Дойля П., Скотта) может быть дополнен и другими показателями, показывающими вклад каждого подразделения в результаты деятельности организации. Например, могут быть использованы следующие показатели: доля подразделения в объёме продаж организации по сравнению с его долей в совокупном производстве; темп роста продаж в сравнении с долей в продажах организации; темп роста продаж подразделения в сравнении с его вкладом в прибыль организации; доля продаж подразделения в продажах организации по сравнению с темпом роста рынка; доля прибыли подразделе-

ния в общей прибыли организации в сравнении с темпами роста рынка [2].

Использование зарубежного опыта и многоуровневого подхода к управлению конкурентоспособностью позволяет дифференцировать цели анализа кластера по уровням управления следующим образом: макроуровень, региональный уровень, микроуровень. Анализ кластеров на региональном уровне Яшевой Г.А. предлагается проводить по следующим направлениям: идентификация; структурирование; анализ качества сетевого сотрудничества; оценка конкурентоспособности; анализ экономических последствий кластеризации [3]. Кратко охарактеризуем каждое направление анализа.

В качестве методологической основы идентификации используют концепцию цепочки ценностей М. Портера, под которой понимают согласованный набор видов деятельности, создающих ценность для предприятия, начиная от исходных источников сырья для поставщиков данного предприятия вплоть до готовой продукции, доставленной конечному пользователю, включая обслуживание потребителя [4]. Что в итоге позволит определить «ключевой товар» и потенциальных субъектов кластера.

В процессе структурирования определяют тесноту связи между субъектами кластера. В этих целях предлагается использовать коэффициент силы связей:

$$K_C = \rho\Pi_{\text{кл}}^C / \text{РП}_o;$$

где K_C – коэффициент силы связи;

$\rho\Pi_{\text{кл}}^C$ – объём поставок/снабжения продукции сектора для данного кластера, руб;

РП_o – общий объём реализации продукции сектора.

Данный коэффициент изменяется в пределах от 0 до 1. Минимальное значение интенсивности торговых потоков, достаточное для включения в кластер, составляет 8% [2].

Также метод структурирования можно дополнить коэффициентом надёжности исполнения обязательств по договору: [3]

$$K_{\text{нп}} = \text{ДР}_{\text{исп}} / \text{ДР}_{\text{неисп}};$$

где $K_{\text{нп}}$ – коэффициент надёжности исполнения обязательств по договору;

$\text{ДР}_{\text{исп}}$ – количество договоров, исполненных в срок;

$\text{ДР}_{\text{неисп}}$ – количество договоров, не исполненных в срок [5].

Для анализа качества сетевого сотрудничества предлагаются следующие направления: выявление институциональных структур, обеспечивающих сотрудничество в образовании, науке, маркетинге; анализ совместных проектов и степени сотрудничества; оценка проблем взаимодействия бизнеса и власти в науке и образовании.

Под конкурентоспособностью кластера понимаются его преимущества в потенциале сетевого сотрудничества и эффективности функционирования по сравнению с другими кластерами, обеспечивающими экономический рост региона. Эффективность функционирования кластера характеризует его преимущества перед другими кластерами. Потенциал сетевого сотрудничества кластера определяется количеством субъектов, входящих в него, а также масштабами вертикальных связей между этими субъектами. Конкурентоспособные предприятия содействуют повышению конкурентоспособности кластера в целом, и, наоборот, конкурентоспособный кластер создаёт условия для развития конкурентных преимуществ его участников.

Итак, кластерная политика, проводимая в регионе, способствует эффективному и взаимовыгодному сотрудничеству субъектов производственного процесса, и, как следствие, повышению конкурентоспособности производимой продукции внутри кластера.

ЛИТЕРАТУРА

1. Яш е в а, Г.А. Формирование кластерного механизма активизации инновационной деятельности в Республике Беларусь / Г.А. Яшева // Белорусский экономический журнал. 2008. № 4.
2. М а с м ы н и к о в а, Н.П. Управление развитием организации / Н.П. Мазмыникова. М.: Центр экономики и маркетинга, 2002. 304 с.
3. Яш е в а, Г.А. Исследование кластеров товаропроизводителей: методика и её апробация в лёгкой промышленности Беларуси / Г.А. Яшева // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. 2009. № 5.
4. С а в ч у к, В.П. Управление издержками предприятия и анализ безубыточности / В. Савчук [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/costing/savchuk-06.shtml?printversion>. Дата доступа: 31.10.2009.
5. П а с х а л ь н ы й, Д.С. Развитие хозяйственных связей в условиях формирования кластерных структур / Д.С.Пасхальный [Электронный ресурс] / 2008.Режим доступа: [http://www.sseu.ru/netcat_files/Image/referat-Pashaliniy\(1\).doc](http://www.sseu.ru/netcat_files/Image/referat-Pashaliniy(1).doc). Дата доступа: 31.10.2009.

УДК 338.439.62:613.22

ЖЕВНЕРОНОК Ю.Ю.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА НА РЫНКЕ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

Научный руководитель – БУЦЬ В.И. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Овощи, плоды и ягоды являются важнейшим источником витаминов и биологически ценных веществ, имеющих укрепляющее и лечебно-профилактическое значение для организма человека, особенно в первые годы его жизни. Круглогодичное же обеспечение свежими фруктами и овощами невозможно из-за несовершенства способов хранения. В настоящее время плодopерерабатывающие предприятия внедряют прогрессивные технологии обработки овощей, фруктов и ягод на основе создания пюре-полуфабриката, используемого для производства консервов детского питания и сохраняющего в продуктах переработки высокое содержание витаминов, пектина и клетчатки. Поэтому в условиях экологической ситуации в Беларуси, сложившейся в результате аварии на Чернобыльской АЭС, рынок детского питания приобретает особую важность и перспективность.

Основным показателем, характеризующим развитие рынка детского питания, является емкость рынка. В данном случае под емкостью рынка понимают возможный объем реализации консервов детского питания в течение определенного периода. При изучении данного рынка необходимо учитывать, что спрос на консервы детского питания главным образом зависит от следующих параметров:

– Основными потребителями детского питания являются дети в возрасте до 4-х лет, причём количество данной возрастной группы составляет 353,8 тыс. человек;

– В 2008 году в структуре потребительских расходов происходит увеличение расходов на питание до 30% (2007г-16%);

– Наблюдается тенденция увеличения рождаемости (107876 чел в 2008 году, что на 19,2 % больше, чем в 2005 году);

– Происходит рост денежных доходов населения (75706,7 млрд. руб. в 2008 году, что в 1,3 раза больше, чем в 2007 году);

– Рынок детского питания представлен РУПП «Клецкий консервный завод», ОАО «Малоритский овощесушильный комбинат» и ОАО «Витебский плодоовощной комбинат» общей мощностью 22 муб.в т.ч. 9,1 муб. консервов для детей.

Для прогнозирования спроса на консервы детского питания предложим использовать нормативный метод, основанный на проведении расчетов с помощью норм потребления продуктов на душу населения. Таким образом, потенциальная емкость рынка рассчитывается по формуле:

$$EP = НПМ * ЧН, \text{ где}$$

EP – потенциальная емкость рынка, НПМ - медицинские нормы потребления данного продукта на душу населения в год, ЧН - численность населения данного региона.

В результате стабилизации экономического положения в РБ и роста доходов населения показатель рождаемости достиг отметки 107,8 тыс. человек в 2008 году. При условии сохранения данной тенденции, можно прогнозировать увеличение спроса на консервы для детей отечественных предприятий, ввиду их высокого качества и низкой цены.

Рассчитаем максимально возможную емкость рынка детского питания РБ для данной возрастной группы (таблица).

Потенциальный объем потребления детского питания в РБ детьми в возрасте до 1 года

Наименование продукции	Среднесут. норма потребления в теч. 1 года жизни	Число родившихся в 2008 г, тыс. чел	Кол-во месяцев	Потенциальный объем потребления, муб.
Фруктовый сок, мл	65-70	107,8	9	5,1
Фруктовое пюре, г	65-70		9	5,1
Овощное пюре, г	150		8	9,7

Таким образом, максимально возможный объем потребления плодовоовощного детского питания для детей в возрасте до одного года составляет около 19,9 муб. Однако рост потребления продуктов детского питания, увеличение рождаемости еще не говорят об эффективности работы отечественных предприятий. В настоящее время предприятия по производству консервов детского питания сталкиваются с рядом проблем. Так, ОАО «Витебский плодовоовощной комбинат» не выполнил программу «Дети Беларуси» на 2007 г, что обусловлено отсутствием производителей стеклобанки IV-51-100 для детского питания в РБ, ростом цены на стеклобанку у российских производителей на 31,4%, отсутствием денежных средств, отсутствием обученных на всех стадиях производства рабочих и слесарей, нестабильностью работы,

повлекшей за собой большую текучесть кадров. Ситуация обостряется и сложностью в реализации данной продукции на отечественном рынке ввиду присутствия украинских и российских марок, известных в силу высокого качества, наличия современной упаковки и огромному ассортименту. Следовательно, увеличение спроса на продукцию детского питания не свидетельствует об увеличении спроса на продукцию отечественных производителей.

В перспективе переработчикам особое внимание следует уделить дальнейшему совершенствованию и развитию маркетинговой системы, позволяющей эффективно решать вопросы сбыта продукции и приобретения необходимых для процесса производства материальных ресурсов, принятие мер по вовлечению частного сектора в производство товарных плодов и овощей, через совершенствование системы закупок продукции, создание сети оптовых рынков, а также активное участие предприятий в республиканских и международных ярмарках и выставках.

Таким образом, комплексное решение проблем отдельных перерабатывающих предприятий позволит существенно повысить эффективность работы всей отрасли, а также совершенствовать механизм регулирования сбалансированного рынка детского питания при создании благоприятных условий для эффективного, экономически выгодного снабжения потребителей качественными консервами детского питания отечественного производства по ценам, соответствующем уровню платежеспособного спроса.

УДК 338

ЖИБУЛЬ З.В.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТА КАРТОФЕЛЯ

Научный руководитель – ГРИЦ Е.Н. – магистр эк. наук

УО «Барановичский государственный университет»,

Барановичи, Республика Беларусь

Заготовка, переработка и сбыт сельскохозяйственной продукции являются важным звеном агропромышленного комплекса республики, без должного внимания к которому можно снизить конечный суммарный эффект от громадных усилий и вложенных в сельское хозяйство средств.

В организационном, экономическом и технологическом отношении уровень развития заготовок, сбыта и переработки должен соответствовать достигнутому уровню сельскохозяйственного производства, опережать его, активно воздействуя на ускорение развития и совершенствование аграрного сектора в соответствии с потребностями народного хозяйства. Он должен обеспечивать наиболее полное освоение и рациональное использование имеющихся в Беларуси ресурсов сельскохозяйственной продукции и сырья.

Главными факторами, которые оказывают негативное влияние на степень освоения товарных ресурсов, являются недостатки в организации маркетинговой деятельности. Специалисты заготовительных организаций не проводят комплексное исследование рынка плодоовощной продукции района, не определяют его емкость, не изучают состояние и динамику спроса обслуживаемого населения.

Одним из способов повышения эффективности деятельности заготовительных организаций в условиях конкуренции является использование в практике работы опыта рекламной деятельности зарубежных и отечественных организаций на основе новых маркетинговых подходов. Практически отсутствует возможность выхода с продукцией на мировой рынок из-за ее низкого качества. Так как производство картофеля имеет высокую себестоимость, продукция не может быть конкурентоспособной. Чтобы продукция была конкурентоспособной, сельскохозяйственные организации должны обновлять семенные фонды картофеля.

Не менее важным моментом в организации заготовок картофеля является совершенствование ее технологии. Как правило, послеуборочная (первичная) товарная обработка картофеля возлагается на сельскохозяйственные организации; накопление отгрузочных партий и

отгрузка – на заготовительные организации; транспортировка – на различные виды транспорта (железнодорожный, водный, автомобильный, авиационный); хранение и первичная товарная обработка – на организации оптовой торговли; реализация конечному потребителю – на розничные торговые организации.

Таким образом, на пути движения продукции, готовой к потреблению, стоит по меньшей мере пять организационно-хозяйственных звеньев, различающихся правовой, иерархической и организационной структурой.

Все это оказывает влияние на продвижение продукции. При любой неточности взаимодействия этих систем происходит задержка в «конвейере» ее перемещения, что создает угрозу снижения качества и цены из-за нарушения сроков реализации, увеличения трудовых затрат, повышения расходов по хранению и перемещению продукции.

Следовательно, можно сделать вывод о необходимости детальной разработки и непрерывного совершенствования каждой операции технологического процесса заготовок и точного их соблюдения вне зависимости от ведомственной принадлежности и особенностей организации.

Задачи рациональной организации заготовок – исключение лишних этапов и звеньев, установление прямых связей и тому подобное. Однако независимо от звенности хозяйственных связей главное заключается в том, чтобы продукция перемещалась по рациональной схеме товародвижения. Необходимо особо выделять главный технологический процесс, который связан с перемещением продукции. Вспомогательные процессы (отдельные операции) – подготовка и перемещение тары, материалов, технической документации, подача порожнего транспорта и так далее – обслуживают главный процесс.

Для повышения уровня освоения товарных ресурсов продукции нужно внедрять активные методы ведения закупок, ориентированные на личные подсобные и фермерские хозяйства; активизировать деятельность штатных заготовителей; привлекать разъездных заготовителей; открывать временные заготпункты на дому, где могут работать пенсионеры или незанятые категории граждан; развивать совместные формы работы с наиболее динамичными и перспективными производителями плодоовощной продукции.

Увеличению закупок у общественных хозяйств будут способствовать своевременное заключение с ними договоров на поставку картофеля, поддержание личных контактов в течение всего срока договора.

Важным моментом является исключение случаев несвоевременной оплаты гражданам за отгруженную продукцию.

Для повышения эффективности заготовок картофеля и плодовоовощной продукции важно улучшить использование материально-технической базы.

Чтобы повысить техническую оснащенность материально-технической базы и сократить применение ручного труда, необходимы комплексная механизация и частичная автоматизация технологических процессов.

Большое влияние на объемы закупок сельхозпродукции оказывает уровень организационной работы с населением. В этом направлении заготовительным организациям необходимо проводить разъяснительную работу по условиям закупок произведенной населением продукции, оказывать помощь сельским жителям в приобретении элитного посадочного материала, оказывать комплекс других дополнительных услуг.

Основные задачи заготовительной отрасли потребительской кооперации в области заготовок и сбыта картофеля:

- организация коллективного картофелеводства с участием личных подсобных хозяйств населения;
- обеспечение хозяйств семенным картофелем, соответствующим международным требованиям качества, и организация обработки полей мототрядами агросервиса.

УДК 338.434.4

ЗАВАДСКАЯ М.А.

**АДАПТАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ СТРАН СНГ К УСЛОВИЯМ
МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА**

Научный руководитель – СУШКО В.И. – кандидат эк. наук

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

В 2008 г в мировой экономике начался финансовый кризис. Первоначально спад начался в жилищном строительстве, затем продолжился в автомобильной промышленности и банковской сфере. Наблюдается классическую закономерность спада: «падение промышленного производства – рост числа безработных – падение доходов населения – падение потребления населения – падение производства и импорта потребительских товаров – падение планов инвестирования». Происходит перестройка разных аспектов потребительского поведения населения. По мере развития кризиса формируется новая модель расходования семейных средств – «защитная». Ее суть состоит в сокращении расходов на товары длительного пользования, расходов на услуги сферы культуры, образования, развлечений, включая летний отдых и туризм. Семьи сокращают «лишние» расходы на ряд товаров текущего потребления, включая даже продовольственные, ряд расходов на платные услуги. Люди больше сберегают на «черный день», опасаясь снижения доходов или безработицы. Такое поведение ведет к большему падению потребления, чем располагаемого дохода, и искусственному росту нормы сбережений. Население различных стран мира стало меньше тратить и больше сберегать, при том, что темпы снижения потребления значительно опережают темпы снижения доходов населения.

Хотя потребление снижается во всех сегментах – от мобильной связи до продуктов питания, тем не менее, снижение неравномерно во времени и по структуре. В сфере личного потребления это обычно выражается в сокращении покупок товаров длительного пользования. Несмотря на зримое увеличение веса продовольственных товаров в потребительской корзине, население также урезало и текущее потребление продовольственных товаров – происходит переход на более дешевые продукты, как правило, отечественного производства.

Люди стали больше покупать там, где дешевле, – на продовольственных и вещевых рынках. Как и предполагалось, произошло снижение удельного веса импортных товаров в товарных ресурсах розничной торговли.

Произошли изменения и в миграции трудовых ресурсов. Число иностранных граждан, привлеченных на работу в страны Содружества в 2008 году, превысило 2 миллиона человек. Объективной основой миграции, как правило, оказываются различия в уровне жизни и социально-экономическом положении стран мира. В 2008 году сумма денежных переводов физических лиц из-за рубежа в Азербайджан составила 1,4 миллиарда долларов США, Армению – 1,3, Белоруссию – 0,35, Казахстан – 0,25, Киргизию – 0,7, Молдавию – 1,55, Таджикистан – 1,75, Украину – 5 миллиардов долларов США.

В связи с относительной стабилизацией потребительских цен в большинстве стран заметно сократился разрыв между темпами роста номинальной и реальной заработной платы, исчисленной с поправкой на индекс потребительских цен. Уровень оплаты труда в странах Содружества по-прежнему заметно уступает большинству развитых стран. Так, средняя оплата труда за один отработанный час в I квартале 2008 года составила в Белоруссии 2,3 доллара США, Казахстане – 3,4, Киргизии – менее 1 доллара США, Молдавии – 1,4, России – 3,7, на Украине – 2,2 доллара.

Реальная среднемесячная заработная плата, рассчитанная с учетом индекса потребительских цен, в январе-декабре 2008 года превысила уровень соответствующего периода 2007 года в Азербайджане на 3%, Армении – на 8%, Белоруссии и России – на 10%, Киргизии и Молдавии – на 9%, Таджикистане и Украине – на 7%, а в Казахстане уменьшилась на 3%. Исходя из официальных курсов валют, установленных национальными (центральными) банками стран Содружества, средняя заработная плата в Азербайджане в декабре 2008 года, по оценке, была равна 360 долларам США (в декабре 2007 года – 271), Армении – 382 (345), Белоруссии – 455 (369), Казахстане – 597 (554), Киргизии – 185 (162), Молдавии – 289 (233), России – 719 (757), Таджикистане – 95 (66), на Украине – 264 (332) долларам США. Минимум заработной платы в 2008 году в Киргизии, Молдавии, Таджикистане и Узбекистане варьировался в пределах 9-39 долларов США; в Азербайджане, Армении, Белоруссии, Казахстане, России и на Украине – 82-103 доллара. В то же время в Бельгии, Великобритании, Франции он составлял 1797-1925, Испании и США – соответственно, 1029 и 1023, Польше – 460, Болгарии – 165 долларов США.

Численность граждан стран СНГ, работавших в России, составила в году 1780 тыс. человек, увеличившись в 1,5 раза по сравнению с 2007 годом и в 3,3 раза по сравнению с 2006 годом. В разы увеличилась не только зарегистрированная численность привлеченной рабочей силы из других стран СНГ, но и удельный вес трудовых мигрантов из раз-

ных стран. Стало быстро возрастать число граждан Узбекистана (поднявшееся в 2008 году до 36%), Таджикистана (до 22%) и Киргизии (до 10%). В России привлеченная рабочая сила из других стран СНГ в 2008 году составила 2,5% от общей численности занятых в экономике (70,9 миллиона человек) и 2,4% от численности экономически активного населения (75,7 миллиона человек).

Таким образом, основными результатами влияния мирового финансового кризиса на население стран СНГ являются: замедление темпов роста доходов населения; снижение приобретения недвижимости, автомобилей, финансовых услуг; рост уровня сбережений; замедление темпов прироста миграционных трудовых ресурсов привлеченных для работы на строительстве объектов в России.

УДК 338.14

ЗАВИДОВСКАЯ К.А.

ПРОБЛЕМА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – ЗУБКО Н.М. – ст. преподаватель

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Одной из наиболее важных и актуальных проблем национальной экономики является конкурентоспособность товаров белорусских производителей на мировом рынке. Цель данной работы состоит в том, чтобы рассмотреть проблемы, связанные с конкурентоспособностью как условием устойчивого развития белорусской экономики, проанализировать факторы, оказывающие воздействие на современную конкурентоспособность белорусской экономики.

Конкуренция – это соперничество экономических субъектов на рынке за предпочтение потребителей в целях получения наибольшей прибыли (дохода). Конкуренция создаёт своеобразное принуждение экономических агентов, заставляет их поддерживать высокую деловую активность, искать возможности экономического роста. Производители заинтересованы выпускать качественную продукцию, оказывать сервисные услуги, добиваться снижения цен, обеспечивать высокую культуру обслуживания в процессе борьбы за покупателя, ибо результаты их труда ими же и присваиваются.

Конкурентоспособность национальной экономики обеспечивают конкретные предприятия, производящие товары и услуги. В условиях жесткой конкуренции на мировом рынке успеха отдельного предприятия недостаточно для того, чтобы обеспечить конкурентоспособность страны. Отдельному предприятию даже с уникальной технологией трудно удерживать конкурентное преимущество, ибо оно зависит от множества других факторов и, в первую очередь, поддержки государства.

К основным конкурентным преимуществам Беларуси относятся, в частности: выгодное экономико-географическое положение; развитая система транспортных коммуникаций и производственная инфраструктура в целом; значительные земельные, водные и лесные ресурсы; наличие ряда полезных ископаемых; значительный научно-технический потенциал; многоотраслевой промышленный комплекс; высокий общеобразовательный уровень населения и др.

Для того чтобы сделать анализ конкурентоспособности нашей страны, мной были взяты данные за 2007-2009 годы внешней торговли товарами и услугами.

Объём внешней торговли товарами и услугами Республики Беларусь за 2007 – 2009 гг., млн. долл. США

Показатели	2007г.	2008г.	2009 I полугодие
Объём внешней торговли товарами и услугами	58099,1	78979,7	24258,6
экспорт	27706,9	37284,4	10562,5
импорт	30392,2	41695,3	13696,1
сальдо	-2685,3	-4410,9	-3133,6

Примечание: Источник: [3].

Основываясь на данных этой таблицы, можно сделать вывод о том, что за последние несколько лет в экономике Беларуси объём импорта превосходит объём экспорта, что ведёт за собой отрицательные показатели сальдо. Наибольшее отрицательное сальдо наблюдалось в 2008 году. Это было связано, в первую очередь, с мировым финансовым кризисом, который начался в конце 2008 года. Однако данные за I полугодия 2009 года показывают, что экономика Беларуси имеет тенденцию к положительному росту сальдо и торгового баланса, растёт экспорт продукции, следовательно, и повышается конкурентоспособность товаров.

В заключении были выделены следующие стратегические приоритеты структурной перестройки в целях повышения конкурентоспособности на внешнем рынке:

1. Рациональное использование конкурентных преимуществ Беларуси. Сюда, в первую очередь относятся:

- выгодное экономико-географическое положение;
- развитая система транспортных коммуникаций и производственная инфраструктура в целом;
- значительные земельные, водные и лесные ресурсы;
- наличие ряда полезных ископаемых;
- значительный научно-технический потенциал;
- многоотраслевой промышленный комплекс;
- высокий общеобразовательный уровень населения и др.

2. Многовекторность международных связей.

3. Производство высококачественной и конкурентоспособной продукции, отвечающей международным требованиям по экологии, экономичности, безопасности и надёжности.

4. Повышение качества продукции за счёт инноваций, прогрессивного менеджмента, внедрения научно-технических достижений.
5. Привлечение инвестиций для модернизации технологий и снижения энергоёмкости и материалоёмкости производства.
6. Обеспечение инновационного развития грамотными специалистами.
7. Своевременное обновление продукции и организация производства новых видов товаров.
8. Поиск и использование импортозаменяющих продуктов.
9. Развитие конкурентоспособных туристических услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. П р а н е в и ч, А.А. Конкурентная среда: институциональные основы формирования и развития. М., 2006.
2. Экономическая теория. Уч. пособие / Н.М. Зубко, А.Н. Каллаур. Витебск. Черчин Б. И., 2007. 288с.: ил.
3. Экономика Беларуси 2007-2009гг.

УДК 339.187.62:330.322.2

ЗАЙЦЕВА Н.А.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛИЗИНГА КАК ОДНОГО ИЗ
ВАЖНЕЙШИХ ИСТОЧНИКОВ ИНВЕСТИЦИЙ**

Научный руководитель – ОЧКОЛЬДА И.И.

Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,
Гомель, Республика Беларусь

В условиях конкуренции с зарубежными странами Республике Беларусь необходимо обеспечить производство продукции с высокими качественными характеристиками, более широкого ассортимента и новых потребительских свойств. Экономика страны нуждается в капитале для инвестирования во все отрасли хозяйства.

Лизинговая деятельность в нынешних условиях выглядит наиболее перспективным сегментом инвестиционного рынка. Это связано с отсутствием специализированного отраслевого регулирующего и контролирующего ведомства и пока незначительной емкостью лизинговых сделок в структуре инвестиций в основные фонды в масштабах всей страны.

Между тем в данном секторе финансовых услуг существует ряд проблем.

До недавнего времени наблюдалось отсутствие системы информационного обеспечения лизинга, которая предоставляла бы полную и доступную информацию о предложениях лизинговых услуг, и, связанное с этим, недостаточное понимание сущности лизинга, его достоинств, как у потенциальных лизингодателей, так и предприятий – потенциальных лизингополучателей.

Широкое распространение информации о преимуществах лизинга, деятельность лизинговых компаний, обладающих необходимым опытом, технологией, квалифицированным персоналом, позволит, учитывая потребности экономики Республики Беларусь и пожелания каждого клиента, разрабатывать наиболее подходящие схемы лизингового финансирования.

Несмотря на то, что лизинговые компании имеют возможность предложить вполне конкурентоспособные рыночные условия обслуживания привлеченных денежных средств клиентов, у многих потенциальных кредиторов остается определенное недоверие к способу оформления обязательств договорами займа. Для инвестора принципиальным является получение тех сведений о компании, которые позво-

лят оценить риски и принимать осмысленные инвестиционные решения о степени сохранности и доходности вложенных средств.

Положительной тенденцией выглядит составление в последние два года «Белорусским союзом лизингодателей» рейтинга лизинговых компаний по параметрам, описывающим как количественные результаты лизинговой деятельности, так и ее эффективность, финансовую устойчивость лизинговых компаний. Эта информация, несомненно, является полезной для потенциальных инвесторов и банковского сектора, а также способствует открытости белорусской экономики.

Одной из ключевых проблем лизинговых компаний является ресурсное обеспечение осуществления своего основного вида деятельности.

Размеры собственного капитала лизинговых компаний в настоящее время недостаточны для удовлетворения растущего спроса на лизинговые услуги и собственного динамичного развития. Это утверждение справедливо не только для независимых лизинговых операторов, но и для компаний, созданных при банковских структурах и крупных государственных промышленных производителях.

Необходим поиск стабильных заемных источников финансирования лизинговых компаний.

В настоящее время для белорусских лизинговых компаний основным источником финансирования с отработанными и стандартизированными процедурами получения денежных ресурсов остается механизм банковского кредитования.

Фактически монопольное обладание свободными денежными средствами не стимулирует в банковском секторе конкуренцию за клиента. Скорее наоборот, клиенты конкурируют за ограниченные ресурсы коммерческих банков. Статус лизинговой компании лишь создает дополнительные хлопоты в процессе кредитования, поскольку органами управления ряда банков эти компании рассматриваются в качестве реальных конкурентов на рынке финансовых услуг.

Следует отметить преимущественное положение компаний, созданных при банковских структурах.

Однако и этим компаниям необходимо осуществлять поиск альтернативных источников финансирования в сложившихся условиях. А именно: налаживать деловые контакты с финансовыми институтами сопредельных государств.

В связи с этим одним из направлений стимулирования деятельности лизинговых компаний является кредитование в банках-нерезидентах.

Географические сложности коммуникации с банками-нерезидентами окупаются определенными финансовыми результатами, но взаимоотношения с ними имеют свою специфику. Финансовые критерии оценки заемщиков и основные процедуры получения кредитов мало отличаются от внутренних. Главное преимущество – цена денежных ресурсов (для сравнения, процентная ставка по кредиту в Германии составляет 3-5 %), специфика – в средствах обеспечения исполнения кредитного обязательства.

Иностранный инвестор не имеет возможности оперативно контролировать состояние залога, поэтому использует наиболее надежные и понятные ему способы обеспечения.

Для расширения обеспечительных механизмов при внешних инвестициях необходимо наладить широкое использование гарантии банков-резидентов, на которых у нерезидента установлены лимиты необеспеченного финансирования.

Следует обратить внимание и на сотрудничество со странами дальнего зарубежья в сфере международного лизинга. Международный лизинг оборудования – это не что иное, как привлечение зарубежных инвестиций (но не в денежной форме, а в натурально-вещественной) в экономику Республики Беларусь, на условиях более льготных, чем отечественное долгосрочное кредитование из-за более низких процентных ставок, длительных сроков и экспорта налоговых льгот, предоставляемых правительствами развитых стран своим компаниям. Кроме того, немаловажным является тот факт, что Международный валютный фонд не учитывает сумму лизинговых сделок в подсчете национальной задолженности, т.е. существует возможность превысить лимиты кредитной задолженности, устанавливаемые Фондом.

Для дальнейшего развития лизинговой деятельности в Республике Беларусь, привлечения инвестиций необходимо предусмотреть дополнительные налоговые и таможенные льготы, в том числе: снижение или отмену таможенных пошлин, налога на добавленную стоимость в отношении оборудования, ввозимого на территорию Республики Беларусь и являющегося объектом международного финансового лизинга, для производства новых видов продукции, имеющих приоритетное значение для развития экономики.

Нашим производителям и предпринимателям нужно создать условия, при которых они стремились бы развивать лизинг. Для этого следует добиваться появления лизинговых сделок с достаточно длительными сроками действия (не менее 3-х лет). Ведь именно такие договора будут нести реальные инвестиции в экономику.

Возможно стимулировать банки предоставлять кредиты лизинговым компаниям, которые заключают длительные договора, путем предоставления им более широкого спектра льгот при долгосрочном кредитовании лизинговых сделок.

За счет развертывания лизинговых операций представляется реальным осуществить продвижение производимой отечественной промышленностью продукции на внутренний и международный рынок, обновление парка оборудования, не прибегая к крупным капиталовложениям, и в условиях низкой покупательной способности.

УДК 368.182.3

ЗАХАРЧУК Е.М.

СТРАХОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РИСКОВ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

*Научный руководитель – МОГОХ С.А. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Минск, Республика Беларусь*

Объективная необходимость страхования обуславливается существованием понятия риска как случайного события, которое может привести к ущербу. В широком смысле страхование обусловлено экономической необходимостью для общества иметь резервные фонды в связи с непредвиденными явлениями и случайностями как обязательный элемент общественного воспроизводства. Страхование, как сфера экономической деятельности, призвано обезопасить экономических субъектов от непредвиденных изменений, компенсировать их потери, обеспечить бесперебойную деятельность организаций.

Предпринимательство всегда сопряжено с неопределенностью экономической конъюнктуры, которая вытекает из непостоянства спроса-предложения на товары, деньги, факторы производства, из альтернативности сфер приложения капиталов и разнообразия критериев предпочтительности инвестирования средств, из ограниченности знаний об областях бизнеса и коммерции и многих других обстоятельств.

Страхование предпринимательских рисков является одним из наиболее эффективных инструментов развития и стимулирования не только предпринимательства, но и экономики в целом.

Существует множество классификаций предпринимательских рисков, но к основным видам рисков относятся: финансовые, коммерческие, инновационные, политические.

В Республике Беларусь услуги по страхованию тех или иных предпринимательских рисков предлагают все страховые компании за исключением компаний, специализирующихся на страховании жизни («Стравита», «Пенсионные гарантии»).

Белорусский страховой рынок признается динамично развивающимся, однако уровень его развития значительно ниже, чем в других странах. Основные проблемы белорусского страхового сектора, препятствующее его развитие, являются: приоритетное развитие обязательных видов страхования, низкая концентрация (менее 1 % от ВВП), ограничение возможностей государственных организаций выбирать страховщиков. В Республике Беларусь страховой защитой покрывается менее 10 процентов потенциальных рисков (против 90-95 процентов в

большинстве развитых стран), большая часть собственности предприятий не обеспечена страхованием.

Такие виды страхования, как страхование от перерывов в производстве, страхование в сельскохозяйственной деятельности, страхование экспортно-импортных операций, страхование экспортных кредитов с поддержкой государства, являются наиболее развивающимися на страховом рынке Республики Беларусь. Совершенствуется законодательная база (Указ Президента Республики Беларусь от 26 июня 2008г. №354 «О внесении изменений и дополнений в Указ Президента Республики Беларусь от 25 августа 2006г. №534»), что способствует все большей заинтересованности иностранных страховщиков в проникновении на белорусский рынок, в его инвестировании.

Основные направления и тенденции в развитии белорусского страхового рынка, в частности развития страхования предпринимательских рисков, связаны:

1. С мировыми процессами глобализации (формирование единого страхового рынка);
2. Мировыми процессами интеграции (свободное проникновение страховщиков на национальные страховые рынки);
3. Оптимизацией страхового законодательства в соответствии с международными принципами страховой деятельности;
4. Развитием международной торговли (деятельность Всемирной торговой организации, заключение международных договоров поставок);
5. Подготовкой проекта по вступлению Республики Беларусь в ВТО;
6. Увеличением количества предоставляемых международных кредитов;
7. Расширением международного инвестирования.

Для развития страхования предпринимательских рисков в Республике Беларусь также необходимо обеспечить свободное развитие предпринимательства, поддержку малому и среднему бизнесу; создать условия для привлечения иностранных инвесторов, вести активную деятельность по развитию международной торговли; организация точной и ясной отчетности предприятий с целью более эффективных оценок рисков.

УДК 338.24

ИВАНОВСКАЯ И.И, КОСТЮЧЕНКО Р.В.

ЦЕЛЕВАЯ СИСТЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Научный руководитель – КОВАЛЕНКО С.А. – кандидат с.-х. наук, доцент
Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,
Гомель, Республика Беларусь

Современное общество живет в период, одну из характерных черт которого составляет информатизация. Информация есть знание об особом факте, событии или ситуации. Менеджеры в организациях используют информацию, чтобы анализировать и решать проблемы. Они зависят от информации. Люди имеют обыкновение думать об информации не больше, чем они думают о воздухе, для того, что бы дышать. Трудно недооценить роль информации в обществе, особенно в экономической сфере, где информация требует систематизированного подхода. Если рассматривать информацию в деловой сфере, то необходимо было бы сказать, что предпринимательство просто немыслимо без нее.

Например, исследование сегментов рынка требует достоверной, неискаженной информации. Чтобы с уверенностью получить намеченный результат коммуникации, процессом передачи информации необходимо управлять. Социальная жизнь начинается с коммуникации, а информация является тем, чем люди обмениваются при процессе коммуникации. Непосредственной целью информационного менеджмента является систематизация имеющихся принципов: передачи, хранения, отслеживания информации, в определенный алгоритм, для упрощения получения поставленных целей и задач.

Информация – это сведения, которые снижают неопределенность наших знаний о тех или иных объектах или процессах (например, бизнесе). Постоянная тенденция перемещения трудовых ресурсов из сферы материального производства в информационную сферу, одно из доказательств информатизации экономики. Так по данным ЮНЕСКО, в настоящее время более 50% всего занятого населения наиболее развитых стран прямо или косвенно принимают участие в процессе производства или распространения информации. Причем в США в этой сфере к началу 80-х годов было занято уже около 60% всех работающих.

Управление информацией представляет собой процесс разработки и отслеживания стратегий, которые извещают целевых потребителей о

преимущество данного товара по сравнению с аналогами конкурентов. На белорусском рынке потребители ежедневно подвергаются воздействию сотен коммерческих сообщений. Эти сообщения мы получаем из рекламы, которую мы слышим по радио, когда едем на работу или возвращаемся с нее, с рекламных щитов расставленных вдоль дороги, из купонов раздаваемых владельцем кафе, расположенного по соседству с офисом, из телефонного звонка коммивояжера, предлагающего, например, систему очистки воды. То есть качественное управление информацией и людьми ею обладающими, на сегодняшний день является основной задачей менеджера по управлению информацией.

Правильно переданная информация поможет вам как производителю, достичь необходимых результатов, а потребителю правильно сориентироваться на рынке товаров. Современное общество сейчас практически находится на пороге полной компьютеризации, что подразумевает собою использование таких каналов как Internet, то есть глобализация информации повсеместно. Технический прогресс вносит существенные изменения, как в каналы распределения, так и в каналы коммуникации. Эти изменения воздействуют на работу СМИ, обеспечивая конкурентные преимущества тем рекламодателям, которые первыми подхватывают и внедряют новые технологии. Из перечисленных факторов можно понять насколько важную роль в нашей жизни играет полноценная информация, а управление тем более.

Методы информационного менеджмента. При управлении информацией и людьми ею обладающей используются такие методы как:

1. Стимулирование сбыта – которое представляет собой временно действующие стимулы денежного или иного характера, которые поднимают воспринимаемую значимость товара или услуги. Производители предлагают купоны, розничные продавцы регулярно устраивают распродажи, а учреждения сферы услуг предлагают дополнительный сервис за те же деньги (цену). Стимулирование продаж, как можно будет заметить, должно дойти до потребителя через рекламу. Однако оно отличается от рекламы тем, что значимость, придаваемая товару, является краткосрочной.

2. Реклама – основной метод, которым пользуются маркетологи, чтобы достичь потребителя. Посредством этого метода маркетологи пытаются информировать своих клиентов о позиционировании товара (о его уникальных характеристиках или низкой цене) в надежде на то, что эта информация поможет потребителю выбрать именно их товар.

3. Личные продажи – организуются для продвижения сложного товара, требующего интенсивного информационного обмена между покупателями и производителями. Некоторые компании (такие как

Avon) используют данную форму коммуникации даже для относительно простых товаров, желая установить долгосрочные личные отношения с потребителем.

4. «Паблисити» (популяризация, содействие известности) предполагает донесение информации о товаре до рынка через СМИ. Хотя паблисити не может быть объектом купли – продажи, при условии правильного применения оно может обеспечить компании ряд преимуществ. Если произведенный товар интересен, он может вызвать любопытство СМИ, которые захотят подать его зрителям или слушателям в форме новостей.

Кроме того, в последнее десятилетие наблюдается повышение интереса к так называемому прямому маркетингу (связей с общественностью) в целях создания благоприятного образа товара. Хотелось бы упомянуть о том, что СМИ при продвижении рекламы товара очень часто производит эту рекламу не специально, то есть, например, в новостях объявить об открытии новой фирмы, компании, появлении на рынке новых услуг. Для некоторых новых товаров выбор информационного канала так же важен, как выбор канала распределения. Процессы целевой и контактной сегментации предполагают выбор такого СМИ (носителя рекламы), которое охватывает аудиторию с наиболее привлекательными и определенными характеристиками. Каждый тип носителя рекламы имеет присущие только ему слабые и сильные стороны и свою структуру издержек.

Таким образом, можно сказать, что в настоящее время в современных условиях хозяйствования информационный менеджмент является одним из главных элементов управления предприятием.

УДК 331.23

ИГНАТОВИЧ Е.А.

СОВРЕМЕННЫЙ СТИМУЛИРУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ ОПЛАТЫ ТРУДА РАБОТНИКОВ ТОРГОВЛИ

Научный руководитель – БЕЛЬЧИНА Е.М. – ст. преподаватель

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
Минск, Республика Беларусь

На современном этапе, в период нестабильной работы мировой и национальной экономики, оплата труда работников предприятия приобретает немаловажное значение. С одной стороны оплата труда работников является статьей затрат предприятия, которые включаются в себестоимость продукции, работ и услуг; с другой стороны – мотивацией к труду, прямо пропорциональной величине оплаты труда при необходимых и достаточных условиях труда.

В белорусской экономике в последнее время одной из приоритетных проблем на микроэкономическом уровне является проблема реализации произведенной продукции и мотивация персонала отделов маркетинга и сбыта. Для решения поставленных задач Правительством Республики Беларусь в 2009 г. был принят ряд нормативных документов и изменений и дополнений в них в сфере оплаты труда работников предприятиях всех отраслей экономики.

В соответствии с нормативной базой в сфере оплаты труда нами были разработаны два способа оплаты труда работников собственной торговой сети сельскохозяйственного предприятия.

Первый способ оплаты труда работников базируется на Постановлении Министерства труда и социальной защиты № 123 с изменениями и дополнениями от 23.03.2009 г. [1]. Сущность метода заключается в том, что тарифная ставка работника торговли может увеличиваться до 300 % в зависимости от объема товарооборота, приходящегося на одного работника данного торгового объекта, без учета оптовых продаж. При соблюдении правил торговли, отсутствии жалоб со стороны покупателей работнику устанавливается ряд надбавок, доплат и премий, которые рассчитываются от величины тарифной ставки работника с учетом повышения до 300 % в зависимости от величины, полученного товарооборота на одного работника данного торгового объекта без учета оптовых продаж.

Результаты изменения заработной платы приведены в табл.1. Расчет произведен для продавца 6-го разряда. Процент повышения тарифной ставки работника по Декрету № 2 составляет 10 % (надбавка за работу по контракту), процент повышения тарифной ставки работника по Постановлению № 1748 составляет 10 % (надбавка за высококвалифицированный труд). Надбавка за стаж работы в организации – 5 %.

Надбавка за освоение и использование новых информационных технологий (кассовых терминалов) составляет 10 %. Премия за реализацию доведенного объема задания – 10 %. Тарифная ставка первого разряда, действующая в организации – 158 000 руб.

Т а б л и ц а 1. Особенности формирования заработной платы работников в зависимости от размера товарооборота

Номер торгового объекта	Тарифная ставка (ТС), руб.	Процент повышения ТС в зав-ти от размера товарооборота, %	ТС работника с учетом повышений, руб.	Сумма надбавок, доплат и премий, руб.	Заработная плата работника, руб.
1	300 200	90	630420	157605	788025
2	300 200	150	810540	202635	1013175
3	300 200	60	540360	123090	675450
4	300 200	60	540360	81054	621414
5	300 200	30	420280	105070	525350
6	300 200	40	540360	123090	675450
7	300 200	30	420280	63042	483322
8	300 200	40	540360	81054	621414
9	300 200	30	420280	63042	483322

Примечание – условия повышения ТС разработаны на основании проведенного исследования объема товарооборота, приходящегося на 1 работника конкретного торгового объекта.

Таким образом, по данным табл.1 при одинаковых тарифном разряде и размерах надбавок и премии размер заработной платы работников отличается. Данное отличие есть результат разного объема товарооборота, приходящего на одного работника торгового объекта (столбец «Процент повышение ТС в зависимости от размера товарооборота, %», табл.1).

Второй способ оплаты труда работников торговли КУП «Цветы столицы» основан на Указе Президента Республики Беларусь № 49 «О некоторых вопросах стимулирования реализации продукции (работ, услуг) в 2009 г.» от 23 января 2009 г. [2]. Сущность данного метода состоит в том, что к тарифной ставке работника прибавляется определенный процент от выручки от реализации продукции, работ и услуг, дифференцируемый в зависимости от объема выручки.

Результат использования второго способа приведен в табл.2. По данным табл.2, заработная плата работников, рассчитанная по второму варианту, также различна при одинаковой тарифной ставке. Дифференциация заработной платы является следствием различного объема торговой выручки, приходящейся на одного работника по различным торговым объектам, что нашло отражение в размере процента вознаграждения.

Т а б л и ц а 2. Особенности формирования заработной платы работников с учетом объема выручки от реализации продукции

Номер торгового объекта	Тарифная ставка (ТС), руб.	Процент вознаграждения в зависимости от объема выручки от реализации продукции, %	Зарплата работника, руб.
1	300 200	3	894 507
2	300 200	1,9	987 446
3	300 200	3,5	687 008
4	300 200	4,7	694 341
5	300 200	7	461 141
6	300 200	7	576 539
7	300 200	7	496 251
8	300 200	7	559 200
9	300 200	7	503 251

Таким образом, разработанные нами способы оплаты труда работников собственной торговой сети сельскохозяйственного предприятия, на примере КУП «Цветы столицы», позволяют продифференцировать заработную плату работников при одинаковых тарифных ставках. В зависимости от личного вклада каждого работника происходит дифференциация заработной платы. Личный вклад работника выражается в размере выручки от реализации продукции или товарооборота, приходящегося на одного работника торгового объекта. Увеличение объемов реализации позволит работникам увеличить их заработную плату, а значит, мотивирует их в сторону увеличения объемов продаж продукции при соблюдении правил торговли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инструкция о порядке применения Единой тарифной сетки работников Республики Беларусь: Постановление Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 20 сентября 2002 № 123 (в ред. постановления от 23.03.2009 г. № 40) // СИБ «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. Дата доступа: 15.10.2009 г.
2. Некоторые вопросы стимулирования реализации продукции (работ, услуг) в 2009 г.: Указ Президента Республики Беларусь от 23 января 2009 г. № 49 // СИБ «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. Дата доступа: 15.10.2009 г.

УДК 339.137.22

ИЛЮШИНА Е.А.

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ БАНКА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Научный руководитель – ХРУСЬ Е.А. – ассистент

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Для обеспечения прочного положения на рынке услуг и увеличения объемов активных операций банкам необходимо постоянное наращивание ресурсной базы. Цель каждого банка – привлечь как можно больше клиентов, чтобы продавать им больше банковских услуг и, как следствие, получить больше прибыли. В современных условиях любой банк, который хочет быть конкурентоспособным, должен быть клиентоориентированным, т.е. таким, в котором клиент на всех уровнях управления получает поддержку и реализацию своих требований [5]. Понятие клиентоориентированности отражает место интересов клиента в системе приоритетов деятельности банка.

Расширение клиентской базы является одним из направлений маркетинговой стратегии любого банка. При этом банку необходимо найти клиента, привлечь, удержать и «вырастить» или развить своего клиента, т.е. заинтересовать его в постоянном потреблении банковских продуктов именно этого банка. Важнейшую роль в осуществлении маркетинговой деятельности в банке играют выяснение нужд и желаний клиентов, разработка банковских продуктов, формирование цены, доведение информации до потребителей и предоставление им продукта по наиболее подходящим каналам [1].

При решении задачи поиска и привлечения клиентов большую роль играет ориентация банка на определенную категорию потребителей банковских услуг, доступность услуг, включая удобство территориального расположения отделений и филиалов, специфика деятельности банка, спектр и качество предоставляемых услуг. В настоящий момент из 32 действующих банков 6 имеют лицензию на оказание услуг (не включая расчетно-кассового обслуживания) только юридическим лицам. Кроме того, ОАО «РРБ – Банк» имеет право на открытие и ведение счетов лишь юридических лиц, а действие лицензии Международного резервного банка в части привлечения средств во вклады (депозиты) и открытия и ведения счетов физических лиц приостановлена до 01.01.2010 г. [4]. Таким образом, реальную возможность оказания услуг всем категориям потребителей банковских продуктов имеет 75% белорусских банков. Благодаря развитой филиальной сети наиболее

доступны услуги Беларусбанка (98 филиалов), Белагропромбанка (93 филиала), БПС–Банка и Белвнешэкономбанка, имеющих 36 и 24 филиала соответственно.

В настоящее время проявляется тенденция универсализации банковских услуг, т.е. наряду со спецификой банка в оказании каких-либо уникальных услуг или обслуживании определенного сектора экономики, существует практика параллельного предложения банковских продуктов широкому кругу потребителей. Чем больше перечень предоставляемых услуг, тем больше они смогут их предложить различным клиентам. Наиболее полным спектром предоставляемых продуктов (включая депозиты, кредиты, открытие и ведение счетов, валютно-обменные операции, доверительное управление, РКО, факторинг и др.) обладает 62,5% банков, причем только 25% всех банков имеют лицензию на осуществление операций с драгоценными металлами и камнями [4].

С точки зрения клиента критериями качества выступают: скорость обслуживания, быстрота осуществления операций, точность в документации, грамотный консалтинг, репутация банка и т. п. Естественно, что качество услуг сопоставляется с их ценами. Активное внедрение и использование современных технологий привело к широкому использованию пластиковых карточек, СМС-банкинга, М-банкинга и Интернет-банкинга, являющихся наиболее быстрыми и удобными способами оказания банковских услуг. Выпуском пластиковых карточек имеют право заниматься все банки без исключения, а виртуальный банкинг использует около половины крупнейших банков: Приорбанк, Белагропромбанк, БПС–Банк, Белвнешэкономбанк, Паритетбанк, Минский Транзитный Банк и др. [3].

Чтобы заинтересовать клиента, банки разрабатывают «привлекательные» предложения. Так, помимо услуг для всех желающих («Просто Кредит» от Приорбанка, вклады «Столичный» (Банк Москва-Минск), «Капитал», «Накопительный» от Беларусбанка), банки предоставляют свои продукты пенсионерам (вклад «Пенсионный» от Беларусбанка, специальные виды социальных вкладов от БПС-Банка, Банка ВТБ (Беларусь), Белинвестбанка) [3]. Банки усиливают и позиционируют восприятие своего бренда в основном через рекламные игры и акции («Счастье прикатило» (розыгрыш среди вкладчиков автомобиля) – Белагропромбанк; «Международная карточка Visa Electron всего за 1 доллар» или «Кружка каждому вкладчику» – Паритетбанк) [3]. Названия статей, размещаемых на сайтах, также носят рекламный характер: «Длинные» деньги – дешёвые кредиты», «Белаг-

ропромбанк - банк подарков!» (Белагруппбанк), «Банк ВТБ (Беларусь): купить квартиру? С нами это просто!».

Удержанию клиента и развитию с ним долгосрочного сотрудничества способствует применение системы «Клиент–Банк», которая представляет собой многофункциональный комплекс, позволяющий клиентам банка осуществлять в режиме реального времени платежи, а также получать широкий спектр актуальной финансовой информации без непосредственного обращения в банк. Эту систему активно продвигают Беларусбанк, Белагруппбанк, Паритетбанк, Приорбанк, Белинвестбанк и другие. ОАО «Белагруппбанком» применяется система развития клиента «Линия роста», позволяющая клиентам, стремящимся надёжно и выгодно разместить свои денежные средства, автоматически перевести открытый депозит в систему сбережений, с возможностью выбора наиболее подходящих для клиента условий.

Способность банка привлекать большое количество клиентов, быстро реагировать на изменение их потребностей и умение предложить нужный продукт в нужное время и нужному клиенту, укрепляет конкурентную позицию банка. Таким образом, конкуренция выст упает своеобразным стимулом, вынуждая банки разрабатывать новые предложения и совершенствовать уже имеющиеся.

ЛИТЕРАТУРА

1. А л е к с у н и н, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник, / В.А. Алексунин. М.: издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. 516 с.
2. Информационный сборник «Банковский сектор Республики Беларусь. Краткая характеристика устойчивости функционирования». Код доступа: <http://www.nbrb.by/system/banksector> Дата доступа: 06.11.2009.
3. К у р ц е в и ч, И. Банковские продукты на рынке Беларуси и их продвижение. Код доступа <http://www.bankir.ru/publication/article/1383036>. Дата доступа: 30.10.2009
4. Реестр лицензий на осуществление банковской деятельности по состоянию на 06.11.2009. Код доступа: <http://www.nbrb.by/system/reestr.asp> Дата доступа: 06.11.2009.
5. Ч и ж о в, Н.А. Управление клиентской базой банка: практ. пос-е / Н.А. Чижов. М.: Изд-во «Альфа-пресс», 2007. 284 с.

УДК 338.124.4:621.43

КАМЕНКОВ Р.С.

ВЛИЯНИЕ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА НА РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ GENERAL MOTORS

Научный руководитель – КОЛЕНЬКОВА Л.В.

Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,
Гомель, Республика Беларусь

Затрагивая эту тему, я, пожалуй, хотел бы начать с того, что еще Джордж Буш, будучи президентом США, объявил о решении предоставить государственную помощь автопроизводителям в США, заявив о недопустимости коллапса американской автоиндустрии в условиях финансового кризиса.

«В условиях кризиса и рецессии позволить американской автоиндустрии рухнуть не будет ответственным курсом действий», – заявил Буш, выступая в пятницу в Белом доме.

Буш объявил о «предоставлении кредитов» для автопроизводителей федеральным правительством США.

«Они дадут автопроизводителям три месяца для того, чтобы выработать планы по реструктуризации с целью превратиться в жизнеспособные компании», – сказал Буш, добавив, что кредиты рассчитаны на срок до 31 марта. Глава Белого дома сообщил также, что кредиты будут предоставлены из средств программы по стабилизации американских финансовых рынков, одобренной осенью конгрессом США.

«Если какая-либо компания не предоставит жизнеспособный план к 31 марта, она будет обязана вернуть федеральный кредит», – сказал Буш.

Давайте посмотрим, как восприняли эти слова главы крупнейших компаний по производству автомобилей.

General Motors (далее GM) не исключает вероятности банкротства. Это говорится в опубликованном заявлении американского автогиганта, переживающего серьезные финансовые трудности.

«Наше строгое предпочтение – завершить реструктуризацию без суда. Тем не менее, GM предпримет все необходимые меры для успешной реструктуризации компании, которая может включать и процесс, контролируемый судом (по делам о банкротстве)», – говорится в заявлении. Ранее в понедельник специальная комиссия, созданная нынешним президентом США Бараком Обамой для оценки состояния гигантов национальной автоиндустрии – General Motors и Chrysler, – назвала планы этих компаний по выходу из кризиса нежизнеспособными.

В двух отдельных докладах специальная комиссия президента США проанализировала дальнейшие возможные перспективы обеих компаний и их несогласие с прошлогодним соглашением с правительством страны, согласно которому GM и Chrysler получили 17,4 миллиарда долларов, чтобы «остаться на плаву».

В случае с GM комиссия отметила значительный прогресс в осуществлении плана по оздоровлению компании, который, однако, еще «слишком медленный», в результате чего GM все еще находится позади своих конкурентов. Эксперты выразили уверенность, что «будет целесообразно иметь дело с GM, если компания и ее акционеры введут значительно более агрессивный план по реструктуризации».

Ранее в понедельник было объявлено об отставке главы General Motors Рика Вагонера, согласившегося покинуть свой пост после соответствующей просьбы администрации Обамы. Новым главой General Motors станет Фриц Хендерсон, совмещающий в настоящее время посты президента и главного оперативного директора GM. Отставка Вагонера была условием для предоставления пакета правительственной помощи компании.

Президент США намерен объявить подробности плана по поддержке автоиндустрии. Также Обама даст ответ на просьбу GM и Chrysler о выделении дополнительной финансовой помощи. Источники в промышленных кругах заявляют, что правительство готовит жесткую программу оздоровления отрасли, которая затронет все уровни автомобильных компаний.

Как сообщает «РИА Новости» (по данным на 26 января 2008 года) – американская автомобилестроительная корпорация General Motors Corp. в ближайшие полгода сократит 2 тысячи сотрудников на своих заводах в штатах Мичиган и Огайо, а еще на девяти предприятиях остановит производство на несколько недель из-за резкого спада продаж.

Об очередном сокращении производства стало известно через месяц после того, как GM временно закрыла 20 своих предприятий в Северной Америке по причине существенного снижения спроса на автомобили. Именно это произошло и было осуществлено. Большая часть сотрудников была лишена работы, для сокращения затрат.

По итогам 2008 года General Motors уступила титул крупнейшего в мире производителя автомобилей, который она удерживала почти 80 лет, японской Toyota Motor Corp. В прошлом году продажи американского концерна по всему миру составили 8,35 миллиона автомобилей. Toyota в 2008 году продала 8,97 миллиона автомашин.

General Motors проиграла концерну Toyota, несмотря на рекордно высокие продажи в Латинской Америке, Африке, на Ближнем Востоке и в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

В четвертом квартале 2008 года продажи GM в мире снизились на 26 % по сравнению с аналогичным периодом 2007 года – до 1,7 миллиона автомобилей.

По последним новостям известно, что крупнейшие американские автопроизводители объявили о значительном снижении уровня продаж в США. Из «большой тройки» американского автопрома наихудшие результаты продемонстрировал Chrysler, чьи продажи в 2008 году составили менее 1,5 миллиона автомобилей, что на 30% меньше по сравнению с предыдущим годом. Годовые продажи General Motors упали на 23 %, при этом компания осталась на первом месте по количеству реализованных автомобилей – 2,98 миллиона штук. Компания Ford Motor заявила о 1,98 миллиона проданных автомобилей – на 21 % хуже чем в 2007 году.

В декабре правительство США приняло решение предоставить основным автопроизводителям кредитов в размере 13,4 миллиарда долларов для поддержания отрасли в условиях экономического кризиса.

Если же проводить аналогию с крупными компаниями, других стран, то продажи автомобилей в Испании выросли в октябре 2009 года на 26,4 % по сравнению с октябрём 2008 года.

В октябре текущего года в стране было продано 98 тысяч 202 легковых машины (включая внедорожники) против 77 тысяч 700 автомобилей за тот же период 2008 года. По мнению экспертов, это говорит о начале выхода авторынка из кризиса.

Больше всего в октябре увеличились продажи таких марок, как Citroen, Renault и Peugeot. В сентябре 2009 года продажи автомобилей в Испании выросли на 18 % по сравнению с тем же месяцем прошлого года. Эксперты считают, что на изменение тенденции повлияли антикризисные меры, принятые правительством, которые начали внедряться в июне. В частности, тем, кто решил поменять свой старый автомобиль, старше 10 лет, на более экологичный, предоставляется скидка, доходящая в разных автономиях до 2,5–3 тысяч евро.

В качестве заключения следует отметить то, что даже такая крупная компания как GM потеряла много средств и определенных экономических и иных позиций. Можно сказать, что компания медленно идет ко дну, и мировой финансовый кризис помогает ей в этом. Нам же остается лишь наблюдать за дальнейшими действиями этой процветающей и развивающейся ранее компании, и гадать, что же принесут с собой дальнейшие действия глав этого автогиганта.

УДК 338

КАМЕРА В.В., ГРИНАШ А.М.

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА
(НА ПРИМЕРЕ КЛЕЦКОГО РАЙОНА)**

Научный руководитель – КУНЦЕВИЧ О.Г. – преподаватель

УО «Барановичский государственный университет»,

Барановичи, Республика Беларусь

Согласно основным направлениям социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2010 года, важнейшей целью является достижение устойчивого экономического роста и на этой основе обеспечение основных параметров оздоровления народа и повышения уровня его благосостояния. Основные задачи на период до 2010 года:

- расширение рынков сбыта в странах СНГ и дальнего зарубежья путем повышения качества и конкурентоспособности белорусских товаров, снижение издержек производства;

- совершенствование механизмов трансформации внутренних накоплений в инвестиции для приоритетных отраслей и производств;

- улучшение финансовых результатов работы государственных и приватизированных предприятий;

- развитие рыночной инфраструктуры;

- переход на системы управления качеством продукции в соответствии с международными стандартами на большинстве предприятия [1].

При этом предполагается исходить из необходимости учета следующих ограничений, имеющих важное значение для экономической безопасности страны: в сфере экономики – рациональное использование основного капитала, развитие научно-технических, производственно-технологических потенциалов, необходимых для жизнеобеспечения, экономического роста и укрепления независимости страны.

Поэтому сегодня в соответствии с этими положениями представляется важным изучение активности развития регионов страны.

Для проведения исследования выбран Клецкий район.

Клецкий район, где традиции органично сочетаются с современными технологиями, по праву входит в число передовых в республике. Умело используя собственные ресурсы, местные земледельцы вышли на качественно новый уровень и стали победителями республиканского соревнования за 2007 год на уборке зерновых. Перспективные инвестиционные проекты осваивают промышленные предприятия районного центра. Отдача от их реализации ощущается уже сегодня [1].

На сегодняшний день район динамично развивается по всем направлениям. При этом они не только реально оценивают потенциальные возможности дальнейшего роста, но и учитывают особенности своеобразного менталитета местных жителей, традиционного уклада их жизни, в основе которого вот уже на протяжении столетий остаются хозяйственность и трудолюбие. Главной отраслью здесь является сельское хозяйство с хорошо развитым животноводством, в основе которого – наличие высокопроизводительного дойного стада. Сегодня маслодельный комбинат – это одно из крупнейших молочных предприятий Минской области, оснащенное самым современным отечественным и импортным оборудованием, на котором работают высококвалифицированные специалисты. Основными видами продукции предприятия являются сухое обезжиренное молоко и масло животное. Более 70% этой продукции идет на экспорт, в основном в Россию, а в прошлом году даже и в Сингапур. Доход от экспорта составил в 2007 году около 30 млн. долларов [1]. На комбинате выпускается более 70 видов продукции, ассортимент которой постоянно обновляется и расширяется. Технологи предприятия первыми в республике разработали уникальную рецептуру приготовления зерненного творога.

Продукция ОАО «Клецкий маслодельный комбинат», несмотря на серьёзную конкуренцию, завоевала прочные позиции на внутреннем и внешних рынках. Кстати, на предприятии не применяются консерванты и практически не используют красители. Это хорошо для покупателей, а вот на экономику комбината, как оказывается, влияет своеобразно. В связи с высокими ценами на натуральное сырье и ограниченными сроками реализации продукции из него, понятно, что рентабельно работать без применения элементов консервации не получится. Здесь существует тонкая грань, которую надо почувствовать, чтобы найти компромисс между повышением качества и снижением себестоимости. В этом помогает техническое переоснащение производства, которое на предприятии ведется постоянно. Так, в 2007 году освоено инвестиций на сумму 3 млрд. 915 млн. рублей. В нынешнем году планируется начать реализацию проекта по реконструкции и расширению производства сухого цельного молока. Ожидаемый объем инвестиций составит 6,5 млрд. рублей [1]. А ещё на предприятии отлично знают сегодняшнюю цену энергоресурсов и теплоресурсов и умеют экономить. Здесь установлены приборы учета тепла и электроэнергии, воды и газа, налажен коммерческий учет. Сведя все показания в компьютерную базу, можно получить полную картину энергозатрат и их динамику, провести точный анализ. Кроме того, свои газовые мини-котельные начали работать на сушке. Благодаря этому удалось значи-

тельно снизить себестоимость сухого молока, что сделало его конкурентоспособным экспортным продуктом с высокой рентабельностью.

По примеру крупных городов своеобразная промышленная зона образовалась и в 10-ти тысячном Клецке. Предприятия компактно разместились на окраине, что дает преимущества для местной экологии. Старейшее из них – консервный завод. Еще несколько лет назад РУП «Клецкий консервный завод» было в нелегком экономическом положении. Выручили коренное техническое перевооружение, разработка новых видов витаминной продукции, грамотная маркетинговая политика. На первом этапе реконструкции было установлено современное оборудование по смешиванию компонентов, фасовке, укупорке, оформлению готовой продукции. Кстати, уже по итогам минувшего года предприятие вышло на положительный показатель рентабельности.

В 2007 году «Клецкий консервный завод» сертифицировал производство детского питания по системе управления качеством и безопасностью пищевой продукции на основе принципов анализа рисков и критических контрольных точек (НАССР), также систему менеджмента качества на соответствие требованиям ISO 9001. Получение этих сертификатов позволит повысить качество продукции, и будет способствовать ее продвижению на внешних рынках [1].

Новый производственный отсчет начало и унитарное предприятие «Клецкий механический завод». В конце минувшего года оно включено в состав ПО «БелавтоМАЗ» и вместо морально устаревших изделий (электрокипятильники, утюги) будет теперь выпускать нужные автомобилистам детали. На модернизацию производства выделено 200 млн. рублей. Перспективные инвестиционные проекты реализуют также ОАО «Клецкий комбикормовый завод», КУП «Клецкое ЖКХ», которое займется реконструкцией насосной станции на водозаборе «Лань».

Словом, по всему видно: и у небольшого города – большие планы, а главное – точные расчеты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Основные направления социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2010 года./Сост. М.И. Плотницкий. Минск: ООО «Мисанта», 2002. 111 с.
2. «Экономика Беларуси. Economy of Belarus» №1 (14) 2008г.

УДК 338

КАЧАН О.А.

**ОРГАНИЗАЦИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОРМОВОЙ
БАЗЫ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Научный руководитель – АНЧАК И.Н.

УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

Кормовой подкомплекс АПК – совокупность отраслей сельскохозяйственного и промышленного кормопроизводства, занятых производством кормов и кормовых добавок, их хранением, приготовлением и реализацией потребителю. Он включает также предприятия по производству и производственно-техническому обслуживанию специализированных средств производства, ведению научных исследований, подготовке и переподготовке кадров для кормопроизводства и другие.

Важнейший показатель состояния развития кормовой базы – оплата корма продукцией животноводства. Недостаток кормов и недокорм животных отрицательно сказываются на окупаемости кормов продукцией животноводства. Из-за хронического недокорма и связанной с ним невысокой продуктивности животных фактический расход кормов на единицу их продукции во многих хозяйствах республики на 25-30% выше нормативного уровня. Особенно большой экономический ущерб наносит хронический дефицит переваримого протеина.

Показатели использования земли – урожайность кормовых культур, выход кормов с сенокосов и пастбищ пока остаются на низком уровне, что сказывается на окупаемости затрат в земледелии и опосредованно через корма в животноводстве, резко уменьшая продуктивность скота и птицы вследствие недостатка кормов, что показано в табл.1.

Т а б л и ц а 1. Урожайность кормовых культур в сельскохозяйственных организациях республики, ц /га

Культура	Год				
	2004	2005	2006	2007	2008
1	2	3	4	5	6
Зерновые и зернобобовые	19,7	24,6	23,8	29,5	27,8
в том числе: зернобобовые	15,3	18,5	21,1	25,5	21,5
картофель	100	97	142	189	146
корнеплоды	30,3	200	312	369	305
Многолетние травы: на сено	26,3	22,7	26,3	28,4	30,4

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6
Однолетние травы на	75	67	84	91	87
Кукуруза на силос и	161	115	186	176	208
Силосные (без кукурузы)	96	86	115	--	--
Улучшенные сенокосы	18	17	20	21,2	23,4
Улучшенные пастбища	102	84	101	111	117

Необходимо также отметить и динамику основных показателей кормопроизводства по Брестской области, которая отражена в табл.2.

Таблица 2. Динамика основных показателей кормопроизводства в Брестской области за период с 2003 по 2008 годы

Показатель	Годы					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Посевная площадь кормовых культур, тыс. га	320,5	303,1	303,8	302,7	314,1	344,2
Валовый сбор кормовых культур, тыс. тонн к.ед.	1304,7	931,4	1126,8	1099,8	838,6	935,5
Сбор кормовых культур с 1 га пашни ц. к.ед.	41,3	30,7	37,3	36,8	26,9	27,3

Из приведенной таблицы видно, что посевные площади кормовых культур в Брестской области постоянно изменялись; в 2004 году по сравнению с 2003 годом посевные площади снизились на 17,4 тысяч гектар, позже за период с 2004-2006 годы посевные площади кормовых культур в Брестской области практически не изменились, но начиная с 2006 года происходит постоянное повышение посевных площадей, в 2007 году по сравнению с 2005 они увеличились на 11,4 тыс. га, а в 2008 году по сравнению с 2007 на 30,1 тысяч гектар, с 2006 на 41,5 тысяч гектар.

Современный уровень развития кормовой базы отстаёт от потребностей животноводства. Обеспеченность его кормами и кормовыми добавками остаётся недостаточной. При годовой норме 40-42 центнера кормовых единиц на одну условную голову скота фактически скармливается не более 34-36 центнеров кормовых единиц.

Решение проблемы увеличения производства кормов и улучшения их качества связано с усилением интенсификации всего земледелия, получением максимума продукции с каждого гектара продуктивных сельхозугодий и на каждую единицу производственных ресурсов.

Эффективность интенсификации кормопроизводства находится в В системе факторов и мер интенсификации наряду с химизацией земле-

деля самым неотложным является решение проблемы технического оснащения. Высокопроизводительная сельскохозяйственная техника позволяет многократно экономить живой труд, сокращать затраты средств и потери продукции, снижать себестоимость.

В повышении эффективности кормопроизводства весьма значительная роль науки и научно-технического прогресса, реализация достижений которых позволяет практике увеличивать производство высококачественной продукции на единицу используемых затрат и ресурсов. Ускорение развития науки в селекции, зоотехнии, химизации, технологиях, экономических исследованиях будет способствовать качественным преобразованиям производительных сил и производственных отношений, столь необходимым для динамичного развития аграрного сектора экономики и страны в целом.

УДК 339.5:339.166.82(476)

КИСЕЛЕВИЧ М.Л.

**СОСТОЯНИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ В РЕСПУБЛИКЕ
БЕЛАРУСЬ**

*Научный руководитель – ГРИДЮШКО Д.Н. – ст. преподаватель
УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
Минск, Республика Беларусь*

Занимая сравнительно небольшую территорию с численностью населения, не превышающей 10 млн. человек, Беларусь экспортирует огромный ассортимент товаров и услуг, начиная от продуктов питания и заканчивая продукцией тяжелой промышленности, многие из которых широко известны во всем мире и занимают значительные сегменты мирового рынка.

Однако сегодня, вопросы внешнеэкономической деятельности Беларуси становятся все более актуальными. Разразившийся мировой экономический кризис оказывает негативные воздействия на экономические процессы в большинстве стран мира. Не стала исключением и Республика Беларусь, экономика которой ощущает отрицательные внешние воздействия с осени 2008 года. Первопричинами являются: снижение внешнего спроса на товары и услуги, резкое сокращение внешних и внутренних кредитных ресурсов [1].

Все отрасли народного хозяйства Республики Беларусь, поставляющие свою продукцию на экспорт, подверглись влиянию кризиса, что привело к затовариванию складов, снижению экспортной выручки.

В меньшей степени пострадало сельскохозяйственное производство, являющееся гарантом обеспечения продовольственной безопасности, которая, в свою очередь, является условием независимости государства. Во внешней торговле Беларуси сельскохозяйственными и продовольственными товарами в период с 2000 по 2008 годы наблюдались положительные тенденции: оборот этих видов продукции увеличился более чем в 3,2 раза, рост экспорта составил 433,0%, импорта – 275,0%, сальдо внешней торговли этими товарами ежегодно увеличивается [2, 3].

Однако с конца 2008 – начала 2009 года негативные тенденции коснулись и экспорта продовольственных товаров и продукции сельского хозяйства. Для определения влияния мирового экономического кризиса на внешнюю торговлю продовольственными товарами, рассмотрим объемы внешней торговли продовольственными товарами за

январь-август 2009 года и сравним с аналогичным периодом 2008 года (таблица).

**Объем внешней торговли продовольственными товарами
за январь-август 2009 года**

Показатели	Январь-август 2008 года, млн. долл. США	Январь-август 2009 года, млн. долл. США	Январь-август 2009 года к январю-августу 2008 года	
			прирост, уменьшение, млн. долл. США	в процентах
Объем внешней торговли продовольственными товарами	2790	2375,4	-414,6	85,1
Экспорт	1488	1383,6	-104,4	93,0
доля продовольственных товаров в общем объеме экспорта, %	6,3	10,6		
Импорт	1302	991,8	-310,2	76,2
доля продовольственных товаров в общем объеме импорта, %	4,8	5,6		
Сальдо	186	391,8	205,8	

Источник [4].

Из таблицы видно, что внешняя торговля продовольственными товарами в январе-августе 2009 года характеризуется положительным сальдо, величина которого составила 391,8 млн. долларов, что на 205,8 млн. долларов, или в 2,1 раза превышает уровень 2008 года.

Снижение экспорта продовольствия (на 7%) произошло в результате сокращения стоимостного объема поставок молока сгущенного и сухого (на 102,9 млн. долл.), свинины (на 40,1 млн. долл.), сыров и творога (на 28,7 млн. долл.), муки (на 14,1 млн. долл.), колбасных изделий (на 14,1 млн. долл.).

Это, в первую очередь, связано со снижением средних цен реализации свинины (на 16,7%), сыров и творога (на 28,1%), муки (на 44,9%), а также со снижением объемов экспорта в Россию, которая является основным импортером продовольственных товаров из Республики Беларусь.

Своевременно принятые меры по импортозамещению продукции и оптимизации потоков ввозимых товаров дали возможность на фоне

сокращения экспорта продовольственных товаров существенно снизить импорт: свинины (на 54,9 млн. долл.), масел растительных (на 48,9 млн. долл.), рыбы мороженой, включая филе (на 27,1 млн. долл.), круп (на 21,5 млн. долл.), макаронных изделий (на 17,7 млн. долл.).

Таким образом, главной задачей для преодоления кризисного влияния на внешнюю торговлю продовольственными товарами является активизация экспортного сектора, повышение конкурентоспособности товаров на внешнем и внутреннем рынке за счет повышения качества производимой продукции, а также рационализация развития импортозамещающих производств; активное применение новых форм торговли, предусматривающее открытие фирменных центров торговли за рубежом. Развитие отечественного продовольственного рынка должно ориентироваться на мировые тенденции функционирования продовольственного рынка, т.е. белорусским предприятиям необходимо быть достаточно «гибкими» к постоянно меняющейся конъюнктуре мирового рынка продовольственных товаров. Особое внимание следует придать диверсификации внешних рынков сбыта, необходимо проведение масштабных маркетинговых исследований, которые позволят определить емкость рынка, состояние спроса на продукцию, изучить конкурентов. В дальнейшем, используя различные маркетинговые стратегии, осваивать новые рынки продовольственных товаров. На сегодняшний день для белорусских предприятий перспективными являются рынки стран Азии, Латинской Америки и Африки.

ЛИТЕРАТУРА

1. К о в т у н е н к о, А.Н. Повышение конкурентоспособности как наиболее эффективный путь смягчения воздействия мирового финансового кризиса/ А.Н. Ковтуненко// Экономический бюллетень. – 2008. - №12. – С. 3-14.
2. Мировой продовольственный кризис и угрозы в продовольственной сфере/ Аграрная экономика. – 2009. - №7. – С. 2-9.
3. К о т к о в е ц, Н.Н. Состояние и перспективы развития АПК Белауси / Н.Н. Котковец // Евразийское экономическое сообщество: проблемы обеспечения продовольственной безопасности: Материалы Международной конференции, Москва, Международная промышленная академия, 18-20 мая 2009г. М.: Пищепромиздат, 2009. С. 32-37.
4. Внешняя торговля/ Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. Минск, 2009. Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/doclad/sep/8.pdf>. - Дата доступа: 01.11.2009.

УДК 338.24

КОВАЛЬ И.В., РОДИОНОВА А.В.

**НОВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА С
ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ ПЕРЕДАЧИ
ДАННЫХ**

Научный руководитель – КОВАЛЕНКО С.А. – кандидат с.-х. наук, доцент

Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,

Гомель, Республика Беларусь

В развитых странах электронная коммерция в виде продаж товаров и услуг с использованием доступа по сети широко представлена не только благодаря высоким темпам технического прогресса, но и ввиду подготовленности населения к подобному виду сервиса. Дело в том, что в развитых странах десятилетиями практикуется приобретение товаров по каталогам, под заказ с доставкой на дом. В Беларуси развитие торговых отношений подобного рода пока находится на низком уровне. Более того, практически полное отсутствие стандартов качества выработали такую модель поведения покупателей, что любую вещь перед приобретением необходимо внимательно осмотреть, пощупать, проверить. Таким образом, даже если электронные платежи станут столь же распространены и доступны как в США, Web-магазины не получат широкой клиентуры. Это касается не только Беларуси, России и СНГ, но и некоторых государств Восточной Европы и практически всех развивающихся стран. Однако электронная коммерция в иных формах уже существует в России, более того, она России необходима.

В настоящее время фирмами широко используется частичная или полная передача выполнения отдельных бизнес-функций и даже частей бизнес-процесса сторонним лицам и/или организациям. Это явление получило название аутсорсинг (аутсорсинг – outsourcing (англ.) буквально – процесс получения чего-либо из внешних источников). Широкое развитие на Западе аутсорсинг получил по ряду причин.

Во-первых, это рост интенсивности конкурентной борьбы во всех секторах рынка и связанная с ней необходимость достижения наивысшей эффективности всех операций компании. Достижь самостоятельного максимального повышения результативности всех операций компании практически невозможно, а иногда и нецелесообразно. Можно довести до совершенства выполнение ключевых функций, а остальную работу доверить тем, у кого она получается лучше остальных. Таким образом, для многих компаний привлечение сторонних организаций для выполнения отдельных работ стало неожиданным и эффективным выходом.

Во-вторых, это стремление компаний быть «глобальными», то есть быть представленными своей продукцией и услугами по всему миру. Для этого, в первую очередь необходимо отсутствие жесткой «привязки» к определенной территории.

Третий момент, прежде всего, связан с увеличивающейся ролью малых предприятий в мировом бизнесе. Аутсорсинг дает возможность глобального присутствия какой-либо компании на рынках многих стран без необходимости практически пропорционального роста персонала для обслуживания новых рынков сбыта и/или производственных мощностей.

Рассмотрим структуру организации, которая является подрядчиком для аутсорсинговых компаний. Новый подход к организациям предприятия с разделением полномочий между его подразделениями получил название «динамической сетевой организации» или организации с модельной структурой. Сетевая структура означает распределение основных функций между отдельными подразделениями и организациями. Координация действий осуществляется небольшим центральным офисом или «брокером».

Связь центрального офиса с данными организациями (подразделениями) осуществляется, как правило, с использованием электронных средств и глобальной сети передачи данных. Так им удастся понизить себестоимость своей продукции и легче выдержать конкуренцию с производителями более дешевых аналогов. Для связи с партнерами и подразделениями широко используются возможности глобальной сети, такие как электронная почта и видеоконференции.



Несмотря на то, что в области применения сетевых технологий компьютерщикам «все карты в руки», самой первой компанией, которая в ходе расширения и глобализации бизнеса применила модульную структуру и добилась оглушительного успеха, была Nike – лидер американского рынка по производству и продаже спортивной одежды и инвентаря.

Важнейшим преимуществом является присутствие организации во многих странах мира, а также возможность завоевывать рыночные позиции везде, где есть такая возможность. Сетевая организация консолидирует ресурсы по всему миру с целью добиться наилучшего качества продукции при максимально низкой стоимости, что является одним из решающих факторов для достижения устойчивого преимущества над конкурентами. Модульная организация может постоянно менять свою структуру для того, чтобы выходить на рынок с новой продукцией.

Одним из наиболее существенных недостатков сетевой структуры является слабость непосредственного контроля над всеми процессами. Руководители предприятия не имеют возможности наблюдать за ходом выполнения поручений, поскольку большинство подчиненных удалено географически и доступно только по каналам электронной и телефонной связи. Вторая, и не менее серьезная проблема касается сильной зависимости от работы смежников. Если нанятая фирма провалит заказанные поставки, работы, услуги, уйдет из бизнеса или сгорит завод, где заказано производство конкурентной продукции, то весь бизнес окажется под угрозой провала. В модульной корпорации гораздо сложнее создать сплоченный коллектив, а также текучесть кадров, как правило, выше, чем в традиционных структурах организаций. При каждой смене линии продукции или рыночной ниши сетевая фирма вынуждена перетасовывать сотрудников для достижения оптимального набора квалификаций (skill mix).

Таким образом, это повышает долю риска для бизнеса. Внутренняя структура международной компании должна соответствовать нескольким наборам параметров внешней среды, формирующим различные культуры, внутри которых находятся клиенты компании, а также поставщики продукции и различного сервиса, что наиболее важно для аутсорсинга.

УДК 331.57

КОВШИК Т.К.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук, ассистент УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь

Уровень занятости населения в любом государстве подвержен влиянию изменения деловой активности, экономических кризисов и спадов, реструктуризации, технического перевооружения и модернизации экономики, проводимой в этой области политики.

Республику Беларусь отличает политика стабильной занятости, нацеленная на минимизацию влияния неблагоприятной экономической конъюнктуры на сокращение спроса на труд.

К основным проблемам обеспечения занятости населения относятся:

- снижение безработицы среди групп населения, наиболее уязвимых на рынке труда (женщины и инвалиды), и усиление мер по их государственной поддержке;
- создание условий для эффективной занятости жителей малых населенных пунктов и регионов;
- достижение соответствия профессионально-квалификационного состава работников потребностям развития национальной экономики;
- повышение территориальной мобильности рабочей силы.

Одной из ключевых задач является содействие в трудоустройстве граждан, не способных на равных условиях конкурировать на рынке труда и особо нуждающихся в социальной защите:

- молодежи;
- инвалидов;
- лиц из числа детей-сирот; родителей в многодетных и неполных семьях;
- граждан, освободившихся из учреждений уголовно-исполнительной системы МВД.

Данным категориям населения государство гарантирует занятость путем создания дополнительных рабочих мест и специализированных организаций (включая организации для труда инвалидов), установления брони для приема на работу, организации обучения по специальным программам.

Немаловажной гарантией трудоустройства выпускников высших, средних специальных и профессионально-технических учебных заве-

дений является их государственное распределение: в 2008 году в Республике Беларусь распределено на работу 114,5 тыс. выпускников.

В Беларуси, как и в большинстве других стран, безработица среди женщин выше, чем среди мужчин: женщины составляют 52,8% в экономически активном населении и 60,1% – в общей численности безработных. Больше всего безработных – представительниц слабого пола – насчитывается в Гомельской (4,2 тыс. человек) и Брестской (4,1 тыс. человек) областях.

Поэтому в Республике Беларусь особое внимание уделяется мерам, направленным на повышение трудового потенциала и занятости женщин.

Государство поощряет женскую инициативу, связанную с организацией самозанятости и предпринимательской деятельности. И каждый второй, получивший финансовую поддержку, – женщина. Так, в прошлом году службой занятости предоставлены субсидии и денежные средства для организации собственного дела 2 695 безработным.

Активное содействие занятости женщин дает результаты: за прошедший год их удельный вес в численности безработных сократился с 65,5% (на 1 января 2008 г.) до 60,6%.

Проблемы трудоустройства и трудовой реабилитации инвалидов в нашей стране решаются путем создания и бронирования для них приспособленных рабочих мест, организации профессионального обучения, поддержки специализированных предприятий инвалидов.

В 2008 году оказано содействие в трудоустройстве 2,6 тыс. инвалидам, в том числе 1,2 тыс. человек устроено на забронированные рабочие места; на профессиональное обучение направлено 463 инвалида; организована трудовая реабилитация 509 безработных из числа инвалидов. При этом государственной службой занятости компенсированы затраты за приобретенное оборудование для создания 134 рабочих мест инвалидов.

Под особым контролем находится трудоустройство граждан, обязанных возмещать расходы, затраченные государством на содержание детей, находящихся на государственном обеспечении.

В 2008 году трудоустроено 98,1% таких людей (в 2007 году – 84,3%). Всего за 2007–2008 гг. обеспечено трудоустройство более 16,3 тыс. нерадивых родителей (99,2%).

Одной из существенных проблем в сфере занятости населения является структурный и территориальный дисбаланс спроса и предложения рабочей силы. Как результат, за 2008 год улучшилась и стабилизировалась ситуация с трудоустройством в 166 малых городах республи-

ки, численность безработных там снизилась на 2,9 тыс. человек, или на 27%.

Решить проблемы занятости сельчан в немалой степени позволяет развитие агро- и экотуризма. В прошлом году граждане, желающие заниматься этим видом бизнеса, получили льготы. В 2008 году за счет всех источников финансирования на селе создано более 19 тыс. рабочих мест, трудоустроено 27 тыс. безработных, оказана финансовая поддержка в организации собственного дела 371 безработному.

Следует отметить, что государственной службой занятости в Республике Беларусь уже используется такая активная мера на рынке труда, как добровольное переселение семей безработных на новое место жительства. Так, в 2008 году переехали на новое место жительства и получили рабочие места 346 семей. 10 лет назад их число не превышало 20–25.

Для обеспечения количественного и качественного соответствия между предложением кадров и спросом на них служба занятости совместно с органами образования, отраслевыми министерствами и местной властью осуществляют постоянный мониторинг ситуации на рынке труда, прогнозируют возможные изменения потребностей в специалистах в обозримом будущем.

В условиях мирового финансового кризиса Республика Беларусь активно формирует и реализует стратегию развития трудового потенциала. Но государство само не может создавать эффективную трудовую политику – этому должны содействовать и сами граждане.

УДК 664.641.2

КОЗЛОВ Р.П.

**ПРОИЗВОДСТВО КАРТОФЕЛЬНОЙ МУКИ – БЕЗОТХОДНАЯ
ТЕХНОЛОГИЯ В ПЕРЕРЕБОТКЕ КАРТОФЕЛЯ**

*Научные руководители – ЧЕЛОМБИТЬКО М.А. – кандидат с.-х. наук, доцент
УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
СКАЧКОВ Е.Н. – кандидат техн. наук*

ГНУ Центрального ботанического сада НАН Беларуси,
Минск, Республика Беларусь

Республика Беларусь вот уже много лет входит в десятку крупнейших производителей картофеля в Европе и занимает 5 место. По мнению бывшего директора Белорусского НИИ картофелеводства сегодня в производстве картофеля в республике Беларусь преобладают отрицательные тенденции. Посевные площади под картофелем уменьшились в 2008 г. по сравнению с 2000 г. на 59,9%, средняя урожайность картофеля за последние 8 лет составила 187 ц/га. В научном мире считается, что средняя урожайность картофеля – это 300-400 ц/га, высокая – более 400 ц/га, а современные сорта картофеля при благоприятных условиях могут дать более 500-600 ц/га. В разных странах структура распределения урожая картофеля различна. Например, в США около 50% выращиваемого картофеля употребляют в основном для продовольственных целей, в ФРГ значительное место занимает использование картофеля на корм. В России, Польше около половины всего выращиваемого картофеля расходуется на кормовые и технические цели.

Картофелепродукты имеют целый ряд преимуществ перед свежим картофелем: более длительный срок хранения, лучшая сохранность питательной и биологической ценности, возможность получения продуктов с нужными свойствами вследствие введения различных добавок, не требуется специальных условий хранения, облегчается транспортировка, создаются условия для комплексной переработки сырья с полной утилизацией и рациональным использованием отходов.

При производстве картофельных продуктов на картофелеперерабатывающих предприятиях отходы составляют почти половину перерабатываемого картофеля. В связи с этим большой интерес представляют разработки безотходных технологий.

Институтом экспериментальной ботаники (НАН РБ) разработана безотходная технология переработки картофеля в картофельную муку.

Технология производства пищевой картофельной муки включает следующие операции: отделение механических примесей от картофельных клубней, мойку, механическую очистку, подочистку, инспек-

цию, измельчение в кашку на картофелетерке, сульфитирование, механическое обезвоживание на фильтр-прессе, рыхление отжатой массы, сушку, измельчение, упаковку.

Картофельная мука может найти широкое применение: хлебобулочные и макаронные изделия, вафли, пралиновые конфеты, картофельные чипсы.

Использование сухого полуфабриката на основе картофельной муки и молочной сыворотки для производства хлебобулочных изделий в качестве добавки позволяет использовать пшеничную муку из белорусских сортов озимых пшениц с низким содержанием клейковины 23-25% без добавки пшеничной муки из импортного сырья. Кроме того, использование сухого полуфабриката на основе картофельной муки и молочной сыворотки позволяет получать хлебные изделия из белорусских сортов тритикале, которая в настоящее время используется как кормовая культура.

Сухой полуфабрикат на основе картофельной муки, молочной сыворотки и меланжа в качестве добавки можно использовать при производстве макаронных изделий из белорусских сортов озимых пшениц. Кроме того, используя данную добавку и муку из белорусских сортов можно получать комбинированные формованные продукты типа макаронных изделий, обладающих вкусом и запахом картофеля, высокой пищевой ценностью, длительным сроком хранения и рыночной ценой на уровне макаронных изделий из муки твердых пшениц. Такие продукты могли бы пользоваться высоким спросом в северных регионах России, республиках Средней Азии, где ощущается дефицит картофеля, особенно в весенне-летний период.

Пищевая картофельная мука является сорбентом – наполнителем для сушки высоковязких жидких пищевых продуктов: концентрированной молочной сыворотки, обезжиренного молока, сахарных сиропов, плодовых и овощных соков. Кроме того, пищевую картофельную муку можно использовать в качестве сорбента для интенсификации сушки картофеля и овощей в ломтиках на ленточных и шкафных сушилках. По максимальной сорбционной способности такой сорбент-наполнитель в 3 раза превосходит такие пищевые сорбенты как картофельный крахмал, пшеничная мука, панировочные сухари и т.д. Использование сорбента-наполнителя из картофеля позволяет увеличить скорость сушки картофеля, овощей и плодов в 4-5 раз и сократить затраты тепловой энергии на единицу готового высушиваемого продукта на 30-40%.

Модернизация существующих картофелекрахмальных и овощесушильных заводов позволит использовать различные виды сырья – кар-

тофель, морковь, свеклу, яблоки, кабачки и т.д. и без остановки производства переходить на выпуск пищевых продуктов в зависимости от наличия сырья и конъюнктуры рынка.

Пищевая картофельная мука в Республике Беларусь, к сожалению, не производится. Осуществление ее выпуска позволит снизить стоимость сухих картофельных полуфабрикатов в 2.8 раза, т.к. в настоящее время они производятся на основе импортных компонентов.

Выражаю благодарность за оказанную информационную помощь в подготовке материала ведущему научному сотруднику Паромчик Инессе Ивановне, старшему научному сотруднику Скачкову Евгению Николаевичу, лаборатории биохимии и биотехнологии растений Института экспериментальной ботаники (НАН РБ)

УДК 001.895(476)

КОЛЕДЖО Л.А.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ИННОВАЦИЙ

Научный руководитель – АВИЛКИНА М.А

УО «Полоцкий государственный университет»,
Новополоцк, Республика Беларусь

Одной из характерных черт современного этапа социально-экономического развития многих стран, в том числе Республики Беларусь, является необходимость формирования экономики нового типа – инновационной экономики, основанной на знаниях, что в свою очередь определяет приоритетные направления ее развития – повышение эффективности мероприятий по созданию и внедрению инноваций.

В результате изучения практики понимания термина «инновация» удалось обозначить проблему дефиниций как в отечественной, так и зарубежной науке. Причем эта терминологическая сложность сразу вводит инновационную деятельность в ряд достаточно специфических экономических отношений. Действительно, с одной стороны, в современной экономической науке и практике терминология уже сложилась и в целом является довольно устойчивой. Однако, с другой стороны, множественность определений понятия «инновации» характерна не только для отечественной экономической теории и практики (что вполне объяснимо: этот термин впервые был введен в оборот и обозначен в Законе Республики Беларусь от 19.01.1993 г. «Об основах государственной научно-технической политики»), но и для зарубежной практики.

Сегодня инновации рассматриваются с разных точек зрения: во взаимосвязи с технологиями, коммерцией, социальными системами, экономическим развитием и формулированием политики. Соответственно, в научной литературе существует широкий спектр подходов к концептуализации инноваций. Так сегодня существует несколько десятков подходов к определению понятия «инновация». При их изучении удалось выделить два основных направления ее понимания:

1. Инновация как процесс:

- создание, получение новшества (синтез идеи, НИОКР, технологическая подготовка производства, производство);
- внедрение новшества (предпродажная подготовка, процесс купли-продажи – получение прибыли производителем, эксплуатация – удовлетворение потребностей или получение прибыли потребителем).

В табл.1. рассмотрены существующие подходы к трактовке понятия «инновация» в аспекте «инновация как процесс».

Т а б л и ц а 1. Подходы к трактовке инновации с позиции «Инновация как процесс»

Автор (Источник)	Сущность понятия
Б. Твист	Определяет <i>инновацию</i> как «процесс, в котором изобретение или идея приобретают экономическое содержание» [1].
И. Шумпетер	В 30-е годы ввел понятие <i>инновации</i> , трактуя его как изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности [2].
Колосов В.Г.	<i>Инновация</i> означает успешное производство, внедрение и использование новшеств, обеспечивающих стратегический выигрыш в экономической и социальной сферах [3].

Источник: собственная разработка

2. Инновация как результат процесса:

– инновационный продукт (новые или усовершенствованные виды продукции, технологии производства, услуги, а также организационные решения административного, производственного, коммерческого или иного характера).

В табл.2.рассмотрены существующие подходы к трактовке понятия «инновация», как результат процесса» в научных публикациях различных авторов:

Т а б л и ц а 2. Подходы к определению понятия инновация с позиции «Инновация как результат процесса»

Автор (Источник)	Сущность понятия
Родзин С.И.	<i>Инновация</i> - конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам [4].
Государственный стандарт «Инновации и инновационная деятельность»	<i>Инновация</i> – это создаваемые, осваиваемые новые или усовершенствованные технологии, виды продукции или услуги, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера [5].
Фатхутдинов Р.А.	<i>Инновация</i> – конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта [6].

Источник: собственная разработка.

На основе вышеприведенных подходов к определению инновации становится очевидной неопределенность в понимании инновации как экономической категории. Предложим новое определение инноваций, позволяющее уточнить и конкретизировать содержание данного термина.

На наш взгляд, инновация – конечный результат деятельности, основанной на научных результатах, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного, внедренного на рынке продукта либо нового подхода к социальным услугам, технологическим процессам, приносящий дополнительный экономический эффект от его практического использования.

Следует обратить внимание на то, что с целью выяснения экономической сущности инновации необходимо ее рассматривать во взаимосвязи с другими экономическими категориями. В частности, в научной литературе встречается, что понятие "инновация" часто отождествляется с понятием "изобретение", обозначающее создание новой технической разработки или усовершенствование существующей. Вместе с тем сегодня в некоторых источниках понятие «инновация» отождествляется с понятием «новшество», что, на наш взгляд, также не одно и то же.

Таким образом, понятия изобретение, новшество не тождественны понятию инновация. Главными свойствами инновации как конечного продукта инновационной деятельности являются абсолютная новизна ее потребительских свойств, производственная полезность и применимость, экономическая эффективность и востребованность. Момент трансформации новой продукции в инновационную происходит при выполнении следующего условия: созданный новый или усовершенствованный продукт получает внедрение в практическую деятельность субъектов хозяйствования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. С.Д. Ильенковой. М.: Юнити, 1997. 624 с.
2. Шумпетер, И. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 269 с.
3. Колосов, В.Г. Предисловие главного редактора. Т.Л. Качанова, Б.Ф. Фомин. Информационная технология решения стратегических проблем. СПб: Политехника, 2002. С. 5.
4. Родзин, С.И. Инноватика в инженерных и образовательных программах / С.И. Родзин // Качество. Инновации. Образование. 2006. № 3. С. 13-18.
5. Инновации и инновационная деятельность. Термины и определения: ГОСТ СТБ 1061-97. Введ. 01.01.1998, 1998. 10 с.
6. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент. Учебник, 2-е изд. / Р.А. Фатхудинов. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. 624 с.

УДК 338.48(1-22)(476)

КОМАРОВА С.М.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СЕЛЬСКОГО АГРОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Научный руководитель – СКАЗЕЦКАЯ И.А. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Сельский туризм – относительно молодое, но весьма перспективное направление развития современного туризма, включающее в себя все формы туристической деятельности во внегородских районах. В конце 90-х годов особое внимание стало уделяться одной из форм сельского туризма – агротуризму. Начав формироваться треть столетия тому назад в Западной Европе, сегодня агротуризм постепенно завоевывает рынок Беларуси.

В мире наблюдается поворот от массового туризма к более содержательным видам путешествий. На смену трем S (sun, sea, sand) – солнце, море, песок приходят три L (landscape, lore, leisure) – пейзаж, традиции, досуг. И здесь Беларуси есть что предложить – лирические, часто пасторальные пейзажи, уникальные национальные парки (Беловежская пуца, Браславские озера, Припятский, Нарочанский, Березинский заповедник), традиционные ремесла и промыслы, экологически чистые продукты и, главное, гостеприимство и щедрость белорусской души. В сферу агротуризма вовлекается все большее число людей: народных мастеров, хранителей обрядов и традиции. К сожалению, до последнего времени развитие агротуризма в Беларуси шло преимущественно на самодеятельном уровне. Сейчас мы выходим на многие мировые рынки, в том числе и на рынок туризма. Развитие экологического туризма может сохранить природную красоту уникальных территорий.

Датой рождения агротуризма принято считать 5 декабря 1985г., когда в стране был принят федеральный закон о развитии этого сектора национальной экономики. Среди областей Беларуси первыми нововведения оценили области Полесья, Гродненской области.

За прошедшие 16 лет популярность сельского отдыха в стране значительно увеличилась. Если в 1990г. Беларусь принимала всего 16 тыс. агротуристов, то в прошлом году этот показатель достиг отметки 51 тыс. чел. и, по прогнозам Национальной ассоциации агротуризма и окружающей среды Беларуси, к концу 2010г. перешагнет 100 тыс. рубеж. Доля зарубежных гостей за тот же период возросла с 10 до 18%.

Финансовый оборот в отрасли по сравнению с серединой 1990-х гг. увеличился в 7 раз – с 1,5 млн. до 10,5 млн. белорусских рублей.

В 2008 году Беларусь посетили 25 800 туристов из стран ЕС, каждый из них оставил около 200 долларов, благодаря чему бюджет пополнился более чем пятью миллионами долларов. Предоставлением услуг в сфере агроэкотуризма активно занимаются также и национальные парки. В агроусадебках провели свой отдых 39 тысяч туристов, потратив при этом почти 3 млрд. рублей. Решается вопрос с размещением на главных трассах указателей, оповещающих о находящихся вблизи агроусадебках, - об этом просят хозяева. В каждом городе с населением свыше 50 тысяч человек планируется установить туристско-информационные центры и инфотерминалы с информацией об объектах и услугах. Настоящее сокровище Беларуси - около 1.000 старинных усадеб, которые сегодня пребывают не в лучшем виде и ждут инвесторов. Председатель правления общественного объединения "Агро и экотуризм" Валерия КЛИЦУНОВА убеждена, что у агротуризма в Беларуси большое будущее. "Сегодня наш каталог насчитывает порядка 250 действующих усадеб. Тогда, как предполагаемый предел для Беларуси – 1000-1500. Это говорит о том, что мы находимся на начальной стадии". Министр спорта и туризма О. Качан рассказал, что Беларусь делает ставку на сельский туризм, охоту, рыбалку, заповедники и заказники. Там сезонность отдыха не так ощутима, отсутствие европейского комфорта и сервиса воспринимается как местная экзотика. "Все это надо грамотно использовать для того, чтобы зарабатывать деньги", - сказал министр. Ранее перед отраслью ставилась задача превратить транзитного пассажира, счет которым у нас в стране идет на миллионы, в туриста, предложить ему хотя бы небольшой объем туруслуг. Новый импульс туризму в нашей стране дадут проекты, которыми занимается Министерство спорта и туризма. Идет работа по созданию на границе с Литвой 50-километровой зоны для свободного перемещения живущих в приграничье граждан с включением в нее городов Ошмяны и Вильнюс. Министерство работает над упрощением визового режима для иностранцев, хотя бы для желающих посетить белорусскую часть Августовского канала и Беловежской пуши, над созданием агротуристического курорта в Россонском районе. Курорт может быть создан на базе 36 находящихся в этом районе агроусадеб. Белагропромбанк уже выдал 9,5 млрд. BYR льготных кредитов хозяевам агроусадеб. Этот бизнес в Беларуси интенсивно развивается – в текущем году (к октябрю 2009 года) созданы 263 новые агроусадебки и их количество возросло до 737, а также созданы 16 туристических комплексов, Центр развития сельского предпринимательства, три этно-

графических музеев. За первое полугодие в нашей стране обустроено 202 объекта туристической инфраструктуры. Среди них наиболее интересными министр назвал объект питания придорожного сервиса «Валентина» в Брестской области, агротуристический комплекс «Панский сад» в Гомельской области, аквапарк в Жлобине и ресторанный гостиничный комплекс в урочище Пышки Гродненской области.

Одним из главных приоритетов туристической деятельности в Беларуси остается привлечение иностранных инвестиций. Так, на данный момент, в Беларуси для иностранцев открыты 72 инвестиционных проекта, связанных с развитием туристической инфраструктуры.

Привлечению инвестиций из-за рубежа может поспособствовать также принятие предложения Министерства спорта и туризма об отмене визового режима для туристов из стран Евросоюза. Сейчас проект находится на рассмотрении Совета министров.

Особое значение в «продвижении» агротуризма в Республике Беларусь должно отводиться научным разработкам и программам. Так как речь идет о туризме связанном с сельскими территориями, то в первую очередь должна быть проведена работа с сельским населением с целью ознакомления и выделения приоритетов данного направления.

УДК 332.56

КОМАРОВСКАЯ О.А.

МИКРОФИНАНСИРОВАНИЕ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

*Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Малый и средний бизнес в Республике Беларусь имеет огромный потенциал развития, который во многом зависит от финансовых возможностей субъектов хозяйствования для инвестиций в основные фонды и пополнение оборотных средств. Международная практика показывает, что основным источником денежных средств для развития бизнеса становятся заемные средства. Для малых и средних предприятий очень важно иметь доступ к небольшим займам, которые пополнят оборотные средства или позволят закупить недорогое оборудование. В Республике Беларусь микрокредитование осуществляют коммерческие банки и отчасти кредитные союзы. В международной практике кроме банков и союзов распространены негосударственные кредитные организации и банки микрофинансирования.

Микрофинансирование представляет собой гибкую форму классического банковского кредита, позволяющего беспрепятственно начать бизнес без наличия стартового капитала и кредитной истории, а также стимулирует население к открытию собственного дела, что не только снижает социальные обязательства бюджета, но и увеличивает налоговые поступления от частного бизнеса и субъектов финансового рынка.

Микрофинансирование как эффективный инструмент преодоления бедности и активизации предпринимательского потенциала уже давно признан и широко используется мировым сообществом. Отличительными чертами микрофинансовых организаций, которые стали очень привлекательными финансовыми институтами во всем мире являются:

- быстрый и постоянный доступ к качественным финансовым услугам;
- близость расположения к клиенту;
- гибкие требования по залоговому обеспечению при получении микрозайма;
- консультирование и помощь при оформлении заявок.

Цель микрофинансирования состоит в создании высокодинамичной и эффективной системы кредитования малых предприятий для дополнительного стимулирования производства и распределения товаров и

услуг, а также для оказания помощи начинающим предпринимателям в приобретении опыта получения прибыли и накопления капитала.

Анализ развития рынка микрофинансовых услуг в Республике Беларусь показал, что, несмотря на определенные положительные тенденции в последние годы, микрофинансирование находится на начальном этапе своего развития. Между тем, спрос на микрокредиты и другие микрофинансовые услуги постоянно растет.

По данным опроса общественного мнения, проведенный каналом ОНТ в 2007 году, было выявлено, что население слабо информировано об услугах, оказываемых коммерческими банками. По мнению экспертов, данная ситуация обусловлена двумя факторами - низкой финансовой культурой населения страны и недостаточной популяризацией розничных банковских услуг.

Опыт реализации проектов в Центральной и Восточной Европе по финансовому просвещению населения, особенно с небольшим уровнем дохода, показывает, что элементарное финансовое образование способствует повышению финансовой стабильности семей, помогает справляться с краткосрочными обязательствами и повысить долгосрочное благосостояние семей.

Финансовое образование населения подразумевает:

- осознание преимуществ финансового планирования;
- приобретение навыков организации сбережений, кредитования и инвестирования;
- сочетание экономического просвещения со стимулированием предпринимательской инициативы;
- информирование взрослого населения и молодежи об услугах банков и других финансово-кредитных организаций.

Поэтому перед нашим государством стоит несколько основных задач, в том числе увеличение потенциала банковского и небанковского сектора, повышение уровня информированности населения и необходимость осваивать микрофинансовые инструменты.

В настоящее время в Республике Беларусь работают несколько кредитных союзов, неправительственный некоммерческий фонд развития сельских территорий. Помимо банков с малым бизнесом обязательно должны работать финансовые организации иного типа. Необходимы также объединения мезоуровня: информационные и рейтинговые ресурсы, гарантийные фонды, бюро кредитных историй. Надо создавать единую инфраструктуру, включающую как поставщиков финансовых услуг, так и организации, которые их поддерживают. Микрофинансовые институты оказывают услуги предпринимателям, дополняющие услуги коммерческих банков, укрепляя тем самым всю финансовую систему.

В Республике Беларусь с целью поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в 2008 году был создан Белорусский банк малого бизнеса (ББМБ), учредителями которого являются Европейский банк реконструкции и развития (EBRD); Нидерландская компания финансового развития (FMO); Международная финансовая корпорация (IFC); ШорБэнк Интернэшнл (ShoreBank International), США; ШорКэп Интернэшнл (ShoreCap International), США; Коммерцбанк (Commerzbank), Германия; СвидФанд (SwedFund), Швеция; Банк Реконструкции (KfW), Германия. С начала работы (октябрь 2008 года) Белорусский банк малого бизнеса выдал 795 кредитов на общую сумму 35 млрд рублей. Из них 600 текущих договоров уже полностью погашены, объем просроченной задолженности по кредитам не превышает 0,3% от общей суммы.

В 2010 году планируется утвердить концепцию микрофинансирования в Республике Беларусь. Разработка концепции микрофинансирования в Республике Беларусь практически завершена. Уделено внимание такому вопросу, как развитие кредитных союзов. Концепция будет состоять из общей теоретической части, а также выводов и предложений наиболее оптимальных решений в сфере микрофинансирования в Республике Беларусь.

Мингорисполком в 2010 году намерен значительно увеличить объем льготного кредитования субъектов малого предпринимательства. Так, на создание малых предприятий планируется выделить 20 млрд белорусских рублей. Горисполком через банки уже выдал субъектам малого предпринимательства города льготные кредиты на реализацию 29 инновационных проектов на общую сумму 3 млрд белорусских рублей.

Обобщая все выше перечисленное, можно сделать вывод, что система микрофинансирования как современный способ кредитования малого и среднего бизнеса представляется весьма эффективной, по причине быстрого и постоянного доступа к качественным финансовым услугам, гибкого требования по залоговому обеспечению при получении микрозайма, что находит свое отражение в развитии банковского и небанковского секторов в направлениях поддержки субъектов хозяйствования.

УДК 332.68

КОНСТАНТИНОВ Н.С.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ
РЕСУРСАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

*Научный руководитель – ЖУДРО М.К. – доктор эк. наук, профессор
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Согласно проводимым исследованиям, при условии сохранения существующих технологий обработки земли и мировых темпов роста населения, потенциал сельскохозяйственных земель для производства продуктов питания для человечества может достигнуть своего предела уже к 2050 г. [1]. Вследствие этого особую актуальность приобретает проблема рационального и эффективного использования земельных ресурсов для всего мирового сообщества и для нашей республики в частности.

Учитывая ситуацию и тенденции в стране, связанные с использованием земельных ресурсов, а также теоретические и практические разработки в данной области, следует выделить следующие направления совершенствования механизмов управления земельными ресурсами АПК:

- применение современных методов анализа и обоснования направлений улучшения использования земельных ресурсов;
- контроль над рациональным использованием земельных ресурсов, обеспечение экологической безопасности деятельности, связанной с землепользованием;
- использование зарубежного опыта при развитии форм собственности на землю, содействие заинтересованности хозяйствующих субъектов в эффективном использовании земельных ресурсов;
- совершенствование механизма оценки земельных угодий и установление на основе оценки земли соответствующих налоговых ставок.

Как и эффективность других производственных ресурсов, эффективность использования земли определяют путем сопоставления результатов производства с количественной или иной (стоимостной, балльной) характеристикой земли. Но, учитывая особый характер этого ресурса, оценка использования земли отличается от оценки использования других ресурсов. В современных условиях использование земли считается эффективным, рациональным, когда не только увеличивается выход продукции с единицы площади, повышается ее качество, снижаются затраты на производство единицы продукции, но и ко-

гда при этом сохраняется или повышается плодородие почвы, обеспечивается охрана окружающей среды [2].

При повышении эффективности использования тех или иных ресурсов целесообразно выделять ряд факторов и оценивать влияние каждого из них на результирующий показатель. При этом важно, чтобы значения выделенных факторов поддавались управлению, корректировке с целью воздействия на главный показатель. Для данных целей одним из наиболее приемлемых методов исследований является построение корреляционных моделей и их анализ.

В качестве данных для построения корреляционной модели могут использоваться не только значения показателей, но и их относительные годовые приращения. Данный подход позволяет анализировать зависимость изменения результирующего показателя от изменений значений факторов в динамике.

Одним из существенных недостатков традиционных методик оценки эффективности функционирования хозяйств является ориентированность на сравнение показателей того или иного хозяйства с показателями более эффективных предприятий либо со среднестатистическими. При этом затруднительно выявить возможности улучшения в деятельности хозяйств с высокими показателями эффективности. В качестве возможного решения данной проблемы предлагается использовать метод анализа среды функционирования (АСФ).

Метод АСФ можно применить на любом уровне управленческой пирамиды в любой организации, начиная с малого предприятия и заканчивая транснациональной корпорацией. Он применим также для отдельного подразделения, отдельной рабочей операции. Это возможно при условии, что у всех исследуемых субъектов хозяйства одинаковый набор входных параметров и результат их деятельности можно оценить при помощи сравнимых выходных параметров [3].

Целесообразность использования АСФ в аграрной экономике обусловлена рядом соображений. Во-первых, сельское хозяйство является сложной отраслью народного хозяйства. Для успешного ведения сельскохозяйственного производства необходим учет ряда объективных и субъективных факторов и условий – природно-климатических, биологических, технологических и организационно-экономических. При этом достаточно сложно сделать соизмеримую оценку всех факторов и их влияния на результат экономической деятельности [4].

Во-вторых, для деятельности сельскохозяйственного предприятия характерна множественность целей: обеспечение финансовой устойчивости, получение максимальной прибыли, обеспечение потребителей качественной продукцией, решение социальных проблем, охрана

окружающей среды и другие [4]. Кроме того, подавляющее большинство сельскохозяйственных предприятий производят несколько видов продукции, включающих продукцию как растениеводства, так и животноводства. Все это означает множественность выходных параметров в модели с использованием АСФ.

При оценке эффективности использования земельных ресурсов РУП «Учхоз БГСХА» использовалась модель анализа среды функционирования, ориентированная на выход. В качестве затрат принималась площадь используемых сельскохозяйственных угодий, а в качестве выходных параметров принимались объем валовой продукции в животноводстве и в растениеводстве. При построении математической модели задачи и расчетах использовались данные сельскохозяйственных предприятий Горецкого, Мстиславльского, Дрибинского и Шкловского районов, пакет стандартных приложений Microsoft Excel.

Полученный результат показал, что у предприятия РУП «Учхоз БГСХА» есть потенциал для улучшения хозяйственной деятельности. Коэффициент эффективности для хозяйства составил 0,97. Таким образом, несмотря на достаточно высокий уровень практически всех показателей эффективности исследуемого предприятия, метод анализа среды функционирования позволил выявить потенциал для роста эффективности использования земельных ресурсов.

Традиционными методами получить подобные результаты практически невозможно, что говорит о больших перспективах использования рассматриваемого метода при управлении как земельными, так и другими видами ресурсов и предприятием в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Обзор "Мировые земельные ресурсы и их оценка" // Индикаторы рынка земли. Земельные ресурсы [Электронный ресурс]. 2008. Режим доступа: http://www.land-in.ru/comment_text.aspx?id=63.
2. Эффективность использования ресурсов в сельском хозяйстве: пособие для пропагандистов и слушателей системы экономического образования / Н.И. Ерин, А. Здоровцов. М.: Агропромиздат, 1986. 176 с.
3. Р о м а н о в, П. С. Оценка эффективности работы библиотеки методом анализа пакета данных (зарубежный опыт). // Государственная публичная научно-техническая библиотека России [Электронный ресурс]. 2008. Режим доступа: <http://ellib.gpntb.ru/subscribe/index.php?journal=ntb&year=2008&num=8&art=12>.
4. Б у с е л, И. П. Экономика сельскохозяйственного предприятия с основами менеджмента: пособие / И.П. Бусел, П.И. Малихтарович. Минск: Литература и Искусство, 2008. 448 с.

УДК 631.145:001.895

КОРАБЕЛЬНИКОВ И.С.

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕЛИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ АГРОПРЕДПРИЯТИЙ

*Научный руководитель – ШЕПИТЬКО Р.С. – доктор эк. наук, профессор
ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация*

Повышение эффективности хозяйствования агропредприятий напрямую зависит от выбора стратегии развития первичной единицы национального хозяйства. Вектор развития предприятий во многом обусловлен большим количеством внешних и внутренних факторов, которые определяют параметры формируемой модели хозяйствования.

Революционный характер перехода к новой общественно-экономической формации привёл к множеству структурных сдвигов, которые в агропромышленном комплексе для функционирования агропредприятий создали достаточно негативные условия хозяйствования:

- финансовая неустойчивость отрасли;
- неприспособленность к рыночной экономике;
- кризис материально-технической базы;
- несовершенство инфраструктуры агропромышленного комплекса;
- нестабильный инвестиционный климат и т.д.

В результате объективным, рыночным и единственным экономически перспективным приёмом перехода и адаптации к рынку стало тесное сотрудничество с частным капиталом. Данное взаимодействие обусловило формирование трёх традиционно-основных направлений развития и становления российского агробизнеса: экстенсивного, переходного и интенсивного.

Для проведения монографического обследования наиболее значимо исследование крайних позиций развития, так как именно изучение типичных параметров моделей хозяйствования позволит сформулировать качественные практические предложения при выборе стратегий агропредприятий.

Экстенсивное направление развития является наиболее распространённой формой хозяйствования предприятий для неё наиболее характерна стратегия «выживания», которая определяет экстенсивный характер хозяйствования и базируется на повсеместно распространённом императиве российских предприятий – «Расти или проиграешь». Необходимо отметить, что данная задача ставится практически перед

всеми представителями – и теми, которые существуют самостоятельно, и теми которые включены в более крупные структуры, определяющие стратегические перспективы их развития.

Развитие рынков, на которых действуют современные предприятия, и перспективы вступления в ВТО способствовали становлению интенсивных форм хозяйствования, где на первый план ставится императив «качественного роста» предприятий агробизнеса. Именно в их составе возможно зарождение инновационной модели хозяйствования, которое обусловлено всплеском традиций рационализаторства, интенсификации и новаторства. Система хозяйствования в этом случае базируется на трёх «И»: интеллект, инновации и инвестиции, что наиболее целостно формирует механизм хозяйствования предприятий, адекватно соответствующая рыночно-конъюнктурному пространству и позволяет со временем получить высокие результаты, что подтверждается проведённым монографическим обследованием сельскохозяйственного производства агрохолдинга ЗАО «Гелио-Пакс».

Данное интегрированное объединение является лидером не только на региональном уровне. Сельскохозяйственные предприятия входящие в его состав являются участниками клуба «Агро-300».

Одним из сельскохозяйственных предприятий на базе которого мы попытаемся выделить основные составляющие в формировании инновационной модели хозяйствования является ООО «Гелио-Пакс-Агро».

В ходе объединительного процесса в хозяйстве произошли качественные изменения – начался приток инвестиций, объём которых с 2001. по 2009 г. составил 9,2 тыс. руб. на 1 га пашни. Величина текущих средних инвестиций за время хозяйствования составила 1,7 тыс. руб. на 1 га пашни и носила планомерный характер, что позволило увеличить стоимость основных средств более чем в 5 раз. В связи, с чем фондовооружённость выросла в 4 раза, и как следствие показатель производительности также повысился. Анализ состава технических средств свидетельствует об использовании новейших видов техники с высокой производительностью и низкими показателями расхода топлива. Также изменилась и интенсивность использования пашни, связанная с внедрением минимальной технологии обработки почвы и сокращением удельного веса пара в структуре пахотных земель на 30%. За счет чего коэффициент использования пашни вырос с 0,6 до 0,85, тогда как в среднем по региону в настоящее время этот показатель составляет 0,5. Урожайность зерновых культур за последние годы приближается к значению в 40 ц/га и превысила среднеобластной показатель за последние годы на 13-15 ц. Линия тренда урожайности зерновых культур в хозяйстве свидетельствует о росте показателя в

среднем на 1ц/га в год. Важной составляющей повышения эффективности хозяйственной деятельности послужили высокие цены реализации как результат единой маркетинговой политики, которые за время хозяйствования организации превышали среднеобластные цены на 10 – 40 процентных пунктов. Всё это в совокупности привело к сокращению коммерческих затрат на 17% и позволило достигнуть 130% уровня рентабельности.

Проведённый анализ исследования хозяйственной деятельности предприятия в составе интегрированного объединения позволяет выявить основные предпосылки, обеспечивающие переход к инновационной модели хозяйствования – это соединение производства, хранения, реализации в одну технологическую цепочку; расширение возможностей технического перевооружения; сведение к минимуму трансакционных издержек через исключение посредников из технологической цепи в процессе продвижения продукции к потребителю; углубление разделения труда и специализации как экономических предпосылок эффективного функционирования предприятия; повышение статуса сельскохозяйственного товаропроизводителя в системе распределительных отношений, концентрация финансовых ресурсов на слабых звеньях интеграционной системы, расширение финансовых возможностей использования достижений НТП.

УДК 336.221

КОРЕЙША Е.Б.

**УПРОЩЕННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ: АНАЛИЗ
ВЛИЯНИЯ НА ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ЭКОНОМИКИ**

Научный руководитель – БОГАТЫРЕВА В.В. – кандидат эк. наук, доцент

УО «Полоцкий государственный университет»,

Новополоцк, Республика Беларусь

Налоговая система Республики Беларусь разрабатывалась с учетом отечественного опыта 20-х годов XX в. и практики тех стран, где налогообложение прошло многовековой процесс развития. Базирующаяся на требованиях рыночной экономики налоговая система призвана: обеспечивать более полную и своевременную мобилизацию доходов в бюджет, но в тоже время стимулировать субъектов хозяйствования получать максимальный финансовый результат и не уклоняться от уплаты налогов.

Одним из наиболее эффективных инструментов налоговой политики, позволяющий субъектам хозяйствования снизить налоговую нагрузку, является упрощенная система налогообложения (далее УСН). Усовершенствованный порядок применения упрощенной системы налогообложения был введен с 1 июля 2007 года в соответствии с Указом Президента от 9 марта 2007 года № 119.

В целях создания благоприятных условий для осуществления предпринимательской деятельности был создан Указ № 1 от 3 января 2009 г. «О внесении изменений и дополнений в Указ Президента Республики Беларусь от 9 марта 2007 г. № 119».

При решении вопроса о целесообразности перехода на УСН следует руководствоваться соображениями налоговой выгоды. Такой переход целесообразен, если налоговая нагрузка на организацию снижается. При сравнении данного показателя для организаций торговли г. Новополоцка, можно сделать вывод, что указанные субъекты экономики могут значительно понизить налоговую нагрузку, применяя УСН со ставкой налога 15% от валового дохода.

Имеет значение выяснить, насколько субъекты хозяйствования смогли воспользоваться льготой государства и повысить эффективность своей деятельности за счет высвободившихся ресурсов.

Для этого следует провести анализ влияния УСН на следующие показатели экономической деятельности некоторых субъектов хозяйствования торговли (табл.1) в разрезе 2008 и 2009 годов, при применении которых возможно рассчитать налоговую нагрузку на организа-

ции, а также другие показатели эффективности экономической деятельности данных субъектов.

Таблица 1. Показатели экономической деятельности торговых организаций за первое полугодие 2008-2009 г.

№	Товароборот, млн. руб.		Валовой доход, млн. руб.		Подходный налог, млн. руб.		Средняя численность работников, чел.	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
1	118,2	463,6	26,5	104,5	0,6	1,4	3	3
2	533,6	69,9	123,1	26,7	0,7	0,6	5	1
3	181,1	220,1	54,0	40,9	1,4	1,1	5	4
4	77	37,6	32,3	30,4	0,4	0,2	3	4
5	160,8	227,0	41,1	56,1	3,1	5,1	5	4
6	233,0	181,2	71,4	46,0	0,5	0,1	5	4
7	222,4	318,8	45,1	48,8	0,6	2,9	5	5
8	61,6	69,0	13,4	12,2	0,1	0,8	3	2
9	44,4	143,7	16,9	49,1	0,4	0,4	4	4
10	196,1	177,4	20,8	19,9	0,8	0,6	4	5

Источник: [Инспекция МНС РБ г. Новополоцка]

Рассчитанные показатели сведем в следующую таблицу:

Таблица 2. Показатели эффективности экономической деятельности субъектов хозяйствования торговли

№	Налоговая нагрузка, %		Темп прироста товарооборота, %	Темп прироста заработной платы, %	Темп прироста отчислений в ФСЗН, %
	2008	2009			
1	4,5	3,4	2,9	1,4	1,3
2	4,6	5,7	-0,9	3,2	3
3	6	2,8	0,2	0,26	0,2
4	8	5,3	-0,5	1,13	0,89
5	5	3,7	0,4	0,76	0,75
6	6	3,8	-0,2	0,75	0,58
7	4	2,3	0,4	3,8	3,5
8	4,4	2,6	0,12	12,3	12,5
9	7,7	5,1	2,24	1,1	1
10	2	1,7	-0,1	0,14	0,08

Источник: [Собственная разработка]

Проанализировав структуру и динамику основных экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов, можно сделать следующие выводы:

1. Существенно снижен уровень налоговой нагрузки субъектов хозяйствования, занимающихся розничной торговлей или оказывающих услуги общественного питания.

2. Значительно возросла средняя заработная плата одного работника. Однако возможно предположить, что столь значительный рост заработной платы не связан с понижением ставки налога при УСН. Следует рассмотреть влияние на рост величины заработной платы и других факторов, таких как:

– отмена прогрессивной шкалы подоходного налогообложения и установление единой (линейной) ставки 12%;

– увеличение уровня бюджета прожиточного минимума и др.

3. Увеличение заработной платы повлекло рост суммы отчислений в ФСЗН. Это положительно повлияло на формирование ФСЗН, так как даже при снижении ставки налога с 35% до 34%, сумма поступивших денежных средств не уменьшилась, а напротив, существенно возросла. Следует отметить, что ФСЗН является гарантом социальной защищенности граждан, т.к. аккумулирует средства, предназначенные впоследствии на выплаты пенсий, пособий по временной нетрудоспособности и других социальных пособий.

4. Не наблюдается значительного прироста товарооборота и валового дохода субъектов хозяйствования, хотя снижение налоговой нагрузки могло позволить наращивание объемов реализации продукции или оказания услуг общественного питания, за счет высвободившихся от налогового бремени денежных средств.

Это свидетельствует о том, что хозяйствующие субъекты торгового сектора экономики не смогли эффективно реализовать полученное преимущество в виде понижения ставки налога при УСН до 15%. Не произошло и расширение деятельности, о чем свидетельствует снижение средней численности работников организаций и переход некоторых субъектов хозяйствования на применение УСН по ставке 8% без уплаты НДС из-за смены вида деятельности.

Таким образом, можно сказать, что государство проводит постепенную либерализацию экономики. Однако в условиях финансового кризиса субъекты хозяйствования не смогли в полной мере воспользоваться всеми преимуществами, предоставленными законодательством. Вследствие этого, значительное снижение ставки налога при УСН, и как следствие – налоговой нагрузки, не повлекло значительного увеличения самого главного показателя эффективности экономической деятельности предприятия – валовой выручки. Поэтому, стоит задуматься о рациональности применения таких низки ставок при УСН в сложившихся условиях.

УДК 336.7

КОРОЛЕВИЧ Д.Г.

**БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ НАСЕЛЕНИЮ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ
ЭЛЕКТРОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Научный руководитель – СИДСКАЯ О.В.

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

На современном рынке, который характеризуется высокой степенью конкуренции, технологические инновации позволяют банкам и другим фирмам, предоставляющим финансовые услуги, получить конкурентное преимущество. Банки занимаются переводом средств и обработкой информации, это заставляет их с особым интересом относиться к разработке систем электронных услуг. Электронные банковские услуги – это новый технологический способ производства банковских продуктов, удовлетворяющих потребности клиентов с помощью электронных банковских технологий (банковских карт и систем электронных денег).

Массовое использование существующих форм денег, которые в силу своей физической природы имеют предел подвижности, обуславливает высокую трудоемкость финансовых расчетов, не обеспечивает непрерывность цепи расчета и затрудняют контроль за своим движением. Основной путь ее решения - это использование заменителей наличных денег и создания специализированных технических устройств для их автоматической обработки.

В нашей стране была разработана концепция создания комплексной автоматизированной системы безналичных расчетов населения.

Концепция предусматривает возможность идеологического и технического единства различных банковских систем, что является обязательным условием создания единой общегосударственной системы денежного обращения и гарантией высокой рентабельности любого банка.

С одной стороны, кредитными институтами вводятся сложенные внутрибанковские и межбанковские системы, а также электронные технические средства, обслуживающие область оптового банковского бизнеса. С другой стороны, внедряются системы розничного автоматизированного обслуживания клиентов – как юридических, так и физических лиц.

Радикальной инновацией в сфере банковских услуг является использование электронных денег на розничном уровне. Большинство

аналитиков выделяет две главные формы электронных денег - на базе карт (card-based) и на базе сетей (network-based).

Массовое применение пластиковой карточки как инструмента безналичных расчетов на современном этапе общественного развития стало возможным благодаря вниманию, которое уделяется данному инструменту со стороны банковских учреждений и деятельности банков.

Электронные деньги на базе карт являются сегодня одним из самых надежных инструментов платежа: это способствует сокращению наличного денежного оборота, ускорению движения денежных средств между клиентами, пополнению ресурсной базы банков, расширяет возможности роста товарооборота и производства, повышает безопасность оборота денег в стране и платежную культуру граждан. Банками обеспечен прием платежей за коммунальные услуги, услуги мобильной и электрической связи, услуги Интернет-провайдеров, телевизионных каналов и других через банкоматы, инфокиоски, платежные терминалы, мобильные телефоны.

Положительным моментом является экономия издержек. По подсчетам организации Global Insight Inc, сеть электронных платежей по сравнению с системами, основанными на бумажных носителях информации, способствует экономии издержек на уровне, равном 1% ВВП в год. Этот уровень достигается за счет увеличения скорости обращения денег, уменьшения времени расчетов и снижения стоимости осуществления платежей.

Сегодня на рынке банковских пластиковых карточек разработаны и внедряются спецификации EMV, позволяющие обеспечить прием в терминальном оборудовании EMV-совместимых карточек различных систем расчетов (ОАО "АСБ Беларусбанк", ОАО "БПС-Банк"). Активно развиваются системы платежей с использованием электронных денег "Easy Pay", "Берлио" (ОАО "Белгазпромбанк") и "WebMoney" (ОАО "Технобанк").

За 8 месяцев 2009 года среди населения были активно востребованы услуги по осуществлению срочных переводов через частные платежные системы: "Western Union", "Migom", "Money Gram", "Анелик" "Contact", "Юнистрим", "Privat Money", "BLIZKO", ЛИДЕР, "Быстрая почта", Coinstar Money Transfer, "Золотая Корона". Наряду с международными банковскими переводами банками осуществляются внутриреспубликанские переводы через такие платежные системы, как ("Стриж", "Срочный перевод", "Хуткія гроші", "Мигом Беларусь") и внутрибанковские системы мгновенных переводов.

К настоящему времени сложилась система, когда клиенты банка могут управлять своими счетами, а также осуществлять ряд операций дистанционно (online banking).

Развитие сети Интернет и распространение реализуемых в ней технологий позволило наращивать уровень электронных банковских систем. Они представлены системой «Электронный банк», которая включает следующие подсистемы: информационную подсистему «Банк по телефону», и электронные подсистемы MailBank и InternetBank. Дохода от интернет-банкинга возможно только по достижении достаточно высокого порога привлечения клиентов. По экспертным оценкам, простая окупаемость бизнеса начинается от 100 тысяч привлеченных на обслуживание клиентов.

По данным опроса агентства eMarketer, для большинства пользователей интернет-банкинга решающим фактором использования является экономия времени, что отметили 71 % опрошенных. Важной причиной является также возможность круглосуточной работы со счетом (79%). Возможность постоянного контроля счета в значительной степени способствует заключению договоров на интернет-банкинг (28 %). В ближайшем будущем этой технологии предстоит стремительное продвижение в сфере банковского бизнеса белорусскими банками.

Надо отметить, что за последние годы в Беларуси принят ряд мер по созданию условий для развития электронных платежных инструментов. Национальный банк Республики Беларусь, понимая важность этого сегмента рынка для экономики страны, уделяет ему постоянное внимание, тем самым повышает уровень банковского обслуживания населения.

УДК 338.46

КОСИНОВ А.И.

ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКИЙ РЫНОК СОТОВЫХ ОПЕРАТОРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Научный руководитель – КСЕНЗОВА В.Э. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Олигополия - тип отраслевого рынка, на котором несколько фирм продают стандартизованный или дифференцированный товар, причем доля каждого из них в общих продажах настолько велика, что изменение в количестве предлагаемой продукции одной из фирм может привести к изменению цены. Доступ на олигополистический рынок для других фирм затруднен. Контроль над ценами на таком рынке ограничен взаимозависимостью фирм (за исключением случая сговора).

Рынок – сложное явление общественной жизни, связанное с регулированием производства и обменом различными материальными ценностями, результатом человеческого труда.

Классическим примером олигополистического рынка является рынок сотовых операторов в Республике Беларусь. Рынок сотовых операторов представлен тремя активными участниками, которые ведут жесточайшую конкурентную борьбу за потребителя: СП ООО Velcom, ЗАО «Бест», ОАО «Мобильные ТелеСистемы». Главной задачей каждого оператора является привлечение новых клиентов.

Возникшая конкурентная борьба обусловлена появлением нового участника рынка Life, который позиционирует себя как самый доступный для потребителя оператор. Life активно продолжает свою экспансию на белорусском рынке. По степени взаимозависимости сотовые операторы представляют некооперативную олигополию.

Чем жёстче конкурентная борьба, тем лучше сервис. Огромные бюджеты, потраченные каждым оператором на дальнейшее улучшение связи, рекламную кампанию и благотворительные акции, направлены на усиление своих позиций на рынке сотовой связи.

Естественно, старт развития белорусского рынка сотовой связи был связан с крайне высокими ценами, что объяснялось колоссальными капиталовложениями сотовых операторов в отрасль и, поначалу, отсутствием серьёзной конкуренции.

Главными критериями, определяющими уровень развития сотового оператора, являются зона покрытия и абонентская база. Зона действия сети Velcom охватывает более 91% территории страны, на которой проживает более 97,6% населения (100% городских жителей). Сегодня

связь Velcom обеспечивают 25 550 приемопередатчиков, установленных в 1227 населенных пунктах по всей стране, в сети работают 2 935 базовых станций, а также 9 коммутаторов. Количество абонентов Velcom, по итогам 2008 года, составило около 3,7 млн. абонентов. Velcom является крупнейшим иностранным инвестором в Беларуси. Основное направление инвестиций компании – приобретение современного оборудования ведущих мировых производителей и новейших технологических решений, а также создание надежной инфраструктуры сети. Общий объем инвестиций за весь период деятельности компании – около 600 млн. долл. США.

Не менее крупный сотовый оператор – МТС. Белорусско-российское совместное ООО «Мобильные ТелеСистемы» (МТС) (белор. Мабільныя ТэлеСістэмы) – белорусский оператор сотовой связи. Учредителями компании являются РУП «Белтелеком» (Беларусь) (51 % уставного капитала) и ОАО «Мобильные ТелеСистемы» (Россия) (49 %). МТС обладает большей абонентской базой, чем сотовый оператор Velcom и является также крупнейшим налогоплательщиком. Покрытие МТС охватывает 90,2 % территории страны, на которой проживает 97,7 % населения Белоруссии. В сети этого оператора работают 3 656 базовых станций. Услуга международного роуминга предоставляется в 149 странах мира в сетях 313 GSM-операторов.

ЗАО «Белорусская сеть телекоммуникаций» - компания была зарегистрирована 5 ноября 2004 на предоставление услуг связи стандарта GSM, подключение абонентов началось в декабре 2005 года. Турецкая телекоммуникационная компания Turkcell подписала соглашение о приобретении 80% акций ЗАО «Белорусская сеть телекоммуникаций» 29 июля 2008 года. Доля акций компании «Белорусская сеть телекоммуникаций» приобретена у Госкомимущества Беларуси за 500 млн. USD.

Сотовый оператор Life пришёл на белорусский рынок в тот момент, когда рынок практически полностью был освоен. Сотовый оператор активно вкладывает дополнительные финансовые средства в развитие своего технического потенциала. Life первым получил лицензию от Министерства связи РБ на внедрение 3G технологии, что может обернуться значительным преимуществом в конкурентной борьбе. Потенциал нового сотового оператора огромен, тем не менее, Life до сих пор остаётся убыточным предприятием.

Мировой финансовый кризис 2008 года, плавно перешедший в экономический, нанёс удар множеству компаний. С первого января 2009 года в Беларуси произошла девальвация белорусского рубля. Расчёт за услуги сотовой связи происходит в белорусских рублях. Началось по-

вышение цен на тарифы, предоставленные сотовыми операторами. Исключением оказался Life, который не стал повышать цену на услуги связи.

МТС и Velcom являются давними участниками рынка сотовой связи. Но очевидно, что уже сегодня они проигрывают новому сотовому оператору в конкурентной борьбе. Главным преимуществом у операторов «Большой двойки» (Velcom и МТС) является отличная репутация перед потребителем. Но какая бы ни была репутация и имя, потребитель будет всегда выбирать то, что будет приносить ему наибольшую полезность (выгоду).

3G (от англ. third generation – «третье поколение»), технологии мобильной связи третьего поколения – набор услуг, которые объединяют как высокоскоростной мобильный доступ с услугами сети Интернет, так и технологию радиосвязи, которая создаёт канал передачи данных. 3G-сеть наконец-то отметилась на рынке мобильной связи в Беларуси. Сотовый оператор Life первым внедрил новую для нашей страны технологию в отрасль связи. 3G технология на сегодняшний день доступна лишь в столице и областных городах Беларуси. Для продвижения 3G, Life начал крупную рекламную кампанию.

В результате проведённого маркетингового исследования, были выявлены следующие особенности, непосредственно касающиеся рынка сотовой связи:

- в РБ достаточно высокое качество сотовой связи;
- большинство потребителей симпатизируют новому сотовому оператору и считают его крайне перспективным на рынке сотовой связи;
- самые выгодные для потребителей тарифные планы предоставляет сотовый оператор Life;
- Сотовый оператор Life самый разрекламированный из всех участников рынка.

Сотовый оператор Life имеет все шансы стать со временем лидером на рынке сотовой связи в республике Беларусь. На это есть все основания:

- выгодные цены для потребителей;
- огромное разнообразие рекламных акций;
- динамично развивающееся качество связи;
- предоставление новейшей технологии связи;
- постоянные бонусы для потребителей;
- высокий процент доверия к сотовому оператору.

Исходя из проведённого исследования олигополистического рынка сотовых операторов республики Беларусь, можно сделать следующие заключения:

- сотовый оператор Life имеет все шансы стать со временем лидером на рынке сотовой связи в республике Беларусь;
- конкурентная борьба сотовых операторов является главным фактором для повышения качества сотовой связи и внедрения новейших технологий, что определяет динамичное развитие отрасли в целом.

УДК 342

КОЧЕТКОВА И.А.

**СТРАТЕГИЯ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА:
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Научный руководитель – СТАРОДЫНОВА С.М. – кандидат психол. наук, доцент
Витебский Филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,
Витебский государственный технологический университет,
Витебск, Республика Беларусь

На основании различных подходов: функционального (А.Файоль, Г. Эмерсон, Г.Форд); личностного (Р.Блейк, Д Мутон); ситуационного (М.Вудкок, Д.Френсис) можно разработать развёрнутую модель базовых психологических характеристик эффективного менеджмента. Данная модель включает гибкость форм управления и переход на новый уровень организации производственного процесса (анализ реальных ситуаций, развитие творческого, системного созидательного мышления); переход на новый демократический уровень отношений между руководителем и сотрудниками, объединение науки и практики, их органическая взаимосвязь и взаимовлияние.

Индивидуально-личностными характеристиками, важными для эффективной профессиональной деятельности менеджера являются: аналитическое мышление, деловая энергия, интеллектуальная лабильность (IQ + EQ + RQ), стремление к достижениям, мотивация к успеху, ответственность, самосовершенствование.

Как известно, чтобы добиться успеха в деловом мире, нам не обойтись без сообразительных и умных людей. Критерий, который определяет уровень «сообразительности» — это IQ или коэффициент интеллекта, то есть отношение умственного возраста к хронологическому. Мы рождаемся с определенным IQ, и он практически не изменяется в течение всей вашей жизни.

Люди часто ассоциируют чей-то IQ со способностью добиваться успеха. И хотя коэффициент IQ – важная составляющая успеха, он теряет свою значимость по мере карьерного роста. Существуют и другие компоненты, необходимые для успешного бизнеса и карьеры.

В книге Даниэля Гоулмана «Эмоциональное лидерство» выдвигается следующая концепция: «некогнитивные факторы составляют около 80% успеха взрослого человека». И ключевым среди этих некогнитивных факторов является эмоциональный интеллект, или EQ. Эмоциональный интеллект определяется Робертом Купером и Айманом Савафом в их книге «Исполнительный EQ», как «способность чувст-

вовать, понимать и эффективно использовать возможности и проницательность эмоций как источника человеческой энергия, информации, связи и влияния». EQ - коммуникативные навыки и навыки межличностного общения, то есть способность находить общий язык и эффективно сотрудничать с людьми. Как говорит Сьюзан Дани, специалист по развитию эмоционального интеллекта: «чем выше вы поднимаетесь по карьерной лестнице, тем большее значение приобретает коэффициент EQ. В конце концов, вы окажетесь в обществе людей с такими же хорошими способностями и большим опытом, как у вас. И чем же вы сможете выделиться? А тем, как вы ведете себя и относитесь к остальным, вашим лидерскими и коммуникативными способностями, честностью, аутентичностью, целеустремленностью, сноровкой и другими компетенциями эмоционального интеллекта».

Что действительно хорошо в EQ – это возможность его усовершенствовать. В отличие от IQ, вы можете работать над различными сторонами EQ и повысить его общий уровень. Понимание вашего текущего уровня EQ и составление плана профессионального развития для работы над слабыми местами, существенно поможет в карьерном росте. Коммуникативные навыки имеют огромное значение в деловом мире.

Любой руководитель значимую часть своего рабочего времени тратит на общение. Поэтому важным профессиональным качеством для него является умение осуществлять деловое общение с людьми вне зависимости от собственных эмоциональных оценок. Он должен контролировать свое поведение так, чтобы негативное отношение к кому-либо не влияло отрицательно на характер деловых отношений с ним, а положительное отношение к сотруднику фирмы становилось тому известным и срабатывало как дополнительный стимул в повышении активности.

Но для того, чтобы добиться успеха в наши дни, недостаточно сочетания только EQ и IQ. Необходимо задуматься о вашем RQ - коэффициенте репутации.

Термин RQ был предложен доктором Чарльзом Фомбруном – заслуженным профессором Школы бизнеса им. Стирна (Нью-Йоркский университет) и основателем организации Reputation Institute. Доктор Фомбрун провел детальное исследование компаний по всему миру, чтобы понять роль, которую играет репутация в их успехе. Он выяснил, что у самых успешных компаний и у компаний, способных решать самые сложные задачи, есть одна общая черта – хорошая репутация или высокий RQ.

Но RQ имеет отношение не только к компаниям. Это один из важнейших коэффициентов, который мы можем сочетать с нашим IQ и

EQ для достижения успеха в карьере. Профессиональная репутация, или бренд – это то, что отличает нас от коллег и конкурентов, и то, что люди от вас ожидают. У всех нас есть бренды, достойные внимания. Создание вашего собственного бренда позволит вам подняться на самую вершину карьерной лестницы, перепрыгнув через несколько ступенек, так как для того, чтобы добиться успеха на сегодняшнем динамичном рынке, необходимо быть заметным и иметь хорошую репутацию, отличаться от бесчисленного количества людей, с такими же способностями и опытом.

Так же как и EQ, можно улучшить RQ, работая над собой. Создание, понимание и продвижение собственного бренда поможет увеличить RQ – или ценность бренда – и способность контролировать карьерный рост.

Так какой же коэффициент необходим для успеха? Ответ – все три. Взгляните на самых успешных людей в мире, и вы поймете, что они используют беспроигрышную комбинацию – IQ, EQ и RQ.

Максимальная экономическая эффективность предприятия прямо пропорционально зависит от эффективности руководства. В свою очередь, эффективное руководство предприятием может осуществить только руководитель, который имеет соответствующие специфические свойства, основанные на его мировоззрении и понимании важности психологического аспекта в управлении.

УДК 620.92

КРАВЧЕНКО А.В.

РЕЗЕРВЫ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ

Научный руководитель – СИВЦОВ В.П. – ст. преподаватель

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Республика Беларусь не располагает крупными запасами топливно-энергетических ресурсов (ТЭР), поэтому проблема обострения энергетических отношений, сопутствующих росту стоимости импортируемого углеводородного сырья, стоит достаточно остро. Это вынуждает делать ставку на местные, преимущественно возобновляемые источники энергии. В перспективе энергетика Беларуси может стать полностью независимой к 2050 году. В стране осуществляется целевая государственная программа, согласно которой доля местных видов топлива и альтернативных источников энергии к 2012 году в энергобалансе должна быть доведена до 25 % [2]. В связи с этим для Беларуси чрезвычайно важно включать в топливно-энергетический баланс вторичные энергоресурсы и возобновляемые источники энергии.

В рамках решения данной проблемы неправительственными организациями в Беларуси разрабатывается Концепция развития экологически чистой энергетики до 2050 года [3]. В Республике есть достаточно высокий потенциал использования энергии солнца, ветра, биомассы и биогаза для активного развития своей альтернативной энергетики. Концепция предусматривает активное использование альтернативных источников энергии в различных сферах жизнедеятельности, в том числе в домостроительстве, внедрении энергоэффективных технологий в производство, модернизации энергетических сетей, энергосбережении. Авторы данной концепции доказывают, что реализация предложенного сценария позволит к 2050 году полностью отказаться от импорта газа и нефти. Но для более широкого применения альтернативных источников энергии в Беларуси необходимо лоббировать их использование на разных уровнях. Такая работа необходима, потому что альтернативная энергетика – это новая для Беларуси отрасль.

Мы считаем, для того, чтобы она эффективно заработала, необходимо принять соответствующее законодательство, добиться поддержки на государственном уровне (финансирование, отработка схемы тарифной и налоговой политики, льгот при закупке энергосберегающих технологий) и, главное, – понимания перспективности возобновляемых источников энергии. В настоящее время сложилась такая ситуация, что всего лишь 15 % потребности страны в энергетических ресур-

сах покрываются за счет собственных источников, остальные 85% импортируются. Данное обстоятельство ставит Беларусь в положение зависимой страны от поставщиков ТЭР, притом, что в последние годы наблюдается стабильный рост цен на данные виды ресурсов. К примеру, в первом квартале 2008 года Беларусь покупала у России газ по цене 119 \$ за тысячу кубометров, а с 1 апреля цена возросла до 128 \$ [1]. На наш взгляд, данный рост будет иметь место и далее до достижения уровня мировых цен, что, безусловно, будет отрицательно сказываться на состоянии экономики страны.

Кроме того, в Республике существует проблема накопления огромного количества отходов производства, которые занимают значительные территории и загрязняют воздушный бассейн, водные объекты, землю и тем самым ухудшая качество среды обитания человека. Нам представляются наиболее перспективными к глубокому внедрению и широкому распространению следующие технологии по утилизации различных отходов с получением полезной продукции для дальнейшего использования в производстве:

1. Комплексная утилизация энергонесущих отходов (осадки от очистки сточных вод, лигнин, отходы деревопереработки, отходы нефтепереработки, отработанные масла, отходы производства и переработки сельскохозяйственной продукции, отходы пивоваренной и пищевой промышленности).

2. Переработка технологических вторичных ресурсов - угольные и коксовые шламы, доменные и конверторные шламы, замасленная окалина, с получением высокотехнологичных брикетов для сталелитейного и ферросплавного производства.

3. Переработка мелкодисперсных пищевых и сельскохозяйственных отходов.

4. Выпуск комплексных удобрений и искусственных почв.

С нашей точки зрения, предлагаемые технологии утилизации отходов прошли конечные стадии испытаний, защищены патентами, получены опытные партии сертифицированной продукции, поэтому их наиболее активное использование будет иметь положительный эффект.

В целом в Республике имеются все необходимые технико-экономические и теплотехнические данные, а также заключение экологического тестирования. Проработаны вопросы внедрения технологических линий по переработке отходов, подписаны соглашения с заводами-производителями оборудования. Рассчитаны технико-экономические обоснования конкретных объектов. Расчеты показывают, что рентабельность производства достигает 200 %.

Мы считаем, что для нашей страны возможно достигнуть высокого уровня в использовании энергосберегающих технологий. Это в свою очередь положительно скажется на усилении её энергетической независимости. Положительные моменты будут также наблюдаться и в экономике страны, ведь окупаемость энергосберегающих технологий составляет около 5 лет, при их среднем сроке эксплуатации равном двадцати годам. Таким образом, по прошествии определенного периода времени будет наблюдаться значительная экономия денежных средств, расходуемых на энергетику из-за рубежа (10,1 млрд. кВт-ч в 2006 году). Расчеты показывают, что широкое применение отходов промышленности позволит сэкономить еще не менее 10 % импортруемых энергоресурсов – нефтепродуктов и природного газа. Одновременно будет решаться проблема создания новых рабочих мест.

ЛИТЕРАТУРА

1. С у р и к о в, П.Л. Цена на российский газ для Беларуси до конца 2008 года увеличиваться не будет [Электронный ресурс] / Экономика и бизнес / Новости. / Белга. 2008. Режим доступа: <http://www.tut.by>. Дата доступа: 28.10.2009.
2. П е к а л и с, В.Г. Ветроэнергетика Беларуси / В.Г. Пекалис, Н.А. Лаврентьев [Электронный ресурс] / Строительство и недвижимость. 2007. Режим доступа: <http://www/Reenergy.by> Дата доступа: 01.11.2009.
3. Официальный сайт Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www/gknt@gknt.org.by>. Дата доступа: 30.10.2009.

УДК 64.031.44

КРЕЙЗА Ю.И.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Особым видом кредита, потребность в котором постоянно остаётся острой, является потребительский кредит.

Потребительский кредит – это продажа торговыми предприятиями потребительских товаров с отсрочкой платежа или предоставление банками ссуд на покупку потребительских товаров, а также на оплату различного рода расходов личного характера.

Он дает возможность совершить покупку товаров в то время, когда процесс, накопления сбережений для их приобретения еще не завершен, а у отдельных категорий населения и не был начат в связи с относительно низким уровнем доходов. Поэтому потребительский кредит разрешает две группы противоречий (с позиций конечного потребителя):

- между сравнительно высокими ценами на товары длительного пользования и текущими доходами населения;
- между денежными накоплениями у одной группы населения и необходимостью их использования у другой.

Сфера потребительского кредита стала расширяться за счет товаров повседневного спроса (одежда, обувь и продовольственные товары). Одной из причин роста потребительского кредита в индустриально развитых странах является значительное расширение организаций-кредиторов.

В настоящее время потребительское кредитование в Республике Беларусь развивается довольно бурно, даже несмотря на уход с рынка валютных кредитов, который произошел летом. Ряд банков, которые некогда были истинно корпоративными, активно влилось на рынок потребительского кредитования. Количество банков, которые предоставляют потребительские кредиты, составляет 23.

Однако постоянно идет изменение процентных ставок, есть примеры увеличения срока кредитования и максимальной суммы кредита. Становится отчетлива видна конкуренция банков в данном виде кредитования, что можно объяснить довольно просто – из всех видов кредитов именно потребительские кредиты дают возможность банкам заработать как можно быстрее, зачастую с меньшими рисками. Таким

образом, практически все банки, которые на настоящий момент работают с населением, тем или иным образом занимаются выдачей потребительских кредитов.

Данные кредиты можно разделить по способу предоставления – личными либо безналичным перечислением в оплату товаров. Кроме того, часть потребительских кредитов предоставляется путем перечисления на пластиковую карточку.

Самыми распространенными и наиболее выгодными потребительскими кредитами являются кредиты, которые выдаются под поручительство. Они обычно предоставляются по более выгодным процентным ставкам, т.к. дополнительное обеспечение (поручительство) снижает риски банка по таким кредитам. Наиболее дешевые потребительские кредиты можно получить в Беларусбанке, Белагропромбанке, Белинвестбанке и БПС-Банке, которые довольно близки по стоимости. Небольшие суммы (до 3млн. рублей) в Белинвестбанке можно получить и без поручителей – экспресс-кредит выдается до 2 лет под 35% без дополнительных комиссий.

Максимальную сумму кредита банки обычно ограничивают платежеспособностью клиента (наличие справки о доходах за 3-6 месяцев). Некоторые банки, предоставляя кредиты под поручительство, также делают максимальную сумму кредита довольно большой – как в Банке Москва-Минск и Белросбанке (50млн. и 150 млн. рублей соответственно). Но по сравнению с экспресс-кредитами, для кредитов с поручителями характерен больший срок рассмотрения пакета документов, который колеблется от 5 до 10 дней.

Кредиты без поручителей, или экспресс-кредиты, для потребителя являются более дорогостоящими. Это объясняется тем, что у банка нет дополнительного подтверждения платежеспособности клиентов либо времени, чтобы проверить кредитную историю клиента, что увеличивает риски по кредиту.

Однако наиболее выгодные варианты кредитов без поручителей сопоставимы по стоимости с кредитами под поручительство. Ими, согласно нашим расчетам, стали кредиты в Белинвестбанке (до 3млн.), Белросбанке (до 7млн.), Банке ВТБ (до 7 млн.) и Приорбанке (до 9 млн.). Как видите, суммы кредитов без поручителей обычно не такие значительные, как в случае с кредитами под поручительство.

Максимальную сумму без поручителей (10-11млн. рублей) можно получить при безналичном расчете за конкретный товар прямо в торговой точке. Такие кредиты можно получить в Дельта Банке, Хоум Кредит Банке, Сомбелбанке и некоторых других. Основная же масса экспресс-кредитов ограничена суммой 5-7млн. рублей.

При выборе потребительского кредита следует обращать внимание на ряд кредитов, которые предоставляются на отечественные товары, так как процентные ставки по ним более выгодные. Так, малообеспеченным гражданам льготные кредиты на потребительские нужды – на покупку товаров отечественного производства предоставляются в четырех государственных банках – Беларусбанке, Белагропромбанке, БПС-Банке и Белинвестбанке – под 10% годовых. Кроме того, кредиты по пониженным ставкам предоставляются целым рядом банков по собственным программам.

Использование потребительского кредита на покупку товаров дает возможность в определенной мере избежать затоваривания по изделиям, спрос на которые отстает от предложения, т.е. ускорить оборачиваемость товарных запасов. Тем самым торговые предприятия и организации сокращают издержки обращения, связанные с хранением товаров, их подработкой и передвижением. Фактически потребительский кредит расширяет платежеспособный спрос населения.

Потребительское кредитование удобно тем, что банк не отслеживает, на какие именно цели клиент тратит полученные им деньги; кредит предоставляется наличными или в безналичной форме по желанию заемщика; клиент может выбирать обеспечение по кредиту; возможно досрочно погасить кредит без комиссий, а также отсутствует обязательное страхование жизни заемщика.

Существует ряд причин увеличения интереса к потребительскому кредитованию.

Во-первых, хотя этот сегмент и более рискованный с точки зрения обеспечения кредита конкретного заемщика, зато срок погашения, как правило, невелик, а рентабельность этого вида кредитования – гораздо выше, чем при кредитном обслуживании юридических лиц.

Во-вторых, этому в немалой степени способствует интерес иностранных инвесторов к приобретению белорусских банков. Развивая розницу, банки значительно повышают ценность своих активов в глазах потенциальных покупателей.

В-третьих, устойчивый рост экономики и доходов населения вместе со слабой развитостью этого сегмента финансового рынка обещает неплохие перспективы.

УДК [339.564:631.145]:339.747

КРИВОНОСОВА В.Л.

**РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ
АПК В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА**

*Научный руководитель – ИЛЬИНА З.М. – доктор эк. наук, профессор,
член-корреспондент НАН Республики Беларусь*

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Рост спроса на продовольственную продукцию в последние годы обусловил необходимость развития агропромышленного производства и нахождение новых методов функционирования. В настоящее время спрос становится всё более избирательным, поэтому предприятиям следует искать новые способы и пути продвижения своей продукции и, конечно же, новые иностранные рынки и отдельные сегменты на них.

Актуальность исследования заключается в том, что в сложившихся в настоящее время условиях создание эффективной системы сбыта, сбор информации о потенциальных клиентах и развитие экспортного потенциала выступает главным превосходным отличием предприятия и делает его позиции наиболее устойчивыми как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Поэтому производство конкурентной продукции, востребованной постоянными клиентами и приверженцами, приносящей наибольшую прибыль, является актуальным как никогда ранее для предприятий Республики Беларусь.

Завоевание рынка соседних стран и нахождение там своей ниши является весьма актуальной проблемой для любого предприятия, а особенно для предприятия агропромышленного комплекса. На современном этапе развития рыночных отношений важным аспектом деятельности предприятий АПК Беларуси является построение товаропроводящих сетей, отвечающих требованиям внутренней среды указанных предприятий, а также внешним условиям.

Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006-2010 гг., утвержденной Указом Президента Республики Беларусь от 12 июня 2006 г. № 384, определено, что главной идеей настоящего пятилетия является повышение уровня конкурентоспособности на основе модернизации экономики страны.

Бренд «Сделано в Беларуси» широко известен в мире еще с 1960-х годов. Уже в то время наши тракторы и грузовые автомобили поставлялись не только в республики Советского Союза, социалистические и народные республики, но и экспортировались в капиталистические страны.

К настоящему времени экспортный потенциал Беларуси существенно укрепился.

Сегодня Беларусь торгует со 171 страной мира. При этом по отношению к 1995 году объем экспорта Беларуси в «третьи» страны (вне СНГ) увеличился более чем в 6 раз.

Следует определиться с терминологией.

Экспортный потенциал – это способность промышленности, всего общественного производства данной страны в целом производить необходимое количество конкурентоспособных товаров для внешнего рынка. Сравнение экспортного потенциала Беларуси со странами региона доказывает серьёзные недостатки экспортной политики нашей страны. Белорусские предприятия практически отсутствуют в структурах вертикальной и горизонтальной интеграции транснациональных корпораций. В современном глобальном мире именно ТНК являются моторами производственных процессов, инвестиций, инноваций и внешней торговли. Данные Всемирного банка о состоянии торговли товарами в мире показывают, что Беларусь генерирует большие издержки упущенной выгоды именно из-за своей экономической политики.

Синонимом процветания экономики является высокий экспортный потенциал страны, производство конкурентоспособной продукции.

Конкурентоспособность национальной экономики – это способность страны как геополитического субъекта производить и реализовывать товары и услуги, отвечающие требованиям мировых рынков, и создавать условия наращивания государственных ресурсов со скоростью, позволяющей обеспечивать устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения на уровне мировых значений.

Конкурентоспособность страны характеризуют ряд факторов:

- стабильность политической и правовой системы;
- высокая эффективность использования ресурсов;
- наличие природных ресурсов и благоприятный климат, выгодное географическое положение;
- открытость экономики, высокий уровень международной интеграции и кооперирования;
- значительные вложения в развитие человека (на образование, здравоохранение, социальные нужды);
- высокий уровень ВВП на душу населения;
- значительная доля конкурентоспособных фирм;
- оптимальный экспорт-импорт;
- наличие конкурентной среды;
- значительные расходы из госбюджета на НИОКР.

Но вполне разумное стремление государства увеличивать экспорт, а не импорт товаров можно рассматривать и как парадокс – нация соз-

нательно стремится отдавать товары, а не получать их. Не приведет ли такое стремление к сокращению внутреннего потребления? Влияют ли, и каким образом, внешнеэкономические связи на макроэкономическое равновесие национальных экономик?

В 2009 году совершенствование механизма развития внешнеэкономических связей Республики Беларусь обусловливается единством двух факторов: сложившимся процессом развития национальной экономики и необходимостью преодоления глобального экономического и финансового кризиса. Особенности вхождения и выхода страны из кризиса требуют по новому решать задачи по совершенствованию внешнеэкономической деятельности.

Исходя из такого подхода предлагается в направлении стимулирования наращивания экспорта:

- использование как общих для всех экспортёров методов государственной поддержки, так и дифференцированных подходов в отношении важнейших, ключевых отраслей или отдельных крупных производственных комплексов;

- разработка проектов законодательных актов по рациональному снижению налогового давления на производителей-экспортёров, особенно высокотехнологичной и наукоёмкой продукции, сокращению необоснованных ограничений и запретов с целью расширения базы налогообложения и, как следствие, сокращение дефицита государственного бюджета;

- предоставление льгот, направленных на увеличение в структуре экспорта полуфабрикатов и готовых изделий, устранение барьеров на пути экспорта продукции и услуг. Должна быть продолжена работа по максимально эффективному использованию преференциальных торговых льгот развитых стран в рамках Всеобщей системы преференций и расширению перечня этих стран. Одно из приоритетных направлений – получение страной возможности пользоваться преференциальными торговыми режимами таких стран, как Япония, Новая Зеландия, Австралия, Швейцария, Норвегия;

- меры по созданию инфраструктуры внешней торговли, которая станет адекватной новым экономическим условиям. Формирование новой системы информационного обеспечения торговли с равным и гарантированным доступом к информационным массивам;

- неэкономическая поддержка экспортных возможностей малых предприятий всех форм собственности.

УДК 338.439.65(476)

КРИВОНОСОВА В.Л.

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

*Научный руководитель – ИЛЬИНА З.М. – доктор эк. наук, профессор,
член-корреспондент НАН Республики Беларусь*

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Формирование рыночной системы продвижения продукции связано, прежде всего, с оптимизацией деятельности каналов реализации, определением потенциальных покупателей, снижением издержек и повышением конкурентоспособности товаров. Актуальность исследования определяется тем, что эффективный сбыт продукции агропромышленного комплекса является одним из важнейших условий повышения финансовой устойчивости товаропроизводителей. Выбор, который сделает предприятие в отношении стратегии организации сбыта, обусловит результаты его деятельности на средне- и долгосрочную перспективу.

Стратегия сбыта является частью общей политики перерабатывающего предприятия. Тем не менее, в определённых рамках она может рассматриваться как достаточно самостоятельный элемент, нередко позволяющий получить исключительно важные стратегические конкурентные преимущества.

Предприятие может использовать стимулы деловые (эффективное предложение), психологические (положительные переживания, вызываемые предложением), экономические (цены продаж, величины эксплуатационных расходов), персональные (межличностные контакты), а также выгоды, обусловленные выигрышем во времени (быстротой поставок) и местоположением.

Оптимизация стратегии сбыта производится с целью сокращения суммарной величины издержек при сохранении высокого уровня обслуживания, который во многом зависит от эффективности работы соответствующей службы.

Каждое предприятие должно проводить комплекс мероприятий, обеспечивающих физическое распределение товарной массы в рыночном пространстве. При разработке сбытовой стратегии необходимо правильно выбрать каналы сбыта, посредников, определить приемлемые формы работы с ними и обосновать оптимальные методы реализации.

Таким образом, решая задачи снижения издержек или формирования эффективной системы сбыта, должно быть чётко определено, ка-

кие стратегические цели для обеспечения своей экономической устойчивости предприятию потребуются решать в будущем, в условиях постоянно меняющейся рыночной конъюнктуры, и как на изменения в сбытовой системе будут реагировать потребители.

В связи с большой конкуренцией и перенасыщенностью рынков Республики Беларусь продовольственной продукцией необходимо проведение маркетинговых исследований с целью продвижения вышеуказанной продукции на внешний рынок – прежде всего на рынок Российской Федерации.

Наиболее значимым из внешних рынков для Беларуси является российский, хотя поставки из нашей страны составляют лишь незначительную долю продовольственной продукции, ввозимой российскими импортёрами. Движение конъюнктуры в Российской Федерации оказывает значительное влияние на развитие ситуации в отечественном агросекторе. При сохранении высоких темпов развития экономики в России будет наблюдаться рост потребления продовольствия. Российские производители не смогут удовлетворить этот спрос самостоятельно, поэтому это создаёт для белорусских производителей в ближайшее десятилетие хорошие перспективы для работы на рынке продовольственных товаров. Немаловажную роль в этом играет и цена: российский покупатель готов платить большую цену за аналогичную продукцию в сравнении с белорусским потребителем.

Следует отметить, что для белорусских производителей наиболее доступным средством продвижения продукции является стимулирование сбыта. Эффективны ценовые скидки, бонусы (для посредников), льготное предоставление продукции оптовикам.

Успешное развитие внешней торговли связано с поддержанием самых высоких стандартов качества, снижением издержек, целенаправленной рекламой продукции, а также налаживанием и поддержанием связей со структурами которые смогут обеспечить сбыт продукции.

Деятельность предприятия на внешнем рынке должна носить характер избирательного распределения. В ходе него установятся отношения с несколькими посредниками на конкретной территории. Для продвижения товаров за рубеж любому предприятию целесообразно создать специализированное подразделение, которое будет заниматься именно этими вопросами.

В целях укрепления конкурентных позиций на внешнем и внутреннем рынке белорусским предприятиям предлагается проработать вопрос возможности открытия небольших складов готовой продукции в ряде городов Республики Беларусь и Российской Федерации, что позволит увеличить объемы реализации продукции.

УДК 339.1

КСЕНДЗОВ А.А., КРУПНИК Н.Л.

ВЛИЯНИЕ ЦЕН НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СИТУАЦИЮ В БЕЛАРУСИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Научный руководитель – ИСАЙЧИКОВА Н.И. – кандидат эк. наук

Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,

Гомель, Республика Беларусь

В период глобального экономического кризиса управление предприятиями, организации во многом определяются ценовой ситуацией, складывающейся на внутреннем рынке. Несмотря на её особенности в каждой стране, существует общие закономерности в динамике цен, движение которых формируется под влиянием факторов внешнего и внутреннего характера. В Беларуси, как и в других постсоциалистических странах особенно в сильно проявляется влияние внешних факторов. При этом имеют разнонаправленные тенденции.

Во первых, сильно влияние на уровень цен внутреннего рынка оказала единовременная девальвация белорусского рубля, проведенная 2 января 2009 года по требованию международного валютного фонда как условия представления стабилизационного кредита. В дальнейшем девальвация белорусского рубля, как ожидается, будет иметь плавный характер, и направлена на повышение ценовой конкурентоспособности отечественной продукции на зарубежных рынках, увеличение экспортных поставок. В связи с этим рост цен на импортируемые товары за счёт этого фактора неизбежен. Увеличение цен в результате девальвации белорусского рубля не может не повлиять на цены товаров отечественного производства, поскольку многие из них определяются свободно. Необходимо учитывать и тот важный факт, что цены на энергоносители, многие сырьевые товары, строительные материалы, потребительские товары в связи со снижением спроса на мировом рынке, упали.

Во вторых если для развитых стран падение цен на энергоресурсы будет работать в сторону уменьшения цен на производимую продукцию, то для стран с переходной экономикой, в том числе и Беларуси, будет продолжаться процесс перехода на мировые цены, сопровождающийся ростом этих цен. Однако позитивно, то что рос цен энергоресурсов будет замедлен в связи с мировым экономическим кризисом и этот переход для субъектов хозяйствования будет менее болезненным.

В-третьих, общее увеличение цен на импортируемые товары с учётом объективно формирующегося отношения цена-качество может подтолкнуть процесс увеличения цен на аналогичные отечественные товары. Регулируемые цен на импортируемую продукцию в условиях рецессии представляется необходимым временно сохранить, с тем, что бы поддержать относительно стабильные условия функционирования внутреннего рынка.

Сегодня сложились все предпосылки для создания наиболее либеральных условий для функционирования внутреннего потребительского рынка. Есть все основания отменить регулирование размеров оптовых и розничных надбавок. Это позволит завершить формирование рынков продовольственных и непродовольственных товаров, насытить их разнообразными товарами, обеспечить конкуренцию продавцов.

В ситуации снижения цен на потребительском товары на мировом рынке, включая продовольствие, с учётом увеличения производственных мощностей перерабатывающей промышленности агропромышленного комплекса целесообразно увеличить поставки на внутрисредне-публиканский рынок по умеренным ценам, ориентированным на платежеспособный спрос населения. Субъекты хозяйствования смогут зарабатывать прибыль, прежде всего, на объёме продаж.

Одним из путей способствующих установлению умеренных цен может быть снижение налоговой нагрузки и, в частности, за счёт отмены налога с продаж, который, по сути, дублирует налог на добавленную стоимость и применение которого при реализации товаров в розничной торговой сети отличается сложной дифференциацией товарных позиций.

Одновременно необходимо активнее проводить политику, направленную на развитие конкуренции и ограничение монопольной деятельности субъектов хозяйствования. Для этого реально должны быть созданы равные условия функционирования предприятий различных форм собственности, максимально благоприятные условия для развития малого и среднего бизнеса. Цены на продукцию естественных монополий и предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке республики, пока не будут оставаться под контролем государственных органов целью сдерживания инфляции.

Поскольку либерализация экономики цен может привести к негативным социальным последствиям, важно сохранить покупательскую способность предприятий и населения. Для экономически активного населения важно создать максимально благоприятные условия для сохранения и роста занятости, возможности заработать больше. Один из путей – направление государственных ресурсов на развитие инфра-

структуры экономики в форме государственных заказов, в инновационные проекты, обещающие высокую их доходность, создание наиболее благоприятных условий для развития сферы услуг, в том числе потребительского характера, где смогли бы приложить свои усилия граждане.

Для тактического и оперативного управления ситуацией необходимо организовать еженедельный мониторинг ситуации на потребительском рынке, рынке промежуточных и инвестиционных товаров, в реальном секторе экономике, отраслях и сферах, областях для корректировки мер по противодействию мировому экономическому кризису.

УДК 338.512

КСЕНЗОВ А.Л.

**ИНТЕГРАЦИЯ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛЬНЯНОГО
ПОДКОМПЛЕКСА**

*Научный руководитель – ФИЛИПЕНКО В.С. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Кооперация как экономическая категория многогранна и многовариантна. В льняном подкомплексе республики превалирует, казалось бы, разветвлённые отношения кооперации и интеграции, но эта система хозяйствования существует в урезанном виде и не обеспечивает необходимых условий для саморазвития и самоопределения предприятий и их объединений.

В 70–80-е годы XX века основным направлением развития агропромышленной интеграции в АПК были агропромышленные объединения (АПО). В создаваемые агропромышленные объединения, как правило, входили предприятия одного ведомства.

В условиях гарантированного госзаказа в льноводческом подкомплексе стало возможным образовывать вертикально интегрированные структуры, включавшие в себя все стадии производства и переработки льна. Как правило, объединение происходило на технологически смежных участках цикла. Эффективность формируемых структур определялась минимизацией приведенных затрат и сроком окупаемости капитальных вложений. Надо отметить, что у предприятий, выращивающих лен, отсутствовали проблемы, связанные с реализацией продукции, так как вся произведенная льнотреста имела гарантированный сбыт, конкуренция по цене также отсутствовала.

Льнокомбинат, как правило, не входил в объединения с льнозаводами, но и не предъявлял высоких требований к качеству поставляемого им волокна, так как в больших объемах выпускались грубольшенные и брезентовые ткани для нужд промышленности и обороны страны. В итоге качество льносырья, льноволокна и тканей улучшалось незначительно [2].

Критерии интеграции определялись в большей степени внеэкономическими соображениями. Взаимосвязи между предприятиями устанавливались и регулировались централизованно органами государственного управления плановой системы управления, а не хозяйствующими субъектами – участниками агропромышленных формирований.

Основным мотивом интеграции было стремление обеспечить управление и контроль, так как проще планировать и координировать

работу малого количества крупных предприятий, чем большого количества мелких.

Разрушение в начале 1990-х годов системы государственного регулирования оптовых и розничных цен явилось основной причиной дезинтеграции в агропромышленном комплексе. В целях стабилизации и обеспечения дальнейшего развития льноводства и льноперерабатывающих предприятий Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь неоднократно принимало меры по совершенствованию этой отрасли сельского хозяйства. Так в 1991 году были одобрены «Основные направления развития льноводства и перерабатывающей промышленности республики на 1991-1995 гг.». В 1994 году были утверждены «Дополнительные меры по стабилизации и выводу из кризиса льняного комплекса Республики Беларусь в 1994-1995 гг.». В силу ряда объективных и субъективных причин не удалось достичь параметров, предусматриваемых данными документами. Вызвано это в первую очередь нестабильностью рыночных отношений, несогласованностью программных документов с другими министерствами и ведомствами, недостаточным финансированием многих мероприятий [1].

В целях повышения эффективности льноводства за счёт привлечения иностранных инвестиций, государством была проведена политика по созданию ОАО. В период с 1995 по 1997 гг. прошло акционирование льнозаводов. Однако опыт приватизации этих предприятий показал, что создание ОАО не повысило эффективность их работы. В мировой практике акционирование является способом привлечения дополнительных инвестиций. В нашей экономике поступления капитальных вложений от акционирования не происходило. Кроме того, предприятия не приобрели полную самостоятельность. Обладая контрольным пакетом акций, государство оставляет за собой право вмешиваться в их хозяйственные функции. В результате существующая модель акционирования не способствовала внедрению научно-технического прогресса в льноперерабатывающую промышленность, не стимулировала увеличение объёмов производства и привлечения инвестиций для обновления материально-технической базы льнозаводов.

Одним из мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности белорусской продукции, а также подавлении внутренней конкуренции со стороны льнопроизводителей, стало создание экспортно-сортировочных баз. Решение о их создании было принято в правительстве спустя 5 лет, когда имело место проблема невыполнения государственного заказа по отгрузке льноволокна на РУП «Оршанский льнокомбинат». Ранее продажей его на зарубежные рынки

занимались сами предприятия, не имеющие опыта, ни высококвалифицированных специалистов по маркетингу. Недостаток информации о конъюнктуре рынка привёл к появлению посредников, скупавших льноволокно по ценам ниже мировых. Таким образом, предприятия недополучали до 25% чистой прибыли от продажи. Более того, белорусские производители конкурировали не с субъектами мирового рынка, а друг с другом, что позволило иностранному покупателю диктовать цену, постоянно снижая ее. Данная мера воспрепятствовала развитию конкуренции между льнозаводами и позволила избежать посредничества тем самым, повышая конкурентоспособность продукции.

Однако преобразования в льноводстве по-прежнему не способствуют обеспечению устойчивого функционирования подкомплекса. В современных условиях в связи с различием организационно-правовых форм, форм собственности и подчинённости субъектов хозяйствования существует разрозненность звеньев технологической и управленческой цепи. Экспортно-сортировочные базы находятся в республиканской собственности, льнозаводы – в коммунальной, а Оршанский льнокомбинат входит в ведение концерна «Беллегрпром». Они не ориентированы на единые технологические, коммерческие, экономические цели и разобщены с точки зрения реализации функций целостного и комплексного государственного регулирования. Противоречия, возникающие между ними, не позволяют вырабатывать и проводить единую стратегию развития подкомплекса [3].

В этой связи необходимо создание единой корпоративной структуры, которая бы включала процессы организации производства, переработки, маркетинговой деятельности и научно-технического обеспечения льноводческого подкомплекса. Предлагаемая структура позволит более широко развивать интеграционные процессы, вовлекая в них всех заинтересованных участников рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лён Беларуси: Монография / Под ред. И. А. Голуба. Минск, 2003. 245 с.
2. Экономические проблемы производства и переработки льна: Монографическое исследование / Под ред. Н.А. Беляковой, П.М. Советова. Вологда-Молочное: ИЦ ВГМХА, 2005. 195 с.
3. И л ь и н а, З.М. Агрпромышленная интеграция в льняном подкомплексе: направления и формы / З.М. Ильина, Н.Н. Батова // Весці НАН Беларусі. Сер. аграр. навук. 2004. № 3. С. 19-22.

УДК 631.15(1-22)476)

КУДЛЕНКОВ С.В.

**ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ПРОГРАММЫ ВОЗРОЖДЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СЕЛА НА 2005-
2010 ГОДЫ**

Научный руководитель – ЕМЕЛЬЯНЧЕНКО Я.В.

Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,

Гомель, Республика Беларусь

ВВЕДЕНИЕ

Согласно Государственной программе возрождения и развития села к концу 2010 г. в стране должно быть обеспечено эффективное производство сельскохозяйственной продукции и продовольствия в объемах, достаточных для внутреннего рынка и формирования экспортных ресурсов за счет возрождения и развития социальной и производственной сфер белорусского села, повышения доходов сельского населения, создания основ для престижности проживания в сельской местности и улучшения демографической ситуации на селе.

Основной целью данной работы является систематизация и анализ промежуточных итогов Государственной программы возрождения и развития села на 2005 – 2010 гг.

МАТЕРИАЛЫ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Итоги выполнения в 2006 году Государственной программы возрождения и развития села на 2005-2010 годы.

На реализацию программы в минувшем году из всех источников финансирования было предусмотрено направить 11,8 трлн. рублей. Фактически на эти цели пошло 14,4 трлн. рублей или 122% к предусмотренному на год. При этом на развитие социальной сферы направлено 3,6 трлн. рублей, на развитие производственной сферы – 10,8 трлн. рублей.

Выполнены все 14 заданий по повышению занятости и уровня доходов сельского населения. В населенных пунктах, где строятся агрогородки, в 2006 году трудоустроено 2414 человек. На обеспечение занятости в сельской местности израсходовано более 21,3 млрд. рублей.

Не выполнено задание по определению объемов инвестирования и обеспечению разработки проектно-сметной документации по объектам строительства производственной и социальной инфраструктуры сельских населенных пунктов, подлежащих преобразованию в агрогородки в 2007 году [4].

Итоги выполнения в 2007 году Государственной программы возрождения и развития села на 2005-2010 годы.

На реализацию Государственной программы в 2005-2007 гг. направлено Br45,1 трлн., что на 26% больше предусмотренного объема средств. В частности в 2007 году на эти цели затрачено Br18,4 трлн., что на 30% больше запланированного.

На развитие социальной сферы села в 2005-2007 гг. использовано Br10,7 трлн., или на 31% больше, чем предусматривалось программой, а на производственную сферу – Br34,4 трлн.

Всего за три года создано 666 агрогородков, в том числе в Брестской области – 105, Витебской и Гродненской – по 102, Гомельской – 108, Минской – 133, Могилевской – 116.

Благодаря интенсивному строительству жилья на селе в 2005-2007 гг. улучшены жилищные условия тружеников АПК. Введено в строй 25,9 тыс. жилых домов общей площадью почти 2 млн. м².

Заметно улучшились и бытовые условия. На использование природного газа за три года переведено более 25,7 тыс. квартир, в том числе в 2007 году – 8614, что на 39% больше, чем планировалось. В белорусских селах построено и реконструировано 7,4 тыс. км электросетей, восстановлено и отремонтировано 532 км водопроводной сети.

Стационарной телефонной сетью обеспечено 95,7% сельских населенных пунктов.

Создано свыше 460 учреждений дошкольного образования и 67 учреждений среднего образования нового типа – школы-лицеи, гимназии, профессиональные лицеи. Организовано 199 больниц сестринского ухода. Создано 118 новых сельских учреждений культуры. В агрогородках открыто 178 комплексных пунктов по бытовому обслуживанию. Восстановлена работа ранее закрытых сельских магазинов и построены новые торговые центры.

В Беларуси за 2005-2007 годы реконструирована и технически переоснащена 751 молочно-товарная ферма, что составляет 134% к запланированному на три года объему по Государственной программе. Реконструкцию и техпереоснащение животноводческих и птицеводческих помещений в полном объеме выполнили все области [1].

Вместе с тем, исходя из графиков, практически в каждой области остались незавершенными работы на объектах социальной и инженерно-транспортной инфраструктуры агрогородков.

Итоги выполнения в 2008 году Государственной программы возрождения и развития села на 2005-2010 годы.

В 2005-2008 годах обеспечен прирост валовой продукции сельского хозяйства в общественном секторе к 2004 году в 44,7%. Производство

молока возросло на 44,2 %, яиц – на 22,4%, реализация скота и птицы – в 1,5 раза, зерна – на 34,2%, маслосемян рапса – в 3,9 раза, сахарной свеклы – на 22,5%, льноволокна – на 25,5% [2].

Получен прирост урожайности сельскохозяйственных культур. Намечился стабильный рост производства основных видов сельскохозяйственной продукции во всех категориях хозяйств.

За 2008 год задание по росту среднемесячной заработной платы в соответствии с программой по сельскохозяйственным организациям выполнено на 110,3%. Среднемесячная заработная плата одного работника АПК составила Br629,2 тыс., в том числе по сельскохозяйственным организациям – Br623,8 тыс. (131% к уровню 2007 года) [3].

Однако не выполнены в полном объеме доведенные задания по совершенствованию специализации сельскохозяйственного производства, повышению плодородия почв, развитию растениеводства, животноводства, перерабатывающей промышленности, внешнеторговой деятельности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализировав промежуточные итоги Государственной программы возрождения и развития села на 2005-2010 годы можно говорить о значительных достижениях в выполнении прогнозных показателей. На настоящий момент 937 сельских населенных пунктов в Беларуси преобразованы в агрогородки. В 2009 году в Беларуси планируется преобразовать в агрогородки 251 населенный пункт. Нужно отметить, что некоторые цели программы до сих пор еще не достигнуты. Поэтому к концу 2010 года должна быть проделана работа по преобразованию этих структур в самодостаточные хозяйственные комплексы, которые бы обеспечивали занятость, трудоспособность и воспроизводство.

ЛИТЕРАТУРА

1. Режим доступа: <http://news.belta.by/ru/news/president/?id=115145>.
2. Режим доступа: <http://www.minsk-region.gov.by/index.aspx?id=194&DocID=1955>.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2008. Мн.: Минстат. РБ, 2009.
4. Х о д о р к и н, Ф.Н. Государственная программа возрождения и развития села на 2005-2010 годы – основа обеспечения социальных гарантий для сельских жителей / Ф.Н. Ходоркин // Проблемы управления. 2005. №3 . с.89-94.

УДК 338

КУДРУК Е.В.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК**

Научный руководитель – КОСТЮКЕВИЧ Е.А.

УО «Барановичский государственный университет»,

Барановичи, Республика Беларусь

В современной белорусской экономике, переходной по своему характеру, переплетаются черты нового и старого (рыночной и нерыночной экономик). Активно идет становление менеджмента как способа управления организацией. "Менеджмент" и "управление" – не просто разнопорядковые понятия. Менеджмент предполагает управление организацией при условии отделения капитала-собственности от капитала-функции, т.е. при наличии слоя профессиональных наемных управляющих. Управление же, регулирование и упорядочение отличаются лишь мерой вероятности достижения поставленных целей.

В связи с активной реализацией Программы возрождения и развития села на 2005–2010 года, требуется крупномасштабная реорганизация управленческой системы АПК таким образом, чтобы обеспечивать потребности рынка в продовольственных товарах и их конкурентоспособность на мировом рынке. Большинство фирм на рынке, так или иначе связанных с сельским хозяйством, вынуждены приспособляться к воздействию внешних факторов. Непредсказуемая и нестабильная внешняя среда требует, прежде всего, постоянного повышения компетенции управленческих кадров, что подтверждается как зарубежной, так и отечественной практикой.

В условиях глобализации экономики и формирования мирового продовольственного рынка, характеризующегося необычайно высоким уровнем конкуренции, все более важную роль играет повышение эффективности процесса принятия управленческих решений, являющегося основным элементом процесса управления. Оптимизация коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий с помощью эффективных управленческих решений является одним из ключевых факторов на пути к достижению конкурентного преимущества, необходимого для выживания их на рынке.

Факторы, обуславливающие качество управленческих решений, весьма разнообразны и могут иметь организационный, экономический, методологический и психологический характер. Часто, особенно в крупных организациях, невысокое качество управленческих решений

бывает обусловлено негативным влиянием организационных причин. Среди них можно отметить следующие:

- 1) ненадежность информации, плохая организация коммуникаций, помехи, возникающие в ходе передачи информации;
- 2) низкая исполнительская дисциплина;
- 3) нереальное количество принимаемых решений;
- 4) низкая «стандартизация» процессов подготовки и принятия решений;
- 5) недостаточная степень согласованности интересов различных иерархических уровней, по которым проходит управленческое решение;
- 6) несовершенная система оформления, передачи и контроля за выполнением решений;
- 7) недостаточная компетентность исполнителей.

Эффективное принятие решений необходимо для выполнения управленческих функций. Совершенствование процесса принятия обоснованных объективных решений в ситуациях исключительной сложности достигается путем использования научного подхода к данному процессу, моделей и количественных методов принятия решений.

Умение руководителя правильно принять решение, выработать научный подход к нему, определяет его способности выполнять экономические функции, комплексный критерий его управленческой культуры. Обусловлено это тем, что решение служит направляющим и организующим фактором его деятельности, а правильность его принятия сказывается и проявляется в различных аспектах его труда.

Разработка детального процесса выработки и формирования решений предполагает необходимость овладения методологией научно-исследовательской работы, которая состоит в применении методов научного познания и материалистического подхода к проблемам, использования основных, свойственных науке логических принципов: анализа и синтеза, индукции и дедукции, аналогии, построения научных гипотез. Научный подход к принятию решений не совместим с утилитаризмом, рутинной, случайностью, импровизацией и субъективизмом.

Выработка научного подхода к принятию решения предопределяет необходимым разработать определенный план в виде взаимосвязанных между собой процессов подготовки, обоснования, принятия, ввода решения в действие:

- обеспечение всесторонней информированности;
- общая оценка и классификация материалов;

- изучение проблемы и её уяснение;
- обеспечение конкретности и оперативности;
- определение альтернативных вариантов решения;
- использование метода главного звена;
- определение сферы влияния решений;
- обеспечение самостоятельности в принятии решения;
- выработка предварительного решения;
- обсуждение проблемы в неофициальной обстановке;
- согласование и утверждение решения.

Большинство проблем, которые встречаются в работе менеджера, не так часто повторяются и поэтому их решение является тоже своего рода проблемой – проблемой выбора, который совершить не всегда легко. Для того, чтобы принять управленческое решение, каждый менеджер должен хорошо разбираться не только в понятийном аппарате, но и достаточно квалифицированно при этом применять на практике.

УДК 631.158:658.3(470.45)

КУЗНЕЦОВА И.В.

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АПК ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

*Научный руководитель – ПОПОВА С.А. – кандидат эк. наук, доцент
ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация*

С началом экономического кризиса в АПК многие сельскохозяйственные организации, фермерские хозяйства, товарные ЛПХ остро ощущают дефицит квалифицированных кадров.

Уточнение сущности воспроизводства квалифицированной рабочей силы в рыночных условиях показывает, что при отсутствии благоприятных условий для совершенной конкуренции сами по себе рыночные механизмы не могут автоматически обеспечить нормальные условия воспроизводства рабочей силы в отстающих по доходности отраслях экономики, особенно в сельском хозяйстве.

Первоочередной предпосылкой необходимой для реализации рыночного воспроизводства рабочей силы в аграрном секторе является создание свободных от монополизма конкурентных рынков труда и жилья. Такие рынки должны обеспечивать условия для высокой мобильности рабочей силы и ее межотраслевой трансформации.

В условиях демографического кризиса и исчерпания трудоресурсного потенциала села новая высокопроизводительная техника уже не столько вытесняет квалифицированных рабочих, занятых в сельском хозяйстве, сколько восполняет их недостаток. Применение машин нового поколения и инновационных технологий во многих случаях значительно изменяют содержание и характер труда квалифицированного рабочего.

С одной стороны, в условиях перехода к постиндустриальной стадии развития отрасли рабочие функции персонала существенно ослабевают, так как все его действия сводятся в большей степени к контролю над производственными процессами, то есть, индустриальные технологии стандартизируют все факторы производства, включая рабочую силу.

С другой стороны, многократно возрастает ответственность за результаты труда. Если отдельные трудовые функции имеют тенденцию к упрощению, то в целом технический прогресс в отрасли сельского хозяйства требует формирования работника нового типа, адекватного всей системе производительных сил и производственных отношений в АПК.

Одновременно в силу сохранения мелкотоварного производства в форме ЛПХ и семейных ферм еще длительное время будут востребованы рабочие профессии, в которых уровень профессионального мастерства во многом обуславливается не количеством лет обучения в системе начального профессионального образования, а в большей степени конкретным производственным опытом и агрокультурой, передаваемыми из поколения в поколение.

Диспропорции рынка труда связанные с наличием на селе значительного числа безработных наряду с одновременной нехваткой квалифицированных рабочих вызваны ограниченностью мобильного сельского рынка труда, а также недостатками в работе служб занятости.

По данным Росстата численность населения, занятого в сельском хозяйстве Волгоградской области в 2008г. составила 121,1 тыс. человек, что составляет 10% всего занятого населения. Для сравнения в обрабатывающем производстве занято 17,2%, а в оптовой и розничной торговле 16,4% населения. Уровень экономически активного сельского населения значительно сократился в 2008г. до 55,9% с 68,6% в 2000г.

Несмотря на рост уровня безработицы в сельской местности, который в 2008г. составил 15,1% против 8,5% в 2000г., сельскохозяйственные предприятия испытывают дефицит квалифицированных рабочих кадров. Сельская молодежь, оканчивающая среднюю школу, не считает эту работу для себя престижной и достойной даже в крупных рентальных хозяйствах.

Среди первоочередных мер, связанных со стоимостными факторами обеспечения благоприятных условий для воспроизводства квалифицированных рабочих сельского хозяйства выделяется задача по обеспечению воспроизводственного минимума заработной платы (доходов) работников.

Среднемесячная заработная плата работников сельскохозяйственных организаций Волгоградской области в 2008г. составила 6990 рублей, что в 1,7 раза меньше, чем в среднем по другим видам экономической деятельности.

В настоящее время, в условиях финансово-экономического кризиса, при существующих ценах на сельхозпродукцию без существенной государственной поддержки такой уровень оплаты труда, как в других секторах экономики в аграрном секторе установить невозможно, особенно в убыточных сельскохозяйственных организациях.

Стратегическим направлением приращения трудового потенциала квалифицированных рабочих в сельском хозяйстве является повышение эффективности функционирования системы формирования, распределения, перераспределения и использования человеческого по-

тенциала, переход от экстенсивного его воспроизводства к преимущественно интенсивному, основанному на инновационном развитии и качественном росте.

Главным фактором улучшения воспроизводства квалифицированных рабочих отрасли является реформирование системы подготовки квалифицированных рабочих и постепенный, поэтапный переход к цивилизованным стоимостным рыночным пропорциям воспроизводства рабочей силы. Это требует пересмотра сложившихся принципов формирования заработной платы, отказа от ее привязки к прожиточному минимуму и разработки новых нормативно-правовых актов о рациональном воспроизводственном минимуме для квалифицированного рабочего сельского хозяйства.

В условиях финансово-экономического кризиса необходимо не менее половины затрат на воспроизводство квалифицированных кадров финансировать из федерального и регионального бюджетов с учетом эффективного выполнения сельскохозяйственными организациями индикаторов целевых программ развития АПК.

УДК 658.56 (075.8)

КУРГАНОВ И.С.

ЗНАЧЕНИЕ КАЧЕСТВА В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Научный руководитель – НЕМОГАЙ Н.В. – кандидат техн. наук, доцент
Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и
социальных отношений»,
Гомель, Республика Беларусь

В условиях существующего мирового финансово-экономического кризиса качество выступает в виде приоритетного фактора увеличения конкурентоспособности. Конкурентная стратегия, ориентированная на увеличения доли рынка, принадлежащего предприятию, должна обеспечивать управление (менеджмент) качества.

Ниже сделана попытка в системном виде представить теоретические аспекты категории качества и менеджмента качества. За основу систематизации принята схема структуризации менеджмента качества, рекомендованная в международных стандартах, которая состоит из цепочки: менеджмент качества – планирование качества – обеспечение качества – управление качеством – улучшение качества.

1. Выполненные маркетинговые исследования показали, что понимание категории качества эволюционировало от свойства, присущего экземпляру продукции (товара), до всеобщего свойства объектов и процессов, а его роль – от частного атрибута конкурентной борьбы отдельного предприятия до показателя, формируемого усилиями международного сообщества.

Отметим, что в маркетинге при рассмотрении восприятия качества и поведения потребителя выделяют следующие подходы:

- метафизический (сосредоточивается внимание на самом факте существования качества);
- с позиций управления производством (качество поддается объективному измерению и обычно определяется как соответствие техническим спецификациям);
- с позиций идеального рынка (на идеальных рынках вся продукция одинакового качества и потребители имеют о продукции полную информацию);
- с позиций восприятия качества (оценка качества покупателем носит субъективный характер и не имеет ни объективных, ни абсолютных критериев.).

– Следовательно, в большинстве случаев качество отождествляется, с одной стороны, со свойствами предмета, а с другой – с удовлетворением предъявляемых к нему со стороны потребителя требований.

С маркетинговой точки зрения категория качества товара не ограничивается единственно и исключительно эксплуатационными, вкусовыми характеристиками, составом, ингредиентами, сроком использования и т.д. (в зависимости от вида товара); все эти понятия следует рассматривать как составляющие всеобъемлющего показателя. При этом качество является одной из основополагающих категорий, определяющих образ жизни, социальную и экономическую основу для развития человека и общества. Качество остается понятием объективно-субъективным и понимается как совокупность свойств и характеристик продукции, уровень и вариант которых формируется изготовителями (поставщиками) при ее создании, освоении выпуска и реализации в целях удовлетворения потребностей.

2. Обеспечение качества (или создание продукции) – это процесс формирования требуемых свойств и характеристик продукции при ее разработке и изготовлении, а также поддержание этих характеристик при хранении, транспортировке и эксплуатации. В международной трактовке обеспечение качества – это процесс формирования и поддержания согласованных характеристик продукции на этапах ее жизненного цикла. Основополагающий принцип (концепция) обеспечения качества заключается в том, что для обеспечения качества требуется сочетание следующих факторов: необходимой материальной базы; обученного и заинтересованного персонала; четкой организации работ по управлению предприятием, в том числе по управлению качеством.

3. Управление качеством представляет собой воздействие на процесс формирования заданных свойств и характеристик продукции (т.е. на производственный процесс) путем последовательной реализации взаимосвязанных бизнес-функций административного и оперативного управления качеством: маркетинг; политика в области качества; планирование работ по качеству; организация работ по качеству; обучение персонала; мотивация персонала; контроль качества; информация о качестве; разработка мероприятий; принятие (административных и оперативных) решений; реализация решений (мероприятий).

Основополагающий принцип управления качеством заключается в том, что оно представляет собой непрерывное воздействие на производство (или процесс формирования свойств) указанных выше логически взаимосвязанных управленческих бизнес-функций в целях обеспечения качества. В международной практике общепринято считать, что управление заключается в реализации последовательности цикла PDCA (пла-

нируй – выполняй – контролируй – действуй), т.е. под управлением качеством понимается совокупность действий субъекта управления, направленных на выполнение согласованных требований к характеристикам объекта управления.

4. *Планирование качества.* Определяется как часть менеджмента качества, направленная на установление целей в области качества и определяющая необходимые операционные процессы жизненного цикла продукции и соответствующие ресурсы для обеспечения качества.

5. *Улучшение качества.* Часть менеджмента качества, направленная на увеличение способности выполнять требования к качеству.

6. Понятие «качество» входит также в определение «система менеджмента качества» (СМК). Последняя представляет собой совокупность подразделений и должностных лиц в организации, которые выполняют определенные бизнес-функции менеджмента качества в соответствии с установленными правилами и принятыми методиками. Центральной частью СМК является служба качества, которая и есть тот самый субъект управления качеством, который воздействует на производственный процесс для обеспечения качества продукции.

7. Практика убедительно показала, что для организации эффективной работы по качеству на предприятии должна быть создана (разработана и внедрена) СМК. Такая система включает в себя механизмы, обеспечивающие постоянное улучшение существующих требований и ожиданий потребителя в области качества, которые реализуются через корректирующие и предупреждающие действия.

Для стимулирования организаций, добившихся значительных успехов в области качества продукции, а также внедривших высокоэффективные методы менеджмента качества, в республике проводятся ежегодно конкурсы на соискание Премии Правительства Республики Беларусь за достижения в области качества, «Лучшие товары Республики Беларусь на рынке Российской Федерации» и «Лучшие товары Республики Беларусь», «Брэнд года».

УДК 339.1:637.1

КУРТИН А.В.

БРЕНД В МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Научный руководитель – ГРИДЮШКО А.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Мало произвести молоко. Его нужно ещё и продать! А для того чтобы молоко превратить в «Домик в деревне», или в «Летний день», необходимо для этого молока создать соответствующий бренд, успешный имидж. Бренд – это сумма стоимости товара, торговой марки и значимой его ценности для потребителей, за которую они готовы платить большую стоимость по сравнению с конкурирующими торговыми марками.

Целью продвижения бренда является создание монополии в выбранном сегменте рынка. Почему многие фирмы продают газированную воду, но только «Кока-Кола» может продавать кока-колу? Таким образом, компании-владельцы успешных брендов косвенно обходят действие антимонопольных регуляторов. «Бренд – это более чем реклама или маркетинг. Это все, что приходит в голову человеку относительно продукта, когда он видит его логотип или слышит название», – считает известный маркетолог David F. D'Alessandro. Если предприятие занимается переработкой молока, то оно должно осознавать, что сложно продать невзрачное молоко, йогурт, кефир или сметану, в условиях жесткой конкуренции на полке. Необходимо, чтобы покупатель выбрал именно их упаковку с молоком из десятков представленных.

Практический интерес вызывает рассмотрение вопроса: каким образом бренды увеличивают денежные потоки предприятия? Это происходит посредством продажи брендированных товаров по более высоким ценам и в больших объёмах, что достигается, в первую очередь, за счет большего количества лояльных потребителей, которые могут приносить предприятию до 80% всей прибыли. Бренды также позволяют оптимизировать маркетинговые бюджеты, поскольку:

– скорость реакции потребителей на маркетинговые действия оказывается более высокой в тех случаях, когда они хорошо знакомы с маркой и положительно относятся к ней;

– сильные бренды быстрее получают доступ к основным каналам распределения.

Создание проекта бренда «с нуля» можно разделить на этапы:

1. Формирование идеи бренда (анализ продукта, описание товара, жизненный цикл товара, конкурентные преимущества)

2. Анализ рыночной ситуации
3. Индивидуальные черты бренда (миссия и философия, смысл, индивидуальность, ценность, ассоциации)
4. Атрибуты бренда (имя, логотип, фирменный знак, фирменный персонаж, шрифт, упаковка)
5. Управление брендом (формирование образа и имиджа, программа лояльности, модели поведения потребителей)
6. Продвижение бренда (План мероприятий по продвижению бренда, медиаплан, изготовление рекламной продукции, размещение рекламной продукции в каналах коммуникаций, анализ эффективности маркетинговых мероприятий).

Основные ассоциации, возникающие у целевой аудитории при упоминании о молочной продукции – натуральность, качество, польза, вкус. При разработке дизайна упаковки, производители ограничены не возможностями дизайна, а сознанием потребителей, у которых «неординарное» решение упаковки может не вызвать нужных ассоциаций с продуктом, и покупатель, даже если остановится перед этой упаковкой, скорее всего ее не купит.

Дизайн упаковки – это первый коммуникационный канал, несущий информацию потребителю о бренде. Дизайн должен быть понятен и конкурентоспособен, чтобы выделить продукт на полке и привлечь к нему внимание покупателя. Без этого не будет первой покупки.

Но существуют и другие категории, определяющие долгосрочный успех у потребителя молочного бренда – это стабильное качество продукта, вкус и доверие к производителю. Но чтобы по достоинству оценить, что внутри, покупателя надо привлечь тем, что снаружи.

Безусловно, дизайн не сыграет решающую роль при выборе торговой марки, если рядом будет стоять продукт, в два раза дешевле. Цена очень сильный инструмент, влияющий на покупку. Но цену до бесконечности снижать невозможно. У продукта должны быть еще какие-то достоинства, кроме дешевизны. Если разница в цене будет соизмерима, то в игру вступят такие факторы, как соответствие дизайна восприятию потребителем продукта и эстетическая составляющая.

Существует мнение, что оценивая ту или иную торговую марку, потребитель не обращает внимание на дизайн. Сознательно – возможно. Потому что любое «осмысление» требует приложения усилий, определенного напряжения мысли и временных затрат на этот процесс. Потребитель подходит и берет то, что ему приглянулось, то, что соответствует его восприятию продукта... по цветовой гамме, графике линий, стихийно возникшим эмоциям. Он не думает о причине своего выбора. Он просто его делает.

Безусловно, большее внимание потребителя, при прочих равных, привлечет продукт, который активно рекламируется. Потому что рекламируемый продукт покажется ему более «знакомым», чем другие, даже если он его до этого не пробовал. Особенно, если концепция этой торговой марки, транслируемая через рекламные обращения, будет ему близка и понятна.

Важно отметить, что, разрабатывая концепцию бренда, производитель опирается на свое видение стратегического развития компании и на то, какое место в этом процессе будет отведено новой марке. Бренд не памятник. Бренд – «живой организм». Чтобы оставаться востребованным, он должен реагировать на происходящие вокруг него изменения.

В заключении следует отметить, что в настоящее время в РБ всё больше предприятий молочной промышленности используют бренды. К ним можно отнести и «Савушкин продукт», и «Бабушкину крынку», и, особенно в последнее время, «Молочные Горки». Однако многие другие предприятия, к сожалению, не понимают важной роли бренда в современных рыночных отношениях.

УДК 338.43:637.1 (474.4)

КУРТИН А.В.

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ЧАУССКОГО МАСЛОДЕЛЬНО-СЫРОДЕЛЬНОГО ЗАВОДА

*Научный руководитель – ГРИДЮШКО А.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

На территории РБ около 30 предприятий, выпускающих твердые сыры. Самыми крупными предприятиями являются Слуцкий и Березовский сыродельные комбинаты. Наибольшее количество сыродельных предприятий сконцентрировано на территории Минской области. Со времени союза эта область лидировала по объему производства, так как была полностью обеспечена сырьем. Бесспорными лидерами белорусского сыроделия являются 7 предприятий Брестской области, занимающие второе место по мощности после предприятий Минской области.

В 2008 году общий экспорт «Чаусского маслодельно-сыродельного завода» составил 1974 тонны (в т.ч. сыра твердого - 1248 тонн, масла животного – 510 тонн, казеина – 160 тонн) на общую сумму 8193000 долларов США. Основным рынком сбыта для ОАО «Чаусский маслодельно-сыродельный завод» является рынок Российской Федерации. Поставки в РФ составляют: по сыру – 83,6% от общего объема реализации, по маслу – 72,5%

Основными конкурентами АО «Чаусский маслодельно-сыродельный завод» в Могилевской области являются: «Бабушкина крынка», Мстиславский и Славгородский сыродельные заводы.

Так как российский рынок сыров не насыщен, то ОАО «Чаусский маслодельно-сыродельный завод» при конкурентной цене имеет хорошие перспективы сбыта продукции.

На белорусском рынке цена твердых сыров в зависимости от сорта составляет от 8800 до 12000 тыс. рублей за 1 кг. Цена на сыр отгруженный в РФ в 2008 году составила 4,26 дол. США за 1 кг.

Повысить конкурентоспособность предприятия на внешнем рынке можно при соблюдении определенных стратегий развития и маркетинга. В качестве базовой стратегии маркетинга завод использует стратегию ориентации на качество выпускаемой продукции, освоение новых видов продукции.

Эту стратегию можно реализовать с проведением комплекса маркетинговых мероприятий в следующем виде:

1. Продукция

освоение и выпуск новых видов продукции, находящихся в стадии роста жизненного цикла на целевом рынке;

повышение качества и улучшение потребительских свойств продукции;

отслеживание сезонной конъюнктуры при выпуске отдельных видов продукции;

гибкое изменение ассортимента и объемов выпуска отдельных видов продукции в соответствии с колебаниями конъюнктуры рынка;

увеличение сроков хранения продукции.

2. Система сбыта

осуществление «обратной связи» с торговыми организациями;

осуществление взаимодействия с региональными структурами управления с целью получения поддержки в сбыте со стороны последних.

3. Продвижение продукции

проведение рекламных компаний в средствах массовой информации, в частности, по региональному радио и телевидению;

участие в выставках, ярмарках;

проведение дегустаций населения, в том числе и в других городах;

развитие концепции современной упаковки, позволяющей увеличить сроки хранения продукции.

Так как основным рынком сбыта для ОАО «Чаусский маслодельно-сыродельный завод» является рынок Российской Федерации, то в начале 2009 года завод столкнулся с проблемами продажи товаров в РФ, в связи с так называемыми «молочными войнами». В этот период были проработаны варианты работы предприятия на другие рынки, вследствие чего были заключены контракты с некоторыми украинскими фирмами (продажа масла и сыра), а также удалось заключить контракт с Сингапурской фирмой “Olam International limited” на продажу в эту далёкую страну 20 тонн кислотного казеина на сумму 81000 \$. Это в очередной раз доказывает, что качество современных белорусских товаров ни в чём не уступает иностранным аналогам, а по цене значительно дешевле, чем зарубежные товары.

В заключении необходимо отметить, что для того чтобы успешно продвигать продукцию на потенциальных зарубежных рынках необходимы следующие мероприятия: размещение коммерческой информации предприятия в каталогах и базах данных в РБ и РФ, а также в сети Интернет; участие в международных выставках, проводимых в странах СНГ и дальнем зарубежье; участие в постоянно действующих выставках и ярмарках в Могилеве, Минске, Москве и других регионах СНГ и др.

УДК 633.52

КУТЕЧКО М.М.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПЕРЕРАБОТКИ ЛЬНА В БЕЛАРУСИ

Научный руководитель – ЧЕЛОМБИТЬКО М.А. – кандидат с.-х. наук, доцент
УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
Минск, Республика Беларусь

Лен культурный, или посевной, *является однолетним*, иногда озимым культурным растением с тонким прямым цилиндрическим одиночным сверху разветвленным стеблем.

Льняное волокно – одно из самых прочных растительных волокон. Его называют «северным шелком». Прочность льняной пряжи на разрыв в два раза выше хлопчатобумажной и в три раза – шерстяной. Льноволокно превосходит по прочности такие химические волокна, как вискозный и ацетатный шелк, и не уступают капрону и лавсану.

В мире лен занимает 0.44% площади пашни. Основная часть производства льноволокна сосредоточена в Европе – более 50%. Среди стран мира первое место занимает Китай – 48%, большие площади под льном занимает Франция. Происходящие интеграционные процессы в Европе сопровождаются сокращением числа стран-производителей льна. Выращивание его прекратили в Эстонии, Венгрии, Словакии. Сокращается льноводство в Италии. Ведущим импортером и экспортером льна выступает Бельгия. Наименьшее количество льна-волокна получают в Беларуси

В республике Беларусь промышленность по первичной переработке льна представлена 53 льнозаводами общей мощностью 74,1 тыс. тонн выработки волокна в год. С 1991 по 2007 гг. несмотря на то, что площади посевов льна в Беларуси сохранились практически на прежнем уровне, валовой сбор льноволокна сократился почти вдвое. Развитию перерабатывающих отраслей агропромышленного комплекса республики многие годы не уделялось должного внимания. В 1991 году их промышленные фонды были в 5 раз меньше, чем в сельском хозяйстве, что обусловливало потери сельскохозяйственной продукции в объеме 20-30%. В то же время в США, например, на 1 доллар, вложенный в сельское хозяйство, приходилось 1.3 доллара вложений в переработку. Большинство льнозаводов страны построены в послевоенное время и оснащено в основном устаревшим оборудованием, которое в сравнении с зарубежными аналогами более материалоемкое и энергоемкое. Для льнозаводов характерен низкий процент загрузки производственных мощностей. К 2000 г. согласно данным

ассоциации «Белорусский лен» производственные мощности льнозаводов республики использовались всего лишь на 31,7%. С 2001-2005 гг. Одним из показателей, характеризующих эффективное функционирование льного подкомплекса АПК, является выход длинного волокна из тресты. Очень важным является соотношение длинного и короткого волокна. За период с 1992 по 2005 гг. в республике Беларусь доля длинного волокна в общем объеме производства составила 28,2%, в то время как в странах ЕС эта цифра составляет 70%. Любопытно, что при ручной обработке тресты в России получали до 92% длинного волокна. В республике около 70% вырабатываемого волокна – короткое. Возможности его использования в текстильной промышленности при существующих технологиях в настоящее время ограничены.

Вырабатываемое заводами длинное волокно в основном правительство обязало в полном объеме поставляется одному потребителю – Оршанскому льнокомбинату. Из-за неплатежеспособности Оршанского льнокомбината и принудительного снижения государством цен на лен льнозаводы подсчитывают убытки. Задолженность Оршанского предприятия поставщикам составляет около 19 млрд. руб., в том числе просроченная задолженность составила 18 млрд. рублей.

Выполнение госзаказа привело к тому, что льнопереработчики не в состоянии выплачивать зарплату, рассчитывать за энергоносители, возвращать кредиты.

Несмотря на сложную ситуацию в льняном подкомплексе АПК отмечаются следующие позитивные тенденции в отрасли:

- посевные площади льна стабилизировались на уровне 45-50 тыс. гектаров;

- повысилась компактность сырьевых зон, оптимизирован уровень концентрации посевов льна. При этом количество льносеющих хозяйств сократилось с 746 в 2003 году до 257 в текущем году. Средняя площадь сева в одной льносеющей сельскохозяйственной организации возросла с 72 гектаров в 2003 году до 265 гектаров в 2009 году (с учетом льнозаводов);

- при льнозаводах созданы механизированные отряды по выращиванию и уборке льна. Если в 2003 году механизированными отрядами возделывалось 22,2 тыс. гектаров льна, то в 2008 – 43,5 тыс. гектаров или 62% площадей. Использование механизированных отрядов с оснащением их специализированной техникой позволило существенно повысить эффективность использования предусмотренных технологий возделывания льна материально-технических ресурсов, повысить продуктивность льна. При использовании механизированных отрядов урожайность льна составила в среднем 6,6 центнеров льноволокна с

гектара, в сельскохозяйственных организациях – 4,2 центнера. Механизированные отряды оказывают также необходимую помощь сельскохозяйственным организациям по возделыванию и уборке льна.

Государственной программой возрождения и развития села на 2005-2010 гг., предусматривается выращивание льна на 75 тыс. га для получения не менее 60 тыс. т льноволокна. Этого можно достичь при урожайности льноволокна не менее 8 ц/га. Кроме увеличения урожайности в течение 2009-2010 гг. Беларусь планирует закупить 10 современных импортных линий по производству льноволокна, что позволит на льнозаводах республики наладить сопутствующее производство таких видов продукции, как холстопрощивное полотно, упаковочная пряжа, армированный шпагат.

Выводы

1. Устойчивое развитие льнозаводов напрямую зависит от состояния дел у производителей льносырья.

2. Низкий выход длинного льноволокна обусловлен как состоянием технологического оборудования, так и неудовлетворительным качеством льносырья.

3. Постоянное снижение закупочных цен на льносырье не является стимулом для льносеющих хозяйств.

4. Оптово-закупочные цены на льноволокно не покрывают затрат на его производство.

5. Слабо развита углубленная переработка короткого волокна низкого качества.

6. Не выполняется программа выпуска катонизированного волокна.

7. Большинство льноперерабатывающих предприятий убыточны.

УДК 339 (088.72)

КУХАРЧУК О.В.

**АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БИЗНЕСА
В СФЕРЕ БАНКОВСКОГО ДЕЛА**

Научный руководитель – КОНОПЛИЦКАЯ М.А.

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Позиционирование банка (банковских продуктов) – искусство формирования образа кредитного учреждения (продукта, услуги) в сознании целевой аудитории с помощью различных характеристик и атрибутов.

Позиционирование банка – это инструмент самоидентификации в сознании клиента. Позиционирование кредитного учреждения подразумевает максимальное использование имиджевых качеств. В свою очередь, позиционирование банковских продуктов и услуг акцентирует внимание потребителей непосредственно на транзактных преимуществах.

Конечная цель позиционирования – получение дополнительной прибыли, лидерство банка в целом, а также в определенных продуктовых категориях.

Позиционирование нового продукта банка или репозиционирование существующего на рынке банковского продукта или услуги включает ряд действий:

1. Определение набора конкурентных продуктов (услуг).
2. Установление определяющих атрибутов банка, банковских продуктов (услуг).
3. Сбор информации относительно восприятия потребителями других банков и их конкурентных преимуществ. Подобная информация собирается посредством качественного исследования, например, интервьюирования в фокус-группах, проводимого с целью выявления определяющих атрибутов.
4. Анализ текущих позиции продукта (услуги) в конкурентном наборе. Полезный инструмент для достижения этой цели – это сетка позиционирования, также называемая картой восприятия.
5. Определение наиболее предпочтительных для потребителей комбинаций атрибутов.
6. Рассмотрение привлекательности сегмента. Данный этап не только завершает аналитическую часть процесса позиционирования, но также помогает выявить места в товарном пространстве, где можно разместить новые банковские продукты.

7. Составление отчета о позиционировании и формулирование ценностного предложения. Выбранная позиция должна соответствовать предпочтениям определенного рыночного сегмента и принимать в расчет текущие позиции конкурирующих банков. Также она должна отражать текущую и будущую привлекательность целевого рынка (его размер, ожидаемый рост и ограничения) и относительные сильные и слабые стороны конкурентов.

Среди основных инструментов, используемых при позиционировании кредитных учреждений, выделяют: карты восприятия, использовать результаты рейтингов, банковские коммуникации.

а) Построение карты восприятия как эффективный инструмент позиционирования. Рыночная позиция продукта – это мнение прежде всего определенной группы потребителей, целевых рыночных сегментов относительно важнейших свойств продукта.

б) Роль рейтингов при позиционировании банков. Участие банка в рейтинге позволяет:

1. оценить деятельность банков-конкурентов;
2. оценить эффективность банковской деятельности;
3. дифференцировать услуги конкретного банка;
4. оказывать влияние на имидж.

в) Коммуникации как инструмент успешного позиционирования.

Учитывая невещественный характер банковских услуг, можно утверждать, что коммуникация услуг в банковской сфере должна осуществляться одновременно с коммуникацией марки. При этом функцию марки частично выполняет название банка. Эффект коммуникации зависит не только от силы воздействия на целевую аудиторию, но и от того, насколько коммуникативное сообщение соответствует имеющимся у объекта коммуникации мотивам: чем больше это соответствие и выше побудительная сила мотивов, тем выше эффект.

В целях укрепления позиций банка (отделения) необходимо использование следующих мероприятий:

1. Совершенствование коммуникаций с клиентами.

Банковский продукт может не только позиционироваться «товарными» методами, но и может расти в цене, за счет создания марочного капитала, брендинга. В этом случае, можно интегрировать в рыночное позиционирование как имиджевые преимущества, выгоды поставщика банковских услуг так и товарные, уникальную пользу, которая важна для повседневного обихода данной группы потребителей.

2. Проведение аудита качества обслуживания в качестве инструмента проверки и совершенствования позиций продуктов и услуг банка.

Посредством аудита качества обслуживания руководство отделения банка сможет оценить выполнение принятых стандартов обслуживания клиентов, технику продаж, внешний вид и манеры обслуживания персонала, результативность проведенных тренингов для обслуживающего персонала, поведение персонала в конфликтных и нестандартных ситуациях, качество телефонных консультаций, эффективность использования рекламных материалов.

Целесообразно введение системы премирования и штрафов, основу которой составят конкретные нарушения или достижения сотрудников, а также коэффициенты сервиса, которые присваиваются по результатам проверки.

3. Повышение эффективности использования целевых рынков на уровне отделения банка. Организация, учет и использование результатов возрастной и поведенческой сегментации позволит отделению банка обнаружить новые целевые рынки и расширить предложение банковских продуктов.

Таким образом, сила кредитного учреждения в грамотном позиционировании, при организации которого необходимо диверсифицировать услуги, предлагаемые банком, делать более яркими и заметными коммуникации, искать своего клиента и тщательно изучать его потребности.

УДК 336.7

ЛАВРИНЧИК С.А.

КРЕДИТНЫЕ РИСКИ И СПОСОБЫ ИХ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Научный руководитель – СИДСКАЯ О.В. – ст. преподаватель
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь

Риск в банковской практике – это опасность (возможность) потери банка при наступлении определенных событий. Под риском следует понимать вероятность, а точнее угрозу потери банком части своих ресурсов, недополучение доходов или произведение расходов в результате осуществления определенных финансовых операций.

Кредитный риск – это риск банка-кредитора, связанный с непогашением заемщиком основного долга и процентов по выданным кредитам. Кредитный риск – это вероятность того, что стоимость части активов банка, представленная суммой выданных кредитов, уменьшится или будет сведена к нулю либо фактическая доходность от данной части активов окажется значительно ниже ожидаемого расчетного уровня.

В основе процедур оценки кредитных рисков лежат следующие понятия:

- вероятность дефолта – вероятность, с которой дебитор в течение некоторого срока может оказаться в состоянии неплатежеспособности;
- кредитный рейтинг – классификация дебиторов организации, контрагентов эмитентов ценных бумаг или операций с точки зрения их кредитной надежности;
- кредитный миграция – изменение кредитного рейтинга дебитора, контрагента, эмитента, операции;
- сумма, подверженная кредитному риску – общий объём обязательств дебитора, контрагента перед организацией, сумма вложений в ценные бумаги эмитента и т.д.;
- уровень потерь в случае дефолта – доля от суммы, подверженной кредитному риску, которая может быть потеряна в случае дефолта.

Собственно оценка кредитного риска может производиться с двух позиций: оценка кредитного риска отдельной операции, портфеля операций.

Двумя основными конечными оценками кредитного риска являются – ожидаемые и неожиданные потери. При классическом подходе к управлению кредитными рисками покрытие ожидаемых потерь производится за счёт формируемых резервов, покрытие неожиданных потерь по кредитным рискам должно производиться за счёт собственных средств (капитала) организации.

Одной из составляющих финансовых операций являются осуществление кредитных операций. Существуют различия в деятельности банка при осуществлении кредитных операций, которые обусловлены, во-первых, составом кредитного риска, факторами, вызывающими реализацию этих видов кредитного риска. Во-вторых, различным характером служебных обязанностей, выполняемых сотрудниками банка, обусловленным разнообразием объектов, принципов организации, целей деятельности. Кредитный риск – весьма емкое понятие, объединяющее в себе такие риски как: стратегический риск, риск инноваций, операционный и технологический риски, риск несбалансированной ликвидности и риск формирования ресурсной базы, процентный риск, валютный риск, рыночный риск.

Банки зачастую не располагают надежно разработанным процессом управления кредитным риском. Среди наиболее часто встречающихся недостатков можно отметить следующие:

- отсутствие письменно зафиксированного в виде документа изложения политики;
- излишняя централизация или децентрализация кредитного руководства;
- плохой анализ кредитуемой отрасли;
- поверхностный финансовый анализ заемщиков;
- завышенная стоимость залога;
- недостаточные проверки и отсутствие сбалансированности в процессе кредитования;
- отсутствие контроля над займами;
- плохой контроль за документированием займов;
- чрезмерное использование заемных средств;
- неполная кредитная документация;
- отсутствие классификации активов и стандартов при формировании резервов на покрытие убытков по кредитам;
- неумение эффективно контролировать и аудировать кредитный процесс.

Риском можно управлять, т.е. использовать меры, позволяющие в определенной степени прогнозировать наступление рискованного события и принимать меры к снижению степени риска. Эффективность организации управления рисками во многом зависит от классификации. Она создает возможности для эффективного применения соответствующих методов, приемов управления риском.

Степень кредитного риска банков зависит от таких факторов, как:

- степень концентрации кредитной деятельности банка в какой-либо сфере (отрасли), чувствительной к изменениям в экономике, т.е. имеющей эластичный спрос на свою продукцию, что выражается сте-

пенью концентрации клиентов банка в определенных отраслях или географических зонах, особенно подверженных конъюнктурным изменениям;

- удельный вес кредитов и других банковских контрактов, приходящихся на клиентов, испытывающих определенные специфические трудности;

- концентрация деятельности банка в малоизученных, новых, нетрадиционных сферах;

- внесение частых или существенных изменений в политику банка по предоставлению кредитов, формированию портфеля ценных бумаг;

- удельный вес новых и недавно привлеченных клиентов;

- введение в практику слишком большого количества новых услуг в течение короткого периода (тогда банк чаще подвергается наличию отрицательного или нулевого, потенциального спроса);

- принятие в качестве залога ценностей, трудно реализуемых на рынке или подверженных быстрому обесцениванию.

Управление кредитным риском является основным содержанием работы банка в процессе осуществления кредитных операций и охватывает все стадии этой работы – от анализа кредитной заявки потенциального заемщика до завершения расчетов и рассмотрения возможности возобновления кредитования. Управление кредитным риском составляет органичную часть управления процессом кредитования в целом. Ключевыми элементами эффективного управления кредитами являются хорошо развитые кредитная политика и процедуры, хорошее управление портфелем, эффективный контроль за кредитами.

В основу банковского управления рисками должны быть положены следующие принципы: прогнозирование возможных источников убытков или ситуаций, способных принести убытки, их количественное измерение; финансирование рисков, экономическое стимулирование их уменьшения; ответственность и обязанность руководителей и сотрудников, четкость политики и механизмов управления рисками; координируемый контроль рисков по всем подразделениям и службам банка, наблюдение за эффективностью процедур управления рисками. Завершающий, важнейший этап процесса управления рисками - предотвращение (предупреждение) возникновения рисков или их минимизация.

УДК: 338.45:663.4(476)

ЛАВРУКОВИЧ А.Л.

**ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЭД ПИВОВАРЕННОЙ ОТРАСЛИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

*Научный руководитель – ФРЕЙДИН М.З. – кандидат эк. наук, профессор
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Современный рынок пива Республики Беларусь – это, пожалуй, один из рынков-лидеров по уровню конкуренции среди продовольствия. Потребителю сегодня представлена продукция более чем 10 отечественных предприятий и множества иностранных компаний, присутствующих на рынке. При этом многие эксперты отмечают, что белорусский рынок уникален высокой долей импорта пива, более чем 25-29%. Нормальным считается, когда доля импортного пива на национальном рынке не превышает 10%.

В 2008-м выпуск пива сократился на 0,4 % до 35,3 млн. дал. И по итогам полугодия 2009 выпуск пива продолжает снижаться на 9,6 % до 16,6 млн. дал. Из стран СНГ в Беларусь за 2008-й год было поставлено 12,276 млн. дал пива (на 24% больше, чем в 2007 году) на 74,1 млн. долларов. Однако если импорт украинского пива увеличился в 2,4 раза до 4,295 млн. дал (\$18,1 млн.), то российские пивовары, которые до этого были в числе лидеров, роста своей доли на белорусском рынке в 2008 году не показали. Импорт из России сократился 1,5% на 7,981 млн. дал (в денежном выражении составил 56 млн. долларов). Импорт пива осуществляется главным образом, в рамках СНГ, из России и Украины. Другие страны СНГ составляют незначительную долю в структуре импорта (менее 0,1%) (см. таблицу). Из стран вне СНГ было импортировано 93,4 тыс. дал пива (на 13,3% больше, чем в 2007 году), в стоимостном выражении поставки составили \$2 млн. (на 22,4% больше). В том числе поставки из Чехии сложились в размере 52,2 тыс. дал (на 33% больше), Германии - 16 тыс. дал (на 16,4% меньше), Ирландии – 12 тыс. дал (на 25,3% больше).

Белорусские пивовары в январе-сентябре 2009 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года увеличили экспорт пива в 2,4 раза, до 1,54 млн. дал.

Динамика и структура импорта пива, млн. дал.

Страна-экспортёр	2007г.	2008г.	Доля в структуре импорта, %	Рост (снижение) доли / к 2007, %
Россия	8,100	7,981	65	-16,3
Украина	1,790	4,295	34,9	19,9
Чехия	0,039	0,052	0,42	0,028
Германия	0,014	0,016	0,13	-0,01
Ирландия	0,010	0,012	0,01	0

Белорусские пивоваренные предприятия в январе-сентябре 2009 г поставляли пиво в Россию, Украину, Молдову, Латвию, Азербайджан, Эстонию, Великобританию. Однако, экспортная квота ($K_э$) по отрасли, вычисленная за 2008 год, остается очень низкой в сравнении с общенациональной [1].

$$K_э = \frac{\text{Экспорт}_{\text{отраслевой}}}{\text{ВВП}_{\text{отраслевое}}} \times 100\% = \frac{1,898}{36,4} = 5,21\% \quad (1)$$

Расчёт импортной квоты ($K_и$) показал, что она почти в 14 раз больше экспортной ($K_э$).

$$K_и = \frac{\text{Импорт}_{\text{отраслевой}}}{\text{ВВП}_{\text{отраслевое}}} \times 100\% = \frac{12,3}{36,4} = 33,8\% \quad (2)$$

За январь – сентябрь экспортная квота несколько выросла – до 5,8%, но положение с импортом ещё более ухудшилось - $K_и$ составила более 38,5%.

Словом, эффективность ВЭД пивоваренной отрасли остается достаточно низкой. Беларусь импортирует в 14 раз больше пива, чем экспортирует. Увеличения экспортных поставок происходить не столь быстрыми темпами относительно импортных. Эффективность ВЭД отрасли определяется, прежде всего, внешнеторговым балансом. Так, отрицательное сальдо внешнеторгового баланса по пивоваренной отрасли в 2008 году составило 70 млн. долл. Эффективность ВЭД относительно географической дифференциации поставок может быть охарактеризована также как недостаточно высокая, т.к. продукция поставляется лишь 7 государствам. Улучшение ВЭД отрасли лежит прежде всего в более агрессивной маркетинговой политики на зарубежных рынках, создание сильных отечественных брендов, пересмотр по-

литики в отношении ОАО «Белсолод», расширение сети дистрибуции и конечно, улучшения качества производимой продукции. Эффективным решением с точки зрения улучшения ВЭД отрасли может стать также создание инновационных продуктов на основе пива и упаковки, маркетинговых идей.

УДК 345.67

ЛАТА М.С.

АНАЛИЗ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Научный руководитель – СКИТЕР Н.Н – кандидат эк. наук, доцент
ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация*

Проблема стабилизации и устойчивого развития сельского хозяйства в последнее время становится все более актуальной. Ее решение во многом зависит от проводимой государственной политики в отношении сельскохозяйственных товаропроизводителей. Стабильное позитивное развитие всего АПК зависит от деятельности входящих в него субъектов предприятий и отраслей, от надежности и обоснованности хозяйственных связей, а также от складывающихся экономических отношений между сферами воспроизводственного процесса: производством, обращением, регулированием.

Повышение эффективности производства в АПК в условиях формирования многоукладной экономики и становления рыночных отношений возможно на основе осуществления целого комплекса мер по совершенствованию курса проводимых реформ. Этот процесс довольно противоречив. Он предполагает внедрение прогрессивных наукоёмких технологий, экономичных высокопроизводительных средств производства, совершенствование организации производства, труда и управления в сочетании с разработкой и применением экономического механизма хозяйствования в отраслях, сферах воспроизводства и АПК в целом, что требует существенных инвестиционных вложений. В то же время крупные инвестиционные вложения в условиях самоустранения государства от финансирования АПК при высоких банковских кредитных ставках возможны только на основе повышения эффективности производства. То есть возникает проблематичный замкнутый круг, разорвать который возможно на основе выбора приоритетных направлений развития АПК с минимальными инвестиционными вложениями с учетом факторов и условий повышения эффективности АПК с минимальными капитальными вложениями. Это особенно необходимо в период перехода от стабилизации к устойчивому экономическому развитию сельского хозяйства.

Цель стратегического развития экологической сферы – обеспечение устойчивого развития Волгограда, улучшение благоприятного состояния окружающей среды как необходимого условия улучшения качества жизни и здоровья населения города за счет значительного снижения

негативного антропогенного воздействия на природные экосистемы и человека. Для этого необходимо сформировать и последовательно реализовывать единую политику в области охраны окружающей среды.

Приоритетными направлениями деятельности в экологической сфере на период до 2025 года являются:

1. формирование эффективной муниципальной экологической политики, обеспечивающей снижение выбросов загрязняющих веществ в окружающую среду города;
2. оздоровление экологической обстановки городской территории;
3. формирование эффективной системы мониторинга, контроля и экспертизы экологической ситуации в городе;
4. зелёное строительство и охрана растительного мира;
5. координация усилий в области природоохранной деятельности на уровне города, Волгоградской области, Южного Федерального округа, направленных на рациональное использование, охрану и воспроизводство природных ресурсов;
6. организация системы экологического просвещения, повышение уровня экологической культуры населения, активизация научной деятельности в экологической сфере и практическое внедрение её результатов;
7. совершенствование системы экономических инструментов стимулирования к природоохранной деятельности.

Агропромышленное производство должно быть как экологически целесообразным, так и экологически безопасным. Основным критерием экологической целесообразности должно стать соответствие производства природным условиям. Основная идея, которая используется в экологическом сельском хозяйстве – это идея замкнутого цикла в хозяйстве, которая является как экологическим, так и экономическим принципом.

Одним из условий реформы должно стать совершенствование законодательной базы, системы экологических ограничений и обременений. Если своевременно повлиять на этот процесс, земельный рынок будет организован с учетом экологических принципов. Очевидно, что эта деятельность должна носить программный, стратегический характер. Необходимо формировать сильную коалицию организаций на территории России, лобби в Правительстве и Законодательном собрании на региональном и национальном уровнях, работать с представителями отечественного и зарубежного агробизнеса и инвесторами, привлекать отечественную школу агроэкологии и почвоведения, любые начинания в области экологических технологий, сформировать общественное мнение посредством СМИ, постоянно находиться в русле международных инициатив по данному вопросу.

УДК 631.15:633.853.494 (476)

ЛЕВИЦКАЯ Т.М.

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВЫРАЩИВАНИЯ РАПСА В
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ**

Научный руководитель – ТОБОЛИЧ З.А. – ст. преподаватель

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Из большой группы культурных растений, возделываемых в мире для получения жирных масел, в Республике Беларусь основной профилирующей культурой стал рапс. При содержании масла в современных сортах озимого рапса 40-49%, его выход с гектара может составить 12-17 ц. Есть также мнение, что яровой рапс является самой надежной масличной культурой в условиях Беларуси, обеспечивающей ежегодные стабильные урожаи семян. Рапсовое масло безруковых сортов относится к группе лучших пищевых масел, так как состоит из 75-87% полезных алейновой и линолевой кислот. Рапсовый жмых и шрот содержат 30-40% сырого белка и используется в животноводстве.

Посевы рапса в 2007 году занимали в республике около 120 тыс. га, что явно недостаточно, а средняя урожайность в последние годы составляла 11-12 ц/га. Агроклиматические ресурсы республики и исследования, проведенные Белорусским НИИ почвоведения и агрохимии, показывают, что рапс может возделываться на более значительной площади. Это обеспечит нужные объемы валового сбора семян для производства необходимого количества растительного масла.

В перспективе рапс должен занять достойное место в сельскохозяйственном производстве и относиться к главным культурам наравне с зерновыми. При расширении посевов рапса решающее значение имеют следующие основные факторы:

- вполне приемлемый уровень цен;
- совершенствование и выращивание перспективных сортов;
- способность производителей реализовать потенциальную урожайность при условии соблюдения оптимальных сроков посева и использования комбинированной техники для обработки почвы; при условии правильного выбора сорта; внесения удобрений; целенаправленной защите растений.

Рапс имеет ещё одно преимущество: высокая агрономическая ценность как предшественника в севообороте. Временное включение рапса в севооборот позволяет увеличить его продуктивность и нейтрализовать риск, связанный с выращиванием других культур.

Актуальные проблемы экономики

Уже сейчас рапс является рентабельной культурой. Нами выполнена аналитическая группировка по хозяйствам республики в зависимости от размера посевной площади под рапс. Все хозяйства были разделены на 5 групп. Показатели эффективности выращивания рапса представлены в таблице.

Эффективность выращивания рапса в хозяйствах республики в 2008 г.

Группировка хозяйств по размеру посевной площади, га	Количество хозяйств в группе	Площадь рапса по группе, га	Средний размер посевной площади, га	Валовой сбор по группе, тыс. тонн	Урожайность, ц/га	Себестоимость 1 т семян рапса, тыс. руб.	Денежная выручка от реализации семян рапса в расчете на 100га посевов рапса, млн. руб.	Прибыль на 100 га посевов рапса, млн. руб.	Уровень рентабельности, %
до 100	373	26207	70	42,3	16,1	545	90,6	16,5	22,3
101-150	300	39616	132	66,6	16,8	504	98,9	24,9	33,6
151-200	266	47948	180	83,3	17,4	468	100,2	28,6	40,0
201-300	290	73382	253	128,9	17,5	476	102,0	29,2	40,1
301 и выше	158	67934	430	142,5	20,9	465	115,1	35,8	45,1
Итого	1387	255087	184	463,7	18,2	481	103,5	28,9	38,7

Площадь посева рапса в пределах 100 га на одно хозяйство имеют 26,9% всех хозяйств республики, на них приходится 10,3% всех посевных площадей рапса; 300 хозяйств (или 21,6%) выращивают рапс в среднем на 132 га в расчете на хозяйство и их доля в посевах рапса составляет 15,5%; 19,2% хозяйств располагают в среднем 180 га рапса на хозяйство и их доля в посевах рапса –18,8%; 20,9% всех хозяйств в среднем на хозяйство имеют 253 га рапса и удельный вес этой группе в посевах рапса составляет 28,8% и последняя группа из 158 хозяйств выращивает рапс на довольно больших площадях – свыше 300 га на хозяйство (или в среднем на 1 хозяйство 430 га), занимая 26,6% всех посевных площадей рапса. В целом, по республике посевные площади в 2008 году составили 255 тыс. га, удвоившись к уровню предыдущего года.

Следует отметить, что в 2008 году по всем хозяйствам получена неплохая урожайность семян рапса – в среднем 18,2 ц/га; наилучший результат в пятой группе – 20,9 ц/га, что на 4,8 ц/га больше урожайности в первой группе. Как видно из таблицы, выращивание рапса было

эффективно во всех хозяйствах. Например, денежная выручка от реализации рапса в расчете на 100 га посева составила в первой группе 90,6 млн. руб., в пятой группе 115 млн. руб., т.е. выше на 26,9%. Но снижение себестоимости 1 тонны продукции в группах по отношению к первой, привело к тому, что разница по показателю размера прибыли от реализации рапса в расчете на 100 га посева между группами гораздо существеннее: в первой группе получено прибыли на 100 га посевов рапса 16,5 млн. руб., в четвертой группе – 29,2 млн. руб., в пятой – 35,8 млн. руб., что вдвое выше уровня первой группы.

Уровень рентабельности рапса по всем хозяйствам составил 38,7%, причем если в первой группе он составлял 22,3%, то в пятой уже 45,1%, что свидетельствует о высокоэффективном производстве данной культуры и о ее больших возможностях.

Постоянно растущий спрос на растительные масла, приемлемый уровень цен, а также эффективное производство семян рапса позволяет в будущем рассчитывать на выращивание рапса на еще больших площадях и на получение более высокой прибыли.

УДК 65.023.4

ЛЕНЦЕВИЧ Е.И.

**ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФИНАНСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ
РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ**

*Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

В мониторинге финансового состояния за январь-июнь 2009 года приняты участие 1 840 предприятий основных отраслей экономики Республики Беларусь, в том числе 739 промышленных предприятий, 239 предприятий транспорта, 430 строительных организаций и 432 предприятия торговли и общественного питания.

На долю предприятий-участников мониторинга приходилось 49,7 % выручки от реализации товаров, работ, услуг предприятий, учитываемых Национальным статистическим комитетом, в то время как данный показатель по Республике Беларусь составил 130,1 трлн. рублей, а по участникам мониторинга предприятий – 64,6 трлн. рублей.

Активы предприятий в номинальном выражении увеличились по сравнению с началом года на 8,6 %, в том числе в промышленности – на 10,6 %, на транспорте – на 11,1 %, в строительстве – на 4,1 %, торговле и общественном питании – на 2,2 %. Увеличение активов в номинальном выражении обусловлено приростом внеоборотных и оборотных активов. На долю прироста внеоборотных активов приходится 36,2 % общего прироста объема капитала, а прирост оборотных активов предприятий обеспечил 63,8 процента прироста общего баланса.

Значительную долю в оборотных активах как на начало года, так и на июнь составляли запасы и затраты (54,3 и 52,8 % соответственно), в том числе готовая продукция (14,6 и 15 %). В январе-июне 2009 г. собственный капитал предприятий в номинальном выражении увеличился на 2,1 %, привлеченный – на 28 %. В реальном выражении собственный капитал снизился на 4,8 % (годом ранее – на 3,1 %), привлеченный капитал увеличился на 19,3 % (годом ранее – на 4,3 %).

Характер накопления обязательств в январе-июне 2009 года изменился по сравнению с аналогичным периодом 2008 года: в текущем году предприятия в большей мере наращивали долгосрочные кредиты и займы (138,8 %) и краткосрочные кредиты и займы (124,2 %), в то время как в январе-июне 2008 г. эти показатели составляли соответственно 114,2 % и 106,8 %.

Уровень самофинансирования отражает независимость предприятий от источников заемных средств. Итак, уровень данного показателя за ряд лет находился в пределах 75,9 - 79,9 % и не претерпевал существенных колебаний и оставался относительно высоким.

Вместе с тем, основную сумму собственного капитала составляет добавочный фонд, отражающий прирост стоимости внеоборотных и оборотных активов по результатам проведенных ранее переоценок, поэтому высокая доля собственных средств в итоге баланса не обязательно означает финансовую устойчивость предприятия, так как основные средства не всегда эффективно используются и имеют достаточно высокую степень износа. Так, на начало 2009 года износ активной части основных фондов составлял 61,8 %, в том числе в промышленности - 66,8 %. С октября 2008 года наметилась тенденция к снижению финансовой устойчивости предприятий, которая продолжилась и в начале 2009 года и была обусловлена снижением спроса на продукцию и услуги белорусских предприятий как на внутреннем, так и на внешнем рынках, вызванным последствиями мирового финансово-экономического кризиса.

В январе-июне 2009 года привлечение предприятиями финансовых ресурсов в форме кредитов, полученных от банков, или займов, полученных от других организаций помимо банков, характеризовалось: увеличением объема задолженности по банковским кредитам; общим приростом задолженности по кредитам и займам в основном за счет прироста кредитов банков; долгосрочные кредиты банков росли опережающими темпами по сравнению краткосрочными кредитами.

В январе-июне 2009 года общая задолженность по долгосрочным и краткосрочным кредитам и займам по сравнению с началом года возросла на 31,4 %.

В соответствии с Инструкцией по анализу и контролю за финансовым состоянием и платежеспособностью субъектов предпринимательской деятельности, организация считается неплатежеспособной, если одновременно коэффициенты текущей ликвидности и обеспеченности собственными оборотными средствами ниже норматива.

На 01.07.2009 из общего количества предприятий, принявших участие в опросе, 761 (или 41,4 %) являются неплатежеспособными. На 1079 предприятиях (58,6 %) структура бухгалтерского баланса удовлетворительная, то есть, как минимум, один из вышеуказанных коэффициентов соответствует или выше норматива.

Прибыль от реализации продукции снизилась в номинальном выражении на 29,9 процента, прибыль до налогообложения - на 39,6 процента, а в реальном соответственно на 41 процент и 49,2 процента.

Величина чистой прибыли, которая осталась в распоряжении предприятий в январе-июне 2009 г. после уплаты текущих налогов на прибыль, а также расходов из прибыли, снизилась на 44,2 % и составила 2,9 % от выручки. В январе-июне 2008 г. она увеличилась на 73,6 % и составляла 5,3 % полученной выручки.

Финансовое состояние предприятий, прежде всего промышленных организаций, в январе-июне 2009 г. по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. ухудшилось, что проявилось в росте привлеченного капитала, низкой обеспеченности собственными оборотными средствами, увеличении доли просроченной дебиторской и кредиторской задолженности в общем ее объеме, снижении реальных объемов продаж и прибыли, доли прибыльных предприятий и эффективности использования капитала.

Предприятия-участники мониторинга во втором полугодии 2009 года ожидают улучшения своего финансового состояния по сравнению с предыдущим кварталом.

УДК 339.1

ЛУГАЧЕВ А.В.

ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ БРЕНДИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Научный руководитель – ЩАЮК Л.В. – ст. преподаватель
УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь*

На современном этапе развития экономики в Беларуси следует больше уделять внимания их рыночным атрибутам, из которых наиболее значимым является брендинг. Брендинговая деятельность, являющаяся составляющей многочисленных экономических и маркетинговых направлений, в силу своей недостаточной изученности и многообразия взглядов специалистов, до сих пор порождает огромное количество вопросов. Поэтому исследование данной категории является, на сегодняшний день, особо актуальным.

Бренд – это определенный образ в представлении потребителя, набор впечатлений и ассоциаций, позволяющих потребителю различать и выбирать товар в соответствии со своими потребностями. Брендинг – это область системы маркетинговых коммуникаций, занимающаяся разработкой фирменного стиля, его элементов, формированием уникального имиджа предприятия, отличающего его от конкурентов.

В сознании потребителей термин «бренд» зачастую ассоциируется исключительно с понятием «товарный знак». С этим же понятием ошибочно сравнивают бренд и руководители организаций, и работники отделов маркетинга. Говоря о создании бренда, они подразумевают создание торговой марки.

Ошибка заключается в том, что понятия «бренд» и «товарный знак (торговая марка)» являются не аналогичными по сути, а взаимодополняющими. Они сольются воедино лишь тогда, когда покупатели, располагая минимальной специфической информацией, наименьшей способностью получить ее и узким пониманием критериев оценки [1] спонтанно смогут назвать единственно значимый для них товар-брендоноситель.

В последнее время брендовое сознание значительно окрепло. Это можно наблюдать не только в действиях потребителей, которые скрупулезно и осознанно подходят к покупке, но и – производителей, действия которых теперь ориентированы на долгосрочную перспективу и направлены на формирование устойчивой приверженности бренду. Однако «игра в бренды» настолько захватывает руководства организаций, что не редко брендинговая деятельность становится своего рода

фетишем. Следует знать, что существует товарная категория, которая брендированию не подлежит. Эта категория – утилитарные продукты.

Утилитарные продукты – это товары и услуги интуитивно понятно и привычного назначения со стандартными потребительскими свойствами. К ним относят: макаронные изделия, некоторую продукцию мясоперерабатывающей и молочной отраслей, гвозди, офисную бумагу, строительные смеси и многое другое. На рынках подобных товаров брендинг в полном масштабе лишен смысла. Процесс создания и продвижения подобных продуктов называют трейд-маркингом» (от англ. «trade mark» – создание марочного продукта) Идеология потребления, тонкая подстройка под потребителя, многоступенчатое воздействие – все это при продвижении подобных продуктов не важно [2].

Практический опыт передовых предприятий показывает, что при планировании деятельности организации руководству следует обратить внимание на наиболее значимые аспекты в сфере брендинга.

1. При создании торговой марки предприятию необходимо строго поставить перед собой цель продвижения ее до уровня бренда. Следует помнить – бренд может использоваться вместо рекламы, что значительно снижает материальные издержки. Поэтому предприятию необходимо вести постоянный контроль за финансированием и моральным состоянием разработки.

2. Необходимо иметь четкое представление о таких понятиях как брендинг и трейд-маркинг. Следует четко определить продукт, в отношении которого будет выстраиваться брендинговая стратегия. В товарных категориях, где нужен полноценный бренд, опирающейся на точно сформулированные алгоритмы выбора и мотивы потребления, и имеющий продвинутую идеологию, просто не применимы принципы трейд-маркинга, и наоборот. Следует понимать, что понятия брендинг и трейд-маркинг взаимоисключающи, а посему не могут использоваться в купе.

3. Созданием потенциального бренда должен заниматься специалист – брендменеджер (бренд-мейкер), приглашенный для этих целей из сторонней специализированной организации. Ведением и периодической переработкой (обновлением) бренда должен заниматься брендолог, находящийся в штате отдела маркетинга.

4. В силу высокой динамики рынка следует постоянно повышать квалификацию специалистов, ведущих брендинговую стратегию, что, в свою очередь, повлечет за собой уменьшение риска при создании и продвижении на рынок товаров-брендоносителей.

5. Для ведения существующих брендов наравне с традиционными способами продвижения необходимо активно применять on-line стра-

тегии. В области брендинга рекомендуется принимать смелые нестандартные решения, предварительно точно продуманные и взвешенные. Так, например, для продвижения персонализированных брендов возможно использование социальных сетей.

Дополняя собственные разработки предложенными рекомендациями, организации смогут выйти на качественно новый уровень деятельности. Необходимо подчеркнуть, что бренд – это не только неотъемлемая составляющая любого респектабельного бизнеса, но и важнейший атрибут жизни современного человека. Именно потребительская лояльность и сопричастность к конкретному бренду обеспечит устойчивый спрос на товар-брендоноситель, а, следовательно, повлечет и стабильный рост прибыли предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Брендинг и ценообразование. Как победить в гонке за прибыль: Пер. с англ. / Роберт Дж. Доктерс [и др.]. М.: Вершина, 2005. 256 с.
2. *Marketing.by*, Трейд-маркинг и брендинг / Marketing.by [Электронный ресурс]. 2009. Режим доступа: <http://marketing.by/main/school/practice/0033956/> Дата доступа: 01.11.2009.

УДК 336.742(476)

ЛУЗЬКО Т.В.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Рынки драгоценных металлов - это специальные центры торговли драгоценными металлами, где осуществляется их регулярная купля-продажа по рыночной цене в целях промышленно-бытового потребления, частной тезаврации, инвестиций, страхования риска, спекуляции, приобретения необходимой валюты для международных расчетов.

Драгоценные металлы являются, с одной стороны, самостоятельной ценностью, а изделия из драгметаллов имеют эстетическое значение. Золото, серебро, платина и палладий в слитках, имеют пробу от 99,95% до 99,99%, а ювелирные изделия имеют более низкую пробу 58,3% - 75,0%, это означает, сколько чистого золота в изделии содержится.

С другой стороны, они имеют и утилитарное значение, поскольку являются материалами с уникальными свойствами, и используются в электронике, стоматологии, ювелирной промышленности.

Все страны - потребители золота в мировом рынке можно разделить на две группы. Первая из них - технически развитые страны. Эти страны используют золото в технических целях, отраслях промышленности и в производстве ювелирных изделий. Лидеры - Япония, США и Германия. В этих странах золото используется в высокоразвитых электронных и электротехнических, космических, приборостроительных и других технологиях [2].

Вторая группа стран - это те, которые используют золото с целью производства ювелирных изделий. Европейские лидеры - это Италия и Португалия. В Юго-Восточной Азии - Китай, Индия, Индонезия. Лидеры Ближнего Востока, Малой Азии и Северной Африки - Арабские Эмираты, Кувейт, Египет и Израиль [2].

С третьей стороны, драгоценные металлы являются специфическим инструментом бизнеса и финансов, универсальным объектом вложения в целях их накопления и приумножения.

В настоящее время в мире функционирует более 50 рынков золота. Только в Западной Европе их 11, в Азии - 19, в Америке - 14, в Африке - 8 [1].

На сегодняшний день центром мировой торговли драгоценными металлами является Лондон. Цены Лондонского рынка считаются наиболее представительными и используются в качестве справочной базы для различного рода расчетов, сравнений, закладываются в долгосрочные контракты. Объектом торговли на фиксинге являются стандартизированные слитки (“good-delivery-bars”). Каждый слиток должен иметь серийный номер, отметку о пробе (чистоте), штамп изготовителя [1].

Рынок драгметаллов в Республике Беларусь развит еще не очень хорошо, но у нас созданы довольно благоприятные условия для его развития. Естественно, что белорусский рынок драгоценных металлов в значительной степени находится под влиянием мирового. Однако в отличие от последнего, на белорусском рынке золота, серебра и платины цена устанавливается не на тройскую унцию, а на мерный слиток (Тройская унция = 31,1034768 грамм) [1].

В Республике Беларусь в настоящее время крупнейшим участником рынка драгоценных металлов является Национальный банк. Продажу населению золотых мерных слитков Национальный банк осуществляет через свои главные управления и отделения (с августа 2001 года) и ряд коммерческих банков.

При реализации драгоценных металлов наибольшей популярностью в январе—августе 2009г. пользовались 10-граммовые слитки золота, которых было продано 8.084 штук. Далее в рейтинге популярности следуют 5-граммовые (6.479) и 20-граммовые (6.018) слитки. В этот период было также продано 5.856 слитков массой 1 грамм, 1.945 слитков массой 50 граммов, 1.834 слитка массой 100 граммов, 868 слитков массой 250 граммов, 92 слитка массой 500 граммов и 34 слитка массой 1 килограмм. При этом обратно у населения за 8 месяца куплено 218,8 кг золота[3].

По данным Национального банка, в январе—августе 2009 года в Беларуси значительно вырос спрос на слитки серебра. Всего было реализовано 11.678 серебряных мерных слитков общей массой 708 кг, что более чем в 12 раз выше по сравнению с январем—августом 2008 года. Наибольшей популярностью пользовались слитки массой 10 граммов, которых было куплено 3.741, а также слитки массой 20 граммов (3.168), 50 граммов (2.028) и 100 граммов (1.809). Обратный выкуп серебряных мерных слитков за 8 месяцев 2009 года составил 74,6 кг.

Кроме того, в январе—августе 2009 года было продано 892 платиновых мерных слитка общей массой 8 кг. Это почти столько же, сколько было продано за 8 месяцев прошлого года. Наибольшей популярностью пользовались слитки по 5 граммов, которых было куплено

682, а также слитки массой 10 граммов (98) и 1 грамм (57). Обратный выкуп платиновых мерных слитков в январе—августе составил 1.248 граммов [3].

В настоящее время все инвесторы рассматривают золото в качестве надежного средства платежа, инструмента сохранения капитала, гарантию финансовой безопасности и небывалой доходности.

Развитие рынка драгоценных металлов в Республике Беларусь новые перспективное направление, пока нет достаточного опыта работы с драгоценными металлами, недостаточно работает практика проведения банками операций с золотом и другими драгоценными металлами т.к. Беларусь, не является золотодобывающей страной. Формирование рынка драгоценных металлов сопряжено со многими трудностями, в частности: отсутствием широко распространенных за рубежом механизмов государственно-частного партнерства, недостатком у белорусских банков опыта и практики создания гибких и ликвидных инструментов привлечения средств институциональных инвесторов и населения в драгоценные металлы.

Для совершенствования развития этого рынка в Республике Беларусь предполагается следующие мероприятия:

- выйти через своих финансовых агентов на международный рынок драгоценных металлов.
- через финансовые инструменты стимулировать коммерческие банки к проведению операций с драгоценными металлами.
- внедрять на рынок драгоценных металлов всё больше новые услуги, такие как открытие обезличенных металлических счетов в банках, лизинг золота и т.д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Д р о з д, Н. Золотой запас и стабильность / Н. Дрозд // Научно-практический журнал // Финансы Учет Аудит // №5. 2008 с. 15-18.
2. www.infobank.by
3. www.nbrb.by

УДК: 338.45(476.7)

ЛУКАШЕВИЧ Д.А., ПРИЩИЦ А.С.

ВЫЯВЛЕНИЕ ПРИОРИТЕТОВ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ГОРОДА ПИНСКА

*Научный руководитель – ФИЛИПЕНКО В.С. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Город Пинск представляет собой весомую часть экономического потенциала Республики Беларусь. Выгодное географическое положение, близость источников сырья и рынков сбыта продукции, многоотраслевая промышленность, развитая сеть транспортных коммуникаций, высокая плотность населения выделяют его среди подобных ему городов страны. Здесь сформирован индустриально-аграрный хозяйственный комплекс с превалирующим развитием таких отраслей, как: лёгкая, пищевая, лесная, радиоэлектронная отрасль, а так же отрасль машиностроения и металлообработки.

Город Пинск является крупным промышленным и культурным центром Республики Беларусь. В городе функционирует более 50 промышленных предприятий. В экономике города трудятся 47240 человек. Среднемесячная заработная плата на 1-го работника за 2008 г. составила 870,4 тыс. руб. и увеличилась по сравнению с 2007 годом на 24 %. Численность населения города на 1 декабря 2008 года составила 131 тыс. человек.

Анализируя объём продукции промышленности города Пинска за 1995 – 2008 гг. видно, что с 2003 года наблюдается стабильная тенденция роста выпуска продукции.

Анализ индексов общего объёма продукции промышленности и индексов производительности труда в промышленности показывает неравномерное их изменение в последние годы. На 2008 г. данные показатели увеличились и составили 115 % и 112 % соответственно.

За рассматриваемый период в работе промышленных предприятий установлена нестабильность в снижении затрат, а также рентабельности реализованной продукции.

Наибольший удельный вес в отраслевой структуре г. Пинска занимают отрасли, которые базируются на местном сырье: лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная отрасль – 36,3 %, пищевая отрасль – 17,1 %, лёгкая отрасль – 27,8 %, отрасль машиностроения и металлообработки – 11,8 %, а так же радиоэлектронная отрасль промышленности.

Анализ структуры инвестиций указывает на различную тенденцию привлечения инвестиций в промышленность города Пинска по сравнению с Республикой Беларусь и Брестской областью.

Наибольший удельный вес инвестиций в промышленность г. Пинска сконцентрирован в отраслях: пищевой – 24,2 %, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной – 20 %, лёгкой – 18,7 %, а также отрасли машиностроения и металлообработки – 10,8 %. Инвестиции в промышленности Брестской области сконцентрированы в отраслях: пищевой – 34,9 %, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной – 12,6 %, отрасли машиностроения и металлообработки – 20,1 %. Инвестиции в промышленности Республики Беларусь сконцентрированы в отраслях: химической и нефтехимической – 30,3 %, пищевой – 15,7 %, отрасли машиностроения и металлообработки – 15,8 %. Данное отличие объясняется тем, что для каждого города, региона и страны в целом характерны определённые условия, которые являются причиной различной ресурсной базы.

Внешнеторговый оборот по г. Пинску за 2006 – 2008 гг. имеет положительную динамику, хотя экспорт товаров увеличивается меньшими темпами, чем импорт. В 2008 г. по сравнению с 2007 г. экспорт увеличился на 47,3 млн. долл. США, импорт также увеличился на 57,1 млн. долл. США. Сальдо положительное и составляет 69,6 млн. долл. США.

Внешнеэкономическими партнёрами города Пинска является около 40 стран дальнего и ближнего зарубежья. Более 55 % произведённой продукции отправляется на экспорт. Основным торговым партнёром является Российская Федерация.

Так как в г. Пинске ведущей отраслью промышленности является лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная отрасль, то соответственно экспорт этой отрасли занимает наибольший удельный вес – 37,2 %. Так как в городе сконцентрировано достаточно большое количество перерабатывающих предприятий, то в пищевой отрасли промышленности удельный вес экспорта составляет 31,8 %.

Наибольший удельный вес импорта в г. Пинске наблюдается в химической отрасли – 16,9 %, что связано с отсутствием местного сырья. В пищевой отрасли импорт составляет 24,8 %, в отрасли строительных материалов – 20,7 %. Данная проблема решается импортозамещением тех товаров, которые ввозятся из-за рубежа.

Изучив экспорт и импорт реализованной продукции установлена необходимость поиска средств для наращивания экспорта в радиоэлектронной отрасли и наращивания импортозамещающих товаров химической, пищевой и радиоэлектронной отраслей промышленности.

Определяя стратегию развития промышленности города, с помощью матрицы VCG нами определены перспективные отрасли: машиностроение, радиоэлектронная, лёгкая, пищевая и лесная - они являются наиболее привлекательными для инвестиционных вложений.

Реализуя программы социально-экономического развития Республики Беларусь до 2020 г., программы инновационного развития, программы качества и программы развития соответствующих отраслей в г. Пинске, реализуются инвестиционные проекты по модернизации и переснащению производства.

Наиболее наглядным является инвестиционный проект по модернизации и реконструкции цеха по производству сыров ОАО «Пинский молочный комбинат». Этот проект реализуется с целью наращивания экспортного потенциала, а так же укрупнения позиций на внутреннем и внешнем рынках, используя местное сырьё.

При общих инвестиционных затратах в 16,9 млн. Евро, чистый дисконтированный доход составит 29,4 тыс. Евро при сроке окупаемости в 10 лет. Этот проект включён в программу развития мясомолочной отрасли РБ, так как норма потребления сыров – 6,5 кг в год, а в Республике Беларусь производится около 2 кг сыров на человека в год.

Перспективным проектом для предприятия РУП «Завод Камертон» является производство пластин монокристаллического кремния. По данным таблицы 6 видно, что при суммарной потребности в инвестициях – 11649 тыс. долл. США, чистый дисконтированный доход составляет 10028 тыс. долл. США и срок окупаемости составляет около 5 лет. Также хочется отметить, что доля государства в финансировании проекта занимает 7 – 8 %.

Необходимо отметить, что пластины в общем объёме произведённой продукции занимают около 80 % и будут реализовываться на внутреннем рынке. Это позволит заменить импортную продукцию, то есть решается проблема импортозамещения.

Таким образом, город Пинск располагает производственным, сырьевым и трудовым потенциалом, обеспечивающим устойчивый экономический рост. Однако переориентация экономики на инновационные отрасли позволит не только ускорить темпы экономического роста, но и на их основе обеспечивать существенное повышение жизненного уровня населения.

УДК 330.322(476)

ЛУКАШЕВИЧ Д.А.

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – СУШКО В.И – кандидат эк. наук, доцент
 УО «Полесский государственный университет»,
 Пинск, Республика Беларусь

Наиболее ярко основные тенденции развития экономики за последние девять лет отражаются влиянием вложения инвестиций в промышленность Республики Беларусь. Анализируя поступление инвестиций в основной капитал по основным отраслям промышленности, можно отметить положительную тенденцию динамики инвестиционных вложений в промышленность РБ в период 2000-2008 гг. (табл.1).

Т а б л и ц а 1. Инвестиции в основной капитал по основным отраслям промышленности РБ за период 2000 – 2008 гг., (в фактически действовавших ценах), млрд. руб.

Отрасли промышленности	2000	2005	2006	2007	2008
В целом по промышленности:	546,9	4369,6	5582,0	7295,4	10406,8
Электроэнергетика	55,3	598,2	651,7	815,7	1224,9
Топливная промышленность	74,9	613,9	765,9	887,1	1390,9
Химическая и нефтехимическая	101,3	924,5	1163,2	1404,0	1986,0
Машиностроение и металлообработка	139,1	654,8	726,8	1125,9	1637,9
Лесная промышленность	18,6	242,0	330,9	464,5	587,1
Промышленность строительных материалов	23,0	206,8	181,3	356,2	784,7
Лёгкая промышленность	21,0	92,5	122,6	157,5	255,5
Пищевая промышленность	52,3	642,6	825,5	1120,2	1520,1

Примечание: Рассчитано автором на основании данных Министерства статистики РБ.

Наиболее высокие инвестиционные вложения отмечаются в отраслях: электроэнергетика (1224,9 млрд. руб.), топливная промышленность (1390,9 млрд. руб.), химическая и нефтехимическая (1986,0 млрд. руб.), машиностроение и металлообработка (1637,9 млрд. руб.), а также отрасль пищевой промышленности (1502,1 млрд. руб.). Прирост инвестиций в данных отраслях за период 2005 – 2008 гг. со-

ставил: электроэнергетика – 105 %, топливная промышленность – 127 %, химическая и нефтехимическая – 115 %, машиностроение и металлообработка – 150 %, пищевая промышленность – 137 %.

Более низкие инвестиционные вложения отмечаются в отраслях: лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность (587,1 млрд. руб.), промышленность строительных материалов (784,7 млрд. руб.). Прирост инвестиций в данных отраслях за период 2005 – 2008 гг. составил: лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность - 143 %, промышленность строительных материалов - 280 %.

Теория динамики инвестиций базируется на принципе “мультипликатора”, введенное в экономическую теорию Р. Каном. Явление мультипликатора связано с тем, что, для экономики характерны повторяющиеся процессы, непрерывные потоки доходов и расходов, где расходы одних экономических субъектов являются доходами других. Также любое изменение дохода влечёт за собой изменения и в потреблении, и в сбережениях в том же направлении, что и изменение дохода. При этом пропорциональность потребления и сбережений сохраняется при любом изменении дохода. Отсюда логически вытекает вывод: исходное изменение величины расходов порождает своего рода цепную реакцию, которая хотя и затухает с каждым последующим циклом, но приводит к многократному изменению ВВП.

Изменение в ВВП рассчитывается по формуле: $\Delta ВП = \mu \Delta$,

где $\Delta ВП$ - изменение в ВВП;

μ - мультипликатор инвестиций;

Δ - изменение в инвестициях.

Нами рассчитаны мультипликаторы инвестиций в целом по промышленности Республики Беларусь и в разрезе отраслей за период 2000-2008 гг. (табл.2).

Т а б л и ц а 2. Влияние инвестиций на рост производства за период 2000 – 2008 гг.

Отрасли промышленности	2000	2005	2006	2007	2008	Среднее
1	2	3	4	5	6	7
В целом по промышленности:	6	3	3	4	4	4
Электроэнергетика	12	6	3	8	11	8
Топливная промышленность	10	8	7	5	5	7

Актуальные проблемы экономики

Окончание таблицы 2

1	2	3	4	5	6	7
Химическая промышленность	31	7	5	7	10	12
Машиностроение и металлообработка	27	20	21	32	35	27
Лесная промышленность	17	9	15	6	8	11
Промышленность строительных материалов	9	10	11	8	7	9
Лёгкая промышленность	9	10	12	14	15	12
Пищевая промышленность	25	5	16	11	8	13

Примечание: Рассчитано автором на основании данных Министерства статистики РБ.

Наиболее высокой инвестиционной отзывчивостью в промышленности Республики Беларусь обладают машиностроение и пищевая отрасль промышленности (значение мультипликатора 27 и 13 соответственно), характеризующиеся в последние годы высоким уровнем инвестиций. В результате данные отрасли характеризуются большим приростом произведённой продукции. В связи с приоритетностью энергетического комплекса, произошла переориентация инвестиционных вложений в энергетику. Значение мультипликатора в этой отрасли на уровне 8 говорит о правильности концентрации усилий в этой отрасли, так как отдача в ней была незначительная.

В целом по промышленности Беларуси мультипликатор равен 4, что соответствует параметрам передовых стран и свидетельствует о потенциальных возможностях промышленности нашей страны.

На основе проведённого анализа, можно сделать вывод, что более низким темпам роста инвестиций соответствуют более низкие темпы роста развития тех или иных отраслей. Следовательно, для активизации экономической деятельности отдельных отраслей промышленности в Республике Беларусь необходимы целенаправленные инвестиции.

УДК 336.7

ЛЫСЮК Е.В.

**ПОЗИЦИЯ ОАО «БЕЛАГРОПРОМБАНК» НА РЫНКЕ
БАНКОВСКИХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

*Научный руководитель – КОНОПЛИЦКАЯ М.А. – ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Глобализация финансового пространства, интенсивное развитие коммуникационных и информационных технологий, обусловившие снятие ограничений на свободное перемещение капитала в экономике, усиление конкурентной борьбы на финансовых рынках повышают значимость процессов формирования и поддержки конкурентных преимуществ коммерческих банков. В кризисные периоды развития мирового финансового рынка данный вопрос приобретает особую актуальность.

ОАО «Белагропромбанк» в качестве самостоятельной кредитно-финансовой организации функционирует 18 лет. За этот период Белагропромбанк сумел не только приобрести все черты, присущие современному универсальному банку, но и уверенно закрепиться в числе лидеров на отечественном финансовом рынке.

Прибыль ОАО «Белагропромбанк» по итогам работы за 9 месяцев 2009 года составила 119,4 млрд. рублей, что в 1,3 раза превышает размер полученной прибыли за аналогичный период прошлого года.

Нормативный капитал банка на 01.10.2009 составил 4409,1 млрд. рублей или 1092,9 млн. евро. На протяжении ряда лет Белагропромбанк занимает первое место в Республике Беларусь по величине нормативного капитала, более 1/3 нормативного капитала банковской системы сформировано ОАО «Белагропромбанк».

Ресурсная база банка за январь-сентябрь увеличилась на 21,5 % и на 01.10.2009 г. ее объем достиг 18,9 трлн. рублей. Белагропромбанком за истекший период обеспечено 1/4 прироста ресурсной базы банковской системы, а темп прироста ее валютной составляющей в 2 раза превысил средний темп прироста, сложившийся по другим банкам [1].

Наиболее значимыми источниками укрепления ресурсного потенциала выступили ресурсы, привлекаемые на международном финансовом рынке и средства физических лиц.

Так, за 9 месяцев т.г. банком привлечено порядка 455 млн. долларов США кредитных ресурсов из-за рубежа, что в 1,3 раза больше, чем за аналогичный период в прошлом году. По объему привлеченных в 2009 году средств иностранных кредитно-финансовых организаций

ОАО «Белагропромбанк» является лидером среди белорусских банков. В результате с 01.10.2009 Белагропромбанк вышел на первое место по объему привлеченных в экономику республики средств нерезидентов.

Гибкая процентная политика, введение новых привлекательных видов депозитов для физических лиц обеспечили рост объема средств частных клиентов, размещенных в банке, на 30,7%, по состоянию на 01.10.2009 их объем достиг 1972,0 млрд. рублей. Темп прироста средств физических лиц по ОАО «Белагропромбанк» в 1,2 раза превысил средний темп прироста данного показателя по другим банкам.

Рост привлеченных средств клиентов, а также увеличение займов на внешнем рынке позволили оказать значимую кредитную поддержку обслуживаемым субъектам хозяйствования, нарастить объем кредитования физических лиц [2].

С начала 2009 года объем валовых кредитов экономике, предоставленных ОАО «Белагропромбанк», увеличился в 1,3 раза до 17,3 трлн. рублей, при этом банком обеспечено более 1/3 прироста валовых кредитов, предоставленных всеми банками республики.

Объем кредитов, выданных субъектам хозяйствования, по сравнению с началом года возрос на 3,9 трлн. рублей или на 31,6%. Доля ОАО «Белагропромбанк» в общем приросте кредитов субъектам хозяйствования, выданных белорусскими банками с начала года, составила 36%.

Объем кредитов, предоставленных банком частным лицам, с начала года вырос на 213,7 млрд. рублей, при этом темп прироста данных кредитов по ОАО «Белагропромбанк» в 1,9 раза выше аналогичного показателя в среднем по другим банкам [1].

В настоящее время на регулярной основе в учреждениях ОАО «Белагропромбанк» обслуживается более 31 тыс. субъектов хозяйствования и почти 1,5 млн. физических лиц. Такое успешное развитие банка во многом определяется клиентоориентированной стратегией развития, в которой индивидуальный подход к клиенту сочетается с комплексностью оказанных ему услуг. В ОАО «Белагропромбанк» создан широкий продуктовый портфель, отвечающий потребностям клиентов, в том числе в части возможности размещения средств в банке, получения кредитов, работы с пластиковыми карточками, а также внедрены самые современные технологии обслуживания как юридических лиц, так и населения, включая дистанционное обслуживание и электронную очередь [3].

В ряду важных проектов банка следует назвать Программу поддержки Белагропромбанком субъектов агроэкотуризма. За 1,5 года реализации программы Белагропромбанком прокредитовано около 300

субъектов агрозкотуризма, благодаря поддержке банка создано 225 новых агрозкоусадеб.

В настоящее время ОАО «Белагропромбанк» является крупнейшим банком в стране. Согласно публикуемому авторитетным финансовым изданием The Banker списку 1000 крупнейших банков мира только за последний год Белагропромбанк продвинулся вверх более чем на 300 позиций и закрепился на 321 месте. Банк сейчас также занимает 9 место среди 25 крупнейших кредитно-финансовых организаций Центральной и Восточной Европы [1].

Кроме того ОАО «Белагропромбанк» заслуженно получило ряд наград от независимых экспертов. Сразу два авторитетных международных издания – Global Finance и Euromoney признали Белагропромбанк лучшим банком на финансовом рынке Республики Беларусь. Также два года подряд жюри национального конкурса «Брэнд года» признавало Белагропромбанк победителем в профессиональной номинации и удостоивало банк золотой медали.

Итоги работы ОАО «Белагропромбанк» позволяют сделать вывод о продолжении динамичного развития банка, дальнейшем укреплении его позиций в банковской системе. В целом ОАО «Белагропромбанк» продемонстрированы высокие темпы развития по всем показателям деятельности, что позволяет банку занимать лидирующие места среди белорусских кредитно-финансовых учреждений.

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что ОАО «Белагропромбанк» занимает одну из лидирующих позиций на рынке банковских услуг Республики Беларусь и сможет удерживать ее в будущем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Итоги деятельности ОАО «Белагропромбанк» за 9 месяцев 2009 года. // ОАО «Белагропромбанк» [Электронный ресурс]. 2009. Режим доступа: http://search.icq.com/accounting&ch_id=1457. Дата доступа: 07.11.2009.
2. Годовой отчет ОАО «Белагропромбанк» за 2008 год // ОАО «Белагропромбанк» [Электронный ресурс]. 2009. Режим доступа: http://search.icq.com/accounting&ch_id=tb. Дата доступа: 04.11.2009.
3. Консолидированная финансовая отчетность // ОАО «Белагропромбанк» [Электронный ресурс]. 2009. Режим доступа: <http://search.icq.com/accounting=tb>. Дата доступа: 07.11.2009.

УДК 336.7

ЛЫСЮК Е.В.

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО
СОТРУДНИЧЕСТВА ОАО «БЕЛАГРОПРОМБАНК»**

Научный руководитель – ЖУК В.И. – магистр эк. наук

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Конкурентоспособный банк – это коммерческая организация, обладающая ясным пониманием своих стратегических целей, видением будущего, компетентным персоналом и эффективным механизмом динамичной адаптации к условиям современного мира и требованиям клиентов.

ОАО «Белагропромбанк» является крупнейшей кредитно-финансовой организацией страны по величине уставного фонда и собственного капитала, доля которых в совокупных показателях по банковской системе составляет соответственно 43,8% и 36,5%. ОАО «Белагропромбанк» формирует четвертую часть ресурсной базы отечественных банков и более трети кредитных вложений в реальный сектор экономики.

На протяжении последних лет ОАО «Белагропромбанк» продолжает целенаправленную работу по расширению сотрудничества с зарубежными кредитно-финансовыми организациями, которая, в первую очередь, была ориентирована на привлечение в экономику страны финансовых ресурсов.

Несмотря на существенно усложнившиеся из-за мирового экономического кризиса условия работы на внешнем финансовом рынке репутация надежного делового партнера позволила ОАО «Белагропромбанк» и далее активно развивать взаимодействие с иностранными банками [1].

Решая поставленную на среднесрочную перспективу задачу по расширению географии международного сотрудничества, в течение 2008 года ОАО «Белагропромбанк» успешно развивало деловые контакты с зарубежными партнерами.

За 2008 год перечень партнеров, с которыми у ОАО «Белагропромбанк» заключены базовые соглашения по финансированию, увеличен на 10 банков из Словакии Чехии Венгрии и Германии. В настоящее время банк активно сотрудничает более чем с 70 банками из стран - основных торговых партнеров Республики Беларусь.

Более чем 20 банками-контрагентами были вновь установлены лимиты на ОАО «Белагропромбанк» по документарным

операциям. Это позволило нарастить в 1,3 раза суммарный объем таких операций, который составил к концу 2008 года 350 млн. долларов США.

К настоящему времени Белагропромбанком установлено и развивается сотрудничество с иностранными банками мира по финансированию внешнеэкономических сделок клиентов на краткосрочной и долгосрочной основе. За 2008 год банком привлечено средств иностранных кредитно-финансовых организаций в сумме более 431 млн. долларов США, что в 1,5 раза выше показателя предыдущего года.

За счет привлечения краткосрочных кредитных ресурсов в отчетном периоде банком профинансировано 347 внешнеторговых проектов на сумму 144,8 млн. долларов США.

В рамках реализации 82 долгосрочных проектов обслуживаемых субъектов хозяйствования ОАО Белагропромбанк привлечено ресурсов в объеме 137,2 млн. долларов США. Преобладающая часть сделок по долгосрочному связанному финансированию проведена благодаря поддержке банком тесных деловых взаимоотношений с ведущими европейскими агентствами по страхованию экспортных контрактов.

В отчетном периоде банком были заключены 5 соглашений с зарубежными партнерами о заимствовании денежных средств на несвязанной основе, что позволило привлечь ресурсов в объеме 149,1 млн. долларов США. Примечательно, что ряд этих сделок был реализован в период, когда иностранные кредиторы фактически приостановили размещение несвязанных ресурсов за рубежом [1].

В целях предоставления клиентам широкого выбора наиболее подходящих для их бизнеса форм расчетов ОАО «Белагропромбанк» постоянно работает над внедрением новых схем финансирования внешнеторговых проектов субъектов хозяйствования. В январе 2007 года ОАО «Белагропромбанк» первым среди белорусских банков заключило кредитное соглашение с использованием схемы форфейтинга со швейцарской финансовой компанией. В октябре 2007 года начата практическая апробация механизма прямого кредитования иностранными банками отечественных субъектов хозяйствования под гарантию ОАО «Белагропромбанк» [2].

ОАО "Белагропромбанк" организовал проведение самой крупной сделки белорусского рынка в сфере привлечения долгосрочного финансирования с покрытием экспортного кредитного агенства, которой международное издание Trade Finance присвоило награду "Сделка года" [3].

Белагропромбанком последовательно проводится работа по диверсификации портфеля внешних заимствований. Наряду с уже сложив-

шейся практикой совершения сделок номинированных в долларах США ЕВРО, российских рублях, в 2008 году было подписано соглашение о привлечении кредита на сумму 240 млн. японских иен.

В целях расширения сотрудничества отечественных субъектов хозяйствования с зарубежными партнерами, поиска потенциальных инвесторов для белорусских предприятий и увеличения товарооборота с европейскими партнерами по инициативе и при непосредственном участии Белагропромбанка в мае 2008 года были проведены дни экономики Республики Беларусь в Итальянской Республике [1].

Банк акцептован многими национальными агентствами по страхованию экспортных кредитов стран - основных торговых партнеров Республики Беларусь. Среди них – польское агентство KUKЕ, чешское EGAP, немецкое EULER-HERMES, итальянское SACE и др. [2].

На протяжении ряда последних лет международным рейтинговым агентством Fitch Ratings проводится оценка финансового состояния ОАО «Белагропромбанк», результатом которой неизменно является присвоение самого высокого кредитного рейтинга для белорусских банков.

В перспективе своего развития ОАО «Белагропромбанк» ставит своей целью сохранение высоких темпов роста основных количественных показателей деятельности, а также дальнейшую реализацию мероприятий, направленных на повышение качества обслуживания основных категорий клиентов.

Банку следует продолжить работу по расширению географии сотрудничества с зарубежными кредитно-финансовыми организациями, основной целью которого является привлечение кредитных ресурсов для целевого финансирования внешнеторговых проектов белорусских предприятий. С учетом складывающейся конъюнктуры на мировых финансовых рынках и возможности эффективного использования привлекаемых ресурсов на внутреннем рынке банком будет систематически прорабатываться возможность осуществления несвязанных внешних заимствований.

ЛИТЕРАТУРА

1. Годовой отчет ОАО «Белагропромбанк» за 2008 год // ОАО «Белагропромбанк» [Электронный ресурс]. 2009. Режим доступа: http://search.icq.com/accounting&ch_id=tb. Дата доступа: 04.11.2009.
2. Годовой отчет ОАО «Белагропромбанк» за 2007 год // ОАО «Белагропромбанк» [Электронный ресурс]. 2008. Режим доступа: http://search.icq.com/accounting&ch_id=tb. Дата доступа: 04.11.2009.
3. Летопись банка // ОАО «Белагропромбанк» [Электронный ресурс]. 2009. Режим доступа: <http://search.icq.com/history=tb>. Дата доступа: 04.11.2009.

УДК 659.441.38

ЛЯМИН М.И.

ФОРМИРОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Научный руководитель – ЛИХОЛЕТОВ Е.А. – доцент

ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация

За прошедшие 15 лет произошло становление новой для нашей страны профессии - "профессиональный оценщик". Появление этой профессии было востребовано экономикой переходного периода. Причем, основной объем выполняемых работ первых оценщиков был связан с оценкой объектов недвижимости, в рамках проводимых Правительством РФ плановых переоценок основных фондов организаций и предприятий.

Оценка недвижимости - это процедура определения стоимости объекта недвижимости, которая делается для аренды, залога и продажи, покупки и в других случаях. Оценщик производит оценку стоимости недвижимости. Качественная оценка недвижимости это дополнительная уверенность, что ваши инвестиции будут использоваться более эффективно, ведь Вы будете обладать достоверной информации о стоимости капитала

Проводя оценку недвижимости, анализ собственности, местоположение недвижимости, окружения коммерческой недвижимости, оценщик определяет конкретную рыночную стоимость недвижимости, оценку которой он проводит. При проведении оценки недвижимости оценщик использует различные методы, в рамках каждого из которых существует множество своих оригинальных методов оценки.

Вообще существует три основных подхода к оценке коммерческой недвижимости: затратный, сравнительный (рыночный) и доходный. Затратный метод оценки недвижимости дает ответ на вопрос: сколько сегодня стоит построить данный объект недвижимости? Сравнительный подход к определению рыночной стоимости недвижимости учитывает, по какой цене был бы продан в настоящий момент времени объект недвижимости, определение рыночной стоимости которого производится. В рамках же доходного подхода к оценке недвижимости в основном рассматривается потенциальный доход, который может принести своим владельцам объект недвижимости, определение рыночной стоимости.

В России оценка стоимости распределилась следующим образом (таблица).

Актуальные проблемы экономики

Распределение оценочных услуг по специализации в разрезе федеральных округов

Российская Федерация	Оценка стоимости: (в%)			
	предприятия (бизнеса)	недвижимого имущества	машин, оборудования и транспортных средств	нематериальных активов и интеллектуальной собственности
Центральный федеральный округ	30	25	23	22
Северо-Западный федеральный округ	30	27	22	21
Южный федеральный округ	33	27	20	20
Приволжский федеральный округ	31	27	22	20
Уральский федеральный округ	29	27	23	21
Дальневосточный федеральный округ	29	27	22	22
По России	28	28	23	21

Как мы видим, основная доля приходится на оценку стоимости предприятий и бизнеса(28%), меньшую же часть занимает оценка нематериальных активов.

В связи с развитием рыночных отношений в области недвижимости для оценщиков появляются новые сферы приложения своих профессиональных услуг. В частности, для достижения максимальной эффективности использования городской недвижимости требуется рыночная оценка арендных ставок, прав застройки, реконструкции, капитального ремонта и реновации сложившейся городской застройки. В последнее время появилась необходимость в привлечении профессионалов к управлению недвижимостью, как жилой, так и коммерческой. Основой грамотного управления недвижимостью является профессиональная оценка недвижимости.

Проследим, что же на сегодняшний день является самым популярным среди оцениваемого имущества.



Как видно из диаграммы, оценка бизнеса и ценных бумаг занимает большую часть среди оцениваемого имущества, скорее всего это связано с мировым экономическим кризисом.

Современный финансово-экономический кризис уже настолько ударил по мелкому, среднему и даже крупному бизнесу, что вопросы полной ликвидации компаний через процедуру банкротства стали обычным явлением для нашей страны. А стремящиеся выжить в этих нелегких для экономики условиях бизнесмены используют любые возможности, которые дает нам законодательная база, чтобы сохранить свое предприятие "на плаву" и поддержать минимально возможный предел рентабельности.

Тем не менее, большая часть фирм уже перешла в состояние технического дефолта, причем нередко не по вине собственного менеджмента, а из-за финансовой несостоятельности своих партнеров по бизнесу и крупных покупателей товаров/услуг. В этой ситуации независимая оценка активов предприятий приобретает исключительную актуальность.

В условиях кризиса ответственность оценщика особенно повышается, это видно на примере работ по оценке залогов. Именно в условиях нестабильной экономической ситуации, неопределенности как в

краткосрочной, так и долгосрочной перспективе. Банкам особенно важна объективная реальная оценка, учитывающая особенности кризисного периода. Можно сказать, что особенности работы банков с оценщиками в течение последнего кризисного года только подтверждают это. Сегодня банки отдают предпочтение работе с «проверенными» оценщиками, которые проводили до кризиса и проводят сегодня объективную оценку. Особенностью современного периода развития отношений между оценщиками и банками также можно считать то, что в банках на сегодняшний день развивается система проверки отчетов оценщиков, получили распространения специальные отделы по согласованию и проверке отчетов. С одной стороны, это затягивает сроки предоставления готовых отчетов об оценке клиенту, а также приводит к удорожанию услуг по оценке. С другой же стороны, подобная практика, повышает требования к оценщику и вынуждает его переходить на качественно иной уровень: сегодня с уверенностью можно сказать, что отчеты об оценке, содержащие неубедительную аргументацию проведения расчетов, упускающие важнейшие разделы отчетов, в лучшем случае, с большой долей вероятности могут быть не приняты банком, в худшем случае, - оценщик просто может потерять аккредитацию при банке.

Особенностью современного периода является то, что многие банки предъявляют все новые требования к отчетам об оценке. Зачастую эти требования кардинально отличаются при переходе от банка к банку. Последнее крайне затрудняет положение клиента: может оказаться так, что отчет, подготовленный для одного банка в случае отказа в предоставлении кредита, может быть не принят другим банком. Безусловно, это только приводит к повышению расходов клиента на проведение работ по оценке и в целом к затягиванию всей процедуры оценки.

Хотелось бы охарактеризовать некоторые из них, так при достаточно большой величине кредитной задолженности акционерам компании проще "выкупить" с торгов собственные активы и начать бизнес с "нуля" без ликвидированных вместе с предприятием обязательств, практически сменив название фирмы и ее руководящий состав. В этой ситуации очень важна независимая переоценка активов, позволяющая добиться оптимального для акционеров уровня цен.

Подобный выход из кризисной ситуации в бизнесе достаточно эффективен, но наряду с этим и весьма опасен, если в торги вмешаются конкуренты, стремящиеся выкупить предприятие-банкрота. Обычно подобное рейдерство осуществляется с применением административного ресурса и давления на оценщиков, поэтому независимая оценка

имущества ликвидируемого предприятия часто становится жизненно необходимой.

Крайне важной в условиях кризиса остается оценка предприятия для привлечения внешнего финансирования и дополнительной эмиссии акций, позволяющих увеличить оборотный капитал, являющийся лучшим и, пожалуй, самым действенным рычагом в проведении антикризисной политики. Здесь стоит отметить эффективность финансового лизинга. Вернее больше возвратного лизинга, позволяющего решить проблему оборотных средств, так необходимых в кризисный период, путем продажи и последующего кредитного выкупа собственного имущества лизинговой компании. Но следует помнить, что лизинговые сделки осуществляются только на основе пакета документов, определяющим из которых служит оценка бизнеса.

Аналогично приоритетной при получении кредитов под залог является оценка стоимости ценных бумаг (акций) или доли в уставном капитале юридического лица.

Отдельно стоит отметить сделки купли-продажи предприятий. Кризисные явления сегодня привели к полной нестабильности рыночных цен, поэтому независимая оценка имущества и оценка стоимости недвижимости покупаемой/продаваемой компании является наиболее реальной при формировании критерия выгоды и возможности сделки. Следует учитывать, что для многих "дельцов" кризисное время становится лучшим для мошенничества с целью обогащения. Поэтому оценщик должен быть абсолютно независимым, способным адекватно и без давления выполнить свою работу.

С точки зрения особенностей проведения самой процедуры оценки в условиях кризиса, можно отметить следующее. Во-первых, повышается ответственность оценщика при проведении этапа идентификации объекта оценки. При проведении оценки объектов недвижимости - это, например: четкое понимание границ объекта, выявление возможных несогласованных перепланировок, которые могут повлиять на стоимость объекта. В случае оценки объектов движимого имущества, оценщика должно волновать наличие заводских номеров на объектах оценки, четкое понимание точного наименования марок, моделей, точного года выпуска объекта оценки.

На современном этапе при проведении работ по оценке, а именно при проведении расчетов, крайне ограничен в применении доходный подход. Это обусловлено тем, что в неопределенной экономической ситуации сложно спрогнозировать динамику денежных потоков, что сводит на нет метод дисконтированных денежных потоков. С другой стороны, на современном этапе представляется возможным использо-

вать метод капитализации в рамках доходного подхода. Однако, и тут возможны трудности: с определением валового дохода, ставки дисконтирования, капитализации и прочее.

Настоящей проблемой в кризисных условиях является проблема ликвидности объекта оценки и залога. С одной стороны, очевидно, что рыночные сроки экспозиции на большинство объектов выросли и стали более 6 месяцев. С другой стороны, в требованиях многих банков указано, что предметом залога не могут объекты рыночный срок экспозиции превышает 6 месяцев. Если определять, рыночную стоимость объекта, рыночный срок экспозиции которого превышает 6 месяцев, но для условий его реализации за необходимые банкам 6 месяцев, то согласно федеральным стандартам оценки, оценщик в этом случае не вправе называть определенную им стоимость рыночной. И тут возникают противоречия, в том числе, с федеральным законодательством. При этом, по нашему мнению, нет никакого противоречия в том случае, если в залог принимаются объекты не по рыночной, а по ликвидационной стоимости, для ограниченного срока экспозиции – 6 месяцев.

Итак, подводя итог хотелось бы еще отметить, что в настоящее время произошла переориентация услуг оценочных компаний, если раньше клиентами оценочных фирм были в основном физические и юридические лица, которые брали кредит и обращались к оценщикам для оценки предмета залога, то теперь больше работы с банками, которые столкнулись с проблемой невозвращенных кредитов, а значит, им приходится отбирать залоговое имущество и выставлять его на торги. Чтобы это сделать, необходимо знать его реальную стоимость на сегодняшний день. Например, если весной прошлого года оценивалась стоимость квартиры для физического лица, то сегодня проводят оценку этого объекта уже для банка. И тут, не столь принципиально, кто выступает заказчиком оценочной услуги. Поэтому минусом эту ситуацию можно считать только в контексте обострения проблемы неплатежей по банковским кредитам.

И все же нельзя однозначно утверждать, что кризис обошел оценщиков стороной. Прежде всего пострадали те оценочные компании, которые были ориентированы на работу в узком сегменте рынка. Сама по себе специализация на одном виде оценки не является чем-то негативным. Нельзя быть профессионалом во всем. Невозможно одинаково хорошо разбираться и в вопросах недвижимости, и в интеллектуальной собственности, и в программном продукте. Более того, в оценочном бизнесе специализация даже приветствуется. И все же если какая-либо оценочная компания работала только в сегменте, например, оценки

стоимости залога при ипотечном кредитовании, то сейчас она переживает достаточно трудный период.

Сегодня проблемы возникают и у крупных оценочных компаний, штат которых состоит из более чем тридцати квалифицированных оценщиков. Как правило, клиенты таких компаний относятся к категории крупного бизнеса, и в условиях кризиса они вынуждены экономить на многом, например, отказываться от ранее планировавшейся оценки нематериальных активов. Если кто-то задумывался об этом, то теперь откладывает эту идею до лучших времен. От обязательной оценки активов открытых акционерных обществ, предусмотренной законом, конечно, не уйти, но предприятия стараются перенести ее на конец года, когда ситуация может измениться в лучшую сторону. В результате у многих оценщиков, состоящих в штате крупной организации, просто нет необходимого объема работы. Такие компании вынуждены отправлять специалистов в неоплаченные отпуска и сокращать зарплаты. Теперь они просто не могут содержать большой штат. Но и уволить квалифицированного оценщика тоже никто не решится – он сразу перейдет к конкурентам. Поэтому крупные фирмы, занимающиеся независимой оценкой, сокращают помощников оценщиков, непрофильных сотрудников – все тех, кто занимался «черновой» работой.

УДК 332.146:637.1/.3(476.4)

МАЖЕЙКО Т.М.

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВЛОЖЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ОАО «БАБУШКИНА КРЫНКА»

*Научный руководитель – ГРИДЮШКО А.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

В последнее время вопросам инвестирования уделяется достаточно много внимания, но иногда возникают расхождения в интерпретации. Однако объемы инвестиций в предприятия АПК с каждым годом увеличиваются. Проблема формирования и развития АПК в настоящее время является самой главной, т.к. АПК - составная часть экономики страны. В настоящее время государство оказывает значительную финансовую поддержку сельскому хозяйству. В 2008 году общая сумма средств республиканского фонда поддержки составила 2 трлн. 263 млрд. руб.

Что же такое инвестиции и инвестиционная деятельность?

Инвестиции – любое имущество, включая денежные средства, ценные бумаги, оборудование и результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащих инвестору на праве собственности или ином вещном праве, и имущественные права, вкладываемые инвестором в объекты инвестиционной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного значимого результата.

Под инвестиционной деятельностью понимаются действия инвестора по вложению инвестиций в производство продукции или их иному использованию для получения прибыли (дохода) и (или) достижения иного значимого результата [1].

Для осуществления инвестиционных вложений необходимо наличие объекта инвестирования. Выделяют следующие объекты инвестиционной деятельности:

1. недвижимое имущество, в том числе предприятие как имущественный комплекс;
2. ценные бумаги;
3. интеллектуальная собственность.

В соответствии с законодательством Республики Беларусь источниками инвестиций могут являться:

- 1) собственные средства инвесторов, включая амортизационные фонды, прибыль, оставшаяся после уплаты налогов и других обязательных платежей, в том числе средства, полученные от продажи долей в уставном фонде юридического лица;

2) заемные и привлеченные средства, включая кредиты банков небанковских кредитно-финансовых организаций, займы учредителей и других юридических и физических лиц, облигационные займы [1].

Примером инвестиционной деятельности могут служить инвестиции ОАО «Бабушкина крынка» в основной капитал.

ОАО «Бабушкина крынка» в 2008 году инвестировало в основной капитал 10,7 млрд. бел. руб.

Инвестиции в 2008 г. осуществлялись за счет собственных средств (5,4 млрд. руб.) и банковских кредитов (5,3 млрд. руб.) [2]. Инвестированные средства были направлены на реализацию ряда инвестиционных проектов. Под инвестиционным проектом понимается объект реального инвестирования, намечаемый к реализации в форме приобретения целостного имущественного комплекса, нового строительства, реконструкции, модернизации, капитального ремонта и т.п. [1].

В 2008 году на ОАО «Бабушкина крынка» реализовывались три инвестиционных проекта:

1. по реконструкции сыродельного производства в филиале «Бельничский»,

2. техническому перевооружению головного предприятия для расширения ассортимента и повышения качества продукции,

3. по созданию участка сушки сыворопки.

По данным, полученным в ходе исследований, выяснилось, что на реконструкцию сыродельного производства в 2008 году инвестировано 3,2 млрд. бел. руб., в целом с начала реализации проекта освоено 32 млрд. бел. руб. На реализацию проекта по переработке молочной сыворопки и производства сухих молочных продуктов в филиале «Бельничский» направлено 2,4 млрд. бел. руб. В техперевооружение головного предприятия в 2008 году ОАО «Бабушкина крынка» инвестировало 5,1 млрд. бел. руб. [2].

Таким образом, ОАО «Бабушкина крынка» осуществляет значительные инвестиции в основной капитал для динамичного развития предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инвестиционное проектирование: курс лекций и методические указания для практических и лабораторных занятий / Сост. М.Ф. Рудаков. Горки, 2008. 88 с.
2. www. AgroBel.by

УДК 334.012

МАКАРЕВИЧ Н.Н.

ОБОСТРЕНИЕ РОЛИ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО КРИЗИСА

*Научный руководитель – ЗБОРИНА И.М. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

В сегодняшней кризисной ситуации государство настроено оказать помощь в первую очередь малому и среднему бизнесу, так как их развитие видится единственно верным путём выхода из сложившейся ситуации. Но при этом важно, чтобы предприниматели не просто ввозили товар, но и принимали участие в создании новых предприятий, рабочих мест.

Предприятия малого бизнеса обладают большим плюсом, который состоит в том, что многие из них оказались более приспособленными к условиям развития кризиса, чем крупные фирмы и предприятия. Малый бизнес более чувствителен и способен быстрее реагировать на колебания и изменения в экономике, конъюнктуре.

Малый бизнес в развитых странах дает почти половину прироста национального продукта, что не скажешь о нашей экономике. Белорусское предпринимательство пока вносит малый вклад в прирост дохода страны. В основном этот вклад происходит за счёт налогов, так как: для индивидуальных предпринимателей, не уплачивающих НДС сумма налога составляет 8% валовой выручки, а для индивидуальных предпринимателей, которые уплачивают НДС этот процент уменьшен 6% валовой выручки, и, конечно же, для ИП, использующих в качестве налоговой базы валовой доход (НДС в этом случае не уплачивается) налог равен 15%.

В кризисное время правительству необходимо делать большую ставку на вклад малого предпринимательства в развитие экономики страны. К концу 2010 года в Республике Беларусь его доля в объеме всей валовой выручки по плану увеличиться до 30 %, а численность занятых этим делом – до 25-30% от всей численности экономически занятого населения страны.

Для того, чтобы малый бизнес смог помочь стране в выходе из этого тяжёлого положения необходимо принять ряд мер, направленных на устранение барьеров, препятствующих его должному развитию.

В частности же это упрощение налогообложения и совершенствование действий службы налогового администрирования, введение льгот, ослабление государственного регулирования и отмена запрета о

наиме более трех работников индивидуальным предпринимателям, улучшение имущественной поддержки малого предпринимательства, создание благоприятных условий для доступа предпринимателей к кредитно-финансовым ресурсам (куда входит и упрощение процесса получения микрокредитов), уменьшение штрафов и наказаний, снижение денежного объёма отчислений в фонд соцзащиты населения и переход на добровольное накопительное пенсионное страхование (в настоящее время 35% фонда заработной платы направляется в Фонд социальной защиты, в то время как в других странах эта цифра колеблется в пределах 15-20%).

Если сравнивать показатели развития малого бизнеса в РБ за 2002-2008 г.г., то можно сделать вывод, что количество индивидуальных предпринимателей увеличилось на 26243, количество малых предприятий увеличилось на 21656, темп роста малых предприятий, занятых в промышленности на 2008 год составил 175, 3%. Удельный вес малых предприятий в общей численности предприятий - 9, а и их доля в ВВП остановилась на отметке 1,7.

В виде таблиц всё это можно представить следующим образом:

Количество предприятий	Годы						
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Индивидуальных	189557	188783	183887	177900	191815	191800	215800
Малых	29044	30987	32824	33094	37600	51240	50700
Малых-предприятий, занятых в промышленности	6046	6877	7450	7793	8409	10849	10596

Из представленных данных, можно сделать несколько важных выводов:

1. Количество индивидуальных предпринимателей начиная с 2002 и по 2005 годы постепенно уменьшалось, а вот с 2006 года с небольшими колебаниями начинает увеличиваться.

2. Что же касается малых предприятий и соответственно доли их занятых в промышленности, то количественная характеристика в промежуток с 2002 по 2007 годы увеличивалась, а в 2008 году пошла на убыль: перестало существовать 540 предприятий и фирм, в том числе занятых в промышленной сфере- 253.

На мой взгляд, самые выгодные направления деятельности для малого бизнеса в кризисное время явились бы сфера развлечений (так как увеселительные мероприятия есть неплохой способ забыть о непросто-го времени), алкогольный бизнес, открытие ремонтных мастерских (потому, что постоянная покупка новых вещей стала теперь не по карману для многих граждан) и агротуризм (он может выступить достойной альтернативой дорогому отдыху за границей). Именно развитие этих направлений, с учётом финансового положения населения и стран-соседей, принесёт предпринимателям больше прибыли, при наименьших затратах с их стороны.

УДК 336.71

МАКОЕД И.П.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАСЧЕТОВ ПОСРЕДСТВОМ
ПЛАСТИКОВЫХ КАРТОЧЕК НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ**

Научный руководитель – ЛОБАН Т.Н.

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Изучение и внедрение передовых банковских технологий позволяет банкам при осуществлении безналичных расчетов посредством пластиковых карточек оказывать как населению, так и юридическим лицам максимальное количество услуг, что немало важно в условиях обострения конкуренции в банковском секторе. Кроме того, реализация многих государственных и корпоративных программ в этом направлении позволит решить ряд проблем, как местным, так и конкретным предприятиям в развитии рынка.

Банковские пластиковые карточки – это не только сервис для населения, но и эффективный инструмент денежно-кредитной политики государства, которую проводит Национальный банк. Внедрение банковских пластиковых карточек, создание на их основе системы безналичных расчетов решает две важнейшие задачи государственного масштаба: сокращение денежно-наличного оборота и затрат на его обслуживание; пополнение ресурсной базы банков и за счет этого расширение возможностей кредитования долгосрочного сектора экономики, что в конечном итоге способствует экономическому росту.

Наблюдается тенденция интеграции пластиковых карт с другими платежными инструментами. Интеграция с мобильным банкингом привела к применению мобильной подписи. На мобильного клиента, пользующегося карточкой в банкомате, приходит запрос на подтверждение. В тексте запроса указываются сумма транзакции и месторасположение банкомата. Владелец карты отправляет мобильную подпись по мобильному телефону, тем самым подтверждая подлинность своего запроса для банка.

Возможность внедрения смарт-карт. Смарт-технология способствует тому, что карточки практически невозможно подделать или скопировать, а кроме того, она дает возможность осуществлять контроль за количеством последовательных авторизаций в режиме off-line. Главный плюс при использовании смарт-карточек стандарта EMV заключается в новых бизнес-возможностях, которые открываются при использовании дополнительных приложений.

Перспективным направлением при работе с пластиковыми карточками можно считать улучшение качества обслуживания клиентов, так как основная сила бренда не в тексте рекламного буклета, а во впечатлениях клиента. Банкам необходимо пересмотреть свою политику и отдать предпочтение не традиционной конкуренции, делая ставку на материальную составляющую своего бизнеса (инвестирование в открытие новых офисов, в дизайн интерьеров; другие популярные (и весьма затратные) веяния последнего времени)

Следующая тенденция - кооперация с системами электронных денег. Поскольку наиболее распространенным методом ввода средств в систему электронных денег являются платежи с карточки, то многие системы электронных денег стали привязывать свои счета к картам.

Для увеличения количества расчетов банковскими пластиковыми карточками постепенно начинает использоваться программа поощрения клиентов (или loyalty program), которая решает задачу более частого использования карты банка для оплаты товаров и услуг. Однако при всех преимуществах использования банками программ лояльности, существует один недостаток. Внедрение собственной программы лояльности – очень дорогостоящее и времязатное занятие, не каждый банк может себе позволить создать собственную систему поощрения клиентов, поэтому банк может присоединиться к существующей системе.

Для совершенствования работы по внедрению в платёжный оборот республики банковских пластиковых карточек можно рекомендовать следующее:

- банкам принять участие в формировании терминальной сети на предприятиях торговли и сервиса посредством закупки необходимого оборудования и передачи его этим предприятиям на основе лизинга, то есть в длительную аренду с правом последующего выкупа по остаточной стоимости;

- более широко использовать систему поощрительных мер для владельцев банковских пластиковых карточек (программа лояльности, позволяющая клиенту возвращать на свой счет в банке определенный процент от сделанной им покупки или программа лояльности, основанная на поощрении клиента специальными бонусами. При каждой транзакции клиенту на специальный неденежный счет поступает определенное количество очков, напрямую зависящее от суммы покупки. Накопив некоторое количество бонусов, клиент может обменять их на значимый для него подарок. Подарком может быть билет на самолет, обед в ресторане, техника, поход в кино и т.д.;

– повысить уровень рекламы, проводимой среди населения по использованию банковских пластиковых карточек в платёжном обороте. Регулярно публиковать в периодической печати адреса технической инфраструктуры применения карточек;

– продолжать внедрение чиповых бесконтактных технологий, что значительно сократит затраты времени на осуществление расчетов с покупателями, повысит скорость обслуживания и увеличит объем продаж;

– постоянно внедрять новейшие технологии защиты информации, проходящей по различным каналам передачи данных. Это позволит исключить возможность несанкционированного доступа и обеспечить сохранность и конфиденциальность важной информации;

Таким образом, можно сказать, что рынок банковских пластиковых карточек в республике формируется с учетом национальных особенностей и традиций, в соответствии с современными международными тенденциями. За 2007 год в обращение было выпущено 1514429 карточек (для сравнения в 2005 году эмитировано 496 787 карточек) и их общее количество превысило 5000тыс. На 1 января 2009 года в обращении находилось уже около 6084тыс. (прирост за год - 21,6%), а на 1 октября 2009 года количество пластиковых карточек составило 7100.2 тыс. из них 1090.2 тыс. карточек системы "БелКарт-М", 5990.6 тыс. карточек международных систем расчетов. Темп роста за три квартала 2009года - 117%. Количество операций по карточкам превысило 277млн, В Республике Беларусь установлено 2634 банкомата, 18 026 платежных терминалов. 2695 инфокиосков и 878 импринтеров.

УДК 664.6:339.137(476.1)

МАНЖУРОВА Н.Г.

**АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ И РЫНКА СБЫТА
ОАО «СЛУЦКИЙ КОМБИНАТ ХЛЕБОПРОДУКТОВ» И ПУТИ
ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

*Научный руководитель – ГРИДЮШКО А.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Только партнерство с постоянными потребителями может стать для производителей «компасом» в рыночном «море». Именно такое плодотворное сотрудничество сложилось у ОАО «Слуцкий комбинат хлебопродуктов».

Мукомолы стараются учесть все пожелания партнеров. Например, раньше комбинат не выпускал ржаную сеяную муку, но учитывая желание ОАО «Слуцкий хлебзавод» поставить на поток заварные хлеба, освоил новый вид продукции, закупив для ее производства дополнительное оборудование.

Сегодня же по объему выпуска ржаной и пшеничной муки комбинат входит в десятку крупнейших предприятий республики.

Стоит заметить, что в последние годы для производства пшеничной и ржаной муки используется только белорусское зерно, причем его качество растет к каждому годом. Исследования и *отзывы* потребителей говорят о том, что оно ни в чем не уступает импортной и уже поставляется на экспорт в Украину и Россию, славящуюся такими житницами, как Краснодарский и Ставропольский края. В 2008г. было экспортировано муки ржаной обдирной в Россию - 1638 тонн по 274 дол. США за 1 тонну, в Украину - 765,6 тонн по 251 дол. США за 1 тонну. В то время как в 2007 г. было экспортировано лишь в Россию 1812 тонн по цене 356 дол. США за 1 тонну.

При этом увеличился экспорт муки в/с и 1 сорта в Россию, Кыргызстан и Грузию – 1023тонн. а также в 2008 г. в Россию было поставлено 127,7 тонн муки ржаной сеяной по цене 360 за тонну.

Основными видами продукции, производимой ОАО «Слуцкий комбинат хлебопродуктов» являются: мука пшеничная, мука ржаная, мука для оладий, мука блинная, крупа перловая, крупа манная, комбикорма рассыпные и гранулированные (7 наименований), а также комбикорма по рецептам (35 наименований).

Сегодня уже недостаточно предложить покупателям муку просто высшего сорта в нем тоже должна быть градация. С одной стороны, нужно ориентироваться на основную массу населения с не очень высокими доходами и здесь «включать» механизм, обеспечивающий

конкурентно низкие цены, а с другой, - покупателей так называемого среднего класса, следует привлекать продукцией улучшенного качества.

В связи с этим, был освоен выпуск муки пшеничной отборной, «Экстра» и «Прима». Эти сорта отличаются **высоким** содержанием клейковины и могут быть использованы для выпечки разных видов изделий: сдобы, печенья, бликов. В результате, чутко реагируя на спрос, комбинат можем увеличивать рентабельность, которая выше на экспортных поставках. Если продажа за границу пойдет и дальше так же успешно, предприятие готово даже снизить цены для покупателей внутри республики, за счет этого поднять конкурентоспособность и увеличить объем продаж. Особенно привлекательна для комбината столица Беларуси, где уже начата работа с супермаркетами, в частности, с «Простором» и некоторыми другими магазинами. Но задачей является – поставка изделий в массовом масштабе.

Основными потребителями муки являются Слуцкий, Солигорский хлебозаводы, общепиты, кооппромы и торгующие организации. Потребителями комбикормов являются птицефабрики, сельскохозяйственные кооперативы Минской области, животноводческие комплексы, рыбхозы. Мука, крупа и комбикорма реализуются также населению через собственную торговую сеть.

14 декабря 2006 года предприятием получен сертификат соответствия, который удостоверяет, что система менеджмента качества производства комбикормов, муки пшеничной, ржаной, крупы манной соответствует требованиям СТБ ИСО 9001 -2001.

Сертифицированная продукция составляла в 2008 году 94% в общем объеме промышленного производства, новая продукция - 5,5%.

Производством муки в Минской области занимается три предприятия: ОАО «Слуцкий КХП», ОАО «Борисовский КХП», ОАО «Молодечненский КХП». ОАО «Слуцкий КХП» за 2008 г. произвел 38,6% от общего объема продукции.

По производству комбикормов ОАО «Слуцкий КХП» занимает 2-е место в республике. В 2008 году его удельный вес от общего объема составил 20,5%.

Комбикорма - очень ходовой товар: они реализуются хозяйствам и населению через потребкооперацию, организована сеть собственных фирменных магазинов, а также выездная торговля. Заключены договоры с сельскими дистрибьюторами, а это в основном пенсионеры, которые, получая небольшую зарплату и определенный процент от объема продаж, продвигают продукцию ОАО «Слуцкий комбинат хлебопродуктов» среди населения.

Еще один крупный потребитель комбикормов - животноводческий комплекс «Белая Русь» на 41 тыс. голов свиней, который 3 года назад вошел в состав комбината. Опыт такого объединения оказался удачным. Если раньше на комплексе производилось в месяц 200 т мяса, то теперь – 683т. По итогам прошлого года он вышел из убыточности и получил пусть небольшую, но прибыль. В 5 раз снизился падеж животных. Комплекс изначально был построен как гибридный центр. И торговля племенными животными даст возможность еще более укрепить экономику.

Нужно идти дальше - создавать агропромышленные концерны с включением в них предприятий переработки, а также сильных и слабых хозяйств, комплексов, птицефабрик, банков - считает руководитель комбината. И вообще, следует убирать «перегородки», разделяющие сельское хозяйство и промышленность. Сейчас очень остро стоит проблема доработки и сушки зерна: от хозяйств до 50% его поступает с повышенной влажностью, что приводит к сбоям в хорошо отлаженном конвейере. Чтобы решить ее не нужно идти по пути распыления средств, устанавливая сушилки в каждом хозяйстве. Гораздо эффективнее обеспечить мощными установками, предназначенными для этой цели, непосредственно комбинаты хлебопродуктов. Государство на этом смогло бы сэкономить немало средств.

Для расширения сферы реализации ОАО «Слуцкий комбинат хлебопродуктов» должен еще больше уделять внимание качеству выпускаемой продукции, соблюдению технологических норм и режимов в процессе изготовления, продукции, осуществляет строгий входной контроль сырья и выходной контроль готовой продукции, четко реагировать на замечания покупателей по качеству.

УДК 339.9:664

МАНЖУРОВА Н.Г.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВЭД ПРЕДПРИЯТИЙ ПЕРЕРЕБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*Научный руководитель – ГРИДЮШКО А.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

В условиях рыночной экономики в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь перерабатывающие предприятия АПК, является самостоятельным хозяйствующим субъектом, созданным для производства продукции, выполнения работ или оказания услуг с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Оно является равноправным субъектом внешнеэкономической деятельности.

На предприятиях, которые активно участвуют во внешнеэкономической деятельности, но где она является лишь частью хозяйствования, структура управления этой сферой может быть представлена внешнеэкономическим отделом (отделом внешнеэкономических связей).

Функции отдела внешнеэкономических связей предприятия заключаются в следующем:

- исследование внешнего рынка, изучение и учет рыночного спроса, потребностей потребителей продукции с целью ориентации научной, производственной, технической и сбытовой деятельности предприятия на выпуск конкурентоспособной продукции;

- организация работы по подбору партнеров, заключению договоров, их продлению, составление и ведение картотеки потребителей и поставщиков, досье на фирмы партнеров, работа с биржами, брокерами, фирмами, таможей;

- организация протокольных мероприятий, связанных с внешнеэкономической деятельностью (прием и проводы делегаций, переговоры, обеспечение переводчиками и т. д.);

- контроль, регулирование и учет результатов внешнеэкономической деятельности;

- участие в ярмарках, выставках, подготовка и издание проспектов, рекламная деятельность.

Отдел внешнеэкономических связей на неспециализированных на ВЭД предприятиях работает в тесном контакте с соответствующими

функциональными отделами предприятия: планово-экономическим, финансовым, производственным, техническим, бухгалтерией, юридическим и другими подразделениями. Все они образуют единую организационную структуру управления.

Наряду с организацией управления ВЭД на предприятии, при которой всю работу возглавляет ОБЭС, а ведущая роль в нем принадлежит службе маркетинга, нередко, ОБЭС может трансформирован в отдел маркетинга.

Отдел маркетинга выполняет следующие основные функции:

- сбор и анализ информации о рынках, структуре и динамике спроса;
- формирование спроса и стимулирование сбыта;
- сбор и систематизация данных о предприятиях и иностранных фирмах, выпускающих аналогичную продукцию;
- сопоставительный анализ потребительских свойств, качества и стоимости продукции предприятия и конкурентов;
- определение наиболее выгодных каналов продвижения продукции на рынок;
- изучение цен и ценовой политики;
- изучение условий квотирования и лицензирования, налоговой системы, таможенной очистки. Общие квоты экспорта из РБ отдельных товаров устанавливаются Министерством экономики по согласованию с соответствующими министерствами;
- заключение контрактов и контроль за их исполнением;
- текущая деловая переписка;
- организация переговоров.

Организационная структура отдела маркетинга, построенная с учетом ориентации на вид рынка, приведена на рис.1

К основным преимуществам развития ВЭД на предприятии на принципах маркетинга относятся:

- экономическое «маневрирование» производственными ресурсами за счет использования широких возможностей мирового рынка: замена более дорогих отечественных комплектующих, сырья, материалов на более дешевые импортные; использование зарубежных лицензий и «ноу-хау» для снижения издержек производства; перенос части производственного процесса в более благоприятные зарубежные условия;
- возможность выбора более эффективных направлений и форм реализации произведенной продукции. С одной стороны, более выгодные условия зарубежных рынков, а с другой – обостряющаяся конкуренция на национальном рынке по мере его насыще-



ния однотипной продукцией стимулируют предприятия к поискам более благоприятных рынков сбыта;

- выбор производственного партнера по кооперации, в наибольшей степени отвечающего экономическим интересам предприятия;
- выбор путей повышения технического уровня производства и конкурентоспособности производимой продукции.



Рис.1. Организационная структура отдела маркетинга

УДК 631.158:658.32

МАТЮНИНА А.В.

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Научный руководитель – ПОПОВА Л.В. – доктор эк. наук, доцент

ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия», Волгоград, Российская Федерация

Эффективное развитие любого предприятия невозможно без заинтересованности всего персонала в достижении желаемых результатов, а также активного вовлечения работников в производственный процесс. Для этого руководство предприятий использует различные методы поощрения персонала: повышение зарплаты, выплату премий, улучшение жилищных условий и др.

В сельском хозяйстве особое значение приобретает нематериальная часть стимулирования работников для достижения определенных результатов труда. Это ни в коей мере не должно заменять выплату адекватного денежного вознаграждения, но именно оптимальное сочетание нематериальных и материальных способов поощрения имеют наибольшую отдачу в системах стимулирования работников сельского хозяйства.

Мировая и отечественная практика подтверждает эффективность льготного снабжения сотрудников предприятия продукцией своего производства. Если работник уверен, что всегда сможет приобрести товары своего хозяйства по цене немного ниже рыночной, то это увеличивает ответственность его за качество работы. Но в данной ситуации главное соблюдать рациональный предел и не начать выдавать всю зарплату натуроплатой. В российском законодательстве (ст.131, ч.2-я Трудового Кодекса РФ) граница установлена на уровне 20% заработка. Но, как показывает опыт, в некоторых хозяйствах практикуется схема «выдачи зарплаты» персоналу производственной продукцией. В том случае ее ценность для работников уменьшается, так как «лишнее» нужно сбыть, а для этого необходим определенный навык, далеко не всегда свойственный людям и точно не входящий в список необходимых умений доярки или тракториста. С другой стороны, такая схема свидетельствует о недостаточно эффективной работе маркетинговой службы подобного хозяйства [2].

Моральные стимулы различаются набором элементов, которые формируют пространственную и временную определенность оценочной информации о человеке. Отличительная черта морального стимулирования состоит в его функции, связывающей стимулы с результатами деятельности. Взаимная упорядоченность различных стимулов

повышает их совокупный стимулирующий эффект

Система мотивации труда работников включает и косвенные стимулы. Косвенное материальное стимулирование (социальный пакет) это оплата питания сотрудников, оплата (или предоставление) транспорта, дополнительных услуг (медицинская страховка, абонемент в спортивный клуб, оплата за детский сад и школу и т.д.).

Выбор того или иного инструмента косвенного материального стимулирования сотрудников во многом зависит от статуса или ранга, занимаемого сотрудником в должностной иерархии: чем выше ранг, тем более дорогостоящий социальный пакет может быть ему предоставлен. При проектировании состава социального пакета целесообразно учитывать мотивационную направленность сотрудников: если одного работника наилучшим образом будут мотивировать косвенные материальные стимулы, подчеркивающие его статус (служебный автомобиль, телефон и др.), то для другого более ценными будут стимулы, направленные на его развитие (например, оплата за обучение) [1].

Многие психологи отмечают, что косвенное материальное стимулирование дает так называемый «коллективный эффект» – способствует сплоченности коллектива, уменьшению текучести кадров. Кроме того, такой вид мотивации обычно обходится компании дешевле, чем прямое материальное стимулирование.

Что касается воздействия государства на повышение эффективности всего сельскохозяйственного производства и труда отдельных работников в частности, то ему необходимо:

во-первых, принять долгосрочную и эффективную программу дотирования сельскохозяйственного производства в целях повышения его конкурентоспособности на международном рынке;

во-вторых, обеспечить государственную поддержку развития инфраструктуры жизнеобеспечения села, поскольку вложения в развитие сети дорог, электросетей, телефонизации на селе окупаются гораздо медленнее, чем в городских условиях;

в-третьих, для повышения коммерческой привлекательности инвестиций необходимо пойти навстречу тем предпринятиям, которые вкладывают деньги в повышение уровня жизни сельских жителей.

Таким образом, при работе над будущими бюджетами страны, безусловно, необходимо учитывать насущные потребности села.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева, Э.А. Социальный пакет лучшего денежного поощрения / Э.А. Андреева // Нормирование и оплата труда в сельском хозяйстве. 2008. №1. с. 31-32
2. Организация материального стимулирования труда работников сельского хозяйства // [http: revolution alibest.ru/economy/00030224_0.html](http://revolution.alibest.ru/economy/00030224_0.html)

УДК 621.548 (476)

МАШКОВ А.Л.

**ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПЛУАТАЦИИ ВЕТРОУСТАНОВОК
МАЛОЙ МОЩНОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛАРУСИ**

*Научный руководитель – ГРИДЮШКО А.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Опыт Беларуси, в использовании силы ветра, в сравнении с другими европейскими государствами и даже в сравнении с непосредственными нашими соседями – не значителен. Ветроэнергетические установки в стране можно пересчитать по пальцам.

Безусловно, такому положению дел есть свои объективные причины:

- достаточно высокая стоимость установок;
- отсутствие национального производителя агрегатов надлежащего качества, мощности и адаптированных к климатическим условиям Беларуси;
- не постоянство ветряного потока на территории страны.

Этот список можно было ещё продолжать, но в то же время при всех проблемах неразумно ставить крест на развитии нетрадиционной энергетики в нашей стране.

Устанавливать промышленные ветрогенераторы сложно, и не всегда экономически оправдано, но ветроэнергетическая отрасль не ограничивается только гигантскими установками способными вырабатывать большое количество энергии для обеспечения нужд промышленных комплексов и даже малых городов. Существует так же отрасль малой ветроэнергетики. В её состав входят установки мощностью не более 100 кВт.

Бытовые ветряки вырабатывают энергию более дорогую, чем установки промышленного типа, но зачастую они бывают, незаменимы, особенно там, где нет других источников энергии [3].

К примеру, по данным ЦНИИ «Электроприбор», сегодня в России около 30% фермерских хозяйств и 20% садово-огороднических участков не имеют электрических сетей, как и надежды, заполучить их в обозримом будущем – средняя стоимость прокладки электросети составляет около \$10 тыс. за 1 км. Подобное положение наблюдается и в Республике Беларусь, где так же существует масса мест с отдельно стоящими объектами агропромышленного использования, или с областями перспективными для занятия каким-либо видом деятельности, которые находятся на отдалённом расстоянии от ЛЭП. При этом в

данной статистике не учитываются «отдельно стоящие удаленные индивидуальные жилые строения», которые сегодня весьма активно предлагаются на рынке. Как правило, единственный источник электроснабжения подобных строений – дизельные генераторы. У дизеля помимо не очень высокой надежности в работе есть и такие очевидные недостатки, как необходимость постоянного обслуживания, дороговизна топлива и, что, пожалуй, самое неприятное, сложности с его доставкой [4].

В связи с этим, директор НИИ экологических проблем Международного государственного экологического университета имени А. Д. Сахарова Сергей Позняк отметил, что в Беларуси можно успешно внедрять автономные установки фермерского типа мощностью, как правило, всего до 6 кВт. Такой ветряк можно легко установить на любом удаленном объекте, в любом фермерском хозяйстве. Привлекает стоимость таких "малышей" – всего 10 миллионов рублей. По сравнению с ветряками-гигантами разница очевидна [2].

Наиболее перспективными представляются производимые ВЭС с генератором постоянного тока напряжением 12-110 Вт, который заряжает буферные батареи (в последнее время – гелиевые) емкостью от 200 до 800 А/ч. Зарядка осуществляется через контроллер, который выдает зарядный ток даже тогда, когда выходное напряжение генератора намного меньше напряжения батарей. Далее ток проходит через инвертор, производящий на выходе сетевое напряжение 220 Вт. Все электроприборы и другие установки будут работать от заряженных батарей, пока последние не "сядут". После отключения нагрузки батареи вновь начинают заряжаться. Процесс этот может занять длительное время, все зависит от мощности генератора и силы ветра [3].

Западные государства в своей энергетической политике, развитию малой ветроэнергетики уделяют значительное внимание, так в США в 2006 г. было продано 6807 малых ветряных турбин. Их суммарная мощность 17 543 кВт. Их суммарная стоимость \$56 082 850 (примерно \$3200 за кВт мощности). В остальном мире в 2006 г. были проданы 9502 малых турбины (без учёта США), их суммарная мощность 19 483 кВт.

Наиболее перспективными регионами для развития малой ветроэнергетики считаются регионы со стоимостью электроэнергии не более \$0,1 за кВт-ч. Себестоимость электроэнергии, производимой малыми ветрогенераторами в 2006 г. в США составляла \$0,10—\$0,11 за кВт-ч., ожидается, что в ближайшие 5 лет себестоимость снизится до \$0,07 за кВт-ч.

Американская Ассоциация Ветряной Энергетики (AWEA) прогнозирует, что к 2020 г. суммарная мощность малой ветряной энергетики США вырастет до 50 тыс. МВт, что составит около 3% от суммарных мощностей страны. Ветряные турбины будут установлены в 15 млн. домах и на 1 млн. малых предприятий. В отрасли малой ветроэнергетики будут заняты 10 тыс. человек. Они ежегодно будут производить продукции и услуг на сумму более чем \$1 млрд. [1].

Теперь дело за нами. Что мы скажем малой ветроэнергетике в нашей стране? Нет? Или да! И будем развивать данную отрасль самостоятельно или будем покупать агрегаты, к примеру, в России, где более десятка производителей малых ветроустановок по цене на порядок ниже зарубежных аналогов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ветрогенератор [Электронный ресурс] Википедия. Режим доступа: <http://www.wikipedia.org>
2. К о н о г а, П Ветроэнергетика в Беларуси развивается медленно, но специалисты верят в далекие перспективы [Электронный ресурс] Экономика и бизнес. Республика.- 2008.- Режим доступа: <http://www.tut.by>
3. С о л о н и ц ы н, А. Второе пришествие ветроэнергетики [Электронный ресурс] Наука и жизнь. Проблемы энергетики.- Режим доступа: <http://www.nauka.relis.ru>
4. С т е н, А. Ветрогенераторы [Электронный ресурс] Жилая среда. Режим доступа: <http://www.home.finestreet.ru>

УДК 338.439.02

МАШКОВ А.Л.

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ – ЗАЛОГ ПРОЦВЕТАНИЯ НАЦИЙ

*Научный руководитель – ГРИДЮШКО А.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Почему правительство республики отводит, в своей политике, значительное место обеспечению продовольственной безопасности страны? От кого или чего нас, граждан Беларуси, хотят обезопасить, защитить?

А дело вот в чём: деятельность “правительственных мужей” направлена на создание в стране условий, обезопасивающих народ от лютого врага человечества – голода.

Мы, люди, так созданы, что наш организм имеет потребность в ежедневной подпитке сил, за счёт различных питательных веществ содержащихся в пище. Проблема голода и угроза жизни наступает в тот момент, когда пища пропадает со стола человека. В связи с этим значение сельского хозяйства для страны преступно недооценивать, ведь от того какую продукцию, и в каком объёме оно производит, зависят жизни людей.

До XIX века массовый голод был обычным явлением во всех странах. Он был связан с неурожаем. В Средние века на каждые 8-10 лет выпадал один голодный год с высокой смертностью. Особенно тяжелы были 1030-1032 гг. во Франции, 1280-1282 гг. в Богемии. По словам современников, голод 1125 г. уменьшил население Германии наполовину. Спутниками голода были болезни, мор, грабежи, убийства и самоубийства; дело доходило до открытого пожирания детей родителями (1505 г. в Венгрии). В 1772 г. в Саксонии 150 тыс. человек умерли от недостатка хлеба [6].

Данная проблема существует и сейчас. Около половины населения планеты не имеют достаточного поступления питательных веществ для того, чтобы вести здоровую полноценную жизнь.

По данным ООН на декабрь 2008 г. число голодающих во всем мире превысило 960 млн. человек. Большинство голодающих (907 млн. человек) проживает в развивающихся странах, 65% из них живут в Индии, Китае, Конго, Бангладеше, Индонезии, Пакистане и Эфиопии. По информации NSA США в 2004—2005 гг. каждый день от голода умирало 24000 человек [4].

Значение полноценного питания колоссально для здоровья и процветания нации. Чтобы быть здоровыми и активными мы должны потреблять достаточное количество качественной и разнообразной пищи для удовлетворения наших потребностей в энергии и питательных веществах. Без достаточного питания дети не смогут полностью раскрыть свой потенциал, а взрослые будут испытывать трудности в поддержании и расширении своих возможностей. Это, казалось бы, не значительное обстоятельство может положить начало процесса деградации народа [3].

В связи с этим так радостно и приятно видеть то, что в 2008 г. принёс нам труд и усердие аграриев.

2008 г. достойно, выполнил все производственные целевые прогнозные показатели. Прирост валовой продукции выше прогнозного и составил 8,8% при плане 8,5%. Обеспечены существенные прибавки продукции в растениеводстве – на 20,2% больше по сравнению с 2007 г. Получено 630 тыс.т маслосемян рапса. Сельское хозяйство страны вышло на исторический максимум производства зерна, в весе после доработки составил – 9 млн. 15 тыс.т против 7 млн. 216,4 тыс.т в 2007 г. Таким образом, прирост по сравнению с прошлым годом составил 25%. Урожайность зерновых в текущем году достигла 35,2 ц/га против 28,5 ц/га в 2007-м [2]. А в СПК «Прогресс-Вертелишки» Гродненского района, она достигла 102,8 ц/га, что ранее для многих казалось фантастикой. Более 50 ц/га в текущем году собрали 244 хозяйств [5].

Итак, курс на интенсификацию сельскохозяйственного производства позволил Беларуси сохранить и укрепить позиции в числе стран-лидеров по производству ряда продуктов питания. К примеру, мы первые в мире по картофелю, третьи по молоку после Дании и Нидерландов (в расчете на душу населения), в двадцатке по мясу. В нынешнем году произведено 4 млн. 24,3 тыс.т сахарной свеклы, что на 11% больше, чем в предыдущем – в 2007 г. ее урожай составил 3 млн. 626,1 тыс.т. Урожайность сладких корнеплодов в нынешнем году была самой высокой за последние несколько лет, и составила 438 ц/га. В прошлом году она не превышала 387 ц/га [2]. Взят рубеж в 0,5 млн. т зерна кукурузы [1]. В 2008 г. собрано 60,9 тыс.т льноволокна, что на 57% больше, чем в прошлом году (тогда было получено 38,8 тыс.т). Урожайность льна в текущем году также оказалась выше прошлогодней – 7,8 ц/га против 5,9 ц/га в 2007-м.

Собран также хороший урожай картофеля – 8 млн. 748,6 тыс.т, это на 0,1% больше, чем в прошлом году, когда валовой сбор составил 8 млн. 744 тыс.т. Урожайность "второго хлеба" в этом году была

221 ц/га против 212 ц/га в прошлом. Овощей собрано 2 млн. 295,4 тыс.т, что на 7% больше, чем в 2007 г. (2 млн. 153,3 тыс.т). Урожайность овощных культур в нынешнем году на 14 ц выше, чем в прошлом, и составила 234 ц/га [2].

2008 год показал, что мы находимся в относительной безопасности от голода. Но всё же, на наш взгляд, в сельском хозяйстве необходимо продолжать, без остановки, производить реформирование:

- интенсифицировать производство;
- осуществлять перевооружение производства;
- внедрять передовой опыт и прогрессивные технологии.

То есть делать всё, чтобы обеспечивать население страны здоровой пищей и в необходимом количестве для каждого человека. При условии, что такая пища будет ещё и доступна по ценовому фактору.

Может быть, мы доживём до такого времени, когда сами сможем оказывать значительную продовольственную помощь нуждающимся странам. Ведь там, казалось бы, от банального, для нас, отсутствия пищи, каждый день умирают люди, а ценнее жизни человека нет ничего на нашей планете.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беларусь - первая в мире по картофелю, третья по молоку, но на ценах это не отражается [Электронный ресурс] Новости.Экономика и бизнес. 2008. Режим доступа: <http://www.tut.by>
2. Валовой сбор зерна в весе превысил прошлогодний на 25% [Электронный ресурс] Новости.Экономика и бизнес.-2008.- Режим доступа: <http://www.tut.by>
3. Голод и недоедание в мире [Электронный ресурс] Статья. 2000. Режим доступа: http://www.feedingminds.org/info/wfd_ru.htm
4. Голод [Электронный ресурс] Википедия. Статья. 2008. Режим доступа: <http://www.wikipedia.org>
5. К 2010 году в Беларуси планируется произвести 10 млн т зерна и 8 млн т молока [Электронный ресурс] Новости.Экономика и бизнес. 2008. Режим доступа: <http://www.tut.by>
6. Массовый голод [Электронный ресурс] Википедия. Статья. 2008. Режим доступа: <http://www.wikipedia.org>

УДК 339:004.78

МАШОХА Ю.М.

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ЭЛЕКТРОННОЙ
КОММЕРЦИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ОКЕАН» Г. ПОЧЕПА
БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Научный руководитель – БАБЬЯК Е.Е. – ст. преподаватель
ФГОУ ВПО «Брянская государственная сельскохозяйственная академия»,
Брянск, Российская Федерация*

Предприятия, добившиеся минимального времени обслуживания потребителей, получают конкурентные преимущества, способствующие расширению зоны потенциального сбыта своей продукции. Успех на рынке в продаже того или иного товара зависит не столько от их производственных и финансовых возможностей, сколько от планирования сбытовой деятельности предприятия.

ООО «Океан» - крупная и эффективно действующая оптовая торговая организация, расположенная в городе Почеп Брянской области, которая обеспечивает потребителей товарами повседневного спроса. Ассортимент товаров ООО «Океан» насчитывает более 2500 наименований продуктов питания, алкогольной продукции отечественного и импортного производства, промышленных товаров. В 2008 году размер товарооборота организации составил 182,9 млн. рублей, прибыль от продаж - 8,2 млн. рублей, рентабельность продаж – 4,5%. Поставка товаров в ООО «Океан» осуществляется по прямым договорам с поставщиками. Реализуются товары как организациям, так и индивидуальным предпринимателям.

С целью повышения эффективности торговой деятельности организации следует предложить дополнительные меры по совершенствованию работы с клиентами и поставщиками по размещению заказов с использованием элементов электронной коммерции.

Например, можно создать сайт в Интернете, на котором будут размещены прайс-листы с подробной информацией о товаре, цене товара, а также необходимые документы, подтверждающие качество товара с использованием торгового Интернет-портала. Это позволит снизить собственные риски и вызовет дополнительный интерес у потенциальных клиентов и партнёров.

Можно будет принимать заказы через Интернет в режиме on-line. Это особенно удобно для постоянных клиентов торговой организации. Вместо того, чтобы принимать заказы по телефону менеджеры будут обрабатывать заказы, уже находящиеся в базе данных. Клиенты через WEB смогут самостоятельно ознакомиться с каталогом товаров, быстро найти нужный товар (возможно с реальным остатком на складах).

детально рассмотреть его «со всех сторон», составить спецификацию и разместить заказ. Как только заказ размещён («отобран в корзину»), он появляется в базе данных информационной системы.

Специальная электронная торговая система обеспечит круглосуточную, автономную поддержку клиентов, значительно снимая нагрузку с телефонов и менеджеров, которым надоедает отвечать на одни и те же вопросы. Система предоставляет следующие возможности:

- поддержка неограниченного ассортимента товаров. Товары в системе могут размещаться в структуре с неограниченным уровнем детализации, на количество наименований товара в системе не накладываются никаких ограничений.

- предоставление покупателям возможности приобретать различные партии товаров, как розничные, так и мелкооптовые и оптовые. Количество партий может быть произвольным, для каждой партии товара устанавливаются свои цена, срок доставки, торговая наценка.

- наличие справочно-информационной системы поддержки покупателей по всем предоставляемым товарам и услугам. Каждый товар может иметь настолько подробное описание, насколько это необходимо для продвижения товара на рынке. Количество пунктов описания не ограничено, при этом поддерживаются всевозможные типы данных, включая картинки, списки и ссылки на интернет-ресурсы.

- ведётся статистика. Система собирает разнообразные статистические данные (по продажам товаров (в денежном и количественном исчислении); по посещаемости сайта; по посетителям и покупателям).

- система даёт возможность использовать имеющуюся информацию для анализа эффективности работы оптовой базы «Океан» и всего портала в целом и для построения прогноза продаж на будущее.

- поддержка различных видов оплаты товара покупателем: система поддерживает наличный и безналичный расчёт, электронные платежи, кредитные карты, смарт-карты Сбербанка РФ. Покупатель может выбрать предпочтительный способ оплаты при оформлении своего заказа на сайте.

Примером такой информационной системы является известная система «ЛокОФФИС».

Использование предложенных мероприятий позволит усовершенствовать действующие системы закупок товаров, управления торговым ассортиментом, обслуживания покупателей, планирования и прогнозирования экономических результатов деятельности при значительном снижении суммы издержек обращения.

УДК 338.43:330.322(476)

МЕДВЕДЕВА Е.Г.

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ
КОМПЛЕКС: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Научный руководитель – СУШКО В.И. – кандидат эк. наук

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Агропромышленный комплекс страны обеспечил стабильный рост показателей во всех отраслях. Ведь объем инвестиций в сельское хозяйство Брестской области составил 2.5 трлн. руб., т.е. примерно по 9 млрд руб на одно сельхозпредприятие. Для сравнения: за 4 года в отрасль было вложено всего 304 млрд. руб. Важнейшим направлением государственной экономической политики нашей страны является создание благоприятного инвестиционного климата для привлечения и эффективного использования иностранных инвестиций. Оживление инвестиционной деятельности - основное условие выхода агропромышленного комплекса страны из его сегодняшнего кризиса. В инвестициях остро нуждаются все отрасли и сферы АПК: сельское хозяйство, перерабатывающая промышленность, жилищная сфера. В переходной экономике наряду с государством в роли инвесторов выступают сельскохозяйственные организации, предприятия других сфер АПК и частные лица. Крайне важно переоснастить сельское хозяйство на основе внедрения новейших технологий, что является приоритетной задачей государства. В отрасли на единицу вновь создаваемой стоимости требуются значительно большие затраты по сравнению с промышленностью, что тем более обуславливает необходимость в государственной поддержке сельского хозяйства. Наиболее приемлемой формой привлечения финансовых средств внутренних и внешних инвесторов является создание на базе сельскохозяйственных организаций с низким уровнем платежеспособности предприятий с учетом зарубежного капитала. Учитывая относительно низкую доходность комплекса, прежде всего сельского хозяйства, необходимы совместные усилия всех участников этого процесса. Механизм государственной поддержки должен реализоваться на законодательной основе и в равной мере касаться всех сельскохозяйственных организаций, имеющих право на ее получение. В качестве первоначальной формы образования таких предприятий целесообразна передача государственных и коллективных сельскохозяйственных организаций в аренду физическим или юридическим лицам с правом выкупа имущества по его рыночной стоимости. При этом инвесторам может быть предоставлено право

отсрочки выкупа имущества до 5 лет с момента регистрации предприятия, а передача земли в аренду целесообразна на длительный срок до 99 лет. При таком подходе будут защищены интересы не только инвестора и товаропроизводителя, но и государства, т.к. вместо постоянной поддержки хронически убыточных хозяйств оно получит возможность пополнять бюджет за счет налогов юридических и физических лиц. Целесообразно также "задействовать" землю, которая в условиях рыночных отношений может стать важнейшим инвестиционным ресурсом. Предполагается не только деление земли на паи, но и ее стоимостную оценку, расширение границ частной собственности, постепенное введение рынка земли. Тем самым наше сельское хозяйство станет более привлекательным для инвесторов, включая зарубежных. На нынешнем этапе необходимо расширение системы лизинговых операций, способствующих модернизации и техническому переоснащению производства; привлечение местных целевых бюджетных фондов стабилизации экономики производителей сельскохозяйственной продукции; льготное налогообложение субъектов хозяйствования; введение фиксированных отчислений от импортных пошлин и направление их на инвестиции в сельское хозяйство. Беларусь предлагает потенциальным инвесторам свои основные преимущества, как выгодное географическое расположение в центре Европы, благоприятные природно-климатические условия, политическую и социальную стабильность, макроэкономическую стабилизацию, квалифицированные и относительно дешевые трудовые ресурсы, высокий научно-технический и промышленный потенциал, емкий внутренний рынок, законодательное и организационное обеспечение инвестиционного процесса. Республика находится на пересечении железнодорожных и автомобильных магистралей, систем нефтепродуктопроводов, газопроductопроводов, систем связи между Западной Европой и регионами России, азиатскими странами. В Беларуси имеются производства по выпуску конкурентоспособной продукции на внутреннем и внешнем рынках. Республика специализируется на производстве продукции машиностроения, химической и нефтехимической, легкой, пищевой промышленности, а также животноводства, льноводства, картофелеводства. Беларусь экспортирует более 90% произведенных автомобилей и тракторов, около 90% –телевизоров, холодильников и морозильников, а так же калийных удобрений, более 80 %–металлорежущих станков. Беларусь входит в единое таможенное пространство с Россией. Для потенциального инвестора это означает, что, вкладывая свои капиталы в экономику Беларуси, он получает широкий доступ не только к белорусской территории, но и огромной емкости российского рынка. Беларусь успешно

сотрудничает с известнейшими мировыми производителями – транснациональными корпорациями. Созданы, например, совместные и иностранные предприятия с немецким «МАН» (выпуск автомобильной техники), голландской «Кока-Кола» и американским «МакДональдс» (производство безалкогольных напитков и общественное питание), датским «Маерск Медикал» (выпуск медицинского оборудования). Беларусь имеет положительный опыт деятельности иностранных компаний в реализации крупных и средних инвестиционных проектов. Созданные коммерческие организации с участием зарубежного капитала имеют ряд преимуществ перед национальными субъектами хозяйствования.

С целью увеличения объемов привлечения иностранных инвестиций и содействия реализации конкретных инвестиционных проектов создано РУП «Национальное инвестиционное агентство». Сформирована и постоянно обновляется база данных инвестиционных проектов белорусских предприятий, заинтересованных в привлечении иностранных инвестиций.

Все это делает нашу страну привлекательным и, что самое главное, безопасным и выгодным местом для зарубежных капиталовложений.

УДК 338.434.4

МЕЗЯК В.Ю., ХАЛЮКОВ А.С.

РАЗВИТИЕ СКРЫТОЙ РЕКЛАМЫ

Научный руководитель – СУШКО В.И. – кандидат эк. наук

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Нас везде и каждую минуту нашей жизни окружает реклама: в телевизоре, реклама в транспорте, на билбордах, в интернете, в супер-маркетах, в ночных клубах, в ресторанах. В перерывах между фильмами или передачами рекламы очень много, иногда даже кажется, что не фильмы прерывают рекламой, а рекламные ролики разбавляют отрывками из фильма. Один из наиболее эффективных методов рекламирования товаров является Product placement.

Product placement - размещение определенной торговой марки или самого товара или услуги в кино-, телефильме, сериале, телевизионной программе, книгах, компьютерных играх с целью получения прибыли. Product placement может быть визуальным, вербальным или динамическим. Product placement помимо собственно размещения товаров в теле- и кинопроектах включает такие виды маркетинговых коммуникаций, как кросс-промоушн (проведение кампаний, продвигающих и фильм или сериал, и размещенный в них товар или бренд), производство товаров-персонажей, спонсорские программы, вовлечение актеров в рекламные кампании. Средством Product placement является скрытая реклама [1].

Скрытая реклама есть абсолютно везде: в фильмах, сериалах, книгах, мультфильмах, спорте. Нам кажется, что когда мы смотрим фильм – отдыхаем от рекламы, но это не так. Почти в каждом художественном фильме, не говоря уже о сериалах, на первый взгляд, не заметно для зрителя мелькает реклама товаров, торговых марок, брендов и т.д. Как обычно супергерой ездит на очень крутом автомобиле известной автомобильной марки, носят часы определенной марки, одеваются у соответствующего дизайнера т.д. Вся полученная информация влияет на нас на подсознательном уровне. Грубо говоря, ее можно назвать 25-тым кадром. Особенно восприимчивы к подобной рекламе дети, которые стараются подражать своим кумирам и запоминают все, что с ними связано. А потом лет этак через 10-15, когда ребенок станет вполне обеспеченным самостоятельным человеком, у него будут сформированы понятия, что BMW – это роскошный автомобиль для успешных людей, что Hilton – это отель супер класса. Это как бы инвестиции в будущее.

Наиболее часто скрытая реклама используется в фильмах, а кинотеатр является наиболее эффективным местом использования рекламы. Кинотеатр - это уникальная рекламная площадка, на которой воплощается в жизнь аристотелевское единство места, времени и действия с большой пользой для рекламодателя. В течение достаточно короткого времени в замкнутом уютном пространстве кинозритель может получить рекламное сообщение десятком разных способов: в кассе вместе с билетом ему дадут бренд прямо в руки в виде рекламной листовки или образца продукции, там же сможет принять участие в промо-акции; в баре купит попкорн в брендированном стаканчике и, наконец, войдя в зал и заняв свое место, увидит рекламный ролик на огромном экране шестиканальным звучанием в неповторимой уютной атмосфере кинотеатра. Безусловно, кинотеатры не дают охвата и непрерывности рекламного воздействия традиционных медиа, но зато они обеспечивают мощное импульсное воздействие. Следовательно, кинотеатры не нужно использовать как основное медиа в коммуникациях бренда (исключая случаи, когда целевая аудитория бренда и целевая аудитория кинотеатров суть одни и те же люди), но имеет смысл применять в "миксе" для повышения эффективности кампании. В кинотеатры приходит самая нужная рекламодателю публика. Это те же люди, которые ходят в магазины рекламодателя, заказывают услуги рекламодателя и покупают товары рекламодателя. Это те же самые люди. С одним маленьким "но". Они не задумчивы, не встревожены, не обеспокоены. Они расслаблены, довольны и находятся в благодушном настроении. Они пришли отдохнуть! И теперь рекламодателю остается только развлечь их, и в благодарность кинозрители запомнят переданное им рекламное сообщение. На тех же посетителях кинотеатров проводят исследования. В ходе которых выясняется, что если кинозрителям перед фильмом показать ролик с рекламой товара, то 95, 6% кинозрителей видевших рекламный ролик вспомнят его на следующий день после просмотра в ходе телефонного интервью 43, 1%- спонтанно без каких-либо подсказок [2].

Можно часами рассказывать о том, как повлияла правильная скрытая реклама на продажи разных брендов. Достоверную информацию найти очень сложно. Компании производители товаров отрицают свое участие в скрытой рекламе. Только примеры может увидеть каждый, не придется долго сидеть перед телевизором чтобы их найти («Комедии клуб», "Последний герой", «Моя прекрасная няня», «Такси», «Ночном дозоре» и т.д.).

Скрытая реклама запрещена во многих странах мира, но при этом не существует четкой законодательной базы как ее идентифицировать.

Что касается наших стран, то у нас она вообще не регулируется. Делай что хочешь. А ученые сделали заключение, что бренду достаточно промелькнуть на 2 секунды, чтобы он отпечатался в сознании человека. Скрытая реклама почти никогда не скрыта в полном смысле этого слова — ее всегда заметит зритель, внимательно следящий за перипетиями на экране. Скорее, правильней ее будет назвать непрямой рекламой. В последнее время она все больше нравится рекламодателям и продюсерам фильмов и сериалов. Однако ее не очень любят простые зрители. И оно немудрено: вы не можете никуда от нее деться без того чтобы оторваться от просмотра любимой передачи.

ЛИТЕРАТУРА

1. <http://www.rectech.ru>
2. <http://www.epochta.ru>

УДК 631.153:631.145

МЕШКОВА М.А.

**РЕСУРСОБЕРЕГАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ И
ПЛАНИРОВАНИЕ ИЗДЕРЖЕК АГРАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Научный руководитель – ГАЙДУКОВА В.И. – доцент

ФГОУ ФПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация

Обеспечение развития агропромышленного комплекса страны требует количественных и качественных изменений в земледелии, перехода на современную, более высокую ступень его развития, характеризующуюся комплексным применением факторов интенсификации для повышения плодородия почв и биологизации производства растениеводческой продукции, т.е. полным использованием продуктивного потенциала растений. Доля наукоемкой продукции в сельском хозяйстве очень мала – около 0,6 %, инновационный потенциал отечественного АПК используется в пределах 4–5 %, в США – 50 %. В мировом ВВП национальная экономика занимает лишь 2, в мировом товарном экспорте – 2,5 %.

Традиционно в земледелии основным элементом обработки почвы являлась вспашка с оборотом пласта. Достоинства применения плуга объяснялись простотой техники сева, механической борьбой с сорняками, незначительным развитием болезней растений. В настоящее время установлено, что оборот пласта негативно влияет на химические, физические и биологические свойства почвы, приводит к нарушению ее структуры, инфильтрации влаги, перераспределению минеральных веществ, деградации почвы.

Актуальность внедрения и планирования ресурсосберегающих технологий обусловлена также возможностями сокращения числа технологических операций по обработке почвы, повышения почвенного плодородия, улучшения экологии, снижения текущих и инвестиционных затрат, увеличения объемов производства продукции. Поэтому в адаптивно-ландшафтном земледелии каждого региона решающая роль отводится именно применению дифференцированных ресурсосберегающих технологий, эффективность которых нами рассматривается на примере одного из предприятий агрохолдинга «Гелио-Пакс».

В рейтинге 100 негосударственных агрохолдингов страны в 2007 г., «Гелио-Пакс» занял 11 место, и первое – среди холдингов Волгоградской области. Это одно из самых эффективных агрообъединений не только Нижнего Поволжья, но и России.

Все сельскохозяйственные предприятия холдинга оснащены новой высокопроизводительной техникой, в них освоены современные энергосберегающие почвозащитные технологии, позволяющие получать высокие урожаи зерновых и подсолнечника при экономической эффективности, достаточной для ведения расширенного воспроизводства.

Так, в 2008 г. средняя урожайность озимой пшеницы составила 43,7 ц/га на площади 30,7 тыс. га, в том числе по пару – 50,2, по непаровым предшественникам – 36,8 ц/га, урожайность подсолнечника составила 21,8 ц/га на площади 11930 га, зерна кукурузы – 34,3 ц/га при валовом производстве 263,5 тыс. т, что составляет 1,5 % от общероссийского производства.

Как показывает опыт деятельности одного из структурных предприятий холдинга – ООО «Гелио-Пакс-Агро 5», внедрение в производство минимальной обработки почвы связано с приобретением высокопроизводительной широкозахватной техники. Реализацию энергосберегающей технологии минимальной обработки почвы на предприятии обеспечивает использование почвообрабатывающих агрегатов универсального применения – ПК Bourganet+ 8810, выполняющих за один проход весь комплекс посевных операций: культивацию; посев; внесение полного объема удобрений; прикатывание; удаление 90 % всех сорняков, что эквивалентно химпрополке. Комплекс позволяет сохранить структуру почвы, предотвратить эрозию, снизить потери влаги.

При системном подходе к формированию ресурсосберегающих технологий установлена высокая эффективность прямого посева яровых зерновых культур. Материальные затраты снижаются при этом в 1,7, трудовые – в 3 раза, чистый доход увеличивается в 1,8–2,2 раза. Отказ от осенних энергозатратных обработок зяби привел к сокращению расхода топлива на 1 га зерновых в 3,1 (2007 г.) и 2,7 (2008 г.) раза, только применение посевных комплексов сопровождалось снижением расхода топлива, соответственно по годам, на 2,7 и 1,8 л/га.

Использование в хозяйстве трактора John Deere 9430 и ПК Bourganet+ 8810, позволило сэкономить на каждом обрабатываемом гектаре в 2008 г. до 400 руб.

Снижение трудозатрат и материальных ресурсов одновременно сопровождается увеличением цен на удобрения, химические средства защиты растений, горюче-смазочные материалы, но с ростом урожайности возделываемых культур – озимой пшеницы и подсолнечника, предприятию удастся удерживать себестоимость 1 ц зерна в пределах 180–230 руб. и при цене реализации 400–500 руб. обеспечивать уро-

вень рентабельности 65–200 %, а при повышении урожайности подсолнечника до 22 ц/га – на уровне 230 %.

В ООО «Гелио-Пакс-Агро 5» осуществляется четкое планирование на всех уровнях управления. До подразделений доводятся оперативные и текущие планы, проводится их бюджетирование в течение всего планового периода. Реализация на практике принципов хозрасчета – высокой степени самостоятельности, самоуправления, самокупаемости, самофинансирования, способствует развитию инициативы и ответственности у работников, рациональному использованию производственных ресурсов, повышению конкурентоспособности продукции.

УДК 338

МИНАБИЛОВА Е.С.

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Научный руководитель – АНЧАК И.Н.

УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

Сельскохозяйственное производство представляет собой комплекс взаимосвязанных отраслей, выпускающих различные виды сельскохозяйственной продукции.

В сельском хозяйстве выделяют две группы отраслей: растениеводство и животноводство [2].

В зависимости от характера использования произведенной продукции отрасли подразделяются: на товарные, продукция которых полностью или частично предназначена для реализации (сбыта), и нетоварные, продукция которых полностью или почти полностью используется для внутрихозяйственных потребностей.

Товарная продукция сельскохозяйственного предприятия выражает его связь с рынком. Поэтому роль отраслей в специализации сельскохозяйственного предприятия и определяется по их удельному весу в структуре товарной продукции.

По экономической значимости для предприятия выделяют основные (ведущие), дополнительные и подсобные отрасли и промыслы.

Основной (ведущей) называют отрасль, продукция которой приносит наибольший доход и занимает существенный удельный вес в структуре товарной продукции. Основная отрасль (она может быть не одна, а две-три) определяет специализацию сельскохозяйственного предприятия [2].

Дополнительные отрасли производят добавочную продукцию для увеличения прибыли хозяйства, занимают меньший удельный вес в структуре товарной продукции, создают условия для развития основных отраслей и способствуют более полному использованию ресурсов хозяйства

Подсобные отрасли и промыслы являются, как правило, товарными и создаются с целью удовлетворения спроса населения в продовольственных и потребительских товарах, наиболее полного и равномерного использования трудовых ресурсов.

Таким образом, специализация – это форма организации сельскохозяйственного производства, закрепленного за предприятием (а внутри него – за отдельными структурными подразделениями), которое про-

изводит однородную по технологическим процессам продукцию и характеризуется однородностью профессионального состава работников.

Сельскохозяйственные предприятия, которые по структуре товарной продукции не могут быть отнесены к узкоспециализированным или специализированным хозяйствам, относят к многоотраслевым, или универсальным. В подобных хозяйствах, как правило, нет товарных отраслей, имеющих удельный вес в структуре товарной продукции выше 25%.

Углубить специализацию хозяйства можно за счет сокращения количества товарных отраслей, увеличения производства продукции главной отрасли и повышения её товарности.

Нецелесообразно сочетать на одном сельскохозяйственном предприятии отрасли с одинаковыми технологическими требованиями, так как это снижает их размеры. Например, развитие свиноводства и птицеводства требует большого расхода концентратов, удельный вес которых в структуре кормов колеблется в пределах 60 – 85%.

Создание узкоспециализированных крупных промышленных животноводческих комплексов способствует повышению производительности труда и снижению затрат.

Оптимальное сочетание отраслей в сельскохозяйственном предприятии можно обосновать расчетно-конструктивным и экономико-математическим методами. Расчетно-конструктивный основан на экономической оценке как отдельных видов продукции, так и различных вариантов их взаимного сочетания. Поскольку такое сочетание зависит от многих факторов, задача неизбежно становится многовариантной, а её решение – длительным.

В условиях современного нестабильного рынка многоотраслевая модель сельскохозяйственного предприятия оказалась более гибкой и экономически устойчивой. Стабильно и эффективно работали сельскохозяйственные предприятия, которые наряду с производством продукции растениеводства и животноводства занимались её переработкой и хранением.

В Республике Беларусь на первом месте за 2008 год стояло производство зерна (931 кг/чел), на втором – производство картофеля (904 кг/чел), на третьем – производство молока (643 кг/чел). Производство мяса имеет самый низкий показатель (87 кг/чел), что говорит о низком уровне производства мясной продукции [6].

Что касается узкоспециализированных предприятий, то основной отраслью здесь считается молочная, на территории Республики Беларусь на сегодняшний день здесь числится 87 ведущих предприятий, второе место занимает хлебопекарная – 36 организации, затем мясная

– 30 ведущих предприятий, которые поставляют свою продукцию на внешние рынки [5].

Если рассматривать специализацию по областям то ведущее место занимает Минская область, на ее территории расположено 80 узкоспециализированных хозяйств. Второе место принадлежит Брестской области, здесь числится 58 ведущих предприятий специализирующихся в производстве продукции одной отрасли. Наименее специализируемой областью является Могилевская область – 38 предприятий.

Не смотря на то, что специализация в Республике Беларусь еще пока остается не на очень высоком уровне, наблюдается положительная динамика. С каждым годом число специализируемых предприятий увеличивается, что говорит о возможном скором улучшении состояния АПК Республики Беларусь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Б о н д а р ь, Т. Господдержка села: состояние, проблемы, перспективы / Т. Бондарь//Финансы. Учет. Аудит. 2007. №10. с. 21-23.
2. Б у с е л, И.П. Экономика сельскохозяйственного предприятия с основами менеджмента: пособие/ И.П. Бусел, П.И. Малихтарович. Минск: Литература и Искусство, 2008. 448 с.
3. Т е с л о в а, В. О некоторых аспектах специализации на предприятиях Республики Беларусь/ В. Теслова. Издание академии/Научный журнал//Аграрная экономика 2009. №2 (141) февраль. с. 14-17.
4. Экономика предприятий торговли: учебное пособие/под общ. Ред.: Н.В. Максименко, Е.Е. Шишковой. 2-е изд., исп. Минск: Вышэйшая школа, 2007. 542 с.
5. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Архв сообщений пресс-службы / 2009 / февраль 2009. Минск, 2005. Режим доступа: <http://www.pravo.by>. Дата доступа: 02.10.2009.
6. Официальная национальная статистика Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Сельское хозяйство. Минск, 2009. Режим доступа: <http://www.minstat.by>. Дата доступа: 02.10.2009.
7. Официальная национальная статистика Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Оперативная информация. Минск, 2009. Режим доступа: <http://www.minstat.by>. Дата доступа: 02.10.2009.

УДК 658.155

МИНИЧ А.М.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Научный руководитель – БОКША Н.В. – магистр эк. наук

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Рентабельность – показатель эффективности работы предприятия. Выражается в двух основных формах – как отношение полученной предприятием прибыли к сумме основных и оборотных фондов или полученной предприятием прибыли к полной себестоимости реализованной продукции. Рентабельность характеризует результативность деятельности промышленного предприятия. Целью деятельности любой коммерческой структуры в условиях рыночной экономики в конечном счёте является получение рентабельности, способной обеспечить её дальнейшее развитие. Ориентация отечественной экономики на рыночные отношения потребовала пересмотра отношения к рентабельности, что обусловлено её особым местом в системе хозяйствования.

В 2008 году мировая экономика столкнулась с одним из самых серьезных экономических и финансовых кризисов со времен Великой депрессии 1930-х годов, возникновение которого было обусловлено, по оценкам экспертов, нарастанием нестабильности и структурных диспропорций в мировой экономике и финансовой сфере. Возникшие проблемы усугублялись снижением потребления и выпуска, обусловленного чрезмерным удорожанием сырьевых, энергетических и продовольственных товаров.

В связи с этим уровень рентабельности и прибыли предприятий нефинансового сектора в 2008 году по сравнению с 2007 потерпел ряд изменений.

Нефинансовыми организациями в 2008 году, было реализовано продукции, товаров, работ и услуг на сумму 271,5 трлн. рублей, или на 33% больше, чем за 2007 год. При этом был обеспечен значительный рост реальных объемов всех показателей прибыли; прибыль от реализации продукции, товаров, работ и услуг в целом по экономике увеличилась на 29,2%, прибыль до налогообложения – на 34%, чистая прибыль – на 41,4%.

В 2008 году продолжилась снижение доли убыточных организаций (их доля в общем количестве составила 4,8 против 6,3% в 2007 году),

однако сумма чистого убытка убыточных организаций выросла на 15% – до 568,7 млрд. рублей.

В результате опережающего роста прибыли от реализации продукции (155,7%) по сравнению с себестоимостью (129,2%) рентабельность реализованной продукции, работ и услуг увеличилась с 11,8 в 2007 году до 14,2% – в 2008 году. Вместе с тем доля нерентабельных и низкорентабельных предприятий (с рентабельностью от 0 до 5%) в целом по экономике осталось высокой – 42,2%. В сельском хозяйстве она была наибольшей (59,1%), в строительстве – наименьшей (31,9%).

Из общего объема выручки, полученной хозяйствующими субъектами в 2008 году, 4% приходилось на неоплаченную выручку и 4,2% – на расчеты в неденежной форме, что составило 22,3 трлн. рублей недополученной выручки в денежной форме. Это явилось одной из причин, ограничивающих поступление денежных средств на счета хозяйствующих субъектов, и оказало негативное влияние на состояние текущих расчетов в экономике.

Кредиторская задолженность на конец 2008 года составила 38,6 трлн. рублей, увеличившись за год на 21,3%, дебиторская задолженность возросла на 27,1%, до 31,2 трлн. рублей. На конец 2008 года просроченную кредиторскую задолженность имели 55% организаций, просроченную дебиторскую задолженность – 65,5% организаций, из них 83 и 88,3% организаций имели просроченную кредиторскую и дебиторскую задолженность свыше трех месяцев соответственно.

Суммарная кредиторская задолженность за 2008 год выросла на 29,1%, достигнув на конец 2008 года 76,8 трлн. рублей, или 59,6% ВВП. Существенная ее часть (свыше 40%), приходится на кредиты банков, прирост которых составил 41,7%.

Интенсивное заимствование денежных средств у банков обусловило дальнейшее увеличение долговой нагрузки на нефинансовые организации. Отношение среднегодового объема кредитной задолженности перед банками к выручке от реализации продукции, полученной предприятиями за год, выросло за 2008 год с 8,5 до 9,6%. Сохранение на протяжении нескольких последних лет подобной тенденции, характерной как для экономики в целом, так и для основных отраслей, постоянно увеличивает риски для финансовой стабильности, особенно учитывая проявившиеся в последние месяцы 2008 года признаки ухудшения финансового состояния предприятий нефинансового сектора.

На 1 января 2009 г. запасы готовой продукции на складах промышленных предприятий составили 4,9 трлн. рублей, увеличившись за 2008 год на 55,5% (годом ранее – на 25,6%). По отношению к средне-

месячному объему производства их величина достигла 61,1% против 53% на 1 января 2008 г.

Сложности, возникшие с реализацией промышленной продукции в октябре – декабре 2008 г., привели к значительному ухудшению финансовых показателей предприятий. Если в сентябре 2008 г. рентабельность реализованной продукции составляла 14,6%, то в последующие месяцы произошло ее резкое падение до 11,5% в октябре, 8,7% – в ноябре, 6,6% – в декабре 2008 г. Рост просроченной кредиторской задолженности произошел главным образом в конце 2008 года: если в январе – сентябре она увеличилась на 7,4%, то в IV квартале – на 14,6%.

Таким образом, финансовое состояние предприятий нефинансового сектора экономики в 2008 году в целом характеризовалось ростом объемов продаж, увеличением прибыли и рентабельности, снижением количества нерентабельных и низкорентабельных организаций. Однако, как и в предыдущие годы, текущая и инвестиционная деятельность нефинансовых организаций в значительной мере финансировалась за счет заемных средств, в основном банковских кредитов, в связи с чем в секторе нефинансовых предприятий продолжал нарастать уровень долговой нагрузки. При этом привлечение иностранных инвестиций, прежде всего прямых, было незначительным. Ухудшение в IV квартале 2008 г. экономической конъюнктуры на внешних рынках оказало негативное влияние на финансовое состояние предприятий, ориентированных на экспорт. Снижение объемов продаж, рост внешней дебиторской задолженности при сохранении сложившегося в первом полугодии объема производства способствовали росту запасов готовой продукции, «вымыванию» оборотных средств, уменьшению рентабельности предприятий нефинансового сектора белорусской экономики в III –IV кварталах 2008 г.

УДК 631.145

МИРОШНИЧЕНКО И.А.

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ
АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА**

Научный руководитель – ГОНЧАРОВА Е.В. – ассистент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Сельхозпроизводители Беларуси имеют ряд трудностей в производстве продукции. Это бедность природных ресурсов, возрастающие цены на материальные и энергетические средства, неустойчивость внешних рынков. Решение проблем социально-экономических преобразований в АПК Республики Беларусь в современный период является приоритетным направлением аграрной политики. В целях повышения экономической эффективности сельскохозяйственного производства республики в настоящее время появилась необходимость осуществления комплекса мероприятий, которые включают коренные изменения в производственных отношениях, реформирование организационной структуры предприятий, внедрение энергосберегающих технологий производства и переработки продукции земледелия и животноводства, организацию и совершенствование маркетинговой службы, ценовой и налоговой политики в АПК. Также необходимо осуществлять меры по снижению себестоимости продукции и повышению качества переработки для расширения рынков сбыта. Однако при этом наблюдается некоторое повышение эффективности деятельности сельскохозяйственных предприятий. Так среднее значение рентабельности производства достигло 17,9% [3, 2].

В настоящее время организационные формы и внутрихозяйственные отношения в большинстве сельскохозяйственных организаций не обеспечивают интенсивное ведение отрасли и не стимулируют производство высококачественной конкурентоспособной продукции, существует нерациональное использование ресурсов, выделенных для финансовой поддержки АПК. Для решения данной проблемы необходимо создание механизма кооперативно-интеграционных структур, который предполагает повышение эффективности агропромышленного комплекса с выходом аграрной экономики на принципы самофинансирования и самоокупаемости, а также обеспечение законченного цикла "производство - переработка сбыт готовой продукции". Прибыль сельскохозяйственных организаций лишь в незначительной степени обеспечивается реализацией продукции. Основными доходами сельхозпроизводителей являются внереализационные, основная часть которых обеспечивается государственной поддержкой, без которой

отрасль не может жить сама по себе. В настоящее время в республике уже функционирует ряд крупных аграрных кооперативно-интеграционных структур, как многоотраслевых (ОАО "Агрокомбинат "Дзержинский", СПК "Снов"), так и специализированных (РУП "Совхоз-комбинат "Заря") [1]. Успешная деятельность данных структур имеет большое значение и процесс формирования таких объединений должен продолжаться.

В целом по республике существует недостаточная финансовая устойчивость сельскохозяйственных предприятий, которая обусловлена их задолженностью. Происходит стимулирование развития личных подсобных хозяйств граждан. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 26 ноября-2008 года №1798 утверждены дополнительные мероприятия на 2009-2010 годы по выполнению Программы развития и поддержки личных подсобных хозяйств граждан на 2006-2010 годы. Данными мероприятиями предусматривалась выдача в 2009-2010 годах кредитов гражданам для ведения личных подсобных хозяйств в сумме до 20 млрд. рублей ежегодно, и не более 20 млн. рублей на ведение одного хозяйства на срок до 5 лет. Однако данный проект указа не был поддержан Национальным Банком Беларуси и принятие нормы о льготном кредитовании граждан, осуществляющих ведение личных подсобных хозяйств, отложено до конца текущего года [1]. Основным источником финансирования АПК Беларуси является Республиканский фонд поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, продовольствия и аграрной науки.

Также экономику сельхозпредприятий можно улучшить ещё и за счет поставок на внешние рынки. Сегодня на внешние рынки поставляется около 60% всей молочной продукции производимой в стране, около 3,5 млн. т молока и молочной продукции. Средний удой молока на корову возрос с 2154 кг в 2000 году до 4456 кг в 2008 при стабильном поголовье дойного стада - 1,2 млн. голов. [2, 15] Себестоимость сухого молока в Беларуси составляет 1,8\$, а продаётся оно по 3,6\$, то есть рентабельность равна 200% [1]. В настоящее время повышение качества молока является решающим условием конкурентоспособности молочной отрасли. Недостаточно высокое качество не позволяет сельхозпроизводителям получать максимальный эффект от его производства. Увеличение объемов производства продукции отрасли ориентировано в основном на внешние рынки, потому что страна полностью обеспечена почти всеми видами продукции. За рубежом наши продукты пользуются большим спросом и являются довольно конкурентоспособными т.к. они производятся по ГОСТам и отвечают всем требованиям покупа телей. Однако, при всём этом, Беларусь еще не вступила широко на рынок Евросоюза, т.к. он выставил очень жёсткие

требования по организации производства. Поэтому конкуренция возможна только при более высоком качестве и низкой цене. Молочная продукция Беларуси уже есть в Англии, Японии и многих других странах. Она поставляется в 45 стран, в прошлом году их было 37 [1]. Для того чтобы расширить доступ на рынок Евросоюза государство работает по нескольким направлениям, одним из которых является технологическое. При этом существует бесперспективное повышение эффективности зернового хозяйства за счёт непомерного повышения посевов зерновых культур, тогда как потребность республики в зерне в настоящее время с учётом страховых резервов оценивается в 8-9 млн. т. [4, 7] В связи с этим необходимо пересмотреть отношение к травяному кормопроизводству, технологии выращивания рапса, - улучшить организацию производства кукурузного корма.

Таким образом, в настоящее время происходит переход к кооперативно-интеграционным структурам и усиление мотивации труда. В птицеводстве достигнут европейский уровень производства благодаря применению самых высоких технологий выращивания, что позволяет получать высокие привесы. Создаются компьютерные программы кормления животных, и это даёт хорошие результаты. Каждый год увеличивается производство молока на полмиллиона тонн, растёт поголовье животных, строятся животноводческие комплексы, активно идёт процесс освоения новой техники в хозяйствах. У агропромышленного комплекса Беларуси есть всё необходимое для повышения экономической эффективности сельскохозяйственного производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Надионатшый Интернет-портал Республііт Бел ару сь [Электронный ресурс] / online юнференція «Белзрусь сегодня и завтра" Минск Семён шашро, 2009. Режим доступа <http://www.beltabv/giltews/conference?id=85>. Дата доступа 19.03.2010.
2. К л и м о в а, М.Л. Анализ сырьевой базы молочной промышленности / М.Л. Климова, Александр Цыбульский // Белорусское сепское хозяйства. 2009. № 11. с 15.
3. К а з а к е в и ч, И. Развитие АПК: состояние, проблемы, меры по повышению эффективности / Ирина Казакевич, Александр Цыбульский // Б втору сего е сет ь-сое хозяйство. 2009. № 12, с 2.
4. К у к р е и г, Л.В. Растениеводство Беларуси: основные проблемы развития и пути их решения / Л.В. Куцені, В.Г. Гусаюв// Аграрная экономика. 2009. № 1 с. 7.

УДК 339.13(476.7)

МИСКЕВИЧ Е.В.

**МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ
БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО
«ПИНЧАНКА-ПИНСК»)**

*Научный руководитель – КУЗНЕЦОВА И.А. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

В деятельности предприятия постоянно возникают проблемы, обусловленные целесообразностью более полного удовлетворения потребностей существующих и потенциальных потребителей. Решению таких проблем и призваны маркетинговые исследования.

Под маркетинговым исследованием обычно понимается целенаправленное изучение существующей проблемы и разработка на этой основе рекомендаций по обеспечению её наилучшего решения.

Открытое акционерное общество «Пинчанка-Пинск» создано на основании Решения Пинского горисполкома от 23.12.2003 г. №1049 путем преобразования Пинского коммунального унитарного предприятия по химчистке одежды и стирке белья «Пинчанка» в соответствии с законодательством о приватизации государственного имущества и законодательства об акционерных обществах.

Общество является монополистом в городе по предоставляемым услугам данные объемы услуг достаточно малы по сравнению с имеющимися мощностями предприятия и с возможным спросом на данные услуги.

В сложившейся ситуации необходимо провести маркетинговые исследования для того, чтобы разобраться в причинах недостаточного интереса жителей города Пинска в оказываемых услугах ОАО «Пинчанка-Пинск».

Методика исследования предусматривает:

- разработку анкеты;
- обоснование метода и объема выборки из генеральной совокупности;
- сбор и первичную обработку данных;
- определение методов анализа.

Для исследования потребностей населения города в бытовых услугах была разработана анкета, состоящая из 6 блоков, включая репрезентативную часть.

Проведенное исследование позволяет сформулировать некоторые рекомендации дирекции ОАО «Пинчанка-Пинск». Итак, для успешной деятельности предприятию необходимо:

1. Разработать оптимальный ассортимент услуг, учитывая пожелания населения города, такие, как чистка и стирка изделий сложного ассортимента, чистка и крашение меха, химическая чистка мягких игрушек, индивидуальная стирка белья в прачечной и пр. Важное место в товарной политике предприятия должна занять инновационная деятельность, так как потребители не могут полностью удовлетворить свои потребности в бытовых услугах.

2. Произвести комплектацию предприятия оборудованием для оказания услуг в соответствии с потребностями и предпочтениями населения г. Пинска.

3. Ввести комплекс дополнительных услуг, таких, как прием заказов по телефону, доставка в удобное для потребителя время, упаковка, срочное выполнение заказа, что позволит увеличить частоту пользования бытовыми услугами.

4. Обратит внимание на такие показатели, как доступность цены на услуги, высокое качество работы, нетоксичность используемых химикатов, компетентность персонала, качество обслуживания и возможность работы с различными материалами, поскольку большая часть неудовлетворенности респондентов услугами прачечных и химчисток связана именно с этими факторами.

5. Разработать коммуникационную политику с существующими и потенциальными клиентами, включающую информированность о самом предприятии, предлагаемых услугах (в том числе дополнительных, таких, как прием заказов по телефону, доставка на дом, продажа сопутствующих товаров и другой применяемой технологии, химикатах и других средствах очистки).

6. Обеспечить высокое качество обслуживания и исполнения заказа с помощью профессионально подготовленного персонала, создания комфортной обстановки в приемных пунктах.

Проведенное исследование позволило сделать вывод о том, что для более успешной работы ОАО «Пинчанка-Пинск» необходимо иметь четкое представление о потребностях в услугах целевой группы потребителей, причинах недовольства или отказа от услуг предприятий бытовой сферы.

А учет наиболее важных критериев позволит стимулировать спрос, используя следующие инструменты:

– повышение качества бытовых услуг, предоставляемых потребителям;

- изменение цен в соответствии с ситуацией на рынке;
- формирование имиджа предприятия бытового обслуживания, акцентируя внимание на применяемые современные технологии, надежность, гарантия качества;
- проведение рекламной кампании, являющейся составной частью систем продвижения бытовых услуг;
- различные способы привлечения покупателей (качественное обслуживание комплекс дополнительных услуг, системы скидок для постоянных покупателей) и др.

В заключение необходимо подчеркнуть, что предложенная методика исследования может служить, с одной стороны, в качестве базы для выработки региональным органами управления стратегии развития сферы бытового обслуживания населения и политики его регулирования, а с другой стороны, в качестве методических рекомендаций для предприятий по использованию возможностей инструментов маркетинга в принятии инвестиционных решений.

УДК 336.713.2 (476.7)

МУРСАТОВА П.Н.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БАНКОВ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ ПОЛЕССКОГО РЕГИОНА

Научный руководитель – ХРУСЬ Е.А. – ассистент

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Конкуренция – это неотъемлемая часть рыночной среды, необходимое условие развития предпринимательской деятельности.

В переводе с латинского языка конкуренция значит "сталкиваться" и может быть определена, как соперничество между отдельными лицами и хозяйствующими единицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели.

Она существует всегда и везде, где между субъектами возникает соперничество по обеспечению своих интересов. Конкуренция предполагает свободу вступления экономических единиц в любую конкретную отрасль и свободу выхода из нее. Эта свобода необходима для того, чтобы экономика могла надлежащим образом адаптироваться к изменениям вкусов потребителей, технологии или предложения ресурсов.

Конкуренция имеет важное значение в жизни общества. Она стимулирует деятельность самостоятельных хозяйственных единиц. Через конкуренцию товаропроизводители в определенной степени контролируют друг друга. Их борьба за потребителя приводит к снижению цен, уменьшению издержек производства, улучшению качества продукции, ускорению научно-технического прогресса.

В то же время конкуренция обостряет противоречия экономических интересов, чрезвычайно усиливает экономическую дифференциацию в обществе, обуславливает рост непроизводительных издержек, побуждает к созданию монополий. Без административного вмешательства государственных структур конкуренция превращается в разрушительную силу для экономики.

Банковский сектор республики в последнее время демонстрирует высокие темпы развития. Это касается как количественных показателей, так и качественных. Стремление банков к максимальному удовлетворению потребностей клиентов в банковских продуктах путем расширения спектра предоставляемых услуг, внедрения новых технологий, совершенствования качества продаж услуг, обеспечения клиентского сервиса на высоком уровне приводит к усилению конкуренции.

Как следствие, банки вынуждены искать более эффективные маркетинговые решения.

Необходимо отметить, что в банковском деле, как и в промышленности, свободная конкуренция стимулирует повышение эффективности организации процессов банковского обслуживания клиентов, вызывает концентрацию. Одни банки поглощаются более могущественными конкурентами, другие, формально сохраняя самостоятельность, фактически подпадают под власть более сильных конкурентов. Происходит слияние банков. Число банков сокращается, но вместе с тем увеличиваются их размеры, возрастает объём операций. В каждой стране выделяются немногие крупнейшие банки, на счетах которых собираются огромные суммы свободных средств, ищущих прибыльного применения. Централизация банковского капитала также проявляется в слиянии крупных банков в крупнейшие банковские объединения, в росте филиальной сети крупных банков.

Лидерами белорусской банковской системы, состоящей в настоящее время из 32 банков, являются ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк», «Приорбанк» ОАО, ОАО «БПС-Банк». Так, например, по объему капитала на первом месте находятся Беларусбанк(1136,8 млн. \$), Белагропромбанк(1094,4 млн. \$), БПС-Банк(220,1 млн. \$). По величине уставного фонда доля данных банков превышает прочие банки страны более, чем в 7 раз. На 01.04.2009 тройка лидеров выглядела следующим образом: Белагропромбанк – 3828,6 млрд. руб., Беларусбанк – 2288,8 млрд. руб., БПС-Банк – 416,5 млрд. руб. Величина средств на текущих счетах юридических лиц в Беларусбанке составила 1574,4 млн. \$, в БПС-Банке и Приорбанке – 446,1 и 366,5 млн. \$ соответственно.

Необходимость позиционирования банка в конкурентной среде обусловлена возросшей конкуренцией на рынке банковских услуг и возникающей в связи с этим необходимостью дифференцирования банка, то есть разработки ряда существенных и значимых для клиентов особенностей, призванных отличить предложение банка от предложений конкурентов.

Однородность банковских услуг обусловлена тем, что банковские операции, лежащие в основе банковских услуг, регламентированы законодательством. Однако форма и условия их предоставления могут различаться, что может стать важнейшим дифференцирующим признаком. Разнообразию предлагаемого банками ассортимента услуг увеличивается благодаря тому, что предоставление совершенно одинаковых услуг отдельными банками осуществляется по-разному, то есть имеются отличия в процессе обслуживания. Эти отличия могут прояв-

ляться во всех характеристиках процесса, таких как квалификация персонала, уровень технического оснащения и т.д.

В Пинском регионе на 1.09.2009 г. представлены 11 банков (ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк», ОАО «БПС-Банк», ОАО «Белвнешэкономбанк», ОАО «Белинвестбанк», «Приорбанк» ОАО, ОАО «Паритетбанк», ОАО «Банк Москва-Минск», ОАО «Белгазпромбанк», ОАО «Грастбанк») в т.ч. отделение Национального банка Республики Беларусь. Автором была проведена работа по изучению конкурентной банковской среды. Принимая во внимание разнообразие критериев конкуренции, а также различную степень глубины данного вопроса автором были определены следующие факторы конкурентноспособности:

- фактор присутствия банка в регионе;
- фактор доступности банковского обслуживания;
- номенклатура банковской продукции;
- возможность дистанционного обслуживания;
- оценка условий для стационарного обслуживания;
- численность персонала;
- использование инновационного зарубежного подхода в обслуживании клиентов.

В рамках каждого критерия банки ранжировались по местам от 1 до 6. В результате банк, набравший наименьшее количество баллов характеризуется как банк с наилучшими показателями в конкурентной среде региона. Следует, также отметить, что полученные результаты не многим отличаются от положения и места занимаемого конкретными банками в целом на рынке банковских услуг республики: явными лидерами вышли ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк», ОАО «БПС-Банк», «Приорбанк» ОАО.

Таким образом, в городе Пинске существует жесткая, справедливая конкуренция, стимулирующая развитие банковского сектора. Интенсификация процесса создания частных унитарных предприятий, достаточные инвестиции капитала в местные предприятия, повышение деловой активности – все это приводит к открытию новых банков в регионе, предлагающих весь комплекс банковских услуг, доступные и выгодные условия обслуживания и кредитования.

УДК 330.322 (476)

НАЛИВАЙКО Е.В.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА И ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ В РБ

Научный руководитель – СИВЦОВА В.А. – ст. преподаватель

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Основной акцент современной государственной инвестиционной политики направлен на создании условий для развития высококонкурентных секторов экономики, формировании долгосрочной основы для интенсивного обновления основных фондов и переориентации инвестиционной деятельности на расширение производственного потенциала на базе современных технологий и создание благоприятного инвестиционного климата.

Экономический рост и уровень ВВП напрямую зависят от величины инвестиций, вкладываемых в экономику страны и чем выше объем капиталовложений, тем более благоприятными будут экономические показатели. Переход от административно-командной экономики к рыночной сопровождается в нашей стране экономическими проблемами, охватившими практически все сферы национальной экономики. Начиная с 1992 г., уровень капиталовложений сокращался и, несмотря на некоторое увеличение в 1996-1998 гг., с 1999 г. объем капитальных вложений опять начал снижаться. Но уже с 2002 г. и по настоящее время наблюдается положительная тенденция роста инвестиций. Доля иностранных инвесторов в 2006-2008 гг. составила в среднем 4,8% от общего объема инвестиций. Обеспеченность инвестициями по заданию Программы социально-экономического развития РБ на 2006-2010 годы предусмотрена 115-117%). В 2006 г. перевыполненность плана составила 15,2%, в 2007 г. – согласно плану, а в 2008 г. – 6,2%. На 2009 г. планировалось увеличение уровня данного показателя.

Динамика прироста ВВП к приросту инвестиций по отраслям экономики на 2000 г., 2007 г. соответственно в процентах к итогу: сельское хозяйство – 11,6% к 6,8%; 7,4% к 14,6%; лесное хозяйство – 0,5% к 0,3% без изменений; промышленность – 26,5% к 30,2%; 26,7% к 28,0%; строительство – 6,4% к 1,4%; 8,5% к 3,7%; транспорт и связь – 11,1%, к 13,4%; 8,6% к 13,0%; торговля и общественное питание – 10,8% к 2,6; 10,6% к 4,0% свидетельствует об устойчивой тенденции к снижению уровня ВВП, а динамика прироста инвестиций показывает положительный рост за исключением промышленной отрасли. Она занимает высокий процент в отраслевой структуре, так как оказывает

наибольшее влияние на формирование ВВП. В 2000 г. весь объем инвестиций был вложен в производство продукции сельского хозяйства, а в 2007 г. инвестиции превзошли ВВП в 2 раза. В промышленности, транспорте и связи за эти года наблюдается такая же ситуация с переизбытком инвестиций, а в сфере строительства, торговли и общественного питания капиталовложения могут быть намного выше. Несмотря на то, что экономика Беларуси в 2008 г. развивалась в условиях влияния мирового финансово-экономического кризиса, доля инвестиций в основной капитал в общем объеме ВВП республики возросла до 27,9% против 26,8% в 2007 г., т.е. практически каждый третий рубль в ВВП является инвестиционным.

Реализуя инвестиционную политику, государство выполняет важнейшие функции по регулированию социально-экономического, научно-технического, территориального, внешнеэкономического развития страны и обеспечению ее национальной безопасности.

Важнейшим направлением осуществления стратегически-инновационной функции государства является выделение инвестиций на развитие производственной инфраструктуры, а также в освоение инноваций, имеющих ключевое значение для повышения технического уровня и конкурентоспособности продукции. Государство направляет инвестиции на программы и проекты такого характера, к ним привлекаются также негосударственные инвестиции. Частный бизнес не заинтересован вкладывать свои инвестиции в те отрасли и проекты, которые не приносят достаточно высокой прибыли, но для общества и государства они являются жизненно необходимыми. Прерогативой государства является и обеспечение надлежащего правопорядка в стране и ее национальной безопасности, что, в свою очередь, является основой развития инвестиционной деятельности. Таким образом, экономика любой страны не может нормально развиваться, а инвестиции не будут вкладываться, если государство не обеспечит соответствующих условий.

Социальные функции государства требуют выделения инвестиции для поддержания, обновления и расширения социальной инфраструктуры: строительства и реконструкции дошкольных учреждений, школ, вузов, больниц, поликлиник, санаториев, учреждений культуры. Эти инвестиции осуществляются в основном за счет государственного бюджета, бюджетов субъектов РБ, местных бюджетов, а также внебюджетных фондов (например, фонда медицинского страхования) и имеют важнейшее значение для экономического роста, повышения уровня и качества жизни населения.

При выполнении экологической функции государства требуется выделение инвестиций на региональном и муниципальном уровнях на строительство и реконструкцию очистных сооружений, сети контроля за состоянием окружающей среды, поиск и предварительную разведку полезных ископаемых, лесное и рыбное хозяйство, мелиорацию и рекультивацию земель. Государство побуждает частных инвесторов к экологическим инвестициям путем установления жестких экологических стандартов и штрафных платежей за их нарушение, за загрязнение окружающей среды и сверхнормативные потери при добыче и переработке природного сырья.

Государство выделяет инвестиции на развитие системы управления всех ветвей власти - строительство и реконструкцию административных зданий, оснащение их современной техникой, развитие сети правительственной связи, сооружение или техническое перевооружение зданий для органов правопорядка. Без этого невозможно обеспечить эффективное функционирование государственных служб. Внешнеэкономическая функция государства состоит в привлечении иностранных инвестиций и создании благоприятного климата для инвесторов, который состоит в следующем: более четкое разграничение понятий инвестирования и кредитования, оптимизация системы налогообложения, механизмов получения кредитов и системы защиты инвесторов. Необходимость создания таможенного союза, что должно повысить инвестиционную привлекательность РБ. Согласно последним изменениям земельного законодательства страны следует уделять большое внимание вопросу выделения земельных участков под инвестпроекты иностранным инвесторам. Увеличение инвестиционной активности в белорусской экономике путем повышения эффективности национальной финансовой сферы может происходить по следующим направлениям: снижение темпов инфляции, зависимости белорусских финансов от мировой конъюнктуры и стабилизация динамики обменного курса; повышение международных кредитных рейтингов Беларуси, способствующее расширению объема привлекаемых внешних кредитов и одновременному снижению их стоимости, а также существенному увеличению иностранных прямых инвестиций; проведение банковской реформы, нацеленных на увеличение совокупных банковских активов, объема и спектра предоставляемых банковских услуг, расширение посреднической инвестиционной деятельности коммерческих банков, повышение квалификации управляющего персонала, снижение стоимости банковских пассивов; восстановление и дальнейшее развитие белорусских финансовых рынков.

Реализация перечисленных мероприятий позволит существенно

повысить эффективность национальной финансовой системы, инвестиционную активность, максимизировать поддержку темпов роста ВВП, а также создать благоприятный инвестиционный климат, благодаря привлекательности национальной экономики для иностранных инвесторов за счет высокого уровня подготовки рабочей силы, хорошего научного обеспечения и открытости деятельности экономической сферы.

УДК 330.322:331.522.4 (476)

НАЛИВАЙКО Е.В.

ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И КАЧЕСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ СОСТОЯНИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В РБ

Научный руководитель – СИВЦОВА В.А. – ст. преподаватель

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Согласно теории человеческого капитала, совершенствование качественных характеристик человека в сферах образования и здравоохранения обеспечивает создание экономических ресурсов длительного пользования. Образование трансформирует рабочую силу, придавая ей способность к высококвалифицированному и, соответственно, более высокооплачиваемому труду, а здравоохранение увеличивает срок и интенсивность использования накопленной индивидом способности к труду.

Человеческий капитал представляет собой совокупность данных от природы и приобретенных в процессе образования, социального и экономического опыта биосоциальных, экономических способностей, применяемых в общественном производстве. Эти элементы, дополнительно включаемые в человеческий капитал, важные факторы благосостояния и экономической активности населения. Как известно, основной вклад в производительность вносят работники в возрасте 25-40 лет, инвестиции в здоровье приобретают особое значение, связанное с удлинением периода творческой деятельности человека. Здоровье определяет потенциальный поток услуг труда индивидов, способы их использования и производительность. Тем не менее, необходимо признать, что в качестве основополагающего фактора следует рассматривать образовательную составляющую человеческого капитала, как самую динамичную и эффективную, а образование - как базовый капиталобразующий фактор и для всех других его компонентов. Образовательная структура молодежи формируется под влиянием такой положительной тенденции, как повышение ценности образования в глазах молодого поколения. Если раньше радикальные технические изменения в общественном производстве происходили примерно через 35-40 лет, а знания, полученные в профессиональных учебных заведениях, были достаточными в течение всей трудовой жизни специалиста, то в современных условиях технологии могут обновляться в течение 4-5 лет, а наиболее прогрессивных отраслях – 2-3 лет, причём необходимость обновления диктуется не столько физическим, сколько мораль-

ным износом. Все большая часть людей осознает необходимость повышения своего профессионально-квалификационного уровня. За период с 1995 по 2005 г численность студентов вузов возросла более чем в два раза, тогда как на протяжении последней четверти прошлого века она оставалась практически неизменной.

С точки зрения развития сети учебных и научных учреждений и динамики контингента образовательной сферы, наша страна, несомненно, имеет высокие показатели. За последние 10 лет в РБ значительно увеличилось количество специалистов с высшим образованием, что способствовало увеличению насыщенности экономики страны высококвалифицированными кадрами. Доля работников, имеющих высшее образование, возросла за этот период с 16 до 22,8%. По рейтингу развития человеческого потенциала за 2007 г. Беларусь занимает 67 место среди 177 стран и находится в верхней части группы стран со средним уровнем ИРЧП, опережая по этому показателю все страны СНГ, кроме России. Однако по удельному весу расходов на образование наша страна уступает лишь 15 странам из группы стран с высоким уровнем человеческого развития. Анализ структуры индексов ИРЧП свидетельствует о том, что наиболее благоприятными и находящимися на уровне стран мира с высоким уровнем развития человеческого потенциала в Беларуси являются индексы уровня образования и уровня грамотности взрослого населения.

За последние годы наблюдается постепенное снижение контингента обучающихся в ПТУ, что приводит к дефициту рабочих профессий и соответственно к снижению доли молодых людей в категории рабочих. В целом по экономике по сравнению с 1995 г доля молодежи в составе рабочих снизилась с 23,8 до 22,7%. Вместе с тем, увеличилась доля молодежи в составе руководителей и главных специалистов, чему способствует получение более квалифицированной подготовки специалистов и повышение доступности высшего образования для абитуриентов, как из городской, так и из сельской местности. Так, доля молодых специалистов среди руководителей увеличилась с 8,5 до 9,7%, среди главных специалистов - с 10,2 до 15,2% к общей численности работающих в экономике на 2008 г. За 1998-2008 гг. число свободных рабочих мест увеличилось в 3 раза, тогда как число выпускников ПТУ за это время уменьшилось почти на четверть. В будущем экономика может столкнуться с проблемой дефицита работников по рабочим профессиям.

Состав занятого населения по рабочим местам разной квалификации различается в зависимости от возраста и уровня образования. Так, среди молодежи в возрасте до 25 лет 65% занятых неквалифицирован-

ным трудом и по рабочим профессиям. В этой возрастной группе около 40% занятой молодежи не имеют профессионального образования. В группе молодежи 20-25 лет доля работающих на должностях руководителей и специалистов высшего уровня ниже, чем на должностях специалистов среднего уровня квалификации, и составляет 2,8%. За последние пять лет наблюдается значительное снижение уровня молодежи среди работников сельского хозяйства в 1,3 раза, а в сфере образования, торговли и промышленности – рост данного показателя в 1,5 раза. По мере получения более квалифицированного образования и приобретения опыта работы доля руководителей и специалистов высшего уровня квалификации повышается и составляет 8% от всех работающих по каждой возрастной группе. Также необходимо отметить, что некоторая часть занятого населения с высшим и средним профессиональным образованием работает по профессиям рабочих, не требующим такого уровня подготовки. Труд этих специалистов в 80% случаев используется в промышленности, строительстве и торговле.

Всего в экономике в настоящее время насчитывается 2382 доктора и 14235 кандидатов наук, что составляет соответственно 0,05 и 0,32% от численности экономически активного населения. Если проанализировать их возрастную структуру, то при имеющихся темпах подготовки этой когорты ученых вполне можно ожидать убывающего воспроизводства. Следует отметить негативную тенденцию падения доли расходов в ВВП на финансирование науки в РБ, которая наряду с другими факторами, обусловила и динамику показателя наукоемкости ВВП в нашей стране. Тенденция снижения наукоемкости ВВП в 2002 г. была приостановлена, и последние годы характеризовалась некоторым ростом данного показателя, тем не менее, вернуться на уровень 2000 г. пока не удалось: показатель наукоемкости ВВП в 2005 г. составил 0,69%.

Анализ распределения численности работников по уровню образования показал, что количество специалистов с высшим образованием возросло с 18,8% в 2000 г. до 23,7 % в 2008 г., а количество специалистов с профессионально-техническим образованием сократилось с 58,8% в 2000 г. до 53,5% в 2008 г. Это говорит о недостаточном уровне квалификации и востребованности специалистов данного профиля. Число безработных с высшим образованием имеет обратную тенденцию изменения с 7,6% в 2000 г. возросло до 10,5% в 2008 г. Число безработных специалистов с профессионально техническим образованием в 2008 г. сократилось до 72,1 % по сравнению с 2000 г. 77,8%. Такая тенденция характеризуется повышением спроса на рабочую силу по данным специальностям.

Налицо парадокс: страна имеет научные разработки, квалифицированные кадры, но достижения инновационного развития являются незначительными. Положительные тенденции в численности не всегда отражают закономерное повышение качества подготовки квалифицированных кадров. В процессе институциональных преобразований следует учесть, что государство в экономике, основанной на знаниях, призвано не только осуществлять макроэкономическое регулирование, но и выступать организатором институциональных взаимодействий, создавать механизмы формирования, хранения и распространения новых знаний и технологий. В сложившейся ситуации необходимо повышать уровень квалификации специалистов, развивать интеллектуальный и культурный уровни, а также создавать условия для творческого развития и самореализации личности.

УДК 339.13(476.1)

НАСКОВЕЦ А.М.

**ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ МОУП
«БОРИСОВСКИЙ КОНСЕРВНЫЙ ЗАВОД»**

*Научный руководитель – ЧАУСОВА С.К. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Инновации становятся неотъемлемой характеристикой современной экономики и проявляют себя не только как мощный стратегический инструмент, но и как наиболее устойчивая и неисчерпаемая составляющая производительных сил.

Инновационная стратегия устойчивого развития предприятия основывается на реализации достижений науки в создании новых товаров и технологий их изготовления, на высокой квалификации производственного персонала, на повышении уровня социального положения работников и улучшения экологии производства. Она должна обеспечить выпуск конкурентоспособной продукции и своевременные поставки ее потребителю.

При формировании стратегии устойчивого развития предприятия целесообразно выработать поэтапную программу, включающую:

- создание новых образцов продукции, переход на высокие технологии и эффективные методы управления ресурсами и социальными отношениями в коллективе;
- развитие научных исследований, повышение образовательного уровня персонала и социально-экономического положения работников;
- создание собственного ресурсного потенциала увязанного с возможностями и угрозами внешнего окружения, а также выработка деловой линии поведения, обеспечивающей достижение выбранных целей;
- обоснование инновационной модели экономического роста, обеспечивающей выпуск продукции высокого качества и достижение стратегической точки безубыточности работы предприятия.

В процессе разработки инновационной стратегии устойчивости развития предприятия, важно определить оптимальное соотношение между доходами и затратами, емкостью рынка, продаж и производственной мощностью предприятия, между выработкой или производительностью труда и величиной заработной платы, между прямыми и косвенными налогами, между величиной оборотных средств и объемом реализации продукции, между инвестициями и темпами роста производства (реализации), между экономикой и социальной сферой на предприятии, чтобы избежать кризисных явлений и банкротства.

В настоящее время МОУП «Борисовский консервный завод» выпускает ограниченный ассортимент продукции (не более 50 видов консервов и соков) в устаревшей таре и упаковке. Более 95 % от общего выпуска продукции расфасовывается в стеклотару с устаревшим обкатным способом укупорки (для сравнения: на украинском рынке указанная доля составляет 15 -12 %, 70 % соков пакуется в упаковку "Тетра-Брик", 10 % - в стеклянную тару "Евротвист"). В рыночных условиях такая продукция предприятия, несмотря на достаточно высокие вкусовые и питательные свойства, не выдерживает конкуренции с импортной продукцией.

Для того чтобы реализовать намеченные цели предприятию необходимо:

- модернизировать оборудование, что позволит улучшить оформление консервов, увеличить выпуск соков, напитков, овощных смесей специальной резки, а также свежемороженой продукции;

- наращивать объемы производства и реализацию продукции собственного производства с одновременным сокращением объемов переработки давальческого сырья;

- создать новые виды продукции (в 2008 году их было всего 16, в 2009 планировали выпустить 14 новых видов продукции). По нашему мнению необходимо регулярно обновлять ассортимент выпускаемой продукции, учитывая при этом вкусы потребителей.

- повысить образовательный уровень работников (73 работника из 503 имеют высшее образование), необходимо постоянно вести работу с кадрами, повышать их профессиональное мастерство. Для этого следует способствовать участию работников на различных курсах повышения квалификации, которые организуются Высшими учебными заведениями и учебно-курсовыми комбинатами.

- расширить ассортимент выпускаемой продукции и освоить новые виды продукции; повысить узнаваемость продукции и улучшить ее потребительские свойства; расширить материально-технической базу предприятия и внедрить современные технологии производства:

- увеличить производственный потенциал предприятия; повысить рентабельность производства и продаж:

- увеличить конкурентоспособность продукции как на внутреннем рынке, так и на рынках стран СНГ и дальнего зарубежья.

Таким образом, создание новых видов продукции, внедрение высоких ресурсосберегающих технологий их производства, организация и управление технологической цепочкой поэтапно и поэтапно, анализ и регулирование работы каждого рабочего места с учетом требований покупателя, является надежным инструментом и методом организации устойчивого инновационного развития производства на предприятии.

УДК 339.13(476.1)

НАСКОВЕЦ А.М.

**ПРОБЛЕМЫ ЭФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПЛОДОВООВОЩЕКОНСЕРВНОГО
ПОДКОМПЛЕКСА**

*Научный руководитель – ЧАУСОВА С.К. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Флодоовощеконсервная консервная промышленность является важным звеном агропромышленного комплекса Республики Беларусь. Необходимость развития этой отрасли обусловлена задачами равномерного обеспечения населения плодовоошшной продукцией в течение года, сохранения скоропортящейся продукции в период массового сбора и создания ее резервов.

Социальная роль плодовоошшной промышленности выражается в том, что она является поставщиком относительно дешевых (по стоимости) продуктов питания, по сравнению с другими продуктами переработки, так как уровень розничных цен на плодовоошшные консервы наиболее адекватен покупательным возможностям массового потребителя.

Продукты переработки плодов и овощей выпускаются на 43 крупных и мелких заводах республики, а также непосредственно в местах производства сырья – сельскохозяйственных организациях. Наиболее крупными плодовоошшеперерабатывающими предприятиями являются: в Брестской области – Пинский и Барановичский; в Минской – Борисовский, Клецкий и Слуцкий; в Могилевской – Быховский и Бобруйский заводы. Однако перспективы у этих предприятий довольно смутные, так как увеличение объемов производства плодовоошшной консервной продукции сдерживается технической оснащенностью заводов, на которых используется значительно устаревшее оборудование, установленное 20-30 и более лет назад. В связи с этим в отрасли достаточно высокая доля ручного труда.

Степень износа основных производственных фондов предприятий по переработке плодовоошшной продукции в среднем составляет 52,2%.

Немаловажной проблемой для овощного подкомплекса является низкий уровень эффективности переработки овощей. Промышленная переработка овощей в республике развита пока далеко не достаточно. На промышленных предприятиях перерабатывается 13-15% валовых сборов овощей.

В последние годы наблюдается спад производства переработанной

плодоовощной продукции. Анализ производства плодоовощной консервной продукции показывает, что одна из основных причин снижения объемов ее производства и сужения ассортимента – недопоставка сырья в необходимых объемах и ассортименте по ряду экономических и организационных причин.

Проблема обеспечения сырьем тесно связана с вопросами хранения, как в хозяйствах, так и на перерабатывающих предприятиях. В данном случае необходимо уделить внимание подбору сортов и гибридов овощных культур, имеющих хорошие вкусовые качества и способные сохранять питательные вещества при хранении и промышленной переработке.

Низкие показатели эффективности использования ресурсов, в том числе основных фондов, на предприятиях плодоовощеконсервной промышленности говорят о неэффективном использовании основных производственных фондов, их недостаточной загрузке, слабой эффективности используемых технологий, не обеспечивающих глубокую и комплексную переработку сельскохозяйственного сырья.

С целью увеличения объема производства плодоовощной продукции, повышения ее конкурентоспособности, расширения ассортимента и снижения себестоимости необходимо осуществлять меры по повышению эффективности переработки овощей. Для этого необходимо, в первую очередь, заменить устаревшее оборудование, модернизировать основные технологические процессы, повысить эффективность использования ресурсов предприятия.

УДК 338

НАЧИНА Т.К.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРАРАБОТКИ МЯСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – КОСТЮКЕВИЧ Е.А.

УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

Мясопродуктовый, или мясной, подкомплекс является одним из важнейших элементов продуктовой структуры аграрно-промышленного комплекса Республики Беларусь. В подкомплексе занято 17 % общей численности работников всего агропромышленного комплекса и 19 % совокупной стоимости основных производственных фондов АПК. На долю мяса и мясопродуктов приходится 30-32 % всех затрат на производство продовольствия в республике. В структуре розничного товарооборота мясной продукции принадлежит 11-13 %.

В настоящее время переработка отечественного и импортного мясного сырья ведётся более чем на 400 предприятиях Беларуси различной ведомственной принадлежности и форм собственности: коммунальных, смешанных, Минсельхозпрода, Белкоопсоюза, РО «Белптицепром» и др. Так, в ведении Минсельхозпрода работают 27 крупных специализированных мясокомбинатов. Более 100 небольших перерабатывающих предприятий входят в систему Белкоопсоюза. 65 сельскохозяйственных организаций имеют цеха по производству мясной продукции.

Производственный потенциал мясной отрасли Республики Беларусь на уровне государств СНГ довольно высок и составляет в общем объёме, производимого в Содружестве, свыше 6 %. Это четвёртое место после России, Украины и Казахстана. Однако используется этот потенциал в пределах 55-60 %. Основные импортёры республики – Россия (2/3 общего экспорта мяса и мясопродуктов), Узбекистан (1/7), Туркменистан и Азербайджан (около 1/10).

С учётом имеющегося потенциала животноводства, опыта и традиций мясной индустрии мясопродуктовый подкомплекс Беларуси должен оставаться и в дальнейшем ориентированным на экспорт. Согласно прогнозам, к 2015 г. он сможет предложить на внешний рынок свыше 100 тыс. т мяса и мясопродуктов. Предпочтительным является развитие экспортно-импортных операций со странами ближнего зарубежья. Освоение более широкой географии мирового рынка предполагается только в качестве стратегического направления.

Мясной подкомплекс представляет собой производственно-экономическую систему взаимосвязанных производств, отраслей и подотраслей сельского хозяйства, переработки, сервиса, торговли, общественного питания, объединяющим признаком которых является единый конечный продукт – мясо и мясные изделия, – для удовлетворения потребностей населения.

Основная тенденция развития сбытовой деятельности предприятий мясоперерабатывающей отрасли Беларуси – структурные сдвиги в системе реализации мясопродуктов. Крупные мясокомбинаты стараются расширять собственные фирменные торговые сети, состоящие из магазинов, павильонов, торговых точек на рынках.

Перерабатывающая промышленность Беларуси в технологической цепочке «производство-переработка-реализация» является одним из основных звеньев. Ее задача – рационально использовать сырье, выпускать конкурентоспособную продукцию для различных слоев населения республики и на экспорт, разнообразного ассортимента, высоко качества, отвечающую современным концепциям науки о питании.

В существующей ситуации функции технологии в производстве и реализации продукции становятся особенно важными. Именно технологии должны искать рациональные решения по созданию новых видов продукции, снижать комплекс затрат при производстве, защищать отечественный рынок от вторжения российской, польской и другой зарубежной продукции за счет лучшего качества и приемлемой цены.

Анализ деятельности предприятий зарубежных стран показывает, что усилия специалистов там направлены на разработку новых технологий с использованием нетрадиционных носителей энергии, биотехнологий, физико-химических воздействий. Это позволяет интенсифицировать технологии, создавать продукты новых, нетрадиционных рецептур, улучшенного состава с высокими органолептическими показателями. При этом достигается увеличение сроков хранения продукции, улучшаются санитарно-гигиенические условия на предприятиях, повышается экологическая безопасность процессов. Технический прогресс в дальнейшем будет направлен на развитие исследований в области пищевой химии, биотехнологии, микробиологии, гигиены питания и разработку на этой основе модульного принципа конструирования новых продуктов с заданными свойствами.

Разрабатывая новые технологии, создавая новые продукты питания необходимо учитывать и тот фактор, что структура потребления продуктов питания с различного типа добавками должна соответствовать физиологическим потребностям всех категорий населения.

В настоящее время в нашей стране большое внимание уделяют вопросам повышения качества и рациональному использованию мяса и других продуктов убоя животных. При этом важное значение имеет подготовка к убою, транспортировка, первичная переработка скота и птицы, хранение мяса и т.д. Рационально использовать все продукты убоя животных можно только при правильной организации мест убоя, соблюдении технологических и ветеринарно-санитарных правил. Важно не только получить высококачественное мясо и мясопродукты, но и сохранить их без потерь.

Современный уровень развития холодильной обработки мяса определяется применением прогрессивных технических и технологических решений, которые базируются на научно-технических знаниях. Выработка замороженных готовых блюд позволит выпускать продукцию, хорошо сбалансированную по содержанию белка, легко усвояемых углеводов, полноценных жиров, необходимых витаминов и минеральных веществ, их поступление в розничную торговлю и предприятия общественного питания (рестораны, кафе, бары) сократит в 4 раза затраты времени на приготовление пищи.

Для успешного производства должны быть разработаны рецептуры и технологии производства широкого ассортимента. Готовых блюд на основе теории сбалансированного питания, предприятие должно оснащаться новейшим тепловым и холодильным оборудованием.

В целях повышения эффективности производства и улучшения качества выпускаемой продукции следует внедрять разработанные научно-исследовательскими организациями мясной промышленности новые кровяные колбасы и консервы. В основу разработок положены комплексное использование пищевого сырья, повышение их сортности, экономное расходование материальных и финансовых ресурсов.

УДК 345.67

НИКИТИНА Э.И.

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА ЭКСПОРТНОГО
ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ
МИРОВОГО КРИЗИСА**

*Научный руководитель – ДЕМИДОВА Е.С. – кандидат эк. наук, доцент
УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,
Минск, Республика Беларусь*

Мировой финансовый кризис обернулся для Беларуси тяжелыми последствиями. 92% руководителей белорусских предприятий признали, что мировой финансовый кризис так или иначе повлиял на их бизнес, а последствия этого будут чувствоваться еще несколько лет. При этом 65% отметили, что работают с зарубежными рынками. Серьезной проблемой стало снижение объемов белорусского экспорта за 9 месяцев 2009 г. на 48 % в сравнении с аналогичным периодом 2008г. Ухудшились условия внешней торговли. В результате на предприятиях увеличился запас готовой продукции в среднем до 84,6% к среднемесячному объему производства, а на ряде предприятий - до 200%.

На основании проанализированных нами источников и проведенного исследования деятельности витебских предприятий, можно выделить ряд проблем, оказывающих сдерживающее влияние на экспортный потенциал Республики Беларусь:

1. Тяжелое финансовое положение большинства предприятий и, как следствие, отсутствие средств на модернизацию и обновление производственных мощностей, на инвестирование в перспективные, ориентированные на экспорт проекты.

2. Усиление конкуренции на рынках не только дальнего, но и ближнего зарубежья. К примеру, российские товаропроизводители теснят наших экспортеров на собственном рынке, пользуясь преимуществом низких железнодорожных тарифов, меньшей стоимостью энергоносителей, вексельной системой расчетов.

3. Недостаток специальных знаний и опыта работы в сфере экспорта у предприятий республики.

4. Дефицит финансовых ресурсов на мировом рынке приводит к ухудшению условий привлечения внешних заимствований.

По мнению ведущих экономистов страны, в сложившихся условиях на мировых рынках экономика Беларуси должна развивать отрасли, жизнеспособность которых доказывает жесткая проверка кризисом, среди которых: логистика, информационные технологии и пищевая промышленность. К развитию этих отраслей Беларусь предрасположе-

на в силу особенностей своего человеческого потенциала, истории, географии.

Логистика позволит предприятиям эффективно организовать свою сбытовую деятельность. Транзит грузов, пассажиров, информации по оптоволокну даже в кризис не падает. Иранские бизнесмены совместно с Deutsche Bahn заложили под Минском крупнейший в Европе логистический центр «PRILESIE». Экспорт товаров через собственную товаропроводящую сеть дает возможность гарантировать поставщику уплату налога на добавленную стоимость, что существенно снижает экспортные финансовые риски предприятия и при этом не требуется оплата посреднических услуг.

Однако в целом в стране уровень логистики весьма низкий вследствие отсутствия квалифицированных специалистов в этой области. Большинство белорусских предприятий не умеют превращать информацию в ресурс, зачастую представители маркетинговой службы не могут с помощью компьютерных программ проследить ценовые тренды, заполнить инвестиционный проект.

В условиях резкого сокращения IT-расходов корпораций всего мира, белорусская отрасль оффшорного программирования – разработка программного обеспечения для иностранных заказчиков, сосредоточенная в Парке высоких технологий, – по итогам 2008 года удвоила свои доходы, экспорт достиг 160 млн. долл.

Пищевая промышленность на фоне падения многих других отраслей показала небольшой (2%), но рост. Появился ряд сильных брендов отечественного пищевого сектора, имеющих большой экспортный потенциал. В то же время аналогичные средства, закаченные в легкую промышленность, принесли практически нулевой результат. Значит, одежда и обувь – это не совсем «наша» специализация в мировом разделении труда. Отдельные исключения, вроде «Милавицы» с ее великолепно поставленным менеджментом, лишь подчеркивают это правило. К развитию IT и агро-пищевых отраслей нашу страну толкают и мировые тенденции. Информационные технологии – основа постиндустриальной экономики, на рельсы которой вслед за Америкой переходит весь мир. А долгосрочный рост мирового рынка продовольствия гарантирован прогнозируемым ростом населения до 10 млрд. чел. в 2050 году.

Нами проведено исследование результатов экспортной деятельности предприятий Витебской области, в том числе предприятия ОАО «Керамика» – одного из крупнейших в Европе по производству стеновых материалов. По результатам исследования предложен ряд мероприятий по увеличению объемов экспорта. Такими мероприятиями, по нашему мнению, являются: установление оптовых скидок; от-

крытие склада готовой продукции в Московской области; проведение активной выставочно-ярмарочной деятельности.

Экономическим эффектом от введения системы скидок является сокращение запасов нереализованной продукции. Наличие склада готовой продукции в Московской области позволит предприятию приблизить продукцию к конечному покупателю, сократить срок поставки товара, а также привлечь новых покупателей. Активное участие в международных выставках и ярмарках ознакомит зарубежных потребителей с продукцией предприятия и расширит географию экспорта. Дополнительная прибыль, получаемая в результате предложенных мероприятий, достигает около 2,5 млрд. руб.

Таким образом, проводя эффективную экспортную политику, белорусские предприятия смогут сократить запасы нереализованной продукции, повысить прибыль и укрепить свои позиции в конкурентной борьбе на международных рынках.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что только своевременно и оперативно реагируя на изменения, происходящие в современных условиях, Республика Беларусь сможет преодолеть проблемы, не позволяющие эффективно использовать свой экспортный потенциал.

УДК 316.334.3

НИКОЛАЕНКО З.В.

**РЫНОЧНАЯ МОДЕЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В
РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ
ПЕРЕХОДА**

*Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Социально ориентированная рыночная экономика – это высокоэффективная экономика, гарантирующая высокий уровень благосостояния добросовестно работающим членам общества, достойное социальное обеспечение – нетрудоспособным, престарелым, инвалидам, базируется на принципах конституционных гарантий прав и свобод граждан, свободы предпринимательства и добросовестной конкуренции, выбора профессии и места работы, равенства всех форм собственности, гарантии неприкосновенности всех форм собственности и использования в интересах личности и общества, обеспечение взаимосвязки благосостояния работника и результатов его труда, социальной защиты нетрудоспособных и других социально уязвимых слоев населения, социального партнерства между государством, профсоюзами и союзами предпринимателей. Отсутствие социальной политики в стране ставит под угрозу социальную и экономическую безопасность общества, оставляет обездоленными тех, кто нуждается в поддержке со стороны государства.

Главная цель социальной политики при переходе Республики Беларусь к рыночной экономике – создание для каждого трудоспособного гражданина условий, позволяющих ему своим трудом и предприимчивостью обеспечить собственное благосостояние и благосостояние семьи при усилении адресной социальной поддержки со стороны государства слабо защищенных групп населения.

Рыночная модель предполагает:

– обеспечение доступности и бесплатности для всех граждан основных базовых минимальных социальных услуг, прежде всего, в образовании и здравоохранении;

– перераспределение социальных расходов государства в пользу малообеспеченных групп населения при одновременном сокращении помощи обеспеченным семьям;

– предоставление трудоспособным гражданам возможности своим трудом и предприимчивостью обеспечивать своё и семейное благосостояние за счёт увеличения доходов;

- сокращение бедности и социального неравенства;
- развитие человеческого потенциала.

В целях формирования социально ориентированной рыночной экономики на современной технологической и институциональной базе, ее вхождения в мировую экономику, в качестве важнейших направлений совершенствования социальной сферы и развития человеческого потенциала необходимо выделить следующие:

- концептуальным ядром совершенствования социальной политики необходимо считать меры, направленные на развитие человеческого потенциала. Ключевую роль должны сыграть меры по рациональному использованию имеющегося человеческого потенциала, формированию конкурентоспособного кадрового персонала на основе максимальной реализации его образовательного и научно-интеллектуального уровня;

- необходимо осуществление социальных реформ исходя из возрастающей роли человеческого фактора. В связи с этим при разработке прогнозов и программ стратегия социальных преобразований должна включать три приоритетных направления: повышение уровня оплаты труда и доходов населения; рост трудового и интеллектуального потенциала страны; радикальное улучшение физического, психического и социального здоровья населения;

- с учетом того, что в основе формирования человеческого потенциала лежат демографические процессы, следует активизировать работу по реализации практических мер, направленных на укрепление семьи и ее престижа в обществе, повышение ответственности родителей за рождение и воспитание здорового ребенка;

- необходима модернизация механизмов реализации государственной политики на рынке труда, внедрение инновационных методов регулирования занятости, направленных на формирование ее рациональной структуры и развитие кадрового потенциала. В качестве приоритетных направлений повышения эффективности занятости населения следует определить переход к новым трудосберегающим технологиям;

- решение задачи по обеспечению устойчивого роста уровня и качества жизни населения может быть обеспечено на основе реализации комплекса мер по повышению уровня заработной платы и увеличению ее доли в ВВП по мере роста производительности труда, улучшению пенсионного обеспечения, созданию максимально эффективной защиты социально уязвимых граждан;

- особое внимание следует уделить системе мер, направленных на адресную социальную защиту малообеспеченных семей путем перераспределения социальных расходов в пользу малоимущих при одно-

временном сокращении социальных трансфертов обеспеченным семьям;

– в системе образования необходимо повысить инновационность образовательных и воспитательных технологий, улучшить качество подготовки высококвалифицированных специалистов для перехода к информационному обществу, опережающему развитию новых наукоемких технологий;

– не менее значимой считать проблему улучшения состояния здоровья населения на основе повышения доступности и качества медицинской помощи, внедрения передовых медицинских технологий, гармоничного сочетания платных и бесплатных медицинских услуг, создания условий для формирования здорового образа жизни и обеспечения экологической безопасности.

Дальнейшая эволюция социальной политики будет идти по пути ее муниципализации, т.е. переноса центра тяжести адресной социальной защиты на местный уровень: помощь должна быть приближена к потребителю. Предполагается переход от общих социальных программ к адресным, учитывающим потребности конкретных слоев и групп населения.

Основной задачей реформирования социальной сферы является пересмотр ее структуры и функций в сторону обеспечения их максимальной адекватности традиционным и новым потребностям человека в разнообразных высококачественных видах услуг, направленных на развитие личности и повышение культурно-интеллектуального уровня, конкурентоспособности на рынке труда национальных кадров, способных обеспечить прорыв в технологическом и экономическом развитии, а также на укрепление и модернизацию материальной базы социальных отраслей.

Реализация этих приоритетов позволит обеспечить преемственность стратегии социально-экономического развития Республики Беларусь, активизировать переход национальной экономики на инновационный путь развития и на этой основе существенно повысить уровень благосостояния народа.

УДК 664.22(476)

ОНУФРИЮК Н.Н.

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ

КАРТОФЕЛЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ ЗА СЧЕТ РЕШЕНИЯ СЫРЬЕВОЙ ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ

Научный руководитель – АГАВЕЛОВ В.Г. – ассистент

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

В Республике Беларусь имеются благоприятные возможности для успешного ведения картофелеводства. Товарное картофелеводство характеризуется высокой экономической эффективностью. При сложившейся структуре затрат и уровне цен ведение отрасли безубыточно при урожайности 150 ц/га и реализации на уровне 8-9 т/га. Интенсивное хозяйствование с урожайностью 250-300 ц/га обеспечивает рентабельность не менее 60-80 процентов, что выгодно отличает картофель от всех других культур.

Сегодня Беларусь занимает 7-8 место в мире по производству картофеля. Однако в современных условиях картофелеводство имеет четко выраженную тенденцию экстенсивного характера. Проявляется это в децентрации производства, низкой урожайности и высоких затратах как живого, так и овеществленного труда на единицу продукции. Перемещение свыше 90% площадей под картофелем в личное подсобное хозяйство и на дачные участки населения отбросило картофелеводство на уровень огородничества.

Лишь незначительная часть картофеля, производимого в личных подсобных хозяйствах – порядка 2-3% – закупается "Белкоопсоюзом" и предприятиями переработки. В Европе данный показатель значительно выше: в Великобритании используется – 41%, Германии – 22% от валового сбора картофеля.

В тоже время, картофелеперерабатывающая отрасль, в силу ряда причин, остается наиболее устаревшей в техническом отношении отраслью пищевой промышленности в республике. Основными проблемами предприятий являются:

- Изношенность основных фондов (Степень износа в целом по республике составляет от 70 до 95%);
- Отсутствие основного сырья (картофеля) под полную производственную мощность;
- Низкое качество получаемого сырья;

Следует отметить, что в значительной степени выход и качество картофелепродуктов зависят от биохимических и морфологических

характеристик клубней картофеля, используемых для переработки. Проведенными ранее исследованиями установлено, что каждый дополнительный процент крахмала в сырье на 5 % повышает рентабельность производства и на столько же снижает себестоимость продукта. В Государственном реестре Беларуси имеется ряд сортов, которые по содержанию крахмала стабильно превышают базисный параметр в 15 % и обеспечивают высокий сбор с единицы площади. Однако данные концерна «Белгоспищепром» свидетельствуют о том, что содержание крахмала у клубней картофеля, используемых для его получения, за 2005-2008 гг. снизилось с 12,0 до 10,5 %.

Очевиден тот факт, что необходимо исправлять ситуацию, и работа должна вестись в направлении взаимовыгодного сотрудничества переработчиков картофеля и картофелепроизводителей. Данный вопрос прорабатывается на всех уровнях. Государственная программа развития картофелеводства на 2006-2010 г в качестве одной из приоритетных целей стремиться создать материально-техническую базу товарного картофелеводства, удовлетворяющего требованиям рынка.

Но необходимо проводить определенную работу по поставкам картофеля технических сортов и непосредственно на местах. Возможны следующие нетрадиционные пути взаимоотношений производителей картофеля и его переработчиков:

- самообеспечение предприятий сырьем (завод сам обеспечивает сельхозпроизводителя семенным картофелем нужного сорта и затем приобретает у него высококачественное сырье для переработки на льготных условиях)

- создание функционирующих сырьевых зон, выращивающих картофель под конкретно производимую продукцию;

- проведение сортосмены картофеля в хозяйствах сырьевых зон, поставляющих картофель картофелеперерабатывающим предприятиям в настоящее время;

Однако при существующей структуре производства, не стоит забывать об установлении новых форм взаимодействия с личными подсобными хозяйствами. Программа развития картофелеводства на 2006-2010 гг. ориентирована в основном на крупно-товарные сельхозпредприятия. Безусловно, для личных подсобных хозяйств, есть своя программа – обеспечения семенным материалом. Она предполагает, что в каждом регионе страны будет создано по 5-8 предприятий, которые будут фасовать и продавать семенной картофель для личных подсобных хозяйств, чтобы улучшить качество производимого там картофеля. Однако наблюдения показывают, что у многих частных качество картофеля гораздо выше, чем качество картофеля, который продается

в организованной торговле. Поэтому необходимо создать условия для развития частных хозяйств – по получению льготных кредитов, по развитию фермерских хозяйств, чтобы они смогли увеличить площади, засеваемые картофелем. Тогда наращивание утраченных позиций в обеспечении качественным картофелем перерабатывающих предприятий произойдет гораздо быстрее.

Низкое качество сырья имеет под собой не только технологические, но и экономические причины.

Развитие системы поставок в этом секторе переработки сдерживает неотрегулированная система взаимоотношений между производителем и переработчиками. В настоящее время существует проблема надбавок к закупочным ценам картофеля поставщикам и их своевременной выплаты переработчиками. Без надбавок поставлять картофель на переработку невыгодно – по более высоким ценам его можно продать на внутреннем рынке. Выплачивать надбавки вовремя предприятия могут не всегда – часто не хватает оборотных средств, поэтому поставщики стремятся получить прибыль не за счет качества, а за счет объемов.

Следовательно, для восстановления картофелеперерабатывающей отрасли Республики Беларусь, необходимо решить ряд вопросов, связанных с сырьевым обеспечением предприятий. Основными приоритетами необходимо считать:

- урегулирование системы взаимоотношений между производителями и переработчиками картофеля, путем образования холдинговой структуры;
- самообеспечение предприятий сырьем;
- создание функционирующих сырьевых зон,
- проведение сортосмены картофеля в хозяйствах сырьевых зон, поставляющих картофель картофелеперерабатывающим предприятиям в настоящее время;
- создание условий для развития фермерских хозяйств

УДК 339.74

ПАВЛОВИЧ Н.Н.

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ
ПОЛИТИКИ НАЦИОНАЛЬНОГО БАНКА РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ**

*Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Денежно-кредитная (монетарная) политика является одним из основных инструментов регулирования экономики. Под денежно-кредитной политикой понимают совокупность мероприятий, предпринимаемых правительством в денежно-кредитной сфере с целью регулирования экономики. Она является частью общей макроэкономической политики.

Денежно-кредитная политика Национального банка Республики Беларусь направлена на снижение уровня инфляции с помощью монетарных инструментов наряду с мерами общей экономической политики, а также на обеспечение устойчивости белорусского рубля, в том числе его покупательной способности и обменного курса по отношению к иностранным валютам.

Принципы денежно-кредитной политики, проводимой Национальным банком Республики Беларусь:

– четкое ее определение, раскрытие конечной цели или промежуточных целевых ориентиров;

– обеспечение прозрачности денежно-кредитной политики, что предполагает ясность функций и задач Национального банка, процедуры принятия и доведения до сведения общественности решений Национального банка о денежно-кредитной политике, доступность для общественности информации о результатах этой политики;

– самостоятельное определение Национальным банком механизма применения инструментов денежно-кредитной политики, направленных на достижение ее целей, а также своевременное разъяснение участникам экономических отношений, широкой общественности изменений параметров и структуры инструментов денежно-кредитной политики.

Юридическую базу денежно-кредитной политики в Республике Беларусь составляют Основные направления денежно-кредитной политики государства. Этим законодательным документом определяются важнейшие параметры развития денежно-кредитной сферы, цели, задачи и приоритеты денежно-кредитной политики государства.

Анализ состояния и динамики денежно-кредитной сферы, валютного рынка и банковской системы показывает, что Национальный банк совместно с Правительством Республики Беларусь и банки в целом обеспечили выполнение основных направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь на 2008 год.

Денежно-кредитная политика Республики Беларусь в 2009 году, как и в предыдущие годы, направлена на создание условий для поддержания высоких темпов экономического роста, выполнение показателей социально-экономического развития страны и повышение благосостояния населения.

Развитие банковского сектора и кредитная политика направлены на достижение целей социально-экономического развития страны и преодоление отрицательных последствий мирового финансово-экономического кризиса.

Национальный банк рекомендует банкам существенно усилить свою роль в стабилизации ситуации на внутреннем валютном рынке. Для этого необходимо: своевременно и полностью удовлетворять потребности субъектов хозяйствования и населения в иностранной валюте; более активно участвовать в привлечении заемных средств от нерезидентов как посредством привлечения прямых кредитов и займов, так и через расширение торгового финансирования; содействовать реализации проектов, направленных на расширение экспортного потенциала страны и способствующих импортозамещению.

Указанные условия и задачи потребуют совершенствования принципов и механизмов осуществления денежно-кредитной политики, и прежде всего, выбора режима проведения монетарной политики, адекватного экономическим условиям, взаимодействия Национального банка и Правительства, развития и использования инструментов монетарного регулирования.

УДК 338.1:633.52

ПАВЛЮЧЕНКОВА А.В.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛЬНОВОДСТВА

Научный руководитель – МАЛЬЦЕВА Г.В. – ст. преподаватель
ФГОУ ВПО «Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»,
Смоленск, Российская Федерация

Лен - исконно русская культура, из которой с давних времен получают льняное волокно, называемое "северным шелком" и используемое для выработки тканей и изделий бытового и производственно-технического назначения. Это одежда, предметы интерьера, брезент, пожарные рукава, защитная одежда и мягкая тара. Более 30% технических тканей и более половины мешковины в России вырабатываются из льняного волокна. Из него изготавливаются основы для лучших ковров и линолеума, двунитки для рукавиц, холсты для художников. Льняное масло используется в пищевой, лакокрасочной и фармацевтической промышленности, а костру (древесину), которой в год с равной площадью прирастает значительно больше, чем прирастает древесины леса, - для производства мебельных и строительных плит и топливных брикетов.

В течение многих лет волокно льна было одним из доминирующих продуктов российского экспорта. В России сосредоточена самая большая в мире льняная сырьевая база и перерабатывающая промышленность. Более миллиона гектаров земель раньше отводили под посевы льна. Однако за последние годы как в льнопроизводстве, так и в льнопенькоджутовой промышленности производство продукции резко сократилось. Предприятия, использующие льноволокно для получения готовых изделий (пряжи, ткани и т.д.), испытывают острую потребность в сырье и вынуждены импортировать его из зарубежных стран, в том числе из Бельгии и Франции. В это же время, в России практически стоят 255 льнозаводов. Все это негативно сказывается и на экономическом положении России в целом.

С 80-х годов прошлого столетия льняная промышленность России переживает не лучшие времена. В настоящее время отрасль испытывает много проблем: низкая урожайность, низкое качество получаемого волокна (не выше N14). Но хочется верить, что все эти проблемы временные и вскоре текстильщики России вернут былую славу русского льна во всем мире.

Льноводство на Смоленщине было ведущей отраслью сельского хозяйства. Лен во многом определял экономику села и области. Максимальный подъем льноводства был отмечен в 80-ые годы, когда уда-

лось создать уникальный комплекс по выращиванию и переработке льна. На сегодняшний день посевы льна значительно сократились и льнозаводы не обеспечены сырьем для переработки продукции. В Смоленской области осталось 4 льнозавода. Так в 2008 году на эти заводы всего по области сдано 8989,8 т. льнотресты, из них на ОАО «Ярцевский льнозавод» 985,6т, это одно из ведущих предприятий области.

Ярцевский льнозавод построен в 1955 году на базе льносеющих хозяйств северной части Ярцевского района и прилегающих хозяйств Батуринского района Смоленской области. Льнозавод был построен для переработки сланцевой тресты с одной технологической линией для выработки длинного волокна и одной куделеприготовительной линией по выработке короткого волокна, с мощностью по переработке 3000 тонн сырья. На сегодняшний день льнозавод производит короткое волокно № 3, 4, 6 и длинное волокно № 9-13.

Покупателями продукции Ярцевского льнозавода являются: ОАО «Издешковолен», ООО «Прогресс», ООО «Технотекс», «Невель-лен», ООО «Дубровка шпагатная фабрика».

Максимальная мощность предприятия рассчитана на переработку 3000 тонн сырья, а в действительности перерабатывается менее тысячи тонн. Это произошло в результате непродуманных реформ в сельском хозяйстве, которые привели льноводство области в упадок. Ранее льнозаводы занимались только переработкой льносоломки и льнотресты, сырье поступало из колхозов и совхозов. На сегодняшний день ОАО «Ярцевский льнозавод» вынужден сам обеспечивать себя сырьем.

Несмотря на недостаточную загрузку мощности, существуют также проблемы с качеством сырья, что не дает возможности выработать волокно высокого номера. Кроме того, переработка сырья осуществляется на старом оборудовании, в связи с чем снижается выход готовой продукции. В результате себестоимость готовой продукции значительно выше цен реализации и предприятие из года в год получает убытки от реализации. Так в 2008 году затраты на производство льноволокна составили 5544 тыс. рублей, а выручка от его продажи 3271 тыс. рублей. В итоге убыток от реализации льноволокна составил 2273тыс. рублей. Следовательно, необходимо уменьшить затраты на выращивание льна и на производство льноволокна

Чтобы решить все проблемы, возникшие на льнозаводе, необходимо внедрение новых технологий производства, которые позволят получить больший выход льноволокна, и уменьшить затраты на электроэнергию. Кроме этого необходимо обеспечить посев льна элитными

семенами, с соблюдением всех правил агротехники, что является не менее важным чем переоснащение производства. Использование современной техники позволит организации получить богатый урожай льна и при правильной переработке льнотресты получится волокно высокого качества, которое, разумеется, можно реализовать по более выгодной цене.

Для поддержки льноводческой отрасли Правительство страны предпринимает определенные действия. В настоящее время в стране, в том числе и в Смоленской области реализуется ведомственная целевая программа «Развитие льняного комплекса на 2008-2012 годы». На ее осуществление предусмотрено выделение денежных средств как из федерального, так и из региональных бюджетов.

Все эти действия будут способствовать возрождению льноводства в России, в том числе и на Смоленщине.

УДК 338

ПАЛИКАРПОВА О.С.

РЕЗЕРВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ МОЩНОСТИ

Научный руководитель – ПОЛЫКО О.Л. – магистр эк. наук
УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

В процессе деятельности предприятий важную роль играют расчеты показателей производственной мощности и производственной программы предприятий как этапы планирования (составления бизнес-планов), а также как этап анализа хозяйственной деятельности предприятия. Производственная мощность перерабатывающего предприятия – максимально возможный выпуск продукции или максимально возможный объем переработки сельскохозяйственного сырья в единицу времени при условии применения передовой технологии и полного использования резервов производства. Роль этого показателя определяется следующими положениями:

Во-первых, производственная мощность является исходной основой по выявлению и количественной оценке резервов увеличения выработки продукции и улучшения использования основного капитала действующей организации.

Во-вторых, показатель производственной мощности имеет стимулирующее и мобилизирующее значение. Таким образом, производственная мощность является способом управления деятельностью организации и ее производственных цехов.

В-третьих, производственная мощность организации определяет объем нового строительства и необходимые для этого капитальные вложения.

Производственная мощность является переменной величиной, на которую оказывают влияние многие факторы:

- 1) освоение прогрессивных технологий, позволяющих интенсифицировать и ускорить производственный процесс;
- 2) производительность технологического оборудования – чем выше производительность в единицу времени, тем совершеннее используется оборудование и тем больше производственная мощность предприятия;
- 3) специализация предприятия, перечень и количественное соотношение изделий – расчет производственной мощности по плану производится по номенклатуре продукции и в ассортименте, предусматривается план производства и реализации продукции;

4) уровень организации труда и процесса производства, одним из элементов которого является режим работы предприятия;

5) качество предметов труда – чем выше качество сырья, материалов, топлива, полуфабрикатов, тем меньше потребляется затрат на их переработку и больше продукции может быть произведено в единицу времени;

6) квалификация кадров, их культурно-технический уровень и отношение к труду.

Расчеты использования производственных мощностей позволяют обнаружить их резервы. Критерием, определяющим необходимость развития и создания резервов производственных мощностей, является выявленная потребность в продукции и перспективное ее удовлетворение. В планах выпуска продукции предприятий предусматриваются задания по снятию с производства устаревших видов изделий, т.е. продукции, не соответствующей современным требованиям национальной экономики и населения страны, морально устаревшей; указываются конкретные сроки замены устаревших изделий, а также новые виды изделий (типы, модели), их заменяющие, что обеспечивает повышение конкурентоспособности предприятия.

Для обеспечения ритмичности производства, как одного из факторов повышения его эффективности, улучшения качества продукции и всей работы предприятия, необходимо весьма тщательно распределить годовой объем производства продукции по кварталам с учетом: установленных сроков и объемов поставки продукции; наращивания выпуска продукции за счет прироста и улучшения использования мощностей и основных фондов, а также за счет организационных мероприятий; сроков ввода в действие новых мощностей и оборудования; обеспечения равномерной загрузки и ритмичной работы всех производственных подразделений предприятия; числа рабочих дней в году, квартале; требований сбытовых организаций и сезонности сбыта отдельных видов продукции, все это говорит об актуальности данной темы на сегодняшний день.

Анализ использования производственной мощности начинается с определения общей величины резервов в абсолютном выражении (в тоннах сырья или готовой продукции), которые устанавливаются как разность между величиной мощности и фактическим (плановым) объемом производства. Для определения относительной величины резервов находится разность между единицей и коэффициентом использования мощности. Следующий этап выявления причин неполного освоения производственной мощности – определение перечня организационно-технических мероприятий, к которым относятся и обеспечение

организации необходимыми потребностями сырья и оно должно быть с разным сроком созревания. К этим мероприятиям относится разработка и выполнение оптимальных графиков доставки сырья.

Анализируется также интенсивное и экстенсивное использование ведущего оборудования (машин).

Интенсивное использование – его использование в единицу времени, которая характеризуется коэффициентом интенсивного использования ведущего оборудования – это отношение фактической (или плановой) производительности к отраслевой технической норме. По результатам анализа выявляется факт полной обеспеченности выработки ведущего оборудования, или неполную обеспеченность. Сразу же разрабатываются конкретные мероприятия по устранению недостатков: 1) модернизация оборудования; 2) замена машин на более производительные; 3) монтаж дополнительных машин.

Производственная мощность характеризуется максимальным количеством продукции соответствующего качества и ассортимента, которое может быть произведено им в единицу времени при полном использовании основных производственных фондов в оптимальных условиях их эксплуатации.

Таким образом, повышение эффективности производства и резервы использования производственной мощности неразрывно связаны с обеспечением более полного использования созданного производственного потенциала, а в первую очередь оборудования (машин). Расчеты производственных мощностей показывают, если план производства предприятия ниже, чем производственная мощность, то оборудование будет простаивать, себестоимость продукции увеличивается за счет роста условно-постоянных расходов, отдача основных производственных средств и прибыль будут снижаться, поэтому необходимо разработать подсистему управления производственной мощностью как неразрывный элемент комплексной системы повышения эффективности производства, иметь резервы использования производственной мощности.

УДК 631.1

ПАНИКОВА Т.Н.

**ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В АПК
МОЗЫРСКОГО РЕГИОНА**

*Научный руководитель – ВАХРУШЕВА Н.П. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Мозырский государственный педагогический университет
им. И.П.Шамякина»,
Мозырь, Республика Беларусь*

В сельском хозяйстве, как и в других сферах экономики, инновационный процесс характеризуется системностью, цикличностью, вероятностью и социальной и экологической значимостью.

Инновационный процесс в научных работах (И.Т. Балабанов, Л.М. Гохберг, А.Ю. Яковец) рассматривается как последовательное выполнение взаимосвязанных научно-исследовательских, опытно-конструкторских, проектно-технологических и экспериментальных работ, а также производство или изготовление новой продукции, технологических процессов и способов организации производства, труда и управления [1, 2].

Представляется, что в современных условиях инновационную деятельность в сельском хозяйстве целесообразно рассматривать (А.М. Гатаулин, Г.С. Прокопьев, И.С. Санду) как процесс управления сложными природно-экономическими системами и освоения новых технических, химических и биологических средств, технологических процессов. При этом каждое нововведение должно проходить оценку в единой системе ведения сельского хозяйства, в конкретных агроклиматических и организационно-экономических условиях [6].

Инновационный процесс в АПК представляет собой постоянный и непрерывный поток превращения конкретных технических или технологических идей на основе научных разработок в новые технологии (или отдельные составные части), доведения их до использования непосредственно в производстве в целях получения качественно новой продукции. В этом процессе участвуют сельскохозяйственные научные и учебные организации, органы управления производством, обслуживающие и внедренческие формирования, сами товаропроизводители. Инновационный процесс применительно к агропромышленному производству Мозырского региона имеет свои особенности. К ним относятся:

– множественность видов сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки, существенная разница в технологии их возделывания и производства;

- сильная зависимость используемых в сельском хозяйстве технологий от природных и погодных условий;
- большая разница в продолжительности периода производства сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки;
- высокая степень территориальной разобщенности сельскохозяйственного производства;
- обособленность сельскохозяйственных товаропроизводителей от организаций, производящих научно-техническую продукцию;
- многообразие форм и связей сельхозтоваропроизводителей с инновационными формированиями;
- отсутствие четкого и научно-обоснованного организационно - экономического механизма передачи достижений науки сельскохозяйственным товаропроизводителям;
- существенное отставание отрасли по освоению инноваций в производстве.

В течение последних лет одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Мозырского региона является инновационная деятельность.

С 2007 года агропромышленный комплекс республики участвует в реализации Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2007-2010гг. Инновационная деятельность становится приоритетом развития экономики агропромышленных организаций Мозырского региона. Четыре инновационных проекта общей стоимостью 8,815 млрд. руб. включены в Государственную программу инновационного развития Республики Беларусь на 2007-2010гг: проект «Модернизация производства рапсового масла» (КСУП «Припять»), «Расширение производства сельскохозяйственных машин и механизмов» (ЧПУП «Мозырягросервис»), «Модернизация производства ЧПУП «Мозырягросервис» и ЧУП «Мозырские молочные продукты».

Интегратором в сфере реализации инновационных проектов в сельскохозяйственном производстве Мозырского района и в целом республики является Полесский филиал РУП «Научно-практический центр НАН Беларуси по земледелию». Объем НИОКР в общей стоимости товарной продукции научно-практического центра составляет от 34 % до 40% в течение последних трех лет. В 2008 году на разработку инновационных проектов инвестировано 846,3 млн. руб. В 2009 году основными направлениями инновационной деятельности стали биологические и агрохимические проекты: «Создание высокопродуктивных сортов люцерны желтой», «Создание гибридов кукурузы зернового направления», «Создание сорта озимой вики универсального назна-

чения», «Создание сорта овощного гороха», «Разработка ресурсосберегающей и природно-охранной технологии производства масличных культур на основе высокопродуктивных сортов за счет оптимизации структуры посевов» и другие. Общая стоимость инновационных проектов, осваиваемых в центре в 2009-2010 гг. – 3,57 млрд. руб. [5].

Таким образом, в современных условиях развития Мозырского региона подъем агропромышленного комплекса невозможен без активизации инновационной деятельности, которая является главной в системе факторов, обеспечивающих развитие и повышение эффективности производства в рыночной экономике.

ЛИТЕРАТУРА

1. Г о х б е р г, Л., Инновационные процессы: тенденции и проблемы / Л. Гохберг // Экономист. 2002. № 2. С. 50-59.
2. Я к о в е ц, Ю.В. Стратегия научно-инновационного прорыва / Ю.В. Яковец // Экономист. 2002. № 5. С. 3-11.
3. Г а т а у л и н, А.М. К оценке приоритетов аграрного сектора экономики / А.М. Гатаулин. М.: НАЭКОР, 2000. Вып. 3. Т. 1. С. 3-18.
4. С а н д у, И.С. Организационно-экономические основы инновационных процессов в сельском хозяйстве / И.С. Санду. М.: «Петит», 1998. 198 с.
5. В а х р у ш е в а, Н.П., Активизация инновационных процессов в АПК как фактор устойчивого развития экономики Мозырского района / Н.П. Вахрушева // Полесский регион и наука 21 века: материалы VI Республ. науч.-практ. конф., Мозырь, 25 июня 2009 г. / УО МГПУ им. И.П.Шамякина; редкол.: И.Н.Кралевиц [и др.]. Мозырь, 2009. С.7-8.

УДК 368(476)

ПАНФИЛЕНКО И.А.

РАЗВИТИЕ СТРАХОВОГО РЫНКА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – ЛОБАН Т.Н. – ассистент

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Страховой рынок Республики Беларусь начал свое развитие с начала девяностых, в период бурного развития предпринимательской деятельности, когда в нашей стране впервые появились рыночные отношения, конкуренция и свобода выбора.

Желание многих заработать на неразвитом рынке привело к созданию более 40 страховых организаций, вступивших в борьбу за выживание.

Многие не выдержали испытаний на прочность в условиях развивающейся экономики, отдельные организации не смогли удовлетворить требования лицензирующего органа и обеспечить полноценную защиту своих страхователей.

В итоге в настоящее время на страховом рынке республики осуществляют страховую деятельность 25 страховые организации.

Структура рынка по сбору страховых взносов за 2008 г. и в первой половине 2009 года существенно не изменилась. «Белгосстрах» занимает доминирующие позиции, хотя его доля, после некоторого снижения в 2006-2007 годах, в 2008 году снова увеличилась, достигнув без малого 58% от сбора всех страховщиков и превысив 60% в страховании «не жизни». Правда, причины этого роста очевидны – в 2008 году было введено два новых вида обязательного страхования. Если сборами по обязательному страхованию ответственности антикризисных управляющих можно пренебречь, то по страхованию урожая сельхозкультур, скота и птицы, сборы составили 66,4 млрд. руб. Без взносов по этому виду доля «Белгосстраха» в общем сборе осталась бы в пределах 55%. По итогам первого полугодия 2009 этот показатель не изменился.

По прямому страхованию и сострахованию в 2008 г. собрано в эквиваленте примерно 437 млн. USD страховых взносов, что на 41,07% больше, чем в 2007 г. Стоит отметить, что это небывалый за последние 5 лет рост: 2003 г. – 30,2%, 2004 г. – 34,2%, 2005 г. – 22,9%, 2006 г. – 16,7%, 2007 г. – 20,5%. Однако, основную долю этого результата дало введение нового обязательного вида. Без «сельхозстрахования» темпы роста оказались бы на уровне 31%. За первое полугодие 2009 года

прирост по сравнению с аналогичным периодом 2008 года составил 14,4%.

Общие показатели, характеризующие роль страхования в экономике пока остаются низкими. При этом надо отметить, что в странах, в которых наблюдается наибольший объем страховых взносов в ВВП (более 7%, а это в основном страны Западной Европы), взносы по страхованию «жизни» существенно превышают сборы по страхованию «не-жизни». В Республике Беларусь страхование «жизни» в общем объеме составляет немногим более 5%.

В стране пока по-прежнему превалирует обязательное страхование, хотя его доля в последние годы постоянно снижается. Так по итогам 2008 года обязательное страхование составило в общем объеме взносов 55,97%, а по итогам первого полугодия 2009 года - 52,9%.

В целом динамика изменений этого показателя выглядит следующим образом: 2002 г. - 55,9%, 2003 г. - 59,1%, 2004 г. - 67,9%, 2005 г. - 67,7%, 2006 г. - 62,8%, 2007 г. - 58,7%.

Надо отметить постоянный рост доли видов, относящихся к страхованию «жизни»: по итогам 2008 года - 5,09%, по итогам первого полугодия 2009 года - 5,42%. По итогам первого полугодия 2009 года рост по отношению к аналогичному периоду 2008 года составил без малого 31%.

Общие страховые выплаты к совокупному объему страховых взносов в 2008 году составили 49,0%, а за первую половину 2009 г. составили 55%. В 2009 году может наблюдаться увеличение выплат не только за счет роста самих выплат, но снижения взносов в силу кризисных явлений.

Основная доля выплат приходится на обязательные виды страхования (58% по итогам 2008 г. и 55% по итогам 1-го полугодия 2009 г.), но растут выплаты и по добровольному страхованию, в котором основная доля выплат приходится на страхование имущества граждан (страхование каско, домашнего имущества, квартир, домов и т.п.). По данным 2008 года в общей сумме взносов страхование имущества граждан дает 16,6%, а в общей сумме выплат 21%. По итогам первого полугодия 2009 года доля этого вида во взносах и выплатах составила 18,8% и 25,8% соответственно.

Если в 2008 году темпы роста страховых взносов и страховых выплат по сравнению с аналогичным предыдущим периодом примерно были равны, то в первом полугодии 2009 года произошел существенный разрыв в пользу выплат. Так в среднем по рынку взносы в сегменте физических лиц выросли в 1,33 раза, а выплаты выросли в 1,85 раза, по юридическим лицам 1,24 и 1,61 раза соответственно.

Таким образом, несмотря на существенный прирост сбора страховых взносов в последние годы, основные показатели, характеризующие уровень развития страхования остаются низкими и не соответствующими нынешнему уровню экономического развития страны. Также немало важным для страны в целом является то, что, несмотря на заложенные в Республиканской программе развития страховой деятельности в РБ на 2006-2010 г.г. показатели и регулярный жесткий спрос за их выполнение, достижение к 2011 году 1,5% страховых взносов в ВВП маловероятно, особенно если учесть имеющиеся кризисные явления.

УДК 339.732.4

ПАТЕШКИНА А.С.

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И
ВСЕМИРНОГО БАНКА**

*Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Постепенная интеграция РБ в мировое сообщество, вступление в Международный валютный фонд, группу Всемирного банка, Европейского банка реконструкции и развития, требуют знания общепринятого цивилизованного кодекса поведения на мировых рынках валют кредитов, ценных бумаг, золота

Республика Беларусь стала полноправным членом Всемирного банка в 1992 г. К основным кредитам, полученным от банка, можно отнести:

- институциональный заем (июль 1993 г. — 8,3 млн. USD);
- реабилитационный заем (ноябрь 1993 г. – 120 млн. USD);
- заем на развитие лесного хозяйства (май 1995 г. – 41,9 млн. USD);
- кредитный аванс на подготовку проекта энергосбережения на объектах социальной сферы (2000–2001 гг. – 1 млн. USD).

В соответствии с соглашением со Всемирным банком республика рассчитывает получить заем на модернизацию объектов социальной сферы — внедрение энергосберегающих технологий в школах и больницах, детских домах, домах инвалидов и др. Работа по модернизации объектов будет вестись в течение 5 лет. Банк предоставляет заем с отсрочкой возврата на 4,5 года после начала реализации проекта. Полностью заем будет возвращен в течение 12 лет.

Стратегия Группы Всемирного банка, касающаяся кредитной помощи Республике Беларусь, состоит в концентрации усилий на обслуживании уже начатых кредитных проектов и рассмотрении вопросов расширения кредитной программы. Условиями полномасштабной кредитной программы являются рыночное реформирование страны, либерализация цен и режима обменного курса, ускорение процесса приватизации, развитие конкуренции, ужесточение кредитной политики Национального банка Республики Беларусь и обеспечение его независимости в проведении финансовой политики.

Основным результатом работы стало утверждение 4 декабря 2007 г. Советом исполнительных директоров Всемирного банка Стратегии сотрудничества с Республикой Беларусь на 2008-2011 годы, которая в целом соответствует национальным интересам и приоритетам соци-

ально-экономического развития Беларуси. Принятие данного документа позволило активизировать сотрудничество Республики Беларусь с Всемирным банком, а также существенно увеличить объемы финансирования проектов для страны. Принятие Стратегии станет началом качественно нового этапа сотрудничества республики с банком и позволит в полной мере реализовывать мероприятия в рамках Директивы.

В 2008-2009 годы продолжилась реализация проекта модернизации объектов социальной сферы, проекта модернизации объектов социальной сферы, проекта по реабилитации районов, пострадавших в результате катастрофы на чернобыльской АЭС.

Кроме того, совместно с персоналом Всемирного банка продолжается техническая работа по подготовке Странового экономического меморандума и оценке эффективности государственных расходов и финансовой подотчетности.

Заем Всемирного банка в размере 125 млн. долларов необходим для внедрения энергоэффективных технологий на котельных коммунальной собственности и в большой энергетике. Проект включает реконструкцию двух объектов Минэнерго (переоборудование в ТЭЦ районных котельных в Борисове и Могилеве), а также четырех коммунальных объектов – в поселке Руба Витебской области, в Ошмянах, Борисове и Речице.

Обобщая все выше перечисленное, можно сделать вывод, что в целях дальнейшего продвижения национальных интересов страны, доведения объективной информации о развитии политической и экономической ситуации в Республике Беларусь, должен проводиться постоянный диалог со Всемирным Банком и другими международными валютно-кредитными организациями.

Решение вопросов о кредитах для Республики Беларусь зависит прежде всего от качества экономических программ реформ, их соответствия мировым стандартам и хода воплощения этих программ. Международная кредитная помощь хотя и играет важную роль, но она может быть лишь дополнением к усилиям страны, к ее бережливости, инвестициям в инфраструктуру, расширению производительной сферы экономики, сокращению непроизводительных бюджетных затрат.

УДК 330.322:631.145(476)

ПАХОМЕНКО Р.М.

ИНВЕСТИЦИИ КАК ОДИН ИЗ ПУТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – ГОНЧАРОВА Е.В. – ассистент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

В условиях перехода к рыночным отношениям процесс инвестирования выступает одним из важных регуляторов производства, способствующих реализации новых подходов в развитии агропромышленного комплекса.

Инвестиции направляются на решение как долговременных, так и краткосрочных задач, среди которых: создание новых производственных мощностей, модернизация и техническое перевооружение имеющегося производственного потенциала, охрана окружающей среды и других сфер вложения. Особенностью инвестиций является их способность глубокого и длительного воздействия на экономику на всех ее уровнях, результатом воздействия – увеличение объема произведенной продукции, снижение себестоимости и улучшение социальных условий жизни населения.

Инвестиционная деятельность в аграрном секторе во многом определяется состоянием сферы материально – технического обеспечения и агросервиса, а также уровнем развития рынка средств производства.

В результате длительного и глубокого экономического кризиса материальная и финансовая база многих предприятий для производственного накопления оказались подорванными. Основная часть дохода предприятий и организаций направлялась на погашение долгов, оплату труда и материальное поощрение коллективов, на социальные нужды и пополнение оборотных средств.

Для активизации инвестиционной деятельности в целом по стране и агропромышленном комплексе Совет Министров принял постановление № 379 “Об инвестиционной деятельности в Республике Беларусь”. Этим же постановлением утверждены перечень приоритетных инвестпроектов и план конкретных мероприятий в стране.

На состояние инвестиционного климата влияет ряд факторов. Поэтому при его оценке наиболее приемлемым является факторный подход, основанный на использовании набора факторов. Важнейшие из них являются:

- состояние производственно – технического потенциала отрасли;
- зрелость рыночной среды;
- политическая ситуация;
- социальные факторы;

– финансовое состояние страны.

Привлечение инвестиций в агропромышленное производство мотивируется слабо. Несмотря на то, что при переходе на рыночные отношения проделана определенная работа, инвестиционный климат в стране остается неблагоприятным. Для его улучшения требуется завершить формирование нормативно – правовой базы в области налогового, кредитного, валютного и таможенного регулирования инвестиций, обеспечить отечественным и иностранным инвесторам стабильные условия для предпринимательской деятельности. Для успешного развития сферы прямого инвестирования необходимо создание благоприятных условия безопасного вложения капитала инвестора, наличие и определение объектов инвестирования. Целесообразно также обеспечение инвесторам возможности распоряжаться своими долями в совместных предприятиях и выходить из бизнеса.

Для привлечения инвестиций в сельское хозяйство необходимо в пределах экономической целесообразности “задействовать” землю, которая в условиях рыночных отношений может стать важнейшим инвестиционным ресурсом, что возможно при комплексном осуществлении реформ. Это предполагает не только деление земли на паи, но и проведение стоимостной ее оценки, расширение границ частной собственности на землю. С превращением земли в товар, она будет вовлечена в рыночные отношения. Тем самым наше сельское хозяйство станет более привлекательным для инвесторов, включая и зарубежных.

Для решения проблем следует также предоставить аграрным предприятиям возможность создавать самим добавленную стоимость в объеме, достаточном для возмещения текущих и инвестиционных затрат на сельхозпроизводство. Это будет способствовать активизации процесса привлечения инвестиций, диверсификации направлений деятельности предприятий АПК.

Одним из важнейших путей привлечения инвестиций является создание различных интеграционных структур, в том числе аграрных финансово – промышленных групп. Основным звеном этой структуры должны быть перерабатывающие и производящие продовольственные товары предприятия и особенно изменившие форму собственности и преобразованные в акционерные общества.

Оживление инвестиционной деятельности – основное условие выхода агропромышленного производства из глубокого кризиса. В настоящее время в инвестициях нуждаются все отрасли и сферы АПК, будто сельское хозяйство, перерабатывающая промышленность. Поэтому создание предпосылок для массового притока инвестиций в аграрную сферу должно стать важнейшим элементом стратегии государственной аграрной политики на современном этапе.

УДК 334+631.151.6

ПАХОМЕНКО Р.М.

**ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ
КООПЕРАЦИИ И АГРОПРОМЫШЛЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ В
РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Научный руководитель – ГОНЧАРОВА Е.В. – ассистент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

При всех достоинствах сельскохозяйственной кооперации и агропромышленной интеграции процессы их развития и организационно-экономического оформления в Республике Беларусь проходят медленно и, по оценкам ученых и практиков, в настоящий период охватывают не более 10% агропромышленных субъектов хозяйствования.

Можно выделить основные причины сдерживания развития кооперации и агропромышленной интеграции в Беларуси:

- уровень общественного разделения труда в перерабатывающей промышленности выше, чем в сельском хозяйстве. Это приводит к неравномерности темпов развития производительных сил в аграрном секторе;
- недостаточна заинтересованность многих предприятий АПК в создании кооперативных и интегрированных формирований, недостаточно лидеров объединительных процессов в отрасли, имеющих рыночное мышление;
- несовершенна правовая база в области создания и функционирования кооперативных и интеграционных формирований, а также система контроля за их деятельностью;
- отсутствуют научно обоснованные методики выбора форм агропромышленной интеграции, учитывающие специфические экономические условия отрасли и региона;
- низка инвестиционная активность в отраслях АПК;
- неудовлетворительно финансовое состояние предприятий АПК;
- рынки продовольствия контролируются коммерческими структурами, не заинтересованными в производстве с полным технологическим циклом - от производства сельхозпродукции до сбыта продуктов питания;
- отсутствует целенаправленная поддержка со стороны государства и региональных органов управления АПК;
- трудности с повышением квалификации, недостаточная образованность сельскохозяйственных работников;

– низок материально-технический потенциал сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий АПК;

– отсутствуют механизмы, навыки и опыт стратегического планирования деятельности кооперативно-интегрированных формирований сфер маркетинга, менеджмента, финансирования.

Следует отметить, что, наряду с указанными выше причинами, недостатком уровня развития кооперативно-интеграционных процессов является невысокая инвестиционная привлекательность. Нежелание крупных инвесторов-интеграторов участвовать в повышении эффективности взаимоотношений между участниками агроформирований.

Весь агропромышленный комплекс Республики Беларусь должен быть устроен, вернее перестроен, на кооперативно-интеграционных началах по продуктовому принципу. Во главе таких объединений должны быть специализированные перерабатывающие и торговые предприятия (в отдельных случаях - крупные животноводческие комплексы). В структуру объединений должны входить не только сельскохозяйственные товаропроизводители как поставщики исходного сырья, но и все другие предприятия и организации по технологической цепи рыночного продвижения продукции до потребителя.

Продовольственная (продуктовая) кооперация должна стать приоритетной формой организации производства и сбыта в АПК. На основе этой кооперации могут и должны быть перестроены практически все отрасли и производства в аграрной сфере.

Развитие кооперативно-интеграционных процессов в агропромышленном комплексе является необходимым условием эффективного функционирования всего хозяйственного механизма, что в свою очередь способствует формированию высококонкурентоспособного агропромышленного комплекса, позволяющего обеспечить конкурентоспособность отечественного продовольствия на внутреннем и внешнем рынках и противостоять продовольственной экспансии ведущих зарубежных компаний. Кооперация позволяет национальным предприятиям активно продвигаться на ведущие зарубежные рынки и закрепляться на них, уверенно интегрироваться в мировое агропромышленное производство.

УДК 339.5; 339.9(476+47+574)

ПАХОМОВА Н.А.

**ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ЭТАП
ИНТЕГРАЦИИ БЕЛАРУСИ, РОССИИ И КАЗАХСТАНА В
МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ**

*Научный руководитель – ПАКУШ Л.В. – доктор эк. наук, профессор
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Присоединение Беларуси к Всемирной торговой организации (ВТО) рассматривается как важнейший этап интеграции в мировую экономику, который предоставит стране необходимый инструментарий для защиты и продвижения национальных интересов в рамках системы международной торговли. В то же время, присоединение к ВТО ставит перед Республикой Беларусь задачу обеспечить соответствие экономического законодательства страны правилам организации, а также сделать сбалансированные уступки торговым партнерам в целях обеспечения более открытого доступа иностранных товаров, услуг и инвестиций на внутренний рынок.

Беларусь ведет переговоры по вступлению во Всемирную торговую организацию с середины 90-ых годов, также как Россия и Казахстан. Согласно оценкам экспертов, Россия прошла 90-95% пути к вступлению в организацию, Казахстан – около 75%, а Беларусь примерно половину.

О необходимости создания единого таможенного пространства на постсоветской территории говорилось уже давно. Но сделать это не удавалось из-за политических разногласий и экономических различий: ВВП России в 14 раз превосходит ВВП Казахстана и в 34 раза – Белоруссии.

9 июня 2009 года главами Правительств Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации было принято решение о вступлении в ВТО единым блоком. Глава организации Паскаль Лами заявил, что в истории организации не было случая, чтобы в нее входил целый блок, а не отдельные страны. Тремя странами были приостановлены переговоры о присоединении к организации на время проведения консультаций по единой позиции Таможенного союза. Стратегия и тактика по реализации этого решения были согласованы на заседании Комиссии таможенного союза 25 сентября 2009 года.

Сколько же лет потребует Беларусь, России и Казахстану для вступления во Всемирную торговую организацию? На этот вопрос

большинство экспертов не могут дать конкретного ответа. Все зависит от того в каком формате будут проходить переговоры.

С одной стороны, можно отметить разную степень готовности стран к присоединению, а также трудности технического характера такого вступления. В связи с этими фактами, вступление трех стран может растянуться на неопределенный срок.

Также возможно, что по некоторым вопросам, например защита прав интеллектуальной собственности, каждой стране придется вступать самостоятельно, ведь компетенция Таможенного союза значительно уже, чем компетенция ВТО.

С другой стороны, если раньше Всемирной торговой организации приходилось иметь дело в отдельности с каждой страной, то теперь речь идет о рынке трех, без которого мировой торговле никак не обойтись, что позволит ускорить процесс присоединения.

15 октября 2009 года в Женеве представители трех стран заявили о намерении возобновить переговоры, о присоединении к Всемирной торговой организации как отдельные государства, но в тесной координации друг с другом.

С 1 января 2010 года планируется введение единого таможенного тарифа, а с 1 июля – Таможенного кодекса.

Сейчас согласованы 11,2 тысячи позиций единого таможенного тарифа. В едином тарифе сохранится 9,3 тысячи номенклатурных позиций, применяемых сейчас в России, для Белоруссии сохранится 8,3 тысячи позиций, для Казахстана – около 5 тысяч.

Хочется отметить, что у Казахстана и Белоруссии практически нет экспортных пошлин. Россия экспортирует более 300 товарных позиций, по которым взимаются вывозные пошлины.

Беларусь ожидает, что формирование Таможенного союза будет основано на принципах равноправия и взаимной выгоды с учетом интересов каждой из сторон. Однако пока нет никакой ясности ни по вопросу об отмене экспортных пошлин на нефть, которые применяет Россия, ни по единому ценообразованию на природный газ и другие энергоресурсы на территории Таможенного союза. Нет также ясности и в том, как будут распределяться между бюджетами трех государств таможенные пошлины за импортируемые товары из третьих стран. Предполагается, что эти вопросы страны урегулируют на следующей стадии интеграции – в рамках Единого экономического пространства, то есть после 2011 года, когда полноценно заработает Таможенный союз. Но, возможно, это только обещания и белорусское руководство такая ситуация не устраивает.

Антидемпинговые расследования в рамках Таможенного союза никто не отменит. Для защиты своих производителей каждое государство сможет начислять дополнительные платежи к импортной ставке единого таможенного тарифа на определенный вид товара.

Также готовится комплекс мер по обеспечению свободного обращения продукции, подлежащей обязательной оценке соответствия в Таможенном союзе, и созданию единой системы санитарного, ветеринарного и фитосанитарного контроля на его внешней границе. Можно предположить, что данные меры помогут избежать конфликтов между тремя странами.

Кроме того, создание Таможенного союза позволит отказаться от всех форм государственного контроля на границе России и Беларуси. Возможно, с этого времени или с переносом на год могут быть вынесены все формы пограничного контроля на российско-казахстанской границе.

Ожидается также, что Таможенный союз утвердит единую систему льгот на поставку товаров для подготовки и проведения зимних Олимпийских игр в Сочи в 2014 году, Азиатских игр в Казахстане в 2011 году и чемпионата мира по хоккею 2014 года в Белоруссии.

Таким образом, таможенный союз – форма экономической интеграции двух и более государств, при которой наряду с отменой таможенных пошлин устанавливается единый внешнеторговый тариф и проводится единая внешнеторговая политика странами-участницами в отношении третьих стран.

В целом, можно сделать вывод, что основным ориентиром внешнеэкономической политики Республики Беларусь является интеграция в мирохозяйственные связи, способствующая реализации ее сравнительных преимуществ в международном разделении труда, что может стать условием стабильного экономического развития. Этому будет способствовать присоединение Республики Беларусь к ВТО, которое должно быть не самоцелью, а средством для обеспечения ее экономических интересов в условиях глобализации мировой экономики.

УДК 338

ПАШКЕВИЧ О.Н.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА

*Научный руководитель – ДАНИЛОВА М.А. – магистр эк. наук
УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь*

Производство сельскохозяйственной продукции - основная функция сельского хозяйства и его первичных звеньев - предприятий. В процессе производства используются производственные ресурсы - земля, труд, основные и оборотные фонды, а результатом является продукция с ее потребительскими свойствами.

Экономическая эффективность сельскохозяйственного производства носит многоплановый характер, имеет множество целей и соответственно несколько групп показателей, характеризующих ее специфические черты и уровень.

Экономическую эффективность производства подразделяют: по стадиями воспроизводства - на абсолютную, относительную и социально-экономическую эффективность; по уровням производства - на народнохозяйственную, отраслевую (сельское хозяйство), предприятий и объединений, внутрихозяйственных подразделений, отдельных мероприятий.

Все выше перечисленные виды эффективности взаимосвязаны между собой. Величина производственно-технологической эффективности зависит от состояния материально-технической базы производства, которая, в свою очередь, определяется уровнем производственно-экономической эффективности.

Проблема повышения экономической эффективности сельскохозяйственного производства представляет решение двух взаимосвязанных групп задач: с одной стороны, рост результативных показателей производства (натуральная и валовая продукция), а с другой - рациональное использование земельных, трудовых и материальных ресурсов и связанное с ним сокращение производственных затрат.

Критерий эффективности вытекает из самой сущности процесса производства. Поскольку целью сельскохозяйственного производства продукции растениеводства является наиболее полное удовлетворение потребности общества в продуктах питания при наименьших затратах всех видов ресурсов, то критерием его эффективности может быть степень достижения этой цели.

Увеличение объема производства продукции растениеводства и достижение обилия ее в торговле, улучшение ассортимента и качества, без сопоставления с используемыми ресурсами и затратами, не могут характеризовать эффективность производства. Рост объемов производства продукции может быть достигнут при опережающем росте ресурсов и затрат, что характерно для развития сельского хозяйства за длительный период времени, что свидетельствует о снижении его эффективности.

Основные показатели эффективности сельскохозяйственного производства продукции растениеводства: земельные ресурсы, материальные ресурсы, производственные затраты, коэффициент и срок окупаемости, объем натуральной продукции, урожайность продукции, себестоимость, трудоемкость, уровень рентабельности, продукция, валовая продукция, прибыль.

Повышение эффективности производства продукции растениеводства можно достигнуть только на основе внедрения интенсивных технологий; размещение посевных площадей на высокоплодородных землях: накопление биологического азота; исключение из посевов в качестве предшественников поздноубираемых культур; выращивание высококачественной рассады (для овощных культур); укрепление материально-технической базы в отрасли путем расширения строительства теплиц, хранилищ; закупки отечественных и зарубежных машин, оборудования, семян и посадочных материалов.

Таким образом, необходим комплекс кардинальных мер для устойчивого развития сельского хозяйства страны в ближайшей и отдаленной перспективе. Каждая из приведенных решений имеет свою совокупность мер и мероприятий для последовательного производства продукции растениеводства. Ряд решений по подъему агропромышленного комплекса содержится в Государственной программе возрождения и развития села на 2005-2010 годы.

Государственная программа возрождения и развития села на 2005-2010 годы предполагает: внедрить зональные системы земледелия, базирующиеся на возделывании высокодоходных сельскохозяйственных культур и применении энергосберегающих технологий, обеспечивающих высокий уровень окупаемости инвестиций в аграрный сектор экономики, производство экономически наиболее целесообразных и перспективных видов сельскохозяйственной продукции растениеводства.

Для оптимизации структуры растениеводства необходимо:

– в северной части республики - развивать системы зернотравяного и льнокормового направлений;

– в центральной части республики - отдать приоритет зернопропашной системе, обеспечить производство льна и сахарной свеклы;

– в южной части республики - использовать зернокормовую систему как базовую; обеспечить производство кормов преимущественно за счет выращивания кукурузы и однолетних бобовых трав;

– в Белорусском Полесье - на торфяно-болотных почвах возделывать преимущественно многолетние травы; получить в валообразующих районах не менее 70 процентов объемов основных видов растениеводческой и животноводческой продукции, определив их на областных уровнях;

– внедрить на землях севооборота сельскохозяйственных культур с минимальным накоплением радионуклидов;

– расширить в структуре посевной площади зерновых культур посева озимой и яровой пшеницы до 400 тыс. га, озимого и ярового трикала - до 420 тыс. га, зернобобовых культур - до 350 тыс. га;

– увеличить посевную площадь рапса до 150 тыс. га, провести оптимизацию соотношений озимых и яровых форм этой культуры по регионам и довести объемы производства маслосемян до 175 тыс. тонн;

– обеспечить посевную площадь сахарной свеклы 80-85 тыс. га и довести валовой сбор корнеплодов до 3,8 млн. тонн;

– сохранить посевную площадь льна 75 тыс. га, внедрить рациональную структуру посевов на основе сортов различной скороспелости, обеспечить производство льнотресты, гарантирующее получение не менее 60 тыс. тонн льноволокна.

Таким образом, экономическая эффективность играет важную роль в производстве продукции растениеводства в агропромышленном комплексе.

УДК 346.26

ПЕТРАШОВ М.П., ГРИЦУК И.Ю.

**МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В БЕЛАРУСИ.
ПРОБЛЕМАТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Научный руководитель – БОКША Н.В. – магистр эк. наук

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Актуальность темы исследования продиктована теоретическими и практическими обстоятельствами. В настоящее время, как под действием экономического кризиса, так и под влиянием либерализации в экономике, назрела необходимость преобразования закономерностей регулирования малого и среднего бизнеса, так как малые и средние предприятия могут дать Республике Беларусь необходимую насыщенность рынка, тенденцию к устойчивости цен.

Необходимо обратить внимание на то, что малый и средний бизнес воздействует на структуру рынка и расширение рыночных отношений, прежде всего в результате изменения количества субъектов рынка, повышения квалификации и степени приобщенности все более и более широких слоев населения к системе предпринимательства и делового администрирования. Вместе с тем чтобы начать малый бизнес в Республике Беларусь придется столкнуться с рядом неблагоприятных факторов:

1. дефицит госбюджета, не позволяет государству широко финансировать программу развития субъектов малого бизнеса.

2. сохраняется высокая степень бюрократизации государственных органов.

3. нехватка оборудования в стране и значительный рост цен на новую технику не позволяют малому предприятию вести производственный процесс на высоком технологическом уровне.

4. слабо развитая инфраструктура рынка

5. ощущается острая нехватка предпринимателей-специалистов, обладающих опытом предпринимательской деятельности в условиях рыночных отношений.

6. система налогов и сборов остается весьма сложной.

Частный бизнес в настоящее время создает, согласно разным оценкам, до 12% ВВП страны, и на его долю приходится 12 - 14% доходной части белорусского бюджета. Сейчас в стране на 1 тыс. человек приходится 2,5 малых предприятия, а в целом по республике в малом и среднем бизнесе работает до 9% населения. Ухудшение ситуации с выполнением бизнес-планов развития в первом квартале 2009 года по

сравнению с соответствующим периодом 2008 года связано с негативными последствиями мирового кризиса, из-за которого снизились как объемы производства продукции, работ, услуг, так и объемы их реализации. В этих условиях правительство делает действенные шаги для поддержки бизнеса в республике. По заявлению Министерства финансов РБ государство сохранит в 2009 году объемы бюджетной господдержки предприятий, которая в 2008 году составила 2,2 трлн. рублей. Согласно постановлению правительства РБ № 863 финансовая поддержка в виде предоставления финансовых средств на возвратной основе также будет оказана ИП, объем выручки которых за 2008-первый квартал 2009 без учёта НДС составил менее 500 млн. рублей. Финансовая поддержка будет оказана на конкурсной основе при реализации субъектов малого бизнеса ряда различных инвестиционных проектов: расширение производства товаров, развития производства импортозамещающей и экспортоориентированной продукции, производство продукции направленной на энерго- и ресурсосбережение, внедрение новых технологий. Конечная цель поддержки малого бизнеса заключается в увеличении до 30% доли малого и среднего бизнеса в ВВП страны.

Согласно постановлению № 255, которое действует с 1 июля 2009 года, банки (Беларусбанк, Белагробробанк, БПС-банк) будут определять размер займов, условия и контроль их целевого использования. Местные органы власти смогут размещать бюджетные средства, предусмотренные на оказание господдержки малому бизнесу, на депозитах в банках, и на эти средства банки смогут предоставлять кредиты субъектам малого бизнеса. Указ № 255 также предусматривает предоставление предпринимателям имущества на условиях лизинга по ставке, не превышающей ставку рефинансирования.

Но и в политике поддержки существуют определённые минусы, связанные с тем что правительством преследуются двойственные цели по отношению к частному бизнесу. С одной стороны – это оказание помощи в ситуации кризиса, а с другой использование - бизнеса как одной из систем преодоления того же кризиса экономикой республики. Разрабатывается программа по привлечению ИП к разгрузке складов белорусских предприятий. Следует учитывать, что складские запасы предприятий составляют более семи триллионов белорусских рублей и существенно тормозят банковские активы. В связи с этим правительство подчёркивает необходимость ИП переориентировать свою деятельность на вывоз белорусских товаров на внешний рынок и создание товаропроизводящей системы на рынках России и Украины.

28 июня 2009 года вышло постановление Совмина РБ № 991. Оно преследовало цели обеспечения эффективного расходования денежных средств и проведения на территории Республики Беларусь единой финансовой политики с учетом факторов мирового финансового и экономического кризиса. Постановление устанавливало, что юридические лица на территории РБ могут приобретать товар только у производителей, т.е. юридические лица не имеют права закупать товар у посредников.

Негативная сторона постановления № 991: отсутствие «адаптационного периода, сравнительно малое количество фирм-производителей на рынке Беларуси, возможность негативных последствий для экономики (безработица), запрет на посредническую деятельность может вынудить перейти бизнес на так называемые «серые схемы». Плюсом явилось то, что в комментарии правительства к постановлению № 991 указывалось, что его действие не распространяется на ИП и физические лица.

Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, несмотря на все шаги, сделанные правительством Республики Беларусь с целью стимулирования развития малого и среднего бизнеса, некоторые сдерживающие факторы все же продолжают существовать. Может быть предложен следующий комплекс мероприятий, необходимых для улучшения ситуации развития малого и среднего бизнеса на территории Республики Беларусь: де бюрократизация работы государственных органов их лиц организаций в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (отмена усложнённого процесса лицензирования, сокращение проверяющих и принимающих инстанций), упрощение системы налогообложения и совершенствования процедур налогового администрирования (снижение налогов для ИП, годовой оборот которых не превышает 10000 долларов США; понижение планки штрафов; снижение ставки НДС), упрощение процедуры внешней торговли, создание равных условий для предпринимателей-экспортёров белорусской продукции и предпринимателей, которые реализуют продукцию на внутреннем рынке, пересмотр постановления № 991.

УДК 332.1 (476.7)

ПЕЧУР В.А.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

*Научный руководитель – ЗБОРИНА И.М. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Конкурентоспособность регионов является неотъемлемой чертой развития экономики и представляет особый интерес в настоящее время. Устойчивое развитие Республики Беларусь возможно только в условиях устойчивого развития всех ее регионов. Конкурентоспособность – многогранное понятие, которое может быть определено в различных аспектах в зависимости от решаемых задач. В широком определении **региональная конкурентоспособность** – это возможность регионов в условиях международной конкуренции обеспечивать сравнительно высокие доходы и уровень занятости населения [1]. В работе анализируются факторы конкурентоспособности Брестской области (за 2003-2007гг.).

На сегодняшний день белорусские ученые выделяют следующие факторы, которые определяют конкурентоспособность территории [2]: – качество рабочей силы (уровень образования, квалификации), развитый рынок труда, дающий возможность поиска работников данных категорий; – наличие исследовательских центров, позволяющих разрабатывать новые технологии и НИОКР, обмениваться информацией; – благоприятный бизнес-климат (низкие налоги и финансовая помощь местных властей, создание объектов бизнес-услуг, предсказуемость действий локальной администрации и высокое качество ее управления территорией); – создание на территории промышленных кластеров с хорошо развитой сетью вертикальных связей, позволяющих снизить издержки промышленной инфраструктуры, облегчить передачу информации; – развитые инфраструктура, транспортные и информационные сети, близость международных аэропортов, финансовые услуги и т.д. – благоприятные условия жизнедеятельности (развитие сферы услуг и коммуникаций, возможности отдыха и пр.) и высокие экологические стандарты.

Комплексный анализ следовало бы проводить с учетом всех факторов, определяющих конкурентоспособность, что, однако, не всегда возможно из-за сложности формализации ряда параметров и отсутст-

вия необходимой информации. В связи с этим в качестве источника для анализа послужили показатели статистики.

При определении конкурентоспособности региона особое внимание уделено факторам, связанным с производством. На протяжении 2003-2007гг. вся производимая отраслями промышленности Брестской области продукция была материалоемкой. Удельный вес материальных затрат в структуре затрат на производство продукции в 2007г. составлял 64,6%, расходов на оплату труда – 17,4%, отчислений на социальные нужды – 6,3%, амортизаций основных фондов – 6,0%, прочих затрат – 5,7%.

Еще две составляющие, которые косвенно отражают конкурентоспособность, – это уровень рентабельности реализованной продукции и удельный вес убыточных предприятий Брестской области. Первый показатель на протяжении всего периода изменялся. С 2003г. прослеживается следующая его тенденция: до 2006 г. наблюдается увеличение с 5,9 % до 10, 2%. В 2007г. отмечается снижение его роста до 9, 2%. Это дает основания предполагать либо снижение прибыли от реализации продукции, либо повышение уровня издержек производства и обращения, а так же это свидетельствует о падении уровня конкурентоспособности предприятий в 2007г. по сравнению с 2006г. и соответственно негативно сказывается на конкурентоспособности региона в целом. Самой рентабельной отраслью экономики в данном периоде является торговля и общественное питание, уровень ее рентабельности за 2007г. – 16,7%; самой нерентабельной отраслью – жилищно-коммунальное хозяйство (0,9% в 2007 г.). Относительно стабильной отраслью на протяжении всего исследуемого периода было строительство. За исследуемый период удельный вес убыточных организаций Брестской области в 2007г. (8,2%) оказался на 15,8% меньше, чем в 2003г., что оказало положительное воздействие на уровень региональной конкурентоспособности.

Таким образом, положение субъектов хозяйствования в большинстве отраслей Брестской области характеризовалось увеличением уровня рентабельности реализованной продукции и падением удельного веса убыточных предприятий. Это всё оказало положительное влияние на конкурентоспособность региона.

Конкурентоспособность региона зависит от его ориентации на предприятия, имеющие выход не только на локальные, но и на мировые рынки. Тем более, что относительно полная загрузка производственных мощностей во всех без исключения регионах Беларуси в настоящее время может быть обеспечена только при активной внешне-

экономической деятельности, поскольку внутренний ее рынок не может поглотить всей продукции этих предприятий.

Брестчина поддерживает торгово-экономическое сотрудничество более чем со 118 странами мира. Почти 700 предприятий всех форм собственности и предпринимателей осуществляют экспортно-импортные операции. В 2007 году внешнеторговый оборот Брестской области составил 2479,8 млн. долл. США (почти в 2 раза больше, чем в 2003г.), в том числе экспорт – 1 310,9 млн. долл. США, импорт – 1 168,9 млн. долл. США (143,3%).

Чтобы регион был конкурентоспособным, очень важно обеспечить количество и качество рабочих мест. Один из показателей качества рабочей силы – численность специалистов с высшим и средним специальным образованием. Проанализировав статистические данные, можно с уверенностью утверждать, что конкурентоспособные отрасли Брестской области неплохо обеспечены трудовыми ресурсами и это благоприятно влияет на их дальнейшее развитие в плане сокращения издержек на поиск квалифицированной рабочей силы и соответственно оплаты ее труда.

Проведенный анализ факторов позволил определить конкурентоспособность Брестской области. Так, для неё целесообразно развитие промышленности (пищевой, машиностроения и металлообработки, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной), сельского хозяйства (в части производства мясной и молочной продукции, а также в части сырьевых поставок для предприятий обрабатывающей промышленности), строительства и связи. Для развития именно этих отраслей экономики в Брестской области имеется необходимый потенциал. Для развивающихся экономик стран Восточной Европы, к которым мы относим и Беларусь, достижение высокого экономического роста и социального благополучия невозможно без развития региональной конкурентоспособности, основанной на совокупности конкурентоспособностей субъектов хозяйствования, и следовательно, конкурентоспособности экономики республики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. М.: Издательский дом «Вильямс», 2003.
2. Точичая, И.Э. Показатели конкурентоспособности регионов / И.Э. Точичкая // Белорусский экономический журнал. 2003. № 3.

УДК 631.15:658.5

ПЕШКОВА Е.А.

**УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ В
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ**

*Научный руководитель – ЗВЕРЕВА Г.Н. – кандидат эк. наук, доцент
ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация*

В рыночной экономике проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество выступает не только как экономическая категория, но в значительной степени как политическая и нравственная. Именно качество является основным условием укрепления национальной экономики. В нашей стране уже существует общая заинтересованность руководителей страны и регионов, производителей и поставщиков продукции, населения в повышении качества продукции и услуг, а, в конечном счёте, и качества жизни. Всё больше российских предприятий стремятся получить сертификат на систему качества, поскольку без этого невозможен долгосрочный успех в бизнесе [1].

Понятие «качество» распространяется на все виды деятельности: управление процессами на основе документированных процедур; завоевание рынков сбыта на основе взаимовыгодного партнёрства с постоянными потребителями; освоение новых рынков сбыта путём поставки конкурентоспособной продукции [2].

В различных регионах сложились разные представления о важности и качестве продукции. Ярким примером специфического качества является региональное качество. Учёт регионального качества важен при анализе отдельных рынков сбыта, для понимания запросов потребителей, а также при построении систем управления качеством, в большей мере соответствующих местным, региональным условиям.

Колхоз «Заветы Ленина» Октябрьского района Волгоградской области - предприятие, ориентированное на формирование долгосрочных конкурентных преимуществ. Система управления качеством на данном предприятии включена в систему общего менеджмента, как одна из значимых проблем. На протяжении последних семи лет предприятие осваивает передовые технологии, ведёт многоотраслевое сбалансированное производство, что и ведёт к укреплению его позиции среди хозяйств района. В 2007 году предприятие стало использовать новый химический консервант для силосования кормов «Биотроф» созданного на основе органических кислот. В хозяйстве исследовалось качество

силоса при использовании закваски «Биотроф». Использование закваски способствует увеличению содержания сухого вещества в корме, при одновременном увеличении молочной кислоты на 3% и снижении уксусной кислоты на 1% соответственно. При этом увеличиваются полезные свойства молока.

По методу пар-аналогов были сформированы 2 группы коров по 10 голов в каждой. Данные о влиянии силоса с использованием и без использования закваски «Биотроф» на молочную продуктивность коров представлены в таблице.

Основные показатели молочной продуктивности

Показатели	Группы	
	Контрольная (без закваски)	Опытная (с закваской)
Удой молока натуральной жирности, кг	2496,18±73,63	2643,96±32,56
Среднесуточный надой молока натуральной жирности, кг	27,74±0,82	29,38±0,36
Содержание жира, %	4,41±0,07	4,44±0,04
Содержание белка, %	3,03±0,02	3,03±0,01
Удой молока 4% ной жирности, кг	2738,94±80,73	2938,87±49,43*
Среднесуточный надой молока 4% ной жирности, кг	30,43±0,90	32,65±0,55*
Производство, кг молочного жира	109,76	117,5
молочного белка	75,5	80,1
Затраты на 1 кг молока 4% ной жирности:	0,75	0,7

Из показателей таблицы видно, что у опытной группы животных получавшей силос с применением закваски «Биотроф», показатели молочной продуктивности выше, затраты на производство 1 кг молока ниже. Таким образом, высокое качество силоса, является важным условием повышения рентабельности молочного скотоводства.

Валовой сбор молока в колхозе за 2007 и 2008 годы увеличился с 12517 ц до 17269 ц. Среди сельскохозяйственных предприятий Октябрьского района колхоз «Заветы Ленина» является главным производителем молока. Молочная продуктивность коров в этом хозяйстве на 29% выше среднего показателя по району.

Таким образом, создание на предприятии эффективной системы качества, ориентированной на внедрение современных технологий и методов менеджмента качества, является залогом устойчивого поло-

жения предприятия на рынке. При этом необходимо максимально использовать достижения фундаментальной и прикладной науки, практический опыт, полученный в результате инновационной политики Российской Федерации и реализации планов социально-экономического развития страны и регионов.

ЛИТЕРАТУРА

1. М а с л о в, Д. Всеобщее управление качеством в России - труден путь к совершенству/ Д. Маслов// Управление качеством. 2008. № 2. С. 69.
2. Т и х о н о в, Р. Национальные особенности и управления качеством / Р. Тихонов // Управление качеством. 2008. № 5. С. 74.

УДК 336.719 (476)

ПОВХ Л.В.

**СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Научный руководитель – ХРУСЬ Е.А. – ассистент

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Как показывает мировая практика, развитие кредитования невозможно без создания вторичного рынка выданных кредитов. Нормативы достаточности капитала, поддержание ликвидности и диверсификация активов на определенном этапе вынудят любой банк искать пути рефинансирования. Последние десятилетия стали периодом внедрения в банковскую практику различных финансовых инноваций и инструментов. К числу наиболее востребованных из них в последние годы относится секьюритизация банковских активов.

Секьюритизация (от англ. securities – «ценные бумаги») – финансовый термин, означающий одну из форм привлечения финансирования путём выпуска ценных бумаг, обеспеченных активами, генерирующими стабильные денежные потоки (например, портфель ипотечных кредитов, автокредитов, лизинговые активы, коммерческая недвижимость, генерирующая стабильный рентный доход и т. д.).

В более узком аспекте секьюритизация может быть определена также как финансовая операция, заключающаяся в трансформации низколиквидных активов в ценные бумаги, обеспеченные денежными поступлениями от исходных активов, в результате которой происходит перераспределение риска между первичным владельцем активов, гарантом и инвесторами. В мировой практике для решения вопросов рефинансирования банки могут использовать два больших класса финансовых инструментов фондового рынка – ипотечные облигации (балансовая секьюритизация) и ипотечные ценные бумаги вторичного рынка, выпускаемые в рамках классической внебалансовой секьюритизации. Процесс секьюритизации включает в себя несколько этапов, которые отражают деятельность участников этого процесса от момента выдачи кредита до погашения ценных бумаг, обеспеченных этими кредитами, среди которых: предоставление кредита, аккумулирование кредитов и формирование пула закладных, выпуск и размещение ценных бумаг, аккумулирование денежных средств для выплат по ценным бумагам и погашение.

Использование элементов секьюритизации в Республике Беларусь началось в 2004 г. в связи с принятием постановления Совета Минист-

ров и Национального банка от 25 августа 2004 г. № 1014/17 “О реструктуризации задолженности Правительства Республики Беларусь по кредитам Национального банка, отнесенным на внутренний государственный долг, в государственные долгосрочные облигации”, которым предусмотрена возможность реоформления задолженности по кредитам, предоставленным Национальным банком Правительству на финансирование дефицита республиканского бюджета в 1991-2003 гг. и отнесенным на внутренний государственный долг, в государственные ценные бумаги ежегодно на сумму до 100 млрд. руб. Ставка процентного дохода по облигациям устанавливается в размере процентной ставки по кредитам, отнесенным на внутренний долг. Можно согласиться с тем, что реструктуризация кредитов в определенной мере позволила следующее: позитивно повлиять на уровень полученного страной кредитного рейтинга; унифицировать структуру внутреннего государственного долга Республики Беларусь со структурой внутреннего государственного долга Российской Федерации; пролонгировать долг Правительства Республики Беларусь за счет объединения разных по сроку погашения кредитов в ценные бумаги Правительства Республики Беларусь с одним сроком погашения.

Использование секьюритизации белорусскими банками началось с выпуска в 2007 г. ипотечных облигаций, что стало возможным благодаря принятию в августе 2006 г. Указа Президента Республики Беларусь № 537 “О выпуске банками облигаций”. Данный документ предоставил банкам право выпускать для размещения среди юридических и физических лиц облигации, обеспеченные обязательствами по возврату основной суммы долга и процентов по предоставленным ими кредитам на строительство, реконструкцию или приобретение жилья под залог имущества. Первым банком, выпустившим такие облигации в Республике Беларусь, стал ОАО «АСБ Беларусбанк».

Появление экономического механизма института секьюритизации активов на финансовых рынках стало одной из важнейших финансовых инноваций XX в. Опыт реоформления кредитов Национального банка в государственные долгосрочные облигации и выпуска банками ценных бумаг, обеспеченных обязательствами по возврату основной суммы долга и уплате процентов по предоставленным кредитам на строительство, реконструкцию или приобретение жилья под залог недвижимости, позволит в будущем проводить классическую секьюритизацию различных активов. Однако в настоящее время этот процесс сдерживается отсутствием в отечественном законодательстве определения секьюритизации и законодательной базы для использования этого механизма. Первоочередными задачами в процессе развития норма-

тивно-правовой базы должны стать следующие: закрепление на законодательном уровне основных понятий и определений в этой области; определение видов (способов) секьюритизации; расширение номенклатуры инструментов рынка ценных бумаг, применяемых для таких целей, порядок их выпуска и обращения; защита интересов инвесторов; в случае применения (внебалансовой) модели секьюритизации определение статуса и полномочий юридического лица, которому банк переуступает права по выданным кредитам, и др.

Главной задачей секьюритизации финансовых активов является создание необходимых условий для рефинансирования отечественных банков посредством выпуска новых ценных бумаг, обеспеченных правами требования по широкому кругу активов, не только ипотечным. В результате внедрения этой финансовой инновации белорусский фондовый рынок получит новый вид ликвидных инструментов, которые при благоприятных условиях смогут привлечь на рынок денежные средства резидентов и нерезидентов. Несмотря на свою сложность, секьюритизация позволит вывести рынок кредитования на новый качественный уровень. Банки посредством проведения секьюритизации смогут существенно диверсифицировать источники расширения ресурсной базы и обеспечить нефинансовый сектор экономики кредитными ресурсами. Относительно потенциала секьюритизации можно отметить, что в настоящее время в развитых странах объем операций в рамках секьюритизации приближается к объемам рынка государственных ценных бумаг.

УДК 339.1

ПОЛОВЕЦ А.Г.

ЦЕНОВЫЕ ВОЙНЫ

Научный руководитель – ИСАЙЧИКОВА Н.И. – кандидат эк. наук
Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,
Гомель, Республика Беларусь

Важнейшим фактором признания и восприятия товара потребителем является цена, которая должна не только компенсировать затраты на производство, распределение и продвижение товара, но и оказывать влияние на формирование перспективного спроса, основанного на полезности товара и удовлетворенности им потребителем.

Отечественная практика современного периода сравнительно недавно столкнулась с такими до сих пор неизвестными явлениями, как ценовые и тендерные войны, которые являются неизбежными спутниками высококонкурентной рыночной экономики.

В наиболее общем представлении под ценовой войной следует понимать поступательное и зачастую резкое снижение цены конкурентами на товары, работы и услуги, реализуемые на однородном рынке. Такое снижение цен очень часто осуществляется посредством предоставления дилерам и потребителям различного рода скидок. Такого рода войны можно считать базовыми или основными.

Следует отметить также, что своего рода специфической разновидностью ценовых войн являются тендерные и демпинговые войны.

Тендерные войны имеют место при проведении конкурсных торгов на поставку товаров, выполнение работ и оказание услуг.

Демпинговые войны отражают использование одним из конкурентов демпинговых цен, под которыми понимается применение цен значительно ниже рыночных, зачастую даже ниже уровня среднеотраслевой себестоимости продукции.

Изначально демпинговые цены применялись во внешней торговле, при вывозе товаров на мировые рынки и с целью их завоевания. В настоящее время практика демпинговых войн используется и на внутренних рынках, что связано с обострением как межгосударственной, так и внутренней конкуренции во многих отраслях и секторах экономики. В периоды сезонной реализации продукции происходят ценовые войны, которые покупатели зачастую не в состоянии распознать, так как предоставляемые компаниями-участниками скидки могут быть восприняты конечными потребителями как форма сезонных распродаж.

Основной причиной ведения ценовых войн является стремление захватить большую долю рынка. Ведение демпинговой войны может означать стремление ее организатора к полному вытеснению конкурентов с рынка.

Ценовые войны инициируются компаниями-конкурентами довольно часто. В этой связи возникает необходимость поиска ответа на вопрос об их последствиях для организаторов и участников, который не может быть однозначным, так как должен быть рассмотрен с разных сторон.

Со стороны потребителя можно говорить о его выигрыше, получаемом в результате снижения цен, что и подтверждается различными примерами из зарубежной и отчасти отечественной практики. По этой причине можно сделать вывод о том, что ценовые войны не столь опасны в условиях развитых рыночных отношений и на тех рынках, где уже определены доли и ниши компаний-конкурентов.

Последствиями ценовых войн могут быть:

- дестабилизация рынка;
- перераспределение долей конкурирующих участников рынка;
- вытеснение слабых конкурентов, прежде всего малых и средних компаний, возможное их банкротство и разорение;
- сокращение объемов продаж, доходов и прибылей ее участников, следовательно, уменьшение средств на развитие, внедрение инноваций и возможное снижение капитализации компаний;
- уменьшение объемов и ухудшение качества предоставляемых услуг;
- сокращение численности работающих и рост безработицы.

Основным признаком ведения ценовой войны является резкое снижение цены. Ценовая война может продолжаться до тех пор, пока цена за товар не достигнет среднеотраслевого значения производственных издержек, что означает неизбежную потерю в прибылях конкурирующих компаний.

Для того чтобы локализовать возможные действия конкурента, развязывающего ценовую войну, менеджеры должны попытаться противостоять данному натиску, т.е. они могут постоянно осуществлять особого рода мероприятия, способствующие стабилизации деятельности в отрасли. К числу таких мероприятий можно отнести:

- проведение постоянного мониторинга цен компаний-конкурентов, их ценовой политики, стратегии и тактики, что позволяет вовремя заметить начало ценовой войны. Частота проведения такой работы связана со сроками оборачиваемости товаров и может прово-

даться один раз в месяц. Однако в периоды ведения ценовой войны данная информация необходима еженедельно;

- отслеживание цен, устанавливаемых клиентами-посредниками и их реакции на ценовые изменения в отрасли, возможно, тоже еженедельно;

- формирование постоянной клиентуры и ее приверженности к приобретению продукции, что будет обеспечивать устойчивость ее сбыта;

- разработку ценовой политики, учитывающей сезонные изменения в спросе;

- создание различных отраслевых форм объединения компаний-конкурентов в виде ассоциаций, союзов и т. д. с целью стабилизации взаимоотношений конкурирующих компаний;

- постоянное изучение возможностей и определение направления снижения себестоимости выпускаемой продукции. Данное направление является одним из самых важных, так как ценовая война связана прежде всего со снижением цены товара, основу которой составляет его себестоимость.

Вместе с тем компания не всегда имеет реальную возможность осуществлять меры по предотвращению ценовой войны. Достаточно часто менеджерам приходится принимать решения о соответствующем снижении цен вслед за конкурентами. Такие решения должны быть достаточно продуманными и взвешенными, чтобы не вызвать панику в среде торговых посредников.

УДК 338.24

ПОЛОЗОВА О.А.

АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЙ В РАЗРЕЗЕ ОСНОВНЫХ ПОДСИСТЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ЭВОЛЮЦИИ СМК (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ПЕНЗТЯЖПРОМАРМАТУРА»)

Научные руководители – ШМЕЛЕВА А.Н. – кандидат эк. наук, доцент

ДОРОФЕЕВ В.Д. – доктор техн. наук, профессор

ГОУ ВПО «Пензенский государственный университет»,

Пенза, Российская Федерация

Система менеджмента качества (СМК) на ОАО «Пензтяжпромарматура» применяется с 1996 года. СМК внедрена и поддерживается в соответствии с требованиями ИСО 9001, API Spec. Q1, директивы 97/23/ЕС. Рассмотрим основные организационные изменения, связанные с жизненным циклом СМК ОАО «ПТПА» в разрезе основных подсистем предприятия, принимая во внимание, что этап возникновения СМК на предприятии **А**) – 1996-2000гг.; первый этап развития **Б**) – 2000-2003гг.; второй этап развития **В**) – 2003-2006гг.; третий этап **Г**) – начиная с 2007г. по настоящее время.

Управляющая подсистема предприятия. **А**) 1996г. – получение сертификата качества «TUV – CERT» - Германия; **Б**) 2000г. – формирование Политики качества; службы качества, отдела управления системой качества – ОУСК (сертификация, внутренний аудит на соответствие требованиям СМК, работа по улучшению СМК). С 2001г. – повышение входного контроля, контроля над соблюдением внутренних и внешних стандартов, норм и правил. 2002г. – реализация долгосрочной программы развития до 2005г. (в ней впервые определены стратегические цели и миссия, основные принципы работы). **В**) 2003г. – появление группы технических экспертов, нацеленных на выявление проблем на производстве; службы контроля, измерений, диагностики (СКИД), сфера деятельности которой – новое оборудование; проведение сертификации по американскому стандарту API Spec. Q1. **Г**) 2007г. – получение сертификата качества, подтверждающего соответствие Европейской директиве 97/23/ЕС.

Финансовая подсистема предприятия. **А**) С 1997г. – Увеличение числа экспорта продукции в ближнее зарубежье. **Б**) С 2000г. – Увеличение затрат на управление, на специалистов, занятых в СМК, на разработку новых стандартов и технологий, на приобретение нового оборудования и строительство новых производственных площадей, на инновации, как в технологической, так и в производственной сферах, на разработку документации и информационного обеспечения СМК.

В, Г) С 2003г. – существенное повышение объемов производимой продукции.

Кадровая подсистема предприятия. А, Б) С 2000г. – появление специалистов, непосредственно занятых в СМК (специалистов службы качества, ОУСК, СКИД, технических экспертов и т.д.). **В) 2003г.** – появление целевых программ по развитию командной работы, по усилению сплоченности коллективов, по привлечению на завод молодых специалистов, по обучению линейных руководителей, по улучшению социально-психологического климата в коллективах, по вовлечению персонала в развитие организации и в совершенствование продукции. **Г) С 2007г.** – прохождение новыми, принятыми на работу сотрудниками соответствующих их специфике работы и квалификации обучающих инструктажей, по изучению требований СМК; появление оценочных листов для персонала по рангам на каждый месяц.

Производственная подсистема предприятия. Наиболее ярким относительно данной подсистемы предприятия является первый этап развития СМК. **С 2003г.** – появление новых этапов в производственном процессе (увеличение количества этапов контроля, координации и испытаний продукции, заготовок и оборудования). **С 2004г.** – появление новых производственных площадей, нового производственного оборудования (станки, краны), а также оборудования для испытаний, мониторинга, измерений и контроля. **С 2005г.** – увеличение покупного материала, а также осуществление закупки уже готовых деталей для комплектации изделий; широкое освоение новых видов продукции, подбор материалов.

Технологическая подсистема предприятия. А, Б) С 2001г. – увеличение количества испытаний серийной продукции на соответствие арматуры требованиям стандартов и технологических условий (не реже 1 раза в 3 года). **С 2003г.** в целях оптимизации производства продукции и повышения качества и объема выпускаемой продукции введена в действие долгосрочная программа перевооружения производства и модернизации оборудования; запущена программа по модернизации и обновлению станочного парка (заменено порядка 60% оборудования). **С 2004г.** начинается освоение 170 единиц типоразмеров новой техники. **В, Г) 2006г.** – получение сертификата API 6D, дающего право на изготовление арматуры по указанному стандарту; разработана документированная процедура СТО – ПТПА – 209, устанавливающая требования к применению монограммы API Spec. Q1 (нанесение монограммы – необходимое и обязательное условие, показатель качества лицензированной продукции).

Информационная подсистема предприятия. А) С 1996г. проведение ежемесячных дней качества, в ходе которых руководство полу-

чает необходимую информацию о работе подразделений, выявляет существующие нарушения и недочеты и принимает соответствующие управленческие решения. **Б, В) С 2003г.** – повышение информированности персонала о его роли в развитии предприятия, правах и обязанностях (появление соответствующих курсов обучения); внедрение результативных мероприятий по осуществлению коммуникаций с потребителями (появление в Торговом Доме «ПТПА» сервис – Группы, напрямую взаимодействующей с клиентами, рассматривающей их пожелания и жалобы, осуществляющей послепродажное обслуживание). **Г) 2007г.** – внедрение современной системы автоматизированного проектирования Т – FLEX CAD, позволяющей создавать трехмерные модели изделий, в результате которых осуществляется проверка правильности размеров и кинематики конструкций.

Таким образом, внедрение СМК на предприятии влечет за собой очень серьезные изменения во всех подсистемах предприятия. В **управляющей:** применение процессного метода в управлении; появление большого числа новой документации предприятия; приоритетное значение отдается вопросам обеспечения требуемого уровня качества; ориентации на потребителя. В **финансовой:** повышение рентабельности, конкурентоспособности предприятия и продукции в связи с выходом на мировой рынок; увеличение прибыльности предприятия; оптимизация себестоимости продукции за счет повышения качественных показателей продукции. В **кадровой:** повышение квалификации и компетентности персонала; внесение изменений в социальные проекты; усовершенствование работы с персоналом, постоянное информирование персонала о его роли в достижении общих целей и повышении качества продукции. В **производственной:** появление и разработка новых специализированных процессов в производстве; усовершенствование процедур хранения, упаковки, защиты от повреждений, а также процедур осмотра и оценки состояния продукции для сохранения качества продукции. В **технологической:** появление новых инновационных технологий производства и усовершенствование существующих в соответствии с требованиями СМК; повышение технологичности производства. В **информационной:** усовершенствование эффективности системы коммуникаций, совершенствование процесса внутренней коммуникации по вопросам результативности СМК.

УДК 631.158 (476.4)

ПОЛЯКОВА Н.А.

**СТИЛЬ РАБОТЫ РУКОВОДИТЕЛЕЙ И СПЕЦИАЛИСТОВ РУП
«ЖИЛИЧИ» КИРОВСКОГО РАЙОНА, МОГИЛЕВСКОЙ
ОБЛАСТИ**

*Научный руководитель – БЫКОВ В.В. – кандидат эк. наук, профессор
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

В условиях перехода к рыночным отношениям повысилась значимость отношений к труду и высокому профессионализму, знаниям своего рода деятельности, желаний достичь высоких производственных показателей. Кроме того актуальным стало и правильное, своевременное принятие эффективного решения. Поэтому стиль работы руководителей является неотъемлемым, одним из важнейших факторов достижения успеха предприятием на данном этапе развития общества.

Стиль работы – это своего рода индивидуальный «почерк» в действиях конкретного руководителя.

В повседневной деятельности каждый конкретный руководитель – по-своему уникальная, неповторимая личность, каждый конкретный коллектив тоже по-своему уникален (характером составляющих его людей, характером условий, в которых он находится и т. д.).

«Стерильно чистых» стилей в жизни, по-видимому нет или они встречаются крайне редко («абсолютный автократ», «абсолютный бюрократ» и т. д.) просто-напросто они были бы опознаны и в отношении их были бы сделаны соответствующие организационные выводы. Чаще всего речь может идти о более или менее яркой выраженности того или иного стиля руководства, о преобладании его черт в поведении руководящего работника.

Нами был проведен анкетный опрос работников РУП «Жиличи» с целью определения стиля работы руководителей среднего звена и влияние его на результаты производственной деятельности.

Было выбрано по шесть работников от каждой молочно-товарной фермы и четыре специалиста: главный зоотехник, ветврач, экономист по труду и заработной плате, зоотехник-селекционер. Им были предложены анкеты, разработанные на кафедре управления. Необходимо было дать наиболее объективную оценку стилю работы бригадиров, которым предлагалось ответить на вопросы анкеты. В ходе обработки данных анкет были получены следующие результаты: у бригадира первой МТФ (Пархимковичи) в большей мере выражены черты прак-

тически в одинаковой степени автократического и демократического стиля руководства. В результате обработки данных анкет по 1-ой МТФ было получено следующее сочетание стилей: А-Д-1(17-16-3). По 2-ой МТФ (Дубовое) у руководителя преобладает либеральный стиль: 1-1-Л (8-11-17). А вот у бригадира МТФ (Левковичи) – демократический стиль: 1-Д-1 (3-25-8), бригадира 4-ой молочно-товарной фермы (Жиличи) преобладают качества либерального и демократического стилей: (5-15-16). Анализируя обработанные анкетные данные вышестоящих руководителей, мы получили следующие результаты: с их точки зрения у бригадира 1-ой МТФ преобладают черты, характерные демократическому стилю, получено следующее сочетание: 1-Д-1(6-10-8). Черты этого стиля доминируют у бригадиров 2-ой и 4-ой МТФ (Дубовое и Жиличи). Для бригадира 3-ой МТФ (Левковичи) характерен либеральный стиль. В ходе анкетного опроса как работников МТФ, так и вышестоящего руководства мы получили практически одинаковые результаты, что дает возможность предположить, что данные опроса являются объективными по поводу определения стиля работы бригадиров.

В результате анкетного опроса выявилась, взаимосвязь авторитета бригадира со стилем их работы. Результаты показали, что авторитетом пользуется либеральный и демократический руководитель, т. е. бригадир 1-ой, 2-ой и 4-ой молочно-товарной ферм. Бригадир же 1-ой и 3-ей МТФ не пользуются авторитетом у своих подчиненных.

Сопоставление стиля работы руководителя с результатами деятельности его коллектива показали что лучшие результаты наблюдаются на молочно-товарной ферме №1 (Пархимковичи), где во главе стоит бригадир, у которого преобладают черты авторитарного и демократического стилей. Такой руководитель имеет полный контроль над работниками, у него жесткая дисциплина среди работников, каждый работник знает свои обязанности и следует точным указаниям бригадира, кроме того каждый из них имеет право на свое высказывание по поводу своей работы либо выходного дня. Что касается, других бригадиров, то результаты производственной деятельности МТФ №4 (Жиличи) не достаточно высокие, которые могли бы быть, так как на данной ферме используется доильный зал «Елочка». Его доильный коридор рассчитан таким образом, что он позволяет благоприятное, с точки зрения эргономики, доения. Поперечное сечение проводок позволяет доение при низком вакууме и тем самым обеспечивается шадящее доение, но несмотря на это ферма имеет низкие производственные результаты, так как бригадир не проявляет инициативы, для того чтобы заинтересовать работников к более производительной работе. В коллективе нет слаженности в работе, плохая дисциплина, много случаев

не выхода на работу, что часто бывает не наказуемым бригадиром, так как он скрывает от руководства, и сам ничего не предпринимает для ликвидации причин снижающих производительность. Такой руководитель практически не контролирует работу своих подчиненных, им предоставляется полная самостоятельность.

Таким образом, стиль работы руководителя является непременно одним из тех факторов, от которого во многом зависит общая эффективность деятельности коллектива. Поэтому для успешного функционирования предприятия в целом необходимо большое внимание уделять постоянному совершенствованию стилей работы руководителей на любом уровне управления: руководители не должны придерживаться одного какого-то стиля, они должны приспосабливать свою деятельность к изменяющимся условиям, главным образом социального характера, тем самым используя такой подход к реализации управленческого решения, который в конкретной ситуации будет иметь положительный результат.

УДК 336.71

ПОПЛАВСКАЯ Е.Ю.

СИСТЕМА РЕЙТИНГОВ: ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

Научный руководитель – ХРУСЬ Е.А. – ассистент

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Свобода выбора в рыночной экономике должна подкрепляться уверенностью в надежности партнера. Для принятия решения инвестору важно иметь всестороннюю оценку и информацию: как оценку независимых экспертов, так и оценку рядовых обывателей, в лице которых выступают клиенты банка. Такую роль в современном обществе играет, в частности, система рейтингов (международных, народных и др.). Рейтинги играют роль индикаторов для принятия решений, установления и поддержания отношений. Текущий уровень рейтинга и динамика его изменения служат сигналами для сохранения, расширения или свертывания сотрудничества, помогают увеличить прозрачность рынка и, как следствие, уменьшить расходы по сделке. Поэтому, каждый в праве сам выбирать тот или иной метод сравнительной оценки, который, в свою очередь, может базироваться как на статистической либо правовой информации, так и на данных обследований либо экспертной оценке.

Рейтинг – это аналитическая оценка наступления вероятности дефолта и масштабов его последствий, включающая как научные методики эконометрического анализа, так и экспертные оценки ведущих сотрудников рейтинговых агентств. Показатели рейтинга в компактной и емкой форме характеризуют состояние и перспективные тенденции изменения степени кредитоспособности банка.

Кроме того, в качестве эффективного информационного и рекламного инструмента выступает кредитный рейтинг: оценка международного рейтингового агентства относительно способности и готовности эмитента своевременно и в полном объеме выполнять свои финансовые обязательства. Фактически, это оценка кредитного риска. Опираясь на кредитный рейтинг, банки и другие финансовые посредники принимают решения по кредитованию, сделкам на денежном рынке, страхованию, лизингу и в любых других ситуациях, где требуется оценка платежеспособности делового партнера.

Составлением рейтингов занимаются специализированные организации, так называемые рейтинговые агентства. Самые известные из них находятся в США (Standard&Poor's (S&P), Fitch Ratings (Fitch),

Moody's Investors Service (Moody's), M.Best), Канаде (Dominion Board Rating), Австралии (Baycorp Advantage) и Великобритании (UK Data Ltd). Процедура присвоения рейтинга кредитоспособности или отзыва рейтинга в различных рейтинговых агентствах схожа и предполагает получение информации, обработку, проведение анализа, подготовку рейтингового отчета, распространение информации о присвоении рейтинга и мониторинг рейтинга. Выставляемые рейтинговыми агентствами оценки аналогичны и имеют буквенное обозначение: от оценки AAA, присваиваемой исключительно надежным эмитентам, до оценки D, присваиваемой эмитенту, объявившему дефолт. Между оценками AA и B могут быть промежуточные оценки, обозначаемые знаками плюс и минус (S&P и Fitch) или цифрами (Moody's) (например, BBB+, BBB и BBB- или AA1, AA2 и AA3).

На сегодняшний день кредитные рейтинги по международной шкале присвоены десяти белорусским банкам (Белагропромбанк, Беларусбанк, БПС-Банк, Белинвестбанк, Белвнешэкономбанк, Белгазпромбанк, БТА Банк, ВТБ Банк, Банк Москва-Минск, МТБанк). Из них только БПС-Банку были присвоены кредитные рейтинги тремя ведущими международными рейтинговыми агентствами.

Для сравнения автором было проведено исследование в городе Пинске, демонстрирующее уровень взаимодействия потребителя с банком в целом (по формированию народного рейтинга). Основной целью выступала оценка «внешней» эффективности банков (маркетинговой и коммуникационной: успех у потребителей, доверие, эффективность позиционирования, узнаваемость, доступность банка и т.д.). По результатам анкетирования респондентов разных сфер деятельности, разного уровня финансового образования был составлен рейтинг банков по городу Пинску. В итоге, лидерами оказались АСБ Беларусбанк, Приорбанк и Белагропромбанк. Позицию данных банков в сознании респондентов можно назвать наиболее устойчивой. Очевидно, что два из трех банков – банки со значительной долей участия государства в уставном фонде, к таким банкам в Беларуси наивысшая степень доверия. Отдельно стоит выделить Приорбанк. 20 лет работы на рынке и самый высокий уровень доступности (банк, который не на глазах, никогда не придет на ум как лидер) позволяют банку выглядеть в глазах респондентов лучшим из числа банков с участием иностранного капитала (таблица).

Рейтинг банков по г. Пинску

Наименование банка	
Филиал №121 ОАО «АСБ Беларусбанк»	1
ЦБУ 506 ОАО «Приорбанк»	2
Полесское отделение ОАО «Белгазпромбанк»	3
Отделение ОАО «Белнешэ- кономбанк»	4
Отделение ОАО «БПС-Банк»	5
Отделение национального банка	6
ЦБУ №7 ОАО «Паритет- банк»	7
ЦБУ №01/03 ЗАО «Траст- банк»	8
ЦБУ Головного филиала ОАО «Белинвестбанк»	9
ЦБУ №1 Брестского филиа- ла ОАО «Банк Москва- Минск»	10
ЦБУ №2 Брестского филиа- ла ОАО «Белгазпромбанк»	11
Пункт кредитования ЗАО «Белросбанк»	12

Таким образом, сегодня, в условиях мирового финансового кризиса, одной из важнейших задач финансовых рынков является демонстрация стабильности национальных банковских систем, а также повышение доверия к ним со стороны вкладчиков. В ситуации, когда вкладчика так легко поколебать, стабильность не демонстрируемая означает нестабильность. Поэтому получение банком рейтинга показывает его заботу об интересах инвестора, свидетельствует о развитии диалога между ними и как нельзя лучше говорит о надежности банка. Для всех остальных это знак того, что банк открыт и современен.

УДК 631.16 (075/8)

ПОПОВА М.А.

**ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ И ПУТИ
ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НА
ПРИМЕРЕ ООО «АГРОФИРМА «АГРО-ЕЛАНЬ» ЕЛАНСКОГО
РАЙОНА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Научный руководитель – СКИТЕР Н.Н. – кандидат эк. наук, доцент
ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация*

Анализ состояния и использования основных средств имеет ключевое значение в оценке финансово-хозяйственной деятельности организации. Эффективность использования основных средств оказывает влияние одновременно на несколько главных составляющих развития бизнеса: объем производства и продаж, производительность и трудоемкость производства, себестоимость единицы продукции, чистая прибыль, рентабельность деятельности, деловая активность и финансовая устойчивость предприятия.

Обобщающими показателями обеспеченности хозяйства основными производственными фондами являются фондообеспеченность, энергообеспеченность, фондовооруженность и энерговооруженность труда.

Изучение динамики данных показателей и межхозяйственный сравнительный анализ их уровня позволит оценить степень обеспеченности предприятия основными средствами производства. Обеспеченность хозяйства отдельными видами машин, оборудования, зданий, сооружений устанавливается сравнением фактического их наличия с плановой потребностью. Анализируются и относительные показатели: площадь посевов зерновых культур на 1 зерноуборочный комбайн, площадь посева картофеля на 1 картофелеуборочный комбайн, площадь сельскохозяйственных угодий на 1 трактор и т.д. Важное значение имеет анализ движения и технического состояния основных средств. Для этого рассчитывают показатели, представленные в таблице.

Данные о состоянии и движении основных средств ООО «Агрофирма «Агро-Елань» за 2005-2008 гг. свидетельствуют о следующем: количество поступающих основных средств в разы превышает выбывающие основные средства. Рост ОС за год составил в 2005г. – 7404 тыс. руб., в 2006г. – 65328 тыс. руб., в 2007г. – 150065 тыс. руб., в 2008 – 11004 руб.

**Показатели состояния и движения основных средств
ООО «Агрофирма «Агро-Елань» за 2005 – 2008 гг.**

Показатели	2005 г.	2006г.	2007г.	2008г.
Наличие на начало года, тыс.руб.	211009	218413	283741	433806
Поступило за год, тыс. руб.	24882	101109	177552	27502
Выбыло за год, тыс. руб.	17478	36576	27487	16498
Наличие на конец года, тыс. руб.	218413	283741	433806	444810
Износ на конец года, тыс. руб.	31,31	33,43	27,46	26,79
Рост, уменьшение ОС за год, тыс. руб.	7404	65328	150065	11004

Благодаря этому коэффициент износа фактически равен нулю, а коэффициент годности – 100%. За отчетный период наблюдается тенденция роста коэффициентов обновления, прироста, расширения. В результате очевидно, что ООО «Агрофирма «Агро-Елань» обеспечено отдельными видами машин, механизмов, оборудования, помещениями, необходимыми для выполнения плана по выпуску продукции.

Фондоотдача отражает интенсивность производства специализацию предприятия и сочетание различных отраслей, структуру основных средств, экономические условия производства. Снижение фондоотдачи свидетельствует об уменьшении объема произведенной продукции на единицу производственных основных средств Агрофирмы. На протяжении анализируемого периода наблюдается тенденция роста фондоемкости, что свидетельствует о пополнении основных производственных фондов предприятия.

Изучая причины изменения фондоотдачи, нужно учитывать, что первостепенную роль в повышении ее уровня играет степень использования земельного фонда, рост урожайности сельскохозяйственных культур на основе повышения плодородия почвы. Важнейший фактор повышения фондоотдачи – обеспечение оптимальной структуры основных производственных фондов и в первую очередь фондов растениеводства и животноводства.

Эффективность использования основных производственных фондов можно существенно повысить за счет достижения оптимальных пропорций между силовыми и рабочими машинами. При недостатке рабочих машин силовые машины используются неполно, что отражается на уровне фондоотдачи.

Фондоотдача во многом зависит от сложившихся пропорций между основными и материальными оборотными средствами. При оптимальном обеспечении средств труда предметами труда они более интенсивно используются.

Эффективность использования основных средств производства во многом зависит от их технического состояния, степени обновления и износа. Своевременное обновление основных средств путем приобретения, строительства новых, реконструкции и ремонта старых объектов содействует более производительному их использованию. Поэтому при анализе причин изменения фондоотдачи необходимо учитывать влияние этого фактора.

Улучшению использования основных средств способствует рациональная организация труда в земледелии и животноводстве, повышение материальной и моральной заинтересованности работников в повышении фондоотдачи.

Рост эффективности использования основных производственных фондов тесно связан с использованием земельных, трудовых, материальных и финансовых ресурсов. Поэтому важно не просто наращивать производственные мощности, а прежде всего добиваться пропорциональности их состава.

УДК 336.71

ПРИГОДИЧ И.А.

**ПОРЯДОК ГАРАНТИРОВАННОГО ВОЗМЕЩЕНИЯ
ФИЗИЧЕСКИМ ЛИЦАМ БАНКОВСКИХ ВКЛАДОВ В
РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
СИСТЕМ СТРАХОВАНИЯ ДЕПОЗИТОВ**

*Научный руководитель – НОВИК Т.В. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

Обобщение международного опыта показывает, что гарантирование вкладов в развивающихся странах может быть успешным, если соблюдаются следующие условия:

1. наличие развитой и стабильной банковской системы;
2. наличие эффективного контроля и регулирования банков со стороны центрального банка и других органов государства;
3. готовность государства в известной мере участвовать в финансировании механизма гарантирования.

На основании этого можно сформулировать следующие принципы построения систем гарантирования вкладов в развивающихся государствах, применимые и для Беларуси:

1. система должна быть государственной;
2. обязательное участие банков в системе;
3. ограничение страхования вкладов по сумме;
4. система должна иметь крупные денежные средства и гарантию поддержки со стороны государства в случае кризиса;
5. орган, управляющий страховым фондом, должен иметь возможности разрешать ситуации с проблемными банками не только посредством страховых выплат, но и другими, предусмотренными законодательством способами.

В случае, когда банк не в состоянии самостоятельно исполнить в полном объеме свои обязательства перед вкладчиками, возмещение вкладов берет на себя созданное в соответствии с законодательством Агентство по гарантированному возмещению банковских вкладов (депозитов) физических лиц (далее – Агентство), имущественная база которого непрерывно наращивается. Агентство приступает к работе по обеспечению возврата вкладов (депозитов) физических лиц непосредственно со дня его уведомления Национальным банком об отзыве у коммерческого банка лицензии на право привлечения сбережений населения во вклады (депозиты) [4].

В течение трех рабочих дней Агентство обязано опубликовать в официальных республиканских печатных средствах массовой информации сведения о месте и времени приема физических лиц для подачи заявлений о выплате возмещения (компенсации) банковских вкладов (депозитов). Физическое лицо подает в Агентство письменное заявление по установленной им форме. К заявлению должны прилагаться подлинники договора банковского вклада (депозита) и (или) иных документов, подтверждающих право физического лица на получение компенсации [3].

Агентство принимает заявления физических лиц в течение двух лет со дня возникновения у него обязательств по возмещению вкладов. Срок подачи заявления может быть продлен только в исключительных случаях. Взамен принятых документов Агентство обязано выдать физическому лицу документ, подтверждающий принятие заявления и иных документов, в котором также должно указать место и время выплаты компенсации.

Выплата возмещения вклада осуществляется в течение одного месяца со дня подачи заявления. Выплату осуществляет уполномоченный банк, который действует от имени и за счет имущества Агентства. Если банковский вклад был размещен в белорусских рублях, то он будет выплачен тоже в белорусских рублях, а при его размещении в иностранной валюте – по выбору вкладчика в валюте вклада или в белорусских рублях.

Для получения компенсационных выплат физическое лицо должно предъявить банку выданный Агентством документ, а также документ, подтверждающий его личность.

Одновременно с выплатой возмещения физическому лицу возвращаются подлинники договора банковского вклада (депозита) с отметкой Агентства о размере выплаченного возмещения, а также иных поданных документов.

Важным вопросом работы всех без исключения систем гарантирования вкладов является способ их финансового обеспечения. Это связано с тем, что сама организация дела связана с расходами и даже в самых благоприятных, бескризисных условиях работы всегда существует риск банкротства отдельных финансовых учреждений, что требует от гарантийного фонда постоянного поддержания определенного объема ресурсов, достаточного для выполнения своих обязательств. В условиях же кризиса затраты по предотвращению банкротства, поддержанию платежеспособности и на выплату возмещений могут достигать больших размеров [1].

В большинстве стран первичными источниками наполнения гарантийного фонда служат вступительные и ежемесячные взносы банков-участников, а государственные средства чаще всего выступают как резерв. Однако опыт США и ряда других стран показывает, что в кризисной ситуации государство практически всегда выступает как гарант последней инстанции, даже если эта функция не предусмотрена формальными актами [1].

Аккумуляция средств банков для финансирования систем гарантирования обычно производится двумя главными способами: либо путем образования страхового фонда, либо наличием у банков обязанности перечислять гарантийному фонду требуемый объем средств в случае необходимости. Первый способ применяется в США, России, Украине, Армении и во многих других странах, второй – немногими странами Западной Европы (Франция, Нидерланды, Австрия). В Германии используется смешанная система [1].

Вступительные и календарные взносы обычно достаточно умеренны и не представляют слишком обременительной нагрузки для банков. При этом во многих странах предусмотрено поэтапное снижение величины календарных взносов в случае, если средства фонда достигнут определенного уровня [2].

В периоды мировых финансовых потрясений полная гарантия средств населения вполне допустима, потому что она позволяет избежать серьезных последствий, однако в остальное время такая гарантия будет являться избыточной. Одной из возможных оптимальных стратегий развития системы страхования вкладов является система страхования с лимитом ответственности по сумме вклада, зависящим от суммы страхового резерва. Это значит, что по мере роста страховых резервов можно увеличивать предельную сумму подлежащего страхованию вклада, а впоследствии переходить и на двухступенчатую систему страхования: с полным возмещением вкладов до определенной суммы и с частичным – сверх этой суммы. Это позволит обеспечить социальную защиту вкладчиков от рисков; будет содействовать образованию и мобилизации сбережений и сможет способствовать устойчивости белорусской банковской системы, повышая тем самым ее защищенность от финансовых кризисов и внешних шоков.

УДК 336.717.3

ПРИГОДИЧ И.А.

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ БАНКОВ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ ПО
БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Научный руководитель – НОВИК Т.В. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

На 1 января 2008 г. объем вкладов физических лиц на счетах банков Брестской области сложился в размере 1 226,6 млрд. руб. Денежные доходы и сбережения населения за 2007 г. составили 7 022,7 млрд. руб., сбережения – 5,2% доходов.

Однако разразившийся глобальный финансово-экономический кризис нарушил поступательное развитие рынка: в 2008 г. впервые за последние 5 лет рынок испытал существенное замедление темпов роста средств населения. За январь – декабрь 2008 г. привлеченные средства населения увеличились на 27,5% и составили 1 532,6 млрд. руб. В I–III кварталах 2008 г. темпы роста привлеченных средств населения составляли примерно 3% в месяц, в IV квартале они снизились до 0,7–1,3%.

Особенностью 2008 г. стало изменение предпочтений населения относительно валюты сбережений, проявившееся в IV квартале 2008 г. Начиная с октября 2008 г. ситуация на депозитном рынке характеризовалась перетоком средств из национальной валюты в депозиты в иностранной валюте. За октябрь – декабрь 2008 г. наблюдался отток средств в национальной валюте на 131 млрд. руб., или на 11,5%, вклады в иностранной валюте увеличились на 54,4 млн. долл. США, или на 29,3%.

В декабре 2008 г. банки отреагировали на ситуацию и повысили процентные ставки по вкладам как в национальной, так и в иностранной валюте[2]. За январь – апрель 2009 г. общий объем привлеченных средств населения области увеличился на 225,5 млрд. руб., или на 14,7%, и составил 1 758,1 млрд. руб.

Тенденция перетекания вкладов из национальной валюты в иностранную сохранилась. Объем средств в белорусских рублях сократился с начала года на 12,9% и составил 874,1 млрд. руб., остатки вкладов в иностранной валюте увеличились на 30,3% и составили 312,9 млн. долл. США. В апреле 2009 г. темпы роста объема привлеченных средств физических лиц в иностранной валюте замедлились до

0,8%, объем банковских вкладов в национальной валюте вырос на 51,7 млрд. руб., или на 6,3%.

В целях повышения привлекательности хранения сбережений населения в белорусских рублях Национальный банк в текущем году рекомендовал банкам в четыре этапа снизить процентные ставки по вновь привлекаемым срочным депозитам физических лиц в иностранной валюте с установленных в начале года 13–15% годовых до 8% на 01.06.2009. После повышения в январе 2009 г. учетной ставки рефинансирования Национального банка до 14% годовых ставки по вновь привлекаемым депозитам в белорусских рублях установились в основном на уровне 20–22% годовых. В апреле текущего года положительная реальная процентная ставка составила 1,4% [2].

В I квартале 2009 г. общий объем денежных доходов населения Брестской области составил 2 397,7 млрд. руб. и в реальном выражении (с учетом индекса потребительских цен) увеличился по сравнению с I кварталом 2008 г. на 5,3%.

В настоящее время ситуация характеризуется крайне низкой нормой сбережения, присущей населению [1].

Учитывая вышеизложенное, можно выделить два основных фактора, тормозящих активный рост депозитного рынка:

1. отсутствие сложившейся культуры сбережения;
2. небольшое разнообразие инструментов сбережения.

Отчасти негативную роль в снижении нормы сбережений играет и сама банковская система. Длительная доступность потребительского кредитования дала населению возможность наконец-то почувствовать преимущества общества потребления. Темпы прироста розничных кредитов в 2008 г. в два раза обгоняли показатели прироста привлеченных средств населения.

Склонность к потреблению в январе – сентябре 2008 г. привела даже к уходу от присущего белорусскому обществу приобретения иностранной валюты за счет полученных доходов. Чистое предложение иностранной валюты на наличном валютном рынке составило 99,9 млн. долларов США. Высокие девальвационные ожидания в IV квартале 2008 г. и объективные склонности населения хранить деньги в иностранной валюте в кризисный период вновь вернули предпочтение на свои места. Чистый спрос на иностранную валюту в октябре 2008 г. – апреле 2009 г. составил 194,1 млн. долларов США, а чистые поступления на валютные вклады за этот период – 127 млн. долларов США.

В целях повышения финансовой грамотности населения на первый план выходит необходимость улучшения качества работы банков. На

01.05.2009 пятерку лидеров по объемам привлеченных вкладов формируют ОАО “АСБ Беларусбанк”, ОАО “Белагропромбанк”, ОАО “БПС-Банк”, ОАО “Белинвестбанк” и “Приорбанк” ОАО. В сформированной пятерке лидеров – четыре государственных банка, на долю которых приходится 89% всех привлеченных банковской системой области средств.

Важнейшее значение в работе банков с населением имеет созданная сеть каналов продаж своих продуктов. По состоянию на 01.04.2009 банковские услуги в Брестской области оказывают 19 банков, которые представлены 41 филиалом и 568 структурными подразделениями. Рынок вкладов в регионах, как и по банковской системе области в целом, характеризуется достаточно высоким уровнем концентрации. По состоянию на 01.05.2009 на 3 города областного подчинения (Брест, Барановичи и Пинск) приходится 66% всех привлеченных вкладов населения. При этом основным “сберегательным центром” остается Брест, который аккумулировал более 35% депозитов физических лиц [1].

В то же время такое распределение вкладов свидетельствует о неиспользованном в полной мере потенциале многих районов.

По состоянию на 04.06.2009 г. процентные ставки по депозитам в иностранной валюте не превышали 8% годовых только в учреждениях пяти банков области. Треть банков, представленных в области, к снижению ставок подошли дифференцированно: по краткосрочным снизили, по долгосрочным – нет. Отдельные банки реагируют на необходимость снижения ставок с определенным отставанием от рекомендованных сроков. На данном этапе консолидация усилий банковской системы в борьбе с проявлениями кризисных явлений должна быть значительно повышена [1].

Основными факторами успешной работы банков с вкладами являются наличие широкой депозитной линейки, учитывающей потребности любого вкладчика, и высокое качество взаимоотношений с клиентами. Проведенный анализ качества депозитной политики банков на основании данных, размещенных на сайтах банков, указывает на то, что именно этому направлению банки должны уделить больше внимания. Практически у всех анализируемых банков наблюдается достаточно ограниченная линейка вкладов, которая совсем не ориентирована на самые разные потребности клиентов. Многие из банков невнимательно подходят к организации освещения информации о действующей линейке вкладов, зачастую представленные данные сложны для понимания большинства клиентов [1].

ЛИТЕРАТУРА

1. Банковский вестник Республики Беларусь, август 2009.
2. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. Минск, 2008.
Режим доступа: <http://www.nbrb.by>.

УДК 338.45:011.895

ПРОКОПЕНКО Д.П.

**ИННОВАЦИОННОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
ПОСРЕДСТВОМ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ**

*Научный руководитель – ЧАУСОВА С.К. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Инновационный тип развития – качественно новый этап общественного прогресса, характерный не только особенно высокими темпами обновления экономики и других сфер общественной жизни, но и их специфической обусловленностью и направленностью.

Судя по опыту многих стран, рациональная политика внедрения инновационных технологий способна принести значительный экономический эффект, способствовать повышению конкурентоспособности отечественной продукции, диверсификации структуры экспорта, уменьшению зависимости от импорта. Использование инновационных технологий зачастую служит катализатором научно-технического прогресса или экономии затрат на разработки, что имеет для перерабатывающих предприятий немаловажное значение в связи с дефицитом финансовых ресурсов.

В целом техническое обновление перерабатывающих предприятий является реальной основой обеспечения их конкурентоспособности, а также укрепления экономического потенциала отрасли и страны в целом. Внедрение инновационных технологий на предприятии сопровождается, как правило, разработкой и обоснованием бизнес-плана, который выполняет следующие функции:

- позволяет экономически обосновать и реализовать реальное внедрение инноваций в производство;
- учитывает возможности влияния на этапе внедрения инновации, как факторов внутренней среды предприятия, так и факторов внешней среды (политические, экономические и социальные риски);
- является связующим звеном между организатором производства и инвестором;
- позволяет отчетливо оценить перспективы бизнеса, определить эффективные направления развития предприятия и все необходимые действия по достижению поставленных целей;
- служит определенным «стандартом» для практической оценки внедрения инновационных технологий с позиции окупаемости.

Типичным представителем перерабатывающей промышленности Республики Беларусь является ОАО «Оршанский КХП», который вот уже на протяжении многих лет производит и реализует комбикорма. Предприятие работает стабильно, занимает значительное место в объёмах производства среди аналогичных предприятий Витебской области, однако практика внедрения инновационных технологий, позволяющих сократить затраты и увеличить прибыльность предприятия, практически отсутствует. Поэтому авторами предлагается качественно новый подход по внедрению на предприятии бизнес-плана инновационного проекта по производству нового вида высококонкурентных комбикормов для реализации, как на внутреннем рынке, так и экспортных поставок.

Содержание инновационного бизнес-проекта: устанавливается линия по производству комбикорма СК-52 на основе установки «КОМБИНАТ 2515» производительностью 1,8-2,5 тонн/час. Установка предназначена для получения высококачественного комбикорма. Стоимость проекта: 143900 тыс. бел. руб. Вид инвестиций: кредит банка в размере 115120 тыс. руб. сроком на 2 года; собственные средства предприятия в размере – 28780 тыс. рублей. Срок окупаемости проекта: 9 месяцев. Производимый комбикорм будет реализовываться большей своей частью в страны ближнего зарубежья. Ожидаемые результаты реализации проекта: реализация проекта предполагает производство до 3913 тонн комбикорма СК-52 в год. Чистая прибыль достигнет до 90621,6 тыс. рублей в год. Возврат заемных средств обеспечивается в течение двух лет.

Позитивными факторами, способствующими успеху проекта, являются: использование качественного сырья и наличие устойчивых связей с поставщиками; наличие необходимого производственного оборудования под технологическую линию; высококвалифицированный персонал с опытом работы в аналогичном производстве; производство качественной продукции. Чистая приведенная стоимость NPV по бизнес-проекту составила 185034,6 тыс. руб., индекс рентабельности – 2,12, что свидетельствует о высокой степени окупаемости инновационного проекта. Проведенный анализ чувствительности по проекту, учитывающий величину чистой приведенной стоимости в зависимости от изменения ставки дисконтирования, объемов дохода от продаж и издержек на производство и сбыт производимой продукции, свидетельствует о том, что проект выдерживает 2% уменьшение дохода от продаж и 3% увеличение производственных издержек. Ставка дисконтирования может свободно меняться в диапазоне до 48%, и

только при достижении ее значения, равного 49%, проект не окупается.

Таким образом, внедрение современных инновационных технологий посредством бизнес-планирования позволит предприятию не только улучшить свою материально-техническую базу, но и обеспечит выход на новые рынки.

УДК 336.748.12(476)

ПРОХОР Ю.С.

ИНФЛЯЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – СУШКО В.И. – кандидат эк. наук

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Проблема инфляции занимает важное место в экономической науке, так как ее показатели и социально-экономические последствия отрицательно влияют на все стороны жизни общества, а также играют большую роль в экономической безопасности страны и мирового хозяйства.

Один из наиболее наглядных показателей наличия или отсутствия инфляции, ее глубины является показатель индекса цен.

**Индексы цен по отдельным секторам экономики
(декабрь к декабрю предыдущего года; в процентах)**

Годы	Индекс потребительских цен
1995	344
1996	139,3
1997	163,1
1998	281,7
1999	351,2
2000	207,5
2001	146,1
2002	134,8
2003	125,4
2004	114,4
2005	108
2006	106,6
2007	112,1
2008	113,3

Предпосылки роста инфляции в Беларуси к началу 90-х гг. XX в. были заложены в диспропорциональной структуре экономики. Ресурсо- и транспортная структура производственного сектора, ориентированная на дешевые энергетические ресурсы, высокая степень монополизации и милитаризации экономики, преобладание роста тяжелой промышленности над выпуском потребительских товаров, неэффективность сельского хозяйства и неразвитость сферы услуг, технологическая и инфраструктурная негибкость в условиях либерализации цен и открытия экономики в 90-е гг. стали основными инфляционными факторами.

Исследование феномена инфляции в белорусской экономике постсоветского периода в числе основных ее причин структурно-производственного порядка позволяет выделить следующие:

- 1) кризис в сфере производства, носивший характер дефицита;
- 2) монопольный характер белорусской экономики;
- 3) режим малого взаимодействия с мировым рынком;
- 4) “импортируемая”, прежде всего из России, инфляция. Значительную роль в инфляционных процессах в республике играет именно раскручивание спирали “цены на сырье (особенно на энергоресурсы) – общий уровень цен”.

С начала кардинальных экономических преобразований и перехода инфляции из скрытой формы в открытую в ее развитии отчетливо прослеживаются несколько периодов, имеющих качественные характеристики:

- 1991-1994 гг. – снижение всех макроэкономических показателей;
- 1995-1996 гг. – период высокой инфляции, но уже с наметившейся тенденцией снижения ее темпов;
- 1997-1999 гг. – новый виток раскручивания инфляции и ее всплеск в 1999 г.;
- 2000-2005 гг. – период снижения темпов инфляции и их относительная стабилизация с замедлением темпов социально-экономического развития страны в начале периода. В первой половине 2003 г. инфляция в Беларуси по-прежнему превышала установленный правительством на весь год уровень 18-24%.

С начала реформ и до середины 1993г. основным видом повышения цен в республике была инфляция спроса, факторами которой выступали ценовые диспропорции отражающие деформированность структуры экономики. В экономике республики возник кризис неплатежей. Другим важным фактором возникновения инфляции были огромные бесконтрольные государственные затраты. Резкому разрыву денежной и товарной массы способствовал также эффект ожидания инфляции.

Со второй половины 1993 г. преобладающей формой инфляции в республике становится инфляция издержек. Причинами ее явились повышение цен на российское сырье и энергию до мирового уровня, значительный рост издержек производства, доходов населения и т.д. В 1997-1999 гг. доминирующим видом выступала инфляция спроса, о чем свидетельствует превышающий рост индекса потребительских цен над индексом цен производителей промышленной продукции.

С 2000 г. инфляции спроса и издержек тесно переплетаются, но структура ее стала преимущественно определяться “инфляцией издержек”, что обусловлено ростом производственных затрат. Высокий рост потребительских цен в 1992 г. озаменовал в республике начало борьбы с инфляцией. Снижение и сдерживание темпов роста цен стало

главной задачей макроэкономической политики последующих лет. Инфляция в Беларуси в 1991-1995 гг. была порождена в основном кредитно-денежной политикой ее государственно-финансовых органов. Дальнейшее сокращение кредитной эмиссии привело к адекватному снижению в республике инфляции.

Начало стабилизации экономического положения страны и роста по важнейшим макроэкономическим параметрам было положено в 1996-2000 гг. С 2000 г. в Беларуси стала проводиться достаточно жесткая денежно-кредитная политика, обеспечившая снижение темпов инфляции и создание условий для оздоровления финансовой сферы. Обеспечение положительного уровня реальных процентных ставок и стабилизация рыночного курса белорусского рубля способствовало достижению сбалансированности спроса и предложения на денежном рынке, а также росту склонности к сбережениям в национальной валюте. Опережающая по сравнению с инфляцией девальвация официального курса белорусского рубля по отношению к доллару США привела к сокращению разрыва, а в сентябре 2000 г. - к единому курсу белорусского рубля на валютном рынке. В базисном пятилетии произошли значительные сдвиги в структуре экономики. Удельный вес добавленной стоимости промышленности в ВВП снизился с 27,6 % в 1995 г. до 25,5 % в 2003 г. Несколько повысился удельный вес строительства (с 5,4 до 6%) в основном за счет активизации жилищного строительства. Наметилась тенденция к увеличению в структуре ВВП доли отраслей, оказывающих услуги (с 41,1 до 44,7 %).

В январе 2009 года индекс потребительских цен в Беларуси составил 104,1% по отношению к декабрю 2008 года.

Годовой уровень инфляции в Беларуси к 2015 году планируется сократить до 3%. Предполагается, что уже к 2010 году данный показатель будет составлять не более 5%. Также планируется повышение ее доли в ВВП с 41,7% в 2005 году до 46-48% в 2010-м и до 51-52% – в 2015 году.

Так темпы инфляции постепенно замедляются. Однако все еще существуют проблемы структурных диспропорций в Беларуси, сложного финансового положения; большого количества убыточных предприятий с низкой рентабельностью и недостаточной конкурентоспособностью, с высокой материало- к энергоёмкостью выпускаемой продукции, рост цен. Ключевым фактором в создании предпосылок для устойчивого экономического роста и повышения благосостояния населения является стабилизация инфляционных процессов.

УДК 330.101.54(476)

ПУГАЧЁВА Т.В.

НЕОБХОДИМОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Научный руководитель – СУШКО В.И. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь

Современная экономика чрезвычайно сложна, она призвана формировать условия для самых разнообразных видов жизнедеятельности людей. В зависимости от того, как организована экономика, на каких принципах эта организация строится, можно определить, какие задачи она в состоянии решить, какие интересы общества, различных социальных групп она может удовлетворить.

В существующих условиях у Беларуси нет выхода, кроме создания такой экономической системы, фундаментом которой будет система государственного регулирования экономики страны, совмещенной с рыночными механизмами хозяйствования. Именно такое органическое сочетание двух основополагающих принципов построения экономических систем и позволит обеспечить условия возрождения экономического потенциала страны и создания действительно сильного государства. В обеспечении нормального функционирования любой современной экономической системы важная роль принадлежит государству. Государство на протяжении всей истории своего существования наряду с задачами поддержания порядка, законности, организации национальной обороны, выполняло определенные функции в сфере экономики. Государственное регулирование экономики - форма управления экономикой, представляющая собой влияние, воздействие государственных органов на экономические процессы. Уже давно споры идут не о необходимости государственного регулирования, а о его масштабах, формах и интенсивности. Объективная возможность государственного регулирования экономики появляется с достижением определенного уровня экономического развития, концентрации производства и капитала. Необходимость, превращающая эту возможность в действительность, заключается в нарастании проблем, трудностей, с которыми и призвано справиться государственное регулирование экономики.

На современном этапе в РБ государственное регулирование имеет существенное значение. Большинство важных вопросов в сфере экономики решаются с помощью инструментов государства. В стране

создана многоуровневая система разработки и реализации денежно-кредитной и финансовой политики. Финансовая политика государства в РБ имеет свои особенности. В структуре финансовой политики выделяют два взаимосвязанных направления деятельности государства: в области фискальной и бюджетной политики. Отличительные черты фискальной политики в РБ: 1) большой удельный вес дотаций в расходах государственного бюджета; 2) на протяжении последних десяти лет дефицит бюджета на низком уровне (2-4% от ВВП); 3) необременительные выплаты по внешнему долгу. Особенности функционирования налоговой системы в РБ: 1) очень мала доля прямых налогов; 2) почти половина налоговых платежей имеют строго целевое назначение; 3) реальная налоговая нагрузка слишком высока; 4) высокий уровень налогообложения. На современном этапе в республике происходит ситуация массового уклонения от уплаты налогов при слишком высоких налоговых ставках. В данной ситуации резонно понизить налоги. Это уменьшит стимулы к неуплате, сделает частное предпринимательство более прибыльным, приведет к большим доходам государства и снизит уровень криминализации бизнеса. Налоги являются основными доходными источниками консолидированного бюджета (так, за январь-август 2009 года в республиканский бюджет поступило: налоговых доходов на сумму Br16,2 трлн.(57,4%), неналоговых доходов - Br2,3 трлн.(73,7 %), взносы на государственное социальное страхование - Br10,3 трлн. (67,3%)). Повышение роли налогов в нашей стране, превращение их в основной способ изъятия части доходов физических и юридических лиц, в государственный и местные бюджеты - свидетельство роста финансовой культуры общества. При достижении определенного уровня грамотности населения налоги будут восприниматься ими с пониманием, как форма участия своими средствами в решении общегосударственных задач, прежде всего - социальных. Естественно, если ставки налогов будут отражать баланс интересов граждан, предпринимателей, предприятий и государства.

Чрезмерная централизация финансовых ресурсов в государственном бюджете Республики Беларусь является одной из основных проблем бюджетного регулирования, которая обуславливает хронический недостаток финансовых ресурсов у предприятий и населения. Эта стратегия сдерживает экономический рост и не способствует привлечению инвестиций в экономику. Анализируя бюджет за 6 месяцев 2009г. можно заметить, что он исполнен с дефицитом Br895,2 млрд., или 1,5% к ВВП (за аналогичный период 2008г. бюджет был исполнен с профицитом Br3064,0 млрд. руб., или 5,5% к ВВП). По отношению к ВВП доходы консолидированного бюджета составили

46,5% (против 53,8% в прошлом году), расходы - 48% (против 48,3%). Так, доходы консолидированного бюджета за шесть месяцев 2009 года составили Br28166,0 млрд. (против Br30083,4 млрд. за аналогичный период прошлого года), расходы - Br29061,2 млрд. (против Br27019,4 млрд.). На 1 октября 2009г. внешний государственный долг Беларуси составил 6 млрд. 191,2 млн. долларов США при утвержденном годовом лимите 8 млрд. долларов. Очевидно, что экономика республики находится сегодня не в самом благоприятном положении и потому требует активного, целенаправленного и деятельного государственного вмешательства. В этот период государство не может уйти из экономики. Потребность в его деятельности как гарантии стабильности и благополучия в настоящем и будущем возрастает.

В арсенале государства имеется широкий набор средств и методов регулирования экономики, до воздействия на денежный рынок с помощью политики учетной ставки. Однозначно определить, где находится грань между цивилизованным регулированием экономики и грубым вмешательством в рыночные механизмы на сегодняшний день очень трудно. Недаром на этот счет существует множество мнений. Но со всей уверенностью можно лишь сделать вывод о том, что государственное регулирование экономики необходимо и обсуждать стоит лишь степень государственного вмешательства и его методы. Пожалуй, наиболее правильным принципом здесь будет следующий - конкуренция должна обеспечиваться везде, где возможно, регулирующее воздействие государства – везде, где необходимо. Для сегодняшней Беларуси, в период перехода к рынку и нестабильности в экономике, особенно важно государственное регулирование. После десятилетий тотального диктата государства в экономике, высказываются мнения о полном отказе от государственного вмешательства в экономику. Истина, как всегда, где-то посередине. Именно поэтому для Республики Беларусь важен мировой опыт государственного регулирования экономики, который и нужно изучать.

УДК 368

ПУЛЬВЕР Н.В.

СТРАХОВАНИЕ ЯДЕРНЫХ РИСКОВ В ЭНЕРГЕТИКЕ

Научный руководитель – ИВАЩЕНКО А.Н. – ст. преподаватель

УО «Полоцкий государственный университет»,

Новополоцк, Республика Беларусь

Деятельность в области использования атомной энергии влечет за собой огромные риски, связанные с возможностью возникновения радиационной аварии. Ядерными рисками может быть нанесен катастрофический ущерб, вызванный необходимостью урегулировать десятки и сотни тысяч исков. Опыт такой работы есть только у страхового рынка.

Таким образом, страхование ядерных рисков – это вид страхования, предусматривающий возмещение материального ущерба или вреда от радиационного воздействия, вызванного внезапными и непредвиденными обстоятельствами при добыче, производстве, хранении, применении и транспортировке ядерного топлива и радиоактивных веществ [1].

Разумеется, возможные огромные размеры ущерба будут не под силу даже самой крупной страховой компании. Поэтому страхование ядерных рисков общепризнанно осуществляется в национальных ядерных страховых пулах.

Страховой ядерный пул – это специальное объединение страховщиков, способное удовлетворить потребности страхователей в защите от атомных рисков. Обычно в качестве страхователей выступают производители и потребители ядерного топлива и радиоактивных изотопов в промышленности, медицине, науке [1].

В международной практике организации работы ядерных пулов есть два принципиальных подхода. Первый заключается в создании компаниями, образующими ядерный пул, своего рода товарищества. В его рамках они выделяют одну компанию-лидера, которой поручается ведение дел пула, в том числе подписание договоров, получение и распределение страховой премии. Директор этой страховой компании является председателем пула, а в штатной структуре организуется специальный департамент, занимающийся только вопросами пула. Общие вопросы решаются собранием членов пула. При втором варианте в пуле не выделяется компания-лидер. Выбирается страховая компания, уполномоченная на подписание договора от имени участников пула, но без прав андеррайтера, т.е. она не обсуждает условия договора. Для

ведения дел пула, в том числе подготовки договора для подписания, создается дирекция. В состав дирекции обычно входят 4-5 человек [2].

Первый ядерный страховой пул был организован в Англии в августе 1956 года. На сегодняшний день в мире существует 30 ядерных пулов. Среди них ядерные пулы России, Украины, Великобритании, Франции, Испании, Японии, Китая и ряда других стран. Особенности национальных страховых рынков наложили отпечаток на формирование ядерного страхового пула внутри каждой страны, но в то же время удалось сформировать и ряд общих принципиальных подходов, которых придерживаются как действующие, так и вновь создаваемые национальные ядерные страховые рынки. К ним относятся:

- Превалирование проблем безопасности в стратегии энергетической политики стран;
- Возрастание роли функционирования международной системы по возмещению ядерного ущерба;
- Повышение надежности деятельности национальных пулов[3].

В связи с тем, что в Республике Беларусь принято решение о строительстве атомной электростанции, 5 марта 2009 года был создан белорусский страховой ядерный пул. Страхование рисков, связанных с проектированием, строительством и эксплуатацией атомной электростанции взяли на себя компании, принадлежащие государству или имеющие государственную долю в уставном капитале: БРУСП «Белгосстрах» (выступает в роли ведущего страховщика), СООО «Белкоопстрах», ЗАО «Белнефтестрах», БРУПЭИС «Белэксимгарант», ЗАО «Промтрансинвест», ЗАО «ТАСК». Перестрахование будет осуществлять РУП «Белорусская национальная перестраховочная организация». Предположительно емкость страхового ядерного пула будет составлять 30 млн. долларов в год [3].

Кроме того, при создании пула был принят во внимание тот факт, что Республика Беларусь находится в окружении государств, которые имеют действующие атомные электростанции (Россия, Украина, Литва). И хотя за последние 15 лет не происходило каких-либо значимых негативных событий, связанных с эксплуатацией этих станций, потенциальная угроза все же существует. Особенность мировой пуллинговой системы состоит в том, что перестраховать риски можно только в странах, где работают атомные электростанции или имеются национальные ядерные страховые пулы. Для Республики Беларусь организация пула и участие в международной пуллинговой системе означает, что у страны появится возможность предъявить иск и получить денежную компенсацию, если инцидент на атомных объектах других

государств нанесет ущерб экономике и населению Республики Беларусь.

Помимо этого, создание ядерного пула позволит белорусским страховщикам выйти в мировую пуллингую систему, установить контакты с ведущими страховыми компаниями мира. Это поможет Республике Беларусь, как государству, которое собирается развивать атомную энергетику, достойно выполнять свои международные обязательства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Страхование атомных рисков [Электронный ресурс] / Глоссарий. Режим доступа: www.glossary.ru/. Дата доступа: 10.10.2009.
2. Ш а б л и н с к а я, С. Страхование ядерных рисков / С. Щаблинская [Электронный ресурс] // Энергетика. 01.09.2008. Режим доступа: www.energetika.by/arch/. Дата доступа: 10.10.2009.
3. М и х а й л о в с к а я, С. Дополнительные гарантии / С. Михайловская // Беларуская Думка. 2009. № 1. С. 84-87.

УДК 339.9 (476)

РЕЗНИКОВА Е.В.

ОСНОВНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Научный руководитель – РЕДЬКО В.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Одним из приоритетов государственной политики Республики Беларусь является развитие экспорта. Однако в последние годы резко изменилась внешняя среда функционирования мирового бизнеса. Например, в России стали возрождаться существующие и развиваться новые производства, которые составляют конкуренцию белорусским товаропроизводителям. В результате белорусским предприятиям приходится увеличивать физические объемы экспорта для получения постоянного объема валютной выручки.

Основными направлениями внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь в перспективе должны стать расширение экспорта, рационализация объема и структуры импорта, углубление взаимодействия с мировым рынком, осуществление эффективной внешней торговой политики, взаимоувязанной с макроэкономической и промышленной политикой, обеспечивающие динамичное развитие внешнеэкономического комплекса страны и защиту интересов национального рынка от неблагоприятного воздействия мировой конъюнктуры.

Для этого потребуются:

- усиление конкурентных позиций на мировых рынках традиционных белорусских производителей-экспортеров за счет снижения затрат на производство экспортной продукции, внедрения новых технологий, обеспечивающих соответствие этой продукции требованиям международных стандартов качества;
- активизация импортозамещения;
- создание новых экспортоориентированных производств на основе собственных научно-технических разработок;
- повышение доли инновационной, наукоемкой продукции в общем объеме экспорта;
- активное применение новых форм торговли (создание белорусских торговых компаний за рубежом, финансово-промышленных групп с иностранными партнерами, экспорт технологий, открытие сборочных производств с одновременным формированием сетей сервисных центров, представительств предприятий в странах ближнего и дальнего зарубежья);

- привлечение иностранных финансовых ресурсов, включая прямые иностранные инвестиции;
- оптимизация и сбалансированность торговых и платежных отношений во внешней торговле;
- закрепление международной специализации белорусской экономики на основе традиционных экспортных позиций (грузовые автомобили, тракторы, продукция нефтехимического комплекса и льноводства), а также внедрение в новые рыночные ниши отечественной продукции, созданной с использованием высоких технологий;
- совершенствование механизма управления и регулирования внешнеэкономической деятельности;
- формирование таможенной политики страны с учетом ее международных обязательств и в рамках соглашений с Российской Федерацией.

Объем внешней торговли товарами Республики Беларусь в 2007 году составил: экспорт товаров 24275 миллионов долларов США, что на 4541 миллион долларов США выше чем 2006 году, а импорт товаров 28693 миллионов долларов США, что на 6342 миллион долларов США выше чем в 2006 году. Торговой структуре экспорта Республики Беларусь продукция АПК в последние годы занимает около 3 % и имеет устойчивую тенденцию к росту. В частности, в 2008 году 32570,8млн. долларов, в том числе мясопродукции на сумму 1516,2 млн. долларов, было экспортировано.

Аграрно–промышленный комплекс Республики Беларусь имеет экспортную направленность. В частности ОАО «Могилевский мясокомбинат» является одним из крупнейших предприятий страны, которое в новых экономических условиях сохранило высокое качество продукции и продолжает наращивать темпы производства. Основная продукция ОАО «Могилевский мясокомбинат» – это колбасные изделия, копчености и полуфабрикаты, предназначенные для реализации в торговой сети как внутри страны, так и зарубежом. Преобладающая часть продукции реализуется предприятием на территории республики. Из всего объема колбасных изделий, реализованных за 2008 год, в г. Могилеве и Могилевской области продано 70,4%, в г. Минске – 6,7%, в других областях республики – 4,6%. В 2 раза увеличился объем реализации колбасных изделий в Российской Федерации, составив 4,6% общего объема продаж колбасных изделий.

Общий объем реализации продукции за 2008 год составил 197,811 млрд. руб., из них на внутреннем рынке реализовано продукции на сумму 163,864 млрд. рублей (82,8%), на внешнем рынке реализовано 17,2%, в том числе в страны дальнего зарубежья – 0,1%.

Следует также отметить постоянный рост экспорта продукции: в 2006 году – 120,6%, в 2007 году – 119,7%, в 2008 году – 141,1%. Получено 15908 тыс. долларов США. В 2009 году планируется дальнейшее наращивание экспорта на 30%. Валютные поступления от реализации продукции за пределы страны составят 20680 тыс. долларов.

Импорт продукции в 2008 году составил 10605 тыс. долларов, что к уровню прошлого года составляет 209%. Из-за пределов республики ввозится недостающее сырье (свинина, тримминг свиной, шпик свиной) – 9423 тыс. долларов или 88,8% и технологическое оборудование (1181 тыс. долл.).

В 2008 году на комбинате сложилось положительное сальдо внешней торговли, которое достигло 5,3 млн. долларов. На 2009 год планируется его увеличение до 8,4 млн. долларов.

УДК 637.5 (476.4)

РЕЗНИКОВА Е.В.

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОАО
«МОГИЛЕВСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»**

*Научный руководитель – РЕДЬКО В.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

ОАО «Могилевский мясокомбинат» - одно из крупнейших предприятий мясной промышленности Белоруссии.

Целью деятельности предприятия является выпуск конкурентно-способной продукции, безопасной, надежной по цене, с наилучшими потребительскими свойствами, удовлетворяющей требованиям потребителя и гарантирующей устойчивую прибыль.

Преобладающая часть продукции реализуется предприятием на территории республики. Конкурентами ОАО «Могилевский мясокомбинат» в первую очередь являются другие мясокомбинаты области и республики в целом. На местном рынке - это, прежде всего, предприятия области - ОАО Бобруйский мясокомбинат, СЗАО «Белатмит» (г. Быхов). На рынке г. Минска конкурентами выступают ОАО Минский мясокомбинат и другие предприятия отрасли.

Из всего объема колбасных изделий, реализованных за 2008 год в г. Могилеве и Могилевской области продано 70,4%, в г. Минске - 6,7%, в других областях республики - 4,6%. Расширился рынок сбыта в Минском, Витебском, Гомельском регионах. Положительной является тенденция увеличения почти в 2 раза объемов реализации колбасных изделий в Российской Федерации, что составило 4,6% общего объема продаж колбасных изделий.

Денежная выручка от реализации продукции за 2008 год составила 197,8 млрд. руб., из них на внутреннем рынке реализовано продукции на сумму 163,8 млрд. рублей (82,8%). Валютная выручка от реализации продукции на внешнем рынке составила 17,2%, в том числе в страны дальнего зарубежья - 0,1%.

Вместе с тем анализ деятельности предприятия показал, что ОАО «Могилевский мясокомбинат» сталкивается с рядом проблем, основными из которых являются:

• Мясо говядины является экспортоориентированным товаром. Однако, в результате повышения закупочных цен на говядину - на 35% себестоимость мяса говядины в 2008 году значительно увеличилась. Более дешевые предложения мяса украинских, прибалтийских и даже бразильских производителей (100 руб/кг и ниже) сделали белорусское мясо неконкурентоспособным по цене, которое комбинат мог предло-

жить по минимальной цене 113 руб/кг. Поэтому комбинат вынужден был приостановить отгрузку мяса говядины на экспорт, в результате чего остатки возросли до 1600 тонн. И только в конце 2008 года в соответствии с Постановлением № 1834 были возобновлены поставки говядины в Россию.

•Наряду с избытком говядины одной из важных проблем всегда являлся недостаток мяса свинины для ритмичной и непрерывной работы колбасно-кулинарного цеха. Местная сырьевая зона (сельскохозяйственные организации) при ежемесячной потребности комбината в свинине в размере 1000 тонн может обеспечить сырьем лишь наполовину (500-550 тонн). Недостающее количество закупалось за рубежом. Однако в связи с резким повышением курсов иностранной валюты с 1 января 2009 года приобретение импортного сырья стало убыточным. А недостаток свинины обусловит снижение объемов производства и реализации продукции, невыполнение заявок торговых организаций.

•Высокая себестоимость колбасных изделий и полуфабрикатов, связанная с повышением закупочных цен на скот, повлекла за собой и повышение оптовых цен на продукцию для обеспечения безубыточной работы. Рост цен на товары и услуги при одновременном снижении реальной заработной платы неизбежно приводит к снижению покупательской способности и платежеспособности населения, переориентируя его с высококачественных деликатесных товаров на более дешевую, социально значимую продукцию. В результате чего значительно снизился спрос на колбасные изделия, резко упал объем реализации продукции.

•В 2009 году наряду с падением объемов реализации продукции могилевского мясокомбината на региональном рынке мясopодукии Могилевской области резко возросла деловая активность конкурентов из других регионов страны, которые уже занимают 30 – 35 % областного рынка.

•Еще одной из наиболее важных проблем является то, что ОАО «Могилевский мясокомбинат» экспортирует свою продукцию только в Россию. Россия, защищая отечественных товаропроизводителей, с каждым годом ужесточает стандарты качества на ввозимую продукцию. Не получив сертификаты качества на свою продукцию ОАО «Могилевский мясокомбинат» вынужден будет реализовывать ее внутри страны в результате чего понесет большие убытки. Отделу маркетинга следует более серьезно отнестись к этой проблеме и диверсифицировать направления экспортных поставок.

УДК 338

РОГОВСКАЯ Е.А.

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЙ АПК**

Научный руководитель – КОСТЮКЕВИЧ Е.А.

УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

Особое внимание в программе «развития и возрождения села» уделено обновлению материально-технической базы. За время ее действия селу поставлено 13,5 тысяч тракторов, 8,3 тысяч зерноуборочных и 1,2 тысяч кормоуборочных комбайнов, 6,5 тысяч грузовых автомобилей, 3 тысячи комбинированных посевных агрегатов, значительное количество другой техники и зерносушильных комплексов.

На сегодняшний день агропромышленное производство по всей технологической цепочке обеспечивается главным образом на основе отечественных разработок. Более чем на 70% система машин представлена техникой белорусского производства. Сортами белорусской селекции засеваются около 80% площадей зерновых. Наши ученые создали и осваивают на практике селекционный задел по рапсу, льну, люпину [4].

Обеспечение агропромышленного комплекса страны новыми, высокопроизводительными и надежными уборочными комбайнами – важная, общегосударственная проблема. Актуальность этой темы подчеркивает и нынешняя уборочная кампания: высокая урожайность зерновых предъявляет особые требования к уборочной технике. Сейчас почти в каждом четвертом хозяйстве большая часть хлебных полей, возделанных по интенсивной технологии, дает урожай, превышающий полусотенный рубеж. А в некоторых хозяйствах собирают и по 100 центнеров с гектара. Такой урожай надо собирать не «Нивами», а новыми, современными комбайнами. Задача состоит в том, чтобы в максимально сжатые сроки полностью обновить парк сельхозмашин страны, выйти на европейский уровень организации уборочных работ. То есть, убирать хлеба за 10-12 дней, максимально – за две недели, а не за месяц, сокращая тем самым потери зерна от осыпания.

В Беларуси в короткие сроки созданы новые, отечественные модели зерноуборочной техники. Сегодня на полях республики работают более трех с половиной тысяч комбайнов, выпущенных за последние годы «Гомсельмашем» и «Лидагпроммашем». Президент Республики Беларусь подчеркнул, что ежегодно отечественным сельхозпредприятиям должны поставляться 1 500 отечественных комбайнов. Та-

ким образом, за пять лет мы полностью решим проблему с уборочной техникой.

Поставка сырья и материалов играет также не маловажную роль в обеспечении качества конечного продукта. В I квартале 2009 года к уровню соответствующего периода 2008 года снижение уровня материалоемкости продукции в сопоставимых ценах в целом по промышленности составило 0,5 процента при прогнозе на год – 1,5 процента [3].

В 2009 году по сравнению с предыдущим нагрузка на уборочную технику несколько возросла (в среднем с 195 га до 202 га на один комбайн). И природные условия страны усложнились, что потребовало дополнительного переоборудования комбайнов и особого мастерства комбайнеров. Механизаторы Республики Беларусь достойно справились со своими нелегкими задачами, о чем свидетельствуют рекордные намолоты.

Так, 2522 экипажа намолотили более чем по 1 тыс. т зерна на комбайн, 172 из них - более 2 тыс.т. Свыше 3 тыс. намолотили 16 экипажей. При этом абсолютный рекорд года установили агрокомбинат "Холмеч" Речицкого района - 4765 т. Это намолот крупного хозяйства республики. Следом за ним "Жодишки" Сморгонского комбината хлебопродуктов - почти 4 тыс. т.

Реализация мероприятий по техническому переоснащению сельскохозяйственного производства позволит обеспечить рост производительности труда не менее чем в 1,4 раза, снизить удельный расход материальных и энергетических ресурсов в 1,1-1,15 раза, существенно повысить комфортность работы механизаторов.

По решению Президента на 37,24 млрд. рублей увеличены инвестиции в материально-техническую базу сельского хозяйства. Эти средства пойдут на закупку техники и оборудования для 60 передовых хозяйств, являющихся основой отечественного АПК. Будет приобретено современное доильное оборудование для хозяйств с продуктивностью коров 4000-4500 кг молока в год. Затраты на приобретение машин, оборудования, транспортных средств в январе-марте 2009 г. составили 121,6% к уровню января-марта 2008 г. Удельный вес этих затрат в общем объеме инвестиций составил 42,5% (в I квартале 2007 г. – 44,3%) [2].

В Беларуси будет построен завод по производству и хранению семян кукурузы, на что планируется израсходовать 3,3 млрд. рублей. Его создание позволит сэкономить значительные средства, которые ежегодно тратятся на импорт этих семян, а также исключить зависимость от конъюнктуры внешних рынков. Кроме того, продукция завода сможет стать еще одной статьей белорусского экспорта в зарубежные страны.

"Гомсельмашу" и "Лидаагропроммашу" предстоит выпуск новейших моделей уборочных комбайнов, "Минскому тракторному заводу" – серийный выпуск высокоэнергонасыщенных тракторов. Все это создаст основу технического переоснащения агропромышленного комплекса и будет способствовать укреплению и совершенствованию материально-технической базы.

Экономия и рациональное использование материальных ресурсов является немаловажным фактором обеспечивающим эффективное развитие отдельного предприятия, так и государство в целом. Повышение эффективности использования материальных ресурсов способствует экономии финансовых ресурсов в промышленности. Следовательно, рациональное материалопотребление способствует эффективному использованию трудовых ресурсов и производственных фондов на предприятиях АПК.

Создание техники для механизации сельского хозяйства тесно, связана с проблемой формирования системы машин для перерабатывающих отраслей. Отсутствие такой системы ведет к тому, что создаются далекие друг от друга по своим свойствам и назначению технологии, не всегда учитывается специфика отдельных производств. Поэтому в основу должен быть положен принцип следования по цепочке от производителя сырья, ее хранения, подготовки, транспортирования, обработки по различным технологиям до передачи по реализации потребителю через хранение, систему массового питания и розничной торговли.

И в целях создания базы для совершенствования технологий производства сельскохозяйственной продукции, необходимо выполнения в научно-обоснованные сроки выполнить комплекс работ в земледелии и животноводстве, оптимизировать структуру машинно-тракторного парка и обеспечить к 2010 году потребность сельскохозяйственных организаций в основных видах технических средств.

ЛИТЕРАТУРА

1. М о з о л ь, А.В. Потенциал производственных ресурсов сельскохозяйственных предприятий и эффективность его использования / А.В. Мозоль // Аграрная экономика. – 2004. №11. С. 3-5.
2. Сайт Президента Республики Беларусь: <http://www.President.gov.by>
3. Сайт Министерства экономики Республики Беларусь: <http://www.economy.gov.by>
4. Указ Президента Республики Беларусь 25 марта 2005 г. № 150 о Государственной программе возрождения и развития села на 2005- 2010 годы.

УДК 338

РОЖКЕВИЧ С.М.

ОРГАНИЗАЦИЯ КОНСЕРВИРОВАНИЯ ПЛОДОВ И ОВОЩЕЙ НА ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Научный руководитель – ДАНИЛОВА М.А. – магистр эк. наук

УО «Барановичский государственный университет»,

Барановичи, Республика Беларусь

Переработка овощей, плодов и ягод по отработанным технологиям в нашей стране дополняется широким применением сырья, неиспользуемого в промышленных масштабах.

Предприятия консервной отрасли концерна «Белгоспищепром» за январь-март текущего года произвели 8,7 млн. условных банок плодово-овощных консервов, что на 40,9% больше, чем за аналогичный период прошлого года. При этом выпуск консервов детского питания увеличился на 42,2% до 4,2 млн. условных банок. В современной таре и упаковке произведено 8,3 млн. условных банок - более 95% всей продукции, а также 96% консервов детского питания. В целом за январь-март организации Беларуси (в том числе консервные заводы Белкоопсоюза, предприятия, относящиеся к коммунальной форме собственности) произвели 70,8 млн. условных банок плодовоовощных консервов, что на 12,6% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

В современных видах тары выпущено 49 млн. условных банок (на 30,7% больше). В стеклотару с резьбовым способом укупорки и "тетра-пак" расфасовано 69,2%. Базовые организации произвели 14,5 муб, в современных видах тары - 10 муб, или 68,7% всей выпущенной продукции. Темп роста к соответствующему периоду прошлого года составил 64,7% и 63,2% соответственно. За первый квартал 2009 года произведено 51 млн. условных банок консервов импортозамещающего ассортимента. Темп роста к периоду соответствующему прошлого года составил 107,4%. Обеспечен рост объемов производства по всем позициям импортозамещающего ассортимента, за исключением соковой продукции (98%). Объем импортозамещающей продукции занимает 84,8%, в том числе соки - 72,3%. Организации отрасли заготовили 13,6 тыс. т березового сока. Его заготовка продолжается еще в Витебской и Минской областях.

Объем производства плодовоовощных консервов для детей в Беларуси в январе-июле 2009 г. составил 10,149 млн. условных банок (муб), что на 10% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года, сообщили в Национальном статистическом комитете (Белстате).

Производство сухих обогащенных каш по сравнению с январем-июлем 2008 г. возросло на 17,8% - до 218 тонн. Как сообщили в Белстате, выпуск молока стерилизованного для детей грудного возраста за январь-июль 2009 г. по сравнению с январем-июлем 2008 г. увеличился на 25,4% - до 5,217 тыс. тонн, кефира - на 16,4%, до 716 тонн, творога - на 31,6%, до 458 тонн.

Исходя из потребностей населения республики в рассматриваемой продукции, возможного ее экспорта, прогнозируемых объемов сырья и наличия производственных мощностей, в 2010 году, согласно Государственной программе возрождения и развития села на 2005-2010 года, намечается произвести 800 тысяч тонн плодово-ягодной и 1850 тысяч тонн овощебахчевой продукции.

Важными условиями повышения эффективности плодовоощной перерабатывающей промышленности является: установление прочных интегрированных связей с сельским хозяйством, приобретение нового высокотехнологичного оборудования, внедрение прогрессивных технологий, повышение качества выпускаемой продукции, увеличение эффективности переработки сырья, обновление ассортимента выпускаемой продукции, совершенствование форм и методов управления качеством, мероприятия по снижению затрат, обеспечить экономное использование сырья и материалов на всех стадиях.

УДК 336.747.6

САВЕЛЬЕВ С.А.

**АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЯ КОТИРОВОК ВАЛЮТ НА ВАЛЮТНОМ
РЫНКЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДАННЫХ
МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАТИСТИКИ**

Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – ассистент

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Фундаментальный анализ рынка Forex представляет собой анализ экономического и политического состояния стран, валюты которых торгуются на рынке. Задачей фундаментального анализа является оценка возможного влияния тех или иных событий на движение валютных курсов. Следует отметить, что фундаментальный анализ рынка Forex представляет собой интерпретацию основных экономических показателей, как макро-, так и микроэкономических. Поскольку товаром на рынке Forex выступает валюта, то «качество» этого товара определяется состоянием экономики страны-хозяйки. От изменений в экономике в лучшую или худшую сторону зависит и курс национальной валюты по отношению к иностранным валютам.

Фундаментальные факторы появляются в новостях, публикуемых информационными агентствами и органами государственной статистики. Органы государственной статистики публикуют данные о состоянии экономики страны, а о дате и времени такого объявления сообщают заранее. Такие новости являются ожидаемыми, и рынок, как правило, готовится к ним заблаговременно. К ожидаемым новостям относятся также выступления политических и экономических лидеров, например, на регулярных встречах председателей центральных банков G7 или же международном экономическом форуме в Давосе. Неожиданные новости обычно оказывают гораздо более сильное воздействие на рынок, нежели ожидаемые. Объясняется это тем, что к ожидаемым событиям инвесторы и спекулянты подготавливаются, закладывая в цены ожидания и собственное видение рынка. К неожиданным же событиям готовым мало кто оказывается.

Торговлю на основе фундаментального анализа имеет смысл разделить на долгосрочную и краткосрочную работу. При долгосрочных операциях участник составляет модели состояния экономик различных стран и принимает решения, исходя из анализа долгосрочной динамики ВВП, торгового баланса в разных странах, движения капитала, безработицы, стоимости рабочей силы и т.д. При этом позиция открывается всего несколько раз в год и держится открытой неделями, а то и

месяцами. При краткосрочных операциях трейдер ориентируется на момент выхода или на ожидание выхода новостей о величинах макроэкономических индикаторов, открывает позицию несколько раз в месяц и держит ее открытой от нескольких минут до нескольких суток. Для того чтобы заблаговременно ориентироваться по времени выхода тех или иных показателей, трейдеры используют календарь экономических событий, который, чаще всего, предоставляется независимыми аналитическими компаниями. Публикуют их в понедельник утром на неделю вперед. В том же календаре можно ознакомиться с макроэкономическими данными, вышедшими за минувшие периоды.

В каждой группе есть показатели, сильно воздействующие на рынок. В монетарной сфере это учетные ставки ЦБ, которые отражают стоимость денег внутри страны. Высокая учетная ставка привлекает инвесторов, желающих разместить финансовые средства в активах этой страны для получения более высоких дивидендов, и это приводит к дополнительному спросу на данную валюту, и она в краткосрочной или долгосрочной перспективе будет укрепляться относительно других валют. Учетная ставка является очень сильным и важным показателем для участников рынка, поэтому часто игроки ищут в других экономических показателях сигналы на возможное увеличение/понижение процентной ставки, (инфляция, являющаяся основной причиной повышения ставки). При растущей инфляции ЦБ ужесточает денежно-кредитную политику государства, увеличивая стоимость денег на внутреннем рынке, что, в свою очередь, снижает скорость обращения денег в экономике, сокращает денежную массу в обращении и подавляет инфляцию. Для снижения процентной ставки ЦБ получает сигналы в виде ухудшения ситуации с экономическим ростом, падения уровня промышленного производства, роста безработицы. Сторонники фундаментального анализа анализируют не только то, насколько плохи или хороши данные, выходящие по конкретной сфере, а еще и создают картину состояния экономики, макроэкономического потенциала государства или экономической зоны.

В заключении необходимо отметить, что работа с использованием фундаментального анализа достаточно сложна по причине постоянно отслеживания изменения фондовых индексов.

УДК 339.168(476)

САКОВИЧ А.Н., САКОВИЧ Н.Н.

**АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО-
ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Научный руководитель – СКАЗЕЦКАЯ И.А. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

В условиях мирового финансового кризиса Беларусь заинтересована в более интенсивном использовании своих транспортных коммуникаций для перевозки грузов в евроазиатском направлении. Для этого в республике созданы все условия. В настоящее время резервы перевозных возможностей второго транспортного коридора железнодорожным транспортом составляют 400 млн. тонн, автомобильным – 10 млн. тонн. Дополнительные возможности для роста транспортных грузопотоков через территорию республики могут быть обеспечены за счет совершенствования перевозок транзитными поездами и, прежде всего, контейнерными. Так, в январе 2008 года состоялся первый демонстрационный рейс грузового контейнерного поезда, который перевез из Пекина в Гамбург 48 контейнеров грузов. В прошлом году проследовало 6 поездов из Китая в Германию и 1 поезд в обратном направлении. Этими поездами было перевезено 667 контейнеров. При этом скорость доставки грузов железнодорожным транспортом в 2 раза превысила скорость доставки грузов морским транспортом. Поэтому, евроазиатскому транспортному сообществу необходимо обратить серьезное внимание на широкое использование преимуществ железнодорожного транспорта при перевозке грузов международным сообщением, через территорию Республики Беларусь.

Беларусь как транзитная республика, находящаяся в центре Европы между двумя мощными экономическими лидерами, - с одной стороны - Россией, а с другой стороны - Евросоюзом, пока использует только до 20 % своих транспортных возможностей. Поэтому транспортно-логистическая сфера в республике как особый вид деятельности должна развиваться и быть весьма привлекательной для инвестирования и вложения капитала.

Имея такое уникальное геоположение и создав в стране современную транспортно-логистическую инфраструктуру, Беларусь могла бы часть логистических операций в России "перетянуть" на себя. В частности, сократив у себя срок проведения логистических процедур до недели, разгрузить Москву и Подмоскowie от части логистических услуг, на осуществление которых уходит 12-13 дней.

Сейчас Минтранс собирается активизировать работу по созданию условий для транзитных грузопотоков и прежде всего в евроазиатском направлении, где расположены основные грузообразующие страны - Россия, Казахстан, Китай, Япония. По оценкам, только объем китайских грузов в этом направлении составляет около 150 млн. т в год.

По территории Беларуси сейчас курсируют ускоренные контейнерные поезда "Восточный вектор", "Казахстанский вектор", "Монгольский вектор", белорусско-литовский "Викинг". В июне 2008 года Белорусская железная дорога отправила первый демонстрационный контейнерный поезд ZUBR из Новополоцка в Рижский порт.

Региональные транспортно-логистические центры общего пользования целесообразно разместить в областных городах, где есть развитые транспортные узлы, промышленные и торговые объекты и традиционно высокий спрос на перемещение грузов.

Располагаться они могут в СЭЗ. Но не все они имеют необходимые площадки для строительства современных транспортно-логистических центров, поэтому уже сегодня ведутся проработки по изменению границ СЭЗ.

Внешнеторговые грузы могут перерабатываться не только в областных центрах, но и в других городах. Перечень их известен - это Барановичи, Бобруйск, Борисов, Жлобин, Мозырь, Орша и Пинск. Но по инициативе местных органов власти список городов может быть расширен. Например, Гродненский облисполком уже внес предложение о строительстве транспортно-логистического центра в Лиде и выделил участок земли для этих целей.

В Беларуси всеми видами транспорта общего пользования в 2008 году перевезено 248,5 млн. т грузов, что на 6,8% больше, чем в 2007 году.

Объем грузоперевозок организациями автомобильного транспорта увеличился на 10,8% и составил 96,6 млн. т, из них организациями Минтранса перевезено 64,9 млн. т грузов. Перевозки грузов железнодорожным транспортом увеличились на 4,2% и составили 146,8 млн. т.

При этом транзитом, по данным Минтранса, перевезено более 170 млн. т, в том числе железнодорожным транспортом - свыше 50 млн. т грузов, грузовыми автомобилями различных организаций - более 11 млн. т транзитных грузов.

Над территорией Беларуси ежедневно пролетает от 500 до 700 самолетов. Авиационные перевозчики используют воздушное пространство республики для прокладки маршрутов из Японии, Австралии и Сингапура в Европу, а из Америки - на Ближний Восток. Через Беларусь летают воздушные суда более 920 авиакомпаний из 96 стран ми-

ра, из года в год их число увеличивается. Все 7 аэродромов Беларуси имеют допуск к обслуживанию международных полетов.

Доходы от транзита за 2008 год составили 2,6 млрд. USD.

Участки для строительства логистических центров в Беларуси определены постановлением правительства. Министерство транспорта и коммуникаций готово принять инвесторов и оказать содействие, помочь в ускорении, продвижении их проектов. В Минтрансе создано новое управление развития транспортных систем и логистики, которое будет заниматься данными вопросами.

Развитие транспортно-логистической системы является новым для республики направлением, непростым, но "продвижение в этом вопросе есть". По четырем проектам уже есть конкретные инвесторы, которые занимаются созданием транспортно-логистических центров. В частности, это проект в Национальном аэропорту Минск совместно с бельгийской компанией, строительство логистического комплекса "Прилесье" под Минском.

Программа развития логистической системы страны до 2015 года является лишь первым и эффективным шагом развития этой сферы. Большие возможности, которой очевидны, но для их реализации необходимо не только привлечь инвесторов, но и доработать законодательную базу Республики Беларусь.

УДК [631.16:658.155]:636.085.55(476.4)

САКОВИЧ Н.Н.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА КОМБИКОРМОВ НА ПРИМЕРЕ ОАО «КЛИМОВИЧСКОГО КОМБИНАТА ХЛЕБОПРОДУКТОВ»

Научный руководитель – СКАЗЕЦКАЯ И.А. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Производство комбикормов, является не только одним из основных элементов в структуре рациона животных, но и объектом государственной политики. Комбикормовая промышленность Комитета по хлебопродуктам – одна из ведущих и наиболее развитых отраслей пищевой индустрии нашей республики.

Одной из главных задач развития предприятий отрасли в условиях рынка является постоянная работа над поддержанием высокого качества вырабатываемой продукции. Для повышения качества комбикормов нужно заниматься проблемами качества сырья, ее внешнего оформления, тарой и упаковкой, соблюдением технологической дисциплины, водоподготовкой и санитарным состоянием оборудования. Также существенной задачей должна быть плановая работа над совершенствованием ассортимента.

Повышение эффективности достигается главным образом за счет снижения себестоимости продукции. Для того чтобы снизить себестоимость продукции на ОАО «Климовичский КХП», руководством предприятия был разработан ряд мероприятий:

1. Привлечение продовольственного зерна сверх госзаказа до 3 тыс. тонн, что позволит увеличить загруженность имеющихся мощностей и более эффективно использовать имеющееся оборудование.

2. Восстановление градирни для охлаждения воды на вальцевых станках, что позволит снизить затраты электроэнергии на 10%.

3. Предусмотреть оптимальную загрузку оборудования, исключив его простой и холостую работу. Выполнение данного мероприятия позволит снизить затраты электроэнергии на 8.4 %.

4. Замена сетевого насоса котельной на более экономичный.

5. Более рациональное использование транспортных средств позволит снизить затраты топлива до 10 %.

6. Увеличить отпуск товаров по предоплате.

7. Прекращение отпуска кормов неплатежным организациям.

8. Сокращение общехозяйственных расходов.

9. Сокращение выпуска дорогостоящих, гранулированных комбикормов.

10. Снижение механических потерь в производстве.

11. Своевременное гашение кредитов банка с целью недопущения уплаты процентов из прибыли.

12. Более активное участие в выставках и ярмарках.

После реализации данных мероприятий на предприятии выручка от реализации работ и услуг в 2008 году составила 87876 млн. руб., что на 35,5 % больше 2007 года. Наблюдается снижение себестоимости основных видов продукции на 7,3 %. Экономия по электроэнергии составила 125 млн. руб. В результате чего произошло увеличение рентабельности производства на 0,2 %.

Несмотря на достигнутые результаты, перспективными направлениями увеличения эффективности производства остаются:

1. Использование в расчетах рецептов комбикормов ЭВМ. Это позволяет получить рецепты, оптимальные по питательности и стоимости набора сырья, благодаря чему повышается качество комбикормов, продуктивность животноводства, улучшается использование сырья, снижаются затраты на производство продукции;

2. Использование резервов производственной мощности, повышение до оптимальных пределов уровня концентрации производства действующих предприятий. По сравнению с новым строительством использование резервов действующих предприятий путем их реконструкции дает возможность снизить капитальные вложения на тонну прироста мощности на 40-50 %, получить заметную экономию на эксплуатационных расходах, повысить рост производительности труда до 70%;

3. Совершенствование организации основного производства, переход к разработке стандартных и текущих планов-графиков выработки комбикормов и использованию их в управлении производственным процессом. Оперативное управление производством на основе таких графиков позволит улучшить использование оборудования, увеличить выработку комбикормов, повысить производительность труда, снизить затраты на производство продукции;

4. Дальнейшая автоматизация основных производственных процессов. Необходимо автоматизировать процессы дозирования, смешивания ингредиентов. Это позволит гарантировать высокое качество комбикормов, сократить численность персонала, улучшить условия его труда;

5. Механизация трудоемких погрузочно-разгрузочных работ с целью облегчения условий труда и повышения его производительности.

Это относится в первую очередь к выгрузке и подаче в производство мела и соли, а также тарных грузов;

6. Совершенствование структуры основного процесса производства. До 80% операций основного процесса производства комбикормов составляют перемещающие операции. С уменьшением их количества и совершенствованием структуры процесса связаны определенные резервы улучшения технико-экономических показателей работы предприятия. Следует улучшить компоновку оборудования и помещений, сблизить между собой отдельные производственные участки, улучшить использование объема помещений.

УДК 339

САМОХИН Э.С.

**ПЕРСПЕКТИВЫ ПЕРЕХОДА ТОРГОВОЙ СЕТИ ООО
«АЛЬЯНС» НА САМООБСЛУЖИВАНИЕ**

*Научный руководитель – ИВАНЮГА Т.В. – кандидат эк. наук, доцент
ФГОУ ВПО «Брянская государственная сельскохозяйственная академия»,
Брянск, Российская Федерация*

Ни для кого не секрет, что автоматизация торговли является обязательным условием дальнейшего развития российского розничного рынка и повышения конкурентоспособности отдельного магазина или сети. Тема данной работы является актуальной.

В состав ООО «Альянс» в настоящее время входят девять магазинов и один оптовый склад. В семи магазинах ООО «Альянс» торговля осуществляется в традиционной форме, с открытой выкладкой товаров, в двух магазинах - в форме самообслуживания. Все магазины являются универсальными, в них реализуются продовольственные товары, в том числе алкогольная продукция и непродовольственные товары.

При переходе от прилавка к самообслуживанию товарооборот увеличивается от десятков процентов до нескольких раз. Это происходит благодаря целому комплексу причин. Прежде всего, благодаря увеличению ассортимента и непосредственному представлению товаров в торговом зале. В магазине самообслуживания, покупатель может взять товар, прочесть информацию на этикетке - изучить весь представленный ассортимент. Это способствует значительному росту товарооборота только за счет психологического момента. В результате покупатель, зайдя за единственной покупкой и пройдя по торговому залу, приобретает то, что он и не думал покупать, но что попало ему на глаза и понравилось.

В магазинах самообслуживания более эффективно используются площади - соотношение складских и непосредственно торговых площадей. Более правильное, рациональное использование площадей позволяет кардинально увеличить ассортимент. Это привлекает дополнительных покупателей и приводит к росту оборота. Увеличение товарооборота дает возможность снижать торговую наценку, что в свою очередь способствует привлечению покупателей.

Кроме того, в отличие от прилавочного магазина, в формате самообслуживания происходит специализация работников: сотрудники службы безопасности следят, чтобы не было воровства, кассир пробивает чеки, подсобные рабочие сортируют товар и расставляют его в

зале - все это приводит к интенсификации работы, что способствует высокой производительности. Улучшается и процесс учета товара.

Итак, доводы в пользу перехода на самообслуживание очевидны. Тем не менее, в ряде случаев модернизация системы торговли приводит к обратному результату. На первый взгляд этот факт может показаться парадоксальным, однако более пристальный взгляд на самообслуживание позволяет обнаружить целый ряд проблем. Остановимся на этой проблеме.

1. Неокупившиеся затраты.

Выше мы говорили о сокращении издержек вследствие перехода на самообслуживание. Но не все сразу. Прежде, чем добиться желаемого результата, необходимо осуществить весьма значительные капитальные вложения на переоборудование магазина. Затраты на модернизацию торгового зала огромны, причем издержки окупаются не сразу. Чем меньше объем товарооборота магазина, тем дольше придется ждать сколь-нибудь существенных результатов. Поэтому, если вы не уверены в своих силах, сохраните традиционные прилавки.

2. Воровство.

Одним из значительных минусов или рисков магазина самообслуживания является то, что покупатель оказывается наедине с товаром. Он может что-то спрятать и вынести, съесть или выпить непосредственно в зале. Вступив в сговор с кассиром и охранником, продавец легко может вынести дорогостоящую колбасу, оформив ее как дешевый творожный сырок. Это приводит к необходимости усиления контроля, увеличению расходов по этой статье. Приходится применять достаточно много средств - от использования технического оборудования для контроля покупателей и персонала до применения службы охраны.

Но в любом случае переход к системе самообслуживания компенсируется резким увеличением оборота в магазине, и потери становятся почти несоизмеримыми в сравнении с прибылью.

3. Отсутствие универсальности.

Разумеется, воровство и затраты на переоборудование магазина не являются непреодолимой преградой на пути перехода к самообслуживанию. На модернизацию магазина можно взять кредит в банке. Современные системы безопасности – магнитные датчики, видеонаблюдение – позволяют свести к минимуму потери от воровства. Однако большинство специалистов все же считают, что, несмотря на все преимущества самообслуживания, прилавочная система торговли, в том числе и в сетевых магазинах, сохранится. С чем это связано? Дело в том, самообслуживание не является универсальной формой торговли,

применимой для всех типов товаров и торговых предприятий. Некоторой продукцией, например тортами или свежим мясом, можно торговать только с прилавка. Во-первых, этот товар требует аккуратного обращения, что не всегда можно гарантировать в условиях, когда он находится в свободном доступе. Во-вторых, он считается достаточно сложным и нередко требует профессиональной консультации продавца. Поэтому даже в супермаркетах в ряде отделов приходится сохранять прилавки. В первую очередь это кондитерские изделия, кулинария, кофейные лавки. Все вышеперечисленное представляет собой товар высокой ценовой категории, поэтому затраты на заработную плату стоящим за прилавком продавцам-консультантам, как правило, окупаются, однако в большинстве магазинов стараются свести прилавки к минимуму. Так, в магазине по ул. Урицкого 12 из 392 кв. м под прилавки выделено всего 67 кв. м.

Введение самообслуживания в магазине по ул. Маяковского 4а невозможно по целому ряду причин. В первую очередь, здесь элементарно тесно. Большинство специалистов полагают, что введение самообслуживания рентабельно при площади торгового зала не менее 100 кв. м. Ведь основное преимущество самообслуживания в увеличении числа клиентов, а следовательно росте товарооборота, и сокращении затрат на заработную плату. Что касается маленького магазина, то, во-первых, он физически не в состоянии обслуживать большое количество покупателей, и, во-вторых, численность персонала в нем и без того невелика. Следовательно, без расширения торговой площади переход на самообслуживание невозможен. Таким образом, несмотря на постоянный рост числа магазинов, работающих на самообслуживании, прилавочная торговля, судя по всему, будет сохраняться в течение ближайших десяти лет.

Поэтому в качестве пожеланий в целях повышения эффективности деятельности ООО «Альянс» следует более крупные магазины перевести на самообслуживание, что сэкономит время покупателей, позволит им лучше рассмотреть и подобрать для себя нужный ассортимент товаров.

УДК 336.265:314

САЧКОВСКАЯ А.А.

РОЛЬ ЛОТЕРЕИ В ЖИЗНИ ГРАЖДАН И ЭКОНОМИКЕ СТРАНЫ

Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук, ассистент УО «Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

В принципе, все люди отчасти азартны, только у каждого азарт проявляется по-своему. Вот смотрите: человек, ведущий здоровый образ жизни, азартно, с тяжелым рюкзаком лезет в гору, дачник азартно засеивает свои шесть соток, кто-то азартно смотрит футбол, кто-то азартно читает книги, а кто-то азартно играет в азартные игры, попадая в зависимость от азарта под названием “игромания”. Она всегда становится настоящей проблемой, будь то подросток, не отходящий от компьютера или игровых автоматов и «просаживающий» на игру все карманные деньги или «крутой» бизнесмен, пропадающий в казино и остающийся там суммы, которые любому нормальному человеку носить с собой даже страшно.

Мировая статистика показывает, что в любом государстве можно найти множество игр и игорных заведений различной направленности.

В Беларуси лотереи гораздо менее популярны, чем в странах дикого капитализма, где размер выигрышей значительно больше. По статистике, белорус тратит на лотерейные билеты 2 доллара в год, американец – 450 долларов, европеец – 170 долларов, житель Южной Америки – 40 долларов.

В данной авторской работе приводятся исследования по одной из разновидностей азартных игр - лотерее. Самая авторитетная энциклопедия дореволюционной России “Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона” определяет лотерею как “организованную игру на счастье, при которой распределение выгод и убытков зависит от случайного извлечения того или иного билета или номера (жребия). С экономической точки зрения, это – вид обогащения одних лиц за счет других, в основе которого лежит не какой-нибудь нормальный и правомерный факт распределения, а слепой случай”.

В работе были использованы материалы с сайтов лотерей, данные с официальных сайтов республиканских лотерей, правовые документы, официальная статистика.

Методология данной работы содержит сравнительный анализ вышеперечисленных материалов, вероятностные оценки возможности

выигрыша современных лотерей, анализ влияния азартных игр на социальную сферу.

Доля поступлений в консолидированный бюджет от лотерейной деятельности составляет 0,0275 %

Данные свидетельствуют не только об увеличении уровня доходов, государства, но и увеличению числа игроманов и рост преступности, частности, финансовая милиция Комитета госконтроля только в 2008 году выявила 15 подобных преступлений на несколько сотен тысяч долларов.

Мы ничем не отличаемся от других стран, «потенциал» для возникновения игромании у нас абсолютно тот же, поэтому и тенденции в этой области будут такими же. Чем доступнее становятся азартные игры, тем больше появляется зависимых от них людей.

В качестве примера можно взять Соединенные Штаты – одну из немногих стран, где ведется статистика по заболеваемости патологическим гемблингом. По данным исследований Национальной ассоциации США по проблемам азартных игр, 80% американцев одобряют те или иные азартные игры, 61% обнаруживает какой-либо вид азартного поведения. Сегодня 51 миллион жителей США посещают казино, из них 15 миллионов страдают патологической зависимостью от азартных игр. И только 3 миллиона гемблеров, то есть 1/5, обращаются за помощью к специалистам.

Так что в связи с развитием игорного бизнеса мы можем прогнозировать увеличение количества игроголиков в Беларуси.

УДК 657

СЕМЁНОВ А.В.

**ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ
ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ
ЭКОНОМИКИ**

*Научный руководитель – БОГАТЫРЕВА В.В. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Полоцкий государственный университет»,
Новополоцк, Республика Беларусь*

Понятие "амортизация" происходит от латинского слова "означает погашение.

Амортизация – денежное выражение стоимости износа основных фондов и нематериальных активов, которая в процессе производства переносится на вновь созданный продукт и предназначается для их возобновления на новой технической основе.

В современной экономике различают множество видов амортизации, в том числе: амортизация, аккумулированная; амортизация арендованного имущества; амортизация гудвилла; амортизация, накопленная; амортизация долга; амортизация основных средств и др.

В бухгалтерском учете амортизация представляет собой процесс систематического перенесения стоимости основных средств и нематериальных активов по мере их физического или морального износа на затраты производства (расходы на реализацию), операционные и вне-реализационные расходы.

Амортизация в промышленности — это плановое погашение стоимости основных средств и нематериальных активов (по мере их износа) путем ее перенесения на произведенную продукцию. Она выполняет следующие основные задачи:

– участвует в формировании совокупных общественных издержек производства. В этой роли амортизация необходима для определения объема и динамики национального дохода в стране;

– характеризует в обобщенной форме степень износа основных средств и нематериальных активов, что необходимо для планирования процесса их воспроизводства;

– создает денежный фонд для замены средств труда их капитально-го ремонта.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что амортизация является важнейшим экономическим механизмом и для успешного функционирования современному предприятию необходимо уделять особое внимание вопросам воспроизводства основных средств и нематериальных активов.

Особенную актуальность данная проблема приобретает на современном этапе социально-экономического развития Республики Беларусь в условиях формирования экономики нового типа – инновационной экономики. Главной характеристикой такой экономики является «экономика знаний», «экономика, новых методов», что влечет за собой изменение типа воспроизводства и формирование национальной инновационной структуры.

В связи с этим всё большее количество предприятий переходят на новый, качественный уровень развития, когда деловая репутация, торговая марка, рейтинг организации, выступающие главными составляющими торгового бренда каждого субъекта хозяйствования, становятся наиболее значимыми факторами, определяющие финансовое благополучие и конкурентоспособность организации в современных условиях.

Повышение эффективности деятельности по продвижению и сбыту товара на современном этапе достигается одновременным воздействием многих факторов: наличием квалифицированных кадров, торговой марки, особенностями и качеством упаковки, формой и содержанием рекламных обращений, акциями, общественными мероприятиями, организацией мест продаж, работой с потенциальной аудиторией и многими другими элементами программы создания бренда, что, в свою очередь, непременно обуславливает рост расходов на реализацию продукции.

Бренд – это интеллектуальная часть товара, выраженная в свойствах только этому товару названии и дизайне, обладающая устойчивой и сильной положительной коммуникацией с покупателем. Создание бренда, как правило, предусматривает проектирование (создание товара, атрибутов фирменного стиля и др.), подготовку и реализацию многочисленных мероприятий, формирующих отношение к бренду в соответствующей потребительской аудитории, что влечет за собой определенные расходы.

В настоящее время эти расходы списываются одновременно и полном объеме на расходы по реализации продукции (издержки обращения), что обеспечивает соответствующий рост себестоимости продукции.

Как правило, увеличение себестоимости продукции влечет снижение прибыли в случае сохранения прежнего уровня цен, что негативно сказывается на финансовом состоянии субъектов хозяйствования. При сохранении прежней величины нормы рентабельности обеспечивается рост цен, что заметно снижает конкурентоспособность организации на рынке. Данный факт является одним из наиболее значимых факторов,

сдерживающим инвестирование предприятий в собственный бренд, что, в свою очередь, обусловило низкую конкурентоспособность ряда отечественных предприятий как на внешнем, так и на внутреннем рынках.

На основе вышеизложенного, предлагается рассматривать бренд организации как часть нематериальных активов организации, подлежащих амортизации в течении их нормативного срока службы. Амортизация бренда как постепенное списание его стоимости на себестоимость изготовленной продукции позволит снизить себестоимость продукции предприятий в результате упразднения существующей практики одновременного отнесения полного объема расходов, связанных с формированием бренда, на себестоимость произведенной продукции. Это, в свою очередь, обеспечит возможность оптимизации расходов на предприятии и усилит его конкурентные позиции не только на внутреннем, но и внешнем рынке в условиях становления экономики инновационного типа. Данное обстоятельство обусловило актуальность совершенствования не только амортизационной политики предприятия, но действующего законодательства, регулирующего порядок определения объектов и способов амортизации.

УДК 004.832

СЕРЕДЮК И.И.

КОНЦЕПЦИЯ ОГРАНИЧЕННОЙ РАЦИОНАЛЬНОСТИ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ

Научный руководитель – КУЗНЕЦОВА И.А. – магистр эк. наук, ассистент УО «Полесский государственный университет», Пинск, Республика Беларусь

Стратегическое маркетинговое решение представляет собой определённую процедуру выбора наилучшего варианта достижения стратегической цели из возможных альтернатив. По сравнению с другими функциональными областями деятельности предприятия, маркетинг – это сфера принятия рискованных решений, поскольку при выборе стратегий необходимо учитывать множество независимых и взаимозависимых внешних и внутренних факторов. Обычно руководство фирмы приближается к выработке главных стратегических решений постепенно, шаг за шагом, начиная с формирования в самом общем виде исходной концепции, а затем дополняя её по мере накопления информации.

Методология принятия решений является наиболее ответственным элементом в теории стратегического управления и, несмотря на большое число научных работ, выполненных в этой области зарубежными и отечественными исследователями, остаётся до конца не проработанной.

В процессе принятия структурированного решения сначала диагностируется проблема, затем собирается внешняя и внутренняя информация, формируются критерии принятия решения, определяются и выбираются альтернативные стратегические варианты [10]. Следовательно, речь идёт о некотором алгоритме - рациональном подходе к решению поставленной цели, состоящем из двух этапов: системном анализе проблемы и принятии решения. К основным методам системного анализа, используемым в стратегическом маркетинге, относятся: метод экспертной оценки, ситуационный анализ и математические методы.

Метод экспертной оценки, позволяющий количественно оценить привлекательность того или иного стратегического варианта, получил очень широкое распространение как инструмент системного анализа [3, 5, 7, 8]. Недостатком метода является определённый субъективизм, зависящий от квалификации, уровня вовлечённости и методики применяемой экспертом для оценки альтернатив.

Ситуационный анализ - поиск оптимального решения на основании исследования внешней и внутренней среды предприятия. Данный метод является самым распространённым при выборе маркетинговых стратегий, используемый многими исследователями [2, 5, 6, 7, 9, 15]. Для принятия стратегических решений проводится анализ внешней среды, оценка сильных и слабых сторон компании, выявляются наиболее важные проблемы прошлого и настоящего опыта, выполняется прогноз развития событий в будущем. Недостатком ситуационного анализа является отсутствие чётких рекомендаций по объёму необходимой информации и определения того момента, когда дальнейший её поиск нужно прекратить. Информации может быть собрано много, но это не является безусловной гарантией выбора правильного решения. Как сказал Рассел Акофф, «руководители часто некорректно предполагают, что больше информации - обязательно лучше» [1].

Математические методы являются привлекательными с точки зрения получения однозначного количественного результата. Чаще всего применяются такие математические методы, как линейное программирование, корреляционный анализ, теория массового обслуживания, теория игр и вероятностные модели. В современных условиях особое значение приобрели критериальные вероятностные методы, позволяющие выбрать наилучшее решение в условиях неопределённости [8]. К недостаткам математических моделей следует отнести ограниченное число рассматриваемых факторов, влияющих на принятие решения, и возможные ошибки в прогнозе вероятностей будущих событий. Ошибки прогноза зависят также от корректности принятой модели для проведения расчётов, от выбора исходных данных, влияющих на характер тренда, от критериев выбора наилучшего стратегического варианта.

Проведя анализ методов принятия решений и практики их применения, можно выделить две основные точки зрения на данную проблему. Первая представляет собой классическую модель принятия решения, основанную на системном подходе, предусматривающем тщательный анализ внешних и внутренних факторов, выявление проблемы, постановку стратегической цели с последующей её декомпозицией и, наконец, формулирование всех возможных альтернатив решения проблемы. Данная модель, представленная в работах И. Ансоффа, А. Томпсона и др., отражает основной тезис экономической теории об «объективной рациональности», когда «экономический человек» принимает решения на основе сознательного выбора из нескольких альтернатив по однозначно выбранному критерию. Другая точка зрения, основанная на поведенческой теории, высказана Г. Саймоном, согласно которой решения принимаются в условиях ограниченной рациио-

нальности [12]. Если в экономической теории цель принятия решения всегда рациональна - это максимизация прибыли, то Г. Саймон утверждает, что не максимальная прибыль, а удовлетворенность при разумном уровне прибыли является одним из самых важных мотивов в принятии решений собственника компании. Г. Саймон первым включил психологические факторы в теорию принятия решений, тогда как классическая экономическая теория не принимает в расчёт эти важные аспекты человеческого поведения. Аналогичной точки зрения в отношении роли личности в управлении придерживается и Г Минцберг. Он отмечает, что менеджеры погружены в «беспорядочную реальность» и не являются по этой причине рассудительными аналитиками [8]. Следовательно, целесообразно выделить основные психологические характеристики менеджера, которые в наибольшей степени оказывают влияние на принятие важных решений: жизненные ценности и установки; характер личности, тип восприятия информации; склад мыслительной деятельности; стили управления - авторитарный (решения принимает самостоятельно) или демократический (решение обсуждается с коллегами).

ЛИТЕРАТУРА

1. А к о ф ф, Р. Планирование будущего корпорации / Р. Акофф. М.: Сирин, 2002. 256 с.
2. А н с о ф ф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. СПб.: Питер, 1999. 416 с.
3. Ба г и е в, Г.Л. и др. Маркетинг / Г.Л. Багиев. Учебник. СПб.: Питер, 2007. 736 с.
4. Д и к с о н, П. Управление маркетингом. / П. Диксон. М.:Бином, 1998. 560 с.
5. Д э й, Дж. Стратегический маркетинг. / Дж. Джей М.: ЭКСМО. Пресс, 2002. 640 с.
6. К о т л е р, Ф. Маркетинг - менеджмент / Ф. Котлер. СПб.: Питер, 2006. 46 1с.
7. Л а м б с о н, Ж.-Ж. Стратегически и маркетинг / Ж.-Ж. Ламбсон. СПб.: Наука, 1996. 589 с
8. Mintzberg Н. The Nature of Managerial Work. NY.: Harper & Row, 1973. 298.
9. Мак - Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак - Дональд. СПб.: Питер, 2000. 267 с.
10. М е с к о н, М. и др. Основы менеджмента / М. Мескон [и др.]. М.: Дело, 1992. 701 с.
11. О'Ш о н е с е н, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О'Шонесен. СПб.: Питер, 2001. 864 с.
12. С а й м о н, Г. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении / Г. Саймон / Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса. Т.1. Под ред. В.М.Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 1999. 530 с.

УДК 338

СИДОРОВИЧ Е.А.

**ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ И ИХ РАЦИОНАЛЬНОЕ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ**

*Научный руководитель – ПОЛЫКО О.Л. – магистр эк. наук
УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь*

Производство материальных благ и услуг предполагает наличие двух факторов, а именно материальных и человеческих ресурсов. Если ранее основное внимание уделялось первому фактору, то в настоящее время все больше говорят о гуманизации экономики, что означает перемещение акцента на человека. Таким образом, признается, что необходимым условием успешного функционирования экономики является соблюдение интересов человека.

К трудовым ресурсам относится та часть населения, способного по состоянию здоровья, знаниям и профессионально-производственным навыкам участвовать в трудовом процессе. Трудовые ресурсы как экономическая категория выражают экономические отношения, складывающиеся в обществе на определенном этапе его развития в процессе производства, распределения, перераспределения и использования трудоспособного населения в экономике страны [2].

Численность экономически активного населения за 2005-2008 годы показана в табл. 1.

Т а б л и ц а 1. Численность экономически активного населения (в среднем за год)

Показатели	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.
	Тыс. человек			
Экономически активное население – всего	4426,3	4466,1	4525,2	4638,1
мужчины	2073,8	2099,7	2135,1	2188,7
женщины	2352,5	2366,4	2390,1	2449,4
Из общей численности экономически активного населения занятые – всего	4349,8	4401,9	4476,6	4594,4
мужчины	2049,2	2078,1	2117,7	2172,7
женщины	2300,6	2323,8	2358,9	2421,7

Актуальные проблемы экономики

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5
В процентах от экономически активного населения				
Экономически активное население – всего	100	100	100	100
мужчины	46,8	47,0	47,2	47,2
женщины	53,2	53,0	52,8	52,8
Из общей численности экономически активного населения занятые – всего	98,3	98,6	98,9	99,1
мужчины	46,3	46,5	46,8	46,9
женщины	52,0	52,1	52,1	52,2

Примечание: Источник: Собственная разработка

Формирование трудовых ресурсов – это процесс их непрерывного воспроизводства, возобновления их численности.

Использование трудовых ресурсов предполагает их распределения и эффективность применения их труда. Распределение происходит по видам занятости на занятых и незанятых, в свою очередь занятые распределяются по отраслям, по режимам труда, по территории страны, по полу, возрасту, уровню образования и здоровья, а также по видам экономической деятельности: наемные работники; работодатели; лица, работающие за свой счет; члены производственных кооперативов; работники, не классифицируемые по статусу [1].

Численность, квалификация и использование трудовых ресурсов влияет на темпы прироста вырабатываемой продукции, а также в целом на эффективность производства. Именно заработная плата должна помогать работнику удовлетворять свои потребности и ни в коем случае не должна ущемлять его. Если работник будет полностью удовлетворен, то естественно его работа будет наиболее эффективной и результативной, что не мало важно для деятельности любого предприятия и для страны в целом. Следовательно, заработная плата может повлиять на численность экономически активного населения, повысить занятость населения и понизить безработицу в стране. Численность зарегистрированных безработных в стране представлены в табл.2.

Таблица 2. Численность безработных, зарегистрированных в органах по труду, занятости и социальной защите

	2005	2006	2007	2008
Численность безработных, тыс. человек	67,9	52,0	44,1	37,3
из них:				
мужчины	21,1	17,7	15,2	14,7
женщины	46,8	34,3	28,9	22,6
Уровень зарегистрированной безработицы (в процентах от экономически активного населения)	1,5	1,2	1,0	0,8

Примечание: Источник: Собственная разработка

Сейчас в экономике республике занято 4587,3 тыс. человек, что на 0,01% больше, чем в 2008 году. В общей численности занятого в экономике населения 3536,6 тыс. человек, или 77,1%, составляют работники организаций. Организациями в январе-августе 2009 г. было принято на работу 585,4 тыс. человек, в том числе на дополнительно введенные рабочие места – 36,8 тыс., уволено по различным причинам 595,1 тыс. человек. Из общей численности уволенных 77,6 вышло по собственному желанию и соглашению сторон, 7% - за прогул и другие нарушения трудовой дисциплины, 1% - в связи с сокращением численности или штата работников, ликвидацией организаций.

Численность безработных, зарегистрированных в органах по труду, занятости и социальной защите, на конец сентября 2009 г. составила 42,2 тыс. человек, что на 6,1% больше, чем в сентябре 2008 г. и на 5,3% меньше, чем в августе 2009 г. На учет было поставлено 261,6 тыс. граждан, обратившихся за помощью в трудоустройстве, из них признано безработными 161,8 тыс. человек, или 61,9% от числа обратившихся. Трудоустроено за январь-сентябрь текущего года 149,2 тыс. в том числе 96,3 тыс. безработных, или 64,5% от числа всех трудоустроенных [3].

Трудовые или человеческие ресурсы являются основой развития экономики. Их роль в современных условиях возрастает, так как в условиях рынка нужно делать ставку именно на человека и его потенциал.

ЛИТЕРАТУРА

1. А з а р е н к о, А.В. Организация труда и заработной платы /А.В. Азаренко. Мн.: Амалфея, 2006. 240 с.
2. Б у с е л, И.П. Экономика сельскохозяйственного предприятия с основами менеджмента: производственно-практическое пособие / И. П. Бусел, П. И. Малихтарович. Минск: Литература и Искусство, 2008. 448 с.
3. Министерство статистики и анализа [Электронный ресурс], 2009. Режим доступа: <http://www.belstat.by>. Дата доступа: 20.10.2009.

УДК 338.2

СИЛЬЧЕНКО С.А.

К ВОПРОСУ О КООПЕРАЦИИ И ИНТЕГРАЦИИ В МЯСНОЙ ОТРАСЛИ

*Научный руководители – ЛИТВИНОВА Л.Н. – кандидат эк. наук, доцент
КАКОРА М.И. – ст. преподаватель*

УО «Могилевский государственный университет продовольствия»,
Могилев, Республика Беларусь

Инвестиционная политика большинства предприятий мясоперерабатывающей промышленности ориентирована, в основном, на достижение краткосрочных целей, направленных на выживание в нынешних социально-экономических условиях. Однако опыт успешно развивающихся предприятий в России и зарубежных странах показывает, что главным условием формирования эффективной инвестиционной политики предприятия является его ориентация на решение долгосрочных задач. Одной из таких задач может стать интеграция перерабатывающих предприятий с сельскохозяйственными предприятиями, а также с торгующими организациями и предприятиями общественного питания, например, в форме создания агропромышленных холдингов - крупных компаний с замкнутым технологическим циклом: «от поля до прилавка». Экономический резерв здесь в том, что такие объединения замыкают в себе всю цепочку — от сельхозпроизводства до переработки и реализации готовой продукции, что позволяет оптимизировать не только производственные, но и транзакционные издержки.

В Республике Беларусь развитие интеграции в АПК предусмотрено Государственной программой возрождения и развития села на 2005-2010 годы (утвержденной Указом Президента Республики Беларусь от 25.03.2005 г. № 150), в которой совершенствование организационно-экономической структуры АПК возможно путем:

– объединения субъектов хозяйствования АПК на всех уровнях производства посредством создания вертикально и горизонтально интегрированных структур;

– создания на базе крупных перерабатывающих предприятий-интеграторов многоотраслевые или узкоспециализированные кооперативно-интеграционные структуры, в т.ч. финансово-промышленные группы, с целью объединения деятельности субъектов АПК по производству и переработке сырья, торговых, сбытовых и финансово-кредитных организаций.

Кооперативно-интеграционные структуры могут быть различных видов, размеров и типов:

– объединения нескольких субъектов хозяйствования для ведения совместной производственно-хозяйственной деятельности внутри района;

– объединения предприятий района по совместному продвижению и сбыту конкретных продуктов;

– межрайонные объединения по продуктовой специализации;

– областные объединения специализированных предприятий, республиканские продуктовые специализированные комплексы и подкомплексы;

– региональные многоотраслевые объединения (корпорации);

– межгосударственные (транснациональные) структуры.

Создание холдинговых компаний в агропромышленном комплексе позволяет определить наиболее приоритетные направления инвестирования, с учетом стратегических перспектив развития всех предприятий входящих в систему. Кроме того, расширяются возможности привлечения инвестиционных средств в такую проблемную область как перерабатывающая промышленность. Наличие единого управляющего органа в холдинговой компании, позволяет формировать наиболее эффективную инвестиционную политику: определять направления инвестирования, с учетом перспектив развития каждого звена агрохолдинга, более активно использовать собственные средства для инвестирования, привлекать кредитные ресурсы, улучшить финансовое состояние организаций.

Можно выделить следующие факторы, определяющие повышение эффективности инвестиционной деятельности на предприятиях, входящих в структуру агрохолдинга:

1. Появляется возможность определить наиболее «узкие» места в производственном процессе каждого из предприятий и, следовательно, наиболее важные направления инвестирования;

2. В структуре источников инвестиций можно повысить долю собственных средств, за счет перераспределения прибыли, остающейся в распоряжении предприятий, входящих в агрохолдинг;

3. Появляется возможность более достоверно рассчитать финансовые потоки по каждому году инвестиционного проекта и др.

Таким образом, создание агропромышленных холдинговых компаний позволит не только повысить эффективность инвестиционной деятельности предприятий пищевой промышленности, но и решить проблемы государственного уровня: восстановление отечественного сельского хозяйства и обеспечение продовольственной безопасности страны в целом.

УДК 336

СКЛЯМИНА Т.В.

ПОРЯДОК РАСЧЕТА СТРАХОВОГО ВОЗМЕЩЕНИЯ ПО СТРАХОВАНИЮ УРОЖАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КУЛЬТУР

Научный руководитель – СКИТЕР Н.Н. – кандидат эк. наук

ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация

Необходимость страхования на случай убытков или потери урожая теоретически понимает каждый руководитель аграрного предприятия. Тем не менее, сотни хозяйств в стране ежегодно оказываются на грани разорения в результате капризов природы, из-за того, что пренебрегают этим видом защиты. А в это время их более предусмотрительные соседи получают миллионные компенсации, которые в десятки раз превышают затраты на покупку страхового полиса.

С июня месяца во всех районах Волгоградской области отмечалось два опасных явления - почвенная засуха и суховей, в результате которых погибли сотни гектар посевов. В результате погибли посевы в 13 районах области на площади более 400 тыс. га. Только в Николаевском районе, где погибли почти все яровые, горчица и часть озимого клина из-за засухи, неполученная выгода по скромным подсчетам составит почти 280 миллионов рублей. Прямые затраты, понесенные хозяйствами - более 110 миллионов.

После получения страховщиком уведомления о страховом случае и других документов, необходимых для установления причин и обстоятельств утраты или частичной утраты урожая сельскохозяйственных культур и размера ущерба, предусмотренных договором, страховщик составляет страховой акт или направляет страхователю мотивированный письменный отказ в выплате страхового возмещения.

Размер страхового возмещения (**СВ**) рассчитывается по каждой культуре, урожай которой застрахован по договору, в отдельности, по следующей формуле:

$$\text{СВ} = [\text{ССт} - \text{Сву} - \text{СПп/п}] \times \text{k1} - \text{БФ}, \text{ где:}$$

ССт – страховая стоимость;

Сву – стоимость выращенного урожая,

СПп/п – стоимость полученной сельскохозяйственной продукции с пересеянной и/или подсеянной площади (вычитается в случае, если имел место письменно согласованный со страховщиком пересев и/или подсев,

k1 – коэффициент недострахования, рассчитываемый как отношение страховой суммы, к ССт (страховой стоимости),

БФ – безусловная франшиза (собственное участие страхователя в риске).

Стоимость выращенного урожая (Сву) рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Сву} = \text{Уф} \times \text{Ппс} \times \text{Ц}, \text{ где}$$

Уф – фактическая урожайность;

Ппс – площадь посева;

Ц – цена за 1 ц сельскохозяйственной продукции.

Стоимость полученной сельскохозяйственной продукции с пересеянной и/или подсеянной площади (СПп/п) рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{СПп/п} = \text{Пп/п} \times \text{Цп/п} \times \text{Уф}, \text{ где}$$

Пп/п – площадь пересева (подсева);

Цп/п – цена реализации 1 центнера сельскохозяйственной продукции, сложившаяся по субъекту Российской Федерации, за год, предшествующий году заключения договора страхования, по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики;

Уф – фактически полученная урожайность (ц/га) с пересеянной и/или подсеянной площади по пересеянной (подсеянной) культуре (определяемая как наибольшая из двух величин [2]).

Рассмотрим пример расчета выплаты страхового возмещения (таблица).

Таким образом, согласно приведенным выше формулам, сумма страхового возмещения составит:

Озимая пшеница

$$11.098.3^1 \text{ ц} \times 441,6^2 \text{ руб./ц} = 4.901.009,28^3 \text{ руб.};$$

$$10.965.600,00^4 \text{ руб.} \times 0,05 = 548.280,00^5 \text{ руб.};$$

$$10.965.600,00 \text{ руб.} - 4.901.009,28 \text{ руб.} - 548.280,00 \text{ руб.} = 5.516.310,72^6 \text{ руб. где,}$$

¹ – валовый сбор зерна озимой пшеницы, согласно экспертному заключению;

² – средняя цена реализации сельскохозяйственной продукции (согласно таблицы);

³ – стоимость выращенного урожая зерна озимой пшеницы;

⁴ – страховая сумма (согласно таблицы);

⁵ – безусловная франшиза, в денежном выражении (согласно таблицы);

⁶ – сумма страхового возмещения.

Перечень застрахованного урожая сельскохозяйственных культур

Наименование сельскохозяйственной культуры	Посевная площадь, га	Цена реализации с/х продукции в 2008 г.	Средняя 5-ти летняя урожайность, ц/га	Страховая стоимость, руб.	Страховая сумма, руб.	Размер франшизы, %
Озимая пшеница	2 483	441,6	10	10965600	10965600	5,0
X	2 483	X	X	10965 600	10965 600	X

Эксперты ожидают роста агрострахования в России, которое призвано обеспечивая полноту, качество и своевременность защиты имущества и имущественных интересов сельхозпроизводителей, связать воедино риски, возникающие в процессе банковского кредитования и производственной деятельности участников аграрного бизнеса, позволит облегчит финансовое бремя аграриев, которые не будут рисковать заложенным имуществом: в случае неурожая, т.к. задолженность перед Банком в этом случае оплатит страховая компания [1].

ЛИТЕРАТУРА

1. Концепция совершенствования сельскохозяйственного страхования, осуществляемого с государственной поддержкой, на период до 2020 года // Агрострахование. 2009. № 2. С. 41.
2. Страхование урожая сельскохозяйственных культур с государственной поддержкой. «Практическое пособие по организации страхования сельхозкультур» // Агрострахование. 2009. № 9. С. 16.

УДК 338.436.3:631.14:635

СЛОБОДЯНЮК О.В.

**ОБРАЗОВАНИЕ КООПЕРАТИВНО-ИНТЕГРАЦИОННЫХ
СТРУКТУР В ОВОЩЕПРОДУКТОВОМ ПОДКОМПЛЕКСЕ**

*Научный руководитель – БЕЛЬСКИЙ В.И. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

В условиях становления рыночных отношений в сельском хозяйстве, как и в других сферах, осуществляется формирование многоотраслевых или узкоспециализированных кооперативно-интеграционных структур, создающихся, как правило, в форме акционерных обществ (открытых и закрытых), ассоциаций, концернов, холдингов и других формирований кооперативного типа.

Кооперативно-интеграционная структура представляет собой ряд взаимосвязанных организаций агропромышленного комплекса, связанных технологическим процессом производства готового продукта, включающим производство сельскохозяйственной продукции, ее переработку и доведение до конечного потребителя через товаропроводящую сеть.

В настоящее время во всех регионах республики идет работа по разработке перспективных схем кооперативно-интеграционных структур с замкнутым циклом производства для различных отраслей сельского хозяйства. Данный процесс включает в себя этап передачи убыточных, нестабильно работающих сельскохозяйственных организаций иным организациям с целью их финансового оздоровления, а также этап непосредственного создания кооперативно-интеграционных структур с целью построения единой технологической цепи «производство-переработка-сбыт готовой продукции». Как правило, кооперативно-интеграционные формирования такого типа функционируют в рамках одного юридического лица.

Подобные интегрированные производственные структуры рационально создавать и в овощепродуктовом подкомплексе. Центрами интеграции здесь могут являться овощеконсервные заводы, плодоовощные комбинаты, крупные магазины, специализирующиеся на торговле плодоовощной продукцией, различные предприятия по производству детского питания и средств фармацевтического назначения. На основе интеграции, различных форм производственно-экономического сотрудничества между овощеводческими хозяйствами, предприятиями сферы производства, переработки и реализации овощей образуются различные формирования по производству плодоовощной про-

дукции. В рамках подкомплекса могут быть сформированы акционерные общества на базе перерабатывающих или торговых предприятий, а производители овощной продукции могут осуществлять кооперацию по ряду видов деятельности: переработка, хранение, торговля, транспортные услуги, ремонтно-строительные работы, выращивание рассады и семян, саженцев, производство тары, маркетинговое обслуживание и др.

По мнению экспертов, в республике процесс интеграции сельскохозяйственной отрасли находится в настоящее время на стадии межхозяйственной кооперации. Организации объединяются, в основном, с целью снабжения перерабатывающего производства сырьем, а также для увеличения объемов производства. В то же время все более актуальным становится рассмотрение интеграционных процессов через кластерные стратегии. При этом под кластером в АПК понимается группа агропромышленных предприятий, аграрных образовательных учреждений (профтехучилищ, колледжей, вузов) и научных организаций, объединенных общей целью, экономическими интересами, а также территориально с целью обеспечения эффективного производства сельскохозяйственной продукции.

Суть модели кластера овощепродуктового подкомплекса заключается в оптимизации взаимодействий между участниками кластера и повышении на этой основе эффективности функционирования отрасли овощеводства. В рамках кластера партнеры интеграционного хозяйствования строят взаимоотношения друг с другом не как продавцы и покупатели, а как участники единого организационно-технологического процесса: производство – переработка – реализация – распределения доходов. Рациональное сочетание интересов предприятий в овощепродуктовом подкомплексе как в единой организационной системе обеспечивается путем четкого распределения конечного эффекта в зависимости от вклада каждого участника в его получение.

Таким образом, благодаря применению производственного и интеллектуального потенциала предприятий, входящих в интеграционную структуру, и механизма взаимоотношений между его участниками возникает синергетический эффект, позволяющий увеличить результативность работы каждого отдельного предприятия.

УДК 658.8:005.21:631.14:635

СЛОБОДЯНЮК О.В.

**ФОРМИРОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ В
ОВОЩЕПРОДУКТОВОМ ПОДКОМПЛЕКСЕ**

*Научный руководитель – БЕЛЬСКИЙ В.И. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Одним из важных аспектов функционирования овощепродуктового подкомплекса является создание благоприятных условий для беспрепятственного и выгодного сбыта овощной продукции. Становление рыночных отношений предопределяет необходимость изменения подходов к организации сбытовой деятельности, к ее планированию и контролю, что обуславливает потребность в разработке сбытовой политики. Сбытовая политика служит базой для организации и координирования снабженческой, производственно-технологической и финансовой деятельности.

Являясь разветвленным межотраслевым структурным звеном народного хозяйства, овощепродуктовый подкомплекс представляет собой сферу аграрного производства, где в современных условиях в наибольшей мере формируются и действуют рыночные механизмы: договорные цены, контрактная система; развиваются процессы интеграции и кооперации. Отдельные специализированные хозяйствующие субъекты, прежде всего тепличные комбинаты, осуществляют производственную деятельность на промышленной основе в условиях самокупаемости и самофинансирования и т. д.

В условиях переходного периода сельскохозяйственные товаропроизводители столкнулись на рынке с более сильными в конкурентном отношении и консолидированными сферами переработки и торговли, которые при отсутствии развитой рыночной инфраструктуры превратились в локальных монополистов, использующих свое положение для занижения закупочных и завышения розничных цен, задержки оплаты за принятую продукцию и др. В данных условиях вопрос формирования действенной сбытовой политики становится особенно актуальным.

Общая модель разработки сбытовой политики предприятия либо интегрированного объединения в овощном подкомплексе предполагает ряд мероприятий по формированию ассортимента овощей, ценообразованию спроса, стимулированию сбыта и товародвижения для рентабельной работы в условиях формирования продовольственного рынка. Помимо этого, разработка сбытовой политики должна предусмат-

ривать достижение целей функционирования предприятия и целей сбыта, таких как извлечение максимальной прибыли, удовлетворение платежеспособного спроса на овощную продукцию, завоевание либо сохранение доли рынка, а также налаживание контактов и заключение договоров с посредниками, обеспечение хранения и подготовки овощной продукции к продаже, ее транспортировка к местам реализации и ряд других. С данными процессами неразрывно связано планирование сбыта, заключающееся в прогнозировании рыночной конъюнктуры, планировании ассортимента и объемов сбыта продукции, определении цен и выбора каналов реализации овощей.

К числу не менее значимых факторов, обуславливающих эффективный сбыт овощной продукции, относится упорядочение производственно-экономических связей между производителями и потребителями овощей; многоканальный сбыт продукции; развитие рыночной инфраструктуры, обеспечивающей эффективное продвижение товара от производителя до потребителя; создание условий для интеграции сельского хозяйства с промышленностью и торговлей; функционирование организованных овощных рынков. Важное место в разработке сбытовой политики играет оценка факторов внешней и внутренней среды: изучение предпочтений потребителей, поиск посредников и путей привлечения финансовых средств, а также оценка возможностей конкурентов – с одной стороны, и анализ собственных возможностей предприятия – с другой.

Значимым направлением совершенствования сбытовой деятельности предприятий АПК в современных условиях является использование концепции маркетинга, предполагающей активное экономическое взаимодействие субъектов продовольственного рынка. Результативность применения концепции маркетинга в овощеводстве обусловлена наличием ряда специфических характеристик овощной продукции, таких как скоропортящийся и малотранспортабельный характер, колебания цен и предложения, концентрация больших объемов продукции при уборке урожая и др.

Учет вышеперечисленных требований и условий, а также особенностей функционирования овощепродуктового подкомплекса позволит сформировать эффективную сбытовую политику и таким образом улучшить результаты деятельности овощеводческих предприятий.

УДК 338

СОБОЛЬКОВА И.П.

ВЛИЯНИЕ ИНТЕГРИРОВАННОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ИЗДЕЛИЯ

Научный руководитель – ПОЛЕЩУК И.И. – доктор эк. наук, профессор УО «Белорусский государственный экономический университет», Минск, Республика Беларусь

Проблемы конкуренции нашли широкое отражение в первую очередь в работах зарубежных авторов, среди которых следует отметить: И. Ансоффа, Б. Бермана, П. Друкера, Ф. Котлера, М. Портера и др. - а также в исследованиях белорусских ученых Я.М. Александровича, А.В. Богдановича, А.С. Головачева, Л.Н. Нехорошевой, С.А. Пелиха, В.В. Пинигина, Г.А. Яшевой, Л.А.Целиковой, С.Л. Горбацевича и др. В работах этих исследователей рассмотрены фундаментальные вопросы конкуренции и сформирована теоретическая база конкурентоспособности продукции.

Ряд ученых определяет конкурентоспособность продукции как совокупность свойств продукции и системы ее поддержки при реализации и использовании по назначению, которая, удовлетворяя требование соответствия продукции реальным и потенциальным запросам определенных потребителей в определенный период времени, обеспечивает ее потребительскую привлекательность по сравнению с товарами-аналогами на конкретном сегменте потребительского рынка [3]. Нехорошева Л.Н. обращает внимание на то, что конкурентоспособность товара определяется только той совокупностью свойств, которые представляют интерес для определенной группы покупателей, и обеспечивают удовлетворение данной потребности [2].

При исследовании экономической сущности конкурентоспособности продукции определяется состав ее факторов, а также показателей, с помощью которых производится оценка ее уровня. Для этого применяется совокупность единичных, групповых и интегральных показателей, например, групповые показатели по техническим, экономическим, нормативным параметрам [2].

Отметим, что в последние годы стали активно формироваться и проявляться новые объективные факторы повышения конкурентоспособности продукции, которые во многом определяют принятие решений по закупки этой продукции потенциальными покупателями. К традиционным факторам, формирующим рынок, добавилось и обязательное требование покупателя об обеспечении закупаемого изделия интегрированной логистической поддержкой (ИЛП) принятия и реализации решений по всей совокупности процессов послепродажного обслуживания объектов при минимальных затратах и высоком качестве

услуг и эксплуатируемой продукции [3]. Каков механизм влияния наличия ИЛП у изделия на уровень его конкурентоспособности?

Для определения интегрального показателя конкурентоспособности изделия по отношению к образцу (УКС) используется следующая формула [2]:

$$УКС = I_{н.н} \times \frac{I_{м.н}}{I_{э.н}}, \quad (1)$$

где $I_{н.н}$, $I_{м.н}$, $I_{э.н}$ - групповые показатели по нормативным, техническим и экономическим параметрам соответственно.

В формуле 1 рассмотрим подробнее групповой показатель по экономическим параметрам ($I_{э.н}$). В данной формуле $I_{э.н}$ находится в знаменателе, т.е. при расчете интегральный показатель конкурентоспособности рассматриваемого изделия будет тем выше, чем меньше значение $I_{э.н}$. Групповой показатель по экономическим параметрам рассчитывается следующим образом [2]:

$$I_{э.н} = \frac{C_{оц}}{C_{баз}}, \quad (2)$$

где $C_{оц}$, $C_{баз}$ – цена потребления оцениваемого изделия и изделия-образца соответственно.

Так как значение группового показателя по экономическим параметрам рассчитывается посредством нахождения частного, то его значение будет тем меньше, чем меньше значение числителя (цена потребления оцениваемого изделия) по отношению к знаменателю (цена потребления изделия-образца).

Цена потребления изделия складывается из затрат, произведенных покупателем одновременно на покупку изделия ($З_e$), а также затрат на эксплуатацию изделия ($З_s$) в течение всего его срока службы (T). Представим данное утверждение в виде формулы:

$$C = З_e + \sum_{i=1}^T З_i, \quad (3)$$

Реализация концепции ИЛП предполагает, что разработчик/производитель совместно с заказчиком/потребителем изделия на

этапе разработки изделия закладывают в ИЛП и в сам продукт параметры и организацию материально-технического обслуживания, которые являются необходимыми и достаточными для заказчика. Это в свою очередь может привести к тому, что единовременные затраты на покупку изделия с ИЛП будут превышать единовременные затраты на приобретение изделия-образца ($z_{e_{илп}} \rangle z_{e_{баз}}$). Однако изначально заложенные при разработке параметры изделия, технического обслуживания и т.д. позволяют значительно сократить затраты на этапе эксплуатации по сравнению с изделием-образцом ($\sum_{i=1}^T z_{э_{илп}} \langle \sum_{i=1}^T z_{э_{баз}}$). Внедрение

ИЛП предполагает, что общие затраты, связанные с приобретением и эксплуатацией изделия будут ниже по сравнению с изделием-образцом ($z_{e_{илп}} + \sum_{i=1}^T z_{э_{илп}} \langle z_{e_{баз}} + \sum_{i=1}^T z_{э_{баз}}$), что в свою очередь предполагает уменьшение значения $I_{э,л}$.

Таким образом, успешная реализация концепции ИЛП продукции позволяет снизить совокупные затраты путем эффективного управления постпроизводственными стадиями жизненного цикла изделия (закупка и ввод изделия в действие, эксплуатация, сервисное обслуживание и ремонт, поставка запасных частей и т.д.) и обеспечить повышение интегрального показателя конкурентоспособности изделия. Реализация концепции ИЛП позволяет значительно сократить затраты не только на этапе эксплуатации, но и остальных этапах жизненного цикла изделия, и тем самым повышают конкурентные позиции предприятия-производителя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Экономика предприятия: учеб. пособие / Л.Н. Нехорошева, Н.Б. Антонова, Л.В. Гриневич [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, прф. Л.Н. Нехорошевой. Минск: БГЭУ, 2008. 719 с.
2. Субботин, М.Н. Некоторые направления обеспечения конкурентоспособности продукции / Субботин М.Н., Либерман А.Е. // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Экономика и финансы. Выпуск 2(9). Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2006, с. 516-520.
3. Шаламов, А.С. Интегрированная логистическая поддержка наукоемкой продукции. Монография / А.С. Шаламов. М.: Университетская книга, 2008. 464 с.

УДК 338.434.4
СОКОЛОВСКАЯ И.В.

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – СУШКО В.И. – кандидат эк. наук
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь

В последние годы в Республике Беларусь отмечается ежегодное снижение объемов инвестиций в реальный сектор экономики, что свидетельствует об инвестиционном кризисе. Его основными причинами являются:

- спад производства и сокращение государственных капиталовложений;
- высокий уровень инфляций, приводящий к перемещению денежных средств из производственной сферы в финансовую и торговую-посредническую;
- чрезмерное налогообложение прибыли и рост числа убыточных предприятий;
- снижающийся уровень рентабельности производства в реальном секторе;
- инвестиционная пассивность населения.

Объем инвестиций, поступивших от иностранных инвесторов, по отраслям экономики за январь-март 2009 г. выглядит следующим образом. Самое большое количество поступило в промышленность в размере 383280,7 тысяч долларов США, из них прямые - 37904,5 тысяч долларов, портфельные - 9,5 тысяч долларов, прочие - 345366,7 тысяч долларов; в сельское хозяйство - 2765,0 тысяч долларов. Всего по республике иностранные инвестиции составили 2034782,2 тысяч долларов, из них прямые - 1422101,8 тысяч долларов, портфельные - 51,4 тысяч долларов, прочие - 612629,0 тысяч долларов.

В условиях, когда на капиталовложения из отечественных источников всерьез рассчитывать не приходится, иностранные инвестиции могут сыграть роль импульса экономического роста. Однако достичь эффекта от них можно только путем их эффективного регулирования со стороны государства.

Как свидетельствует опыт экономик переходного периода, система государственного регулирования иностранных инвестиций должна быть определена до того, как будут приняты законодательные гарантии для иностранных инвесторов. В противном случае иностранные инвестиции будут направляться, например, в те сферы предпринимательской деятельности, которые дают быструю отдачу, но мало влияют на темпы экономического роста страны и даже подрывают ее экономическую устойчивость и безопасность.

Анализ переходных экономик показывает, что на начальном этапе реформ государство мало задумывается над сферой вложения привлекаемых иностранных инвестиций и их влиянием на национальную экономику. Кроме того, на данном этапе для иностранных инвесторов создаются более благоприятные условия, чем для отечественных. Это приводит к тому, что иностранные инвестиции направляются в наиболее доходные сферы, например в приобретение государственных ценных бумаг, финансирование или банковский сектор.

Республика Беларусь, переживающая период реформирования своей экономики, остро нуждается в инвестиционных ресурсах и поэтому заинтересована в привлечении иностранных инвестиций. Для этого ей необходимо сделать свою экономику привлекательной для внешних инвесторов. Поскольку иностранные инвесторы в основном судят о состоянии экономики страны по уровню ее взаимоотношений с авторитетными международными финансовыми организациями (МВФ, Всемирный Банк), по оценкам авторитетных международных рейтинговых агентств, государство должно уделять большое внимание своему имиджу во внешнем мире, своевременно исполнять договорные обязательства, осуществлять соответствующие организационно-экономические мероприятия для получения высоких рейтинговых оценок, признаваемых на международном уровне.

К общеэкономическим рекомендациям увеличения иностранных инвестиций относится, главным образом, устранение негативных явлений в экономике, влияющих на приток иностранного капитала (инфляция, множественность курсов национальной валюты, административное регулирование ценообразования и т.д.), к конкретным практическим рекомендациям - упрощение системы обеспечения иностранных кредитов; создание эффективной системы страхования иностранных капиталовложений; поддержка экспорта через кредитование импортера белорусских товаров и услуг; широкое внедрение аудита в предпринимательском секторе; создание условий для развития международного финансового лизинга; законодательное урегулирование вложений иностранных инвесторов в финансовые инструменты фондового рынка; совершенствование организационно-правовых условий функционирования фондового рынка в части институциональной структуры, биржевой и внебиржевой торговли; синхронизация процесса приватизации посредством акционирования с процессом развития фондового рынка; создание развитой инфраструктуры фондового рынка на основе национальной платежной системы с использованием банковской инфраструктуры.

УДК 330.322.4

СОПОТ Е.А.

КИТАЙСКИЕ ИНВЕСТИЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь

Дипломатические отношения между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой установлены 20 января 1992 г.

Современный Китай – это страна, стремительно движущаяся к статусу державы номер один на планете. Вот уже в течение четверти века КНР демонстрирует стабильно высокие и эффективные темпы и результаты развития всех основных отраслей народного хозяйства.

С момента установления дипломатических отношений между суверенной Беларусью и Китаем связи между странами развиваются успешно и стабильно.

Красноречиво подтверждение этому – результаты взаимной торговли. Если в 1995 году ее объем составил всего 34 млн. дол., в 2000-м году – около 200 млн. дол., то в 2008 году превысил 2 млрд. дол.

Одновременно с количественными изменениями в торгово-экономическом сотрудничестве в последние годы четко обозначились и качественные перемены. Их суть – динамичный переход от простой торговли товарами и услугами к реализации крупных инвестиционных проектов.

Существует много хороших примеров китайских инвесторов, которые участвуют в инвестиционных проектах в Беларуси. Среди них:

- “CITIC Group”,
- “Midea Group”,
- “Alcatel Shanghai Bell”,
- “China National Corporation for Overseas Economic Cooperation”,
- “China Light Industrial Corporation for Foreign Economic and Technical Cooperation”,
- “Huawei”,
- “ZTE Corporation” и другие.

Первый из таких проектов – создание в Беларуси третьего оператора мобильной связи «БеСТ» при кредитном обеспечении Эксимбанка КНР в размере 234 млн. дол. Межправительственное соглашение по этому проекту было подписано в декабре 2005 года.

В 2007 году в стадию практического осуществления вступил проект по модернизации Минской ТЭЦ-2 (кредит – 43 млн. дол., межправительственное соглашение подписано в июле 2007 года).

Также в 2007 году было подписано соглашение между правительством Беларуси и Эксимбанком Китая о реализации беспрецедентного по объему и масштабам для двустороннего сотрудничества проекта – строительство новых и реконструкция действующих предприятий цементной отрасли Республики Беларусь. Под этот проект выделяется 500 млн. дол.

В этой связи необходимо остановиться на такой важнейшей черте совместных реализуемых и планируемых к реализации в Беларуси проектов, как их взаимовыгодный характер. Для нашей страны осуществление упомянутых проектов – это модернизация национальной экономики. Что позволит существенно повысить конкурентоспособность выпускаемой белорусскими предприятиями продукции как на внутреннем, так и на внешних рынках. Выгоды Китайской стороны не менее значимы. Китай получает в центре Европы стратегически важную площадку для демонстрации и продвижения на рынки Запада и СНГ своих технологий, производств. Кроме этого, предоставляя для проектов кредитные ресурсы, Китай одновременно обеспечивает экспорт для своих производителей, развивая производство, обеспечивая работой и заработком тысячи своих граждан.

Конечно, реализация инвестиционных проектов при кредитной поддержке Китая – очень важное направление двустороннего сотрудничества. Но еще более актуальным является привлечение в Беларусь прямых китайских инвестиций, создание в Беларуси китайских и совместных предприятий.

В 2007–2012 годах на территории Беларуси с участием китайских инвестиций реализуется и планируется к реализации более 20 широкомасштабных совместных проектов на общую сумму более 3 млрд. долларов США.

Вместе с тем нынешний объем и структура этих двусторонних экономических отношений – это лишь небольшая часть огромного потенциала белорусско-китайского сотрудничества, который мы реализуем недопустимо медленно.

Наибольшую актуальность для экономики Беларуси имеет привлечение в страну кредитных и, что еще важнее, прямых китайских инвестиций.

Что мешает нам активно использовать этот потенциал?

Первое. Плохое знание Китая и связанное с этим недоверие к уровню китайских технологий и оборудования.

Второе. Отсутствие льгот для зарубежных инвесторов. Несколько лет назад мы уравнили в правах иностранных и своих инвесторов, ссы-

лаясь, в частности, и на то, что так делает Китай. Но он сделал это только в текущем году, спустя почти 30 лет после начала реформ, когда привлек в страну необходимый объем инвестиций (около 740 млрд. дол.), современные технологии и сформировал мощный слой собственных инвесторов.

Третье. Сложность отечественного налогового законодательства, в котором иностранному предпринимателю разобраться очень непросто.

Четвертое. Сложность и длительность согласования и принятия решений.

Какую роль в решении этой задачи может сыграть потенциал бело-русско-китайского экономического сотрудничества?

Первое и главное. Важно максимально полно использовать этот потенциал для модернизации наших наиболее трудно- и энергоемких отраслей, для создания новых современных высокотехнологичных производств. Делать это надо, используя кредиты правительства и банков КНР, а также через привлечение прямых китайских инвестиций в совместные и китайские предприятия в Беларуси.

Второе. Нужно создать в Китае хотя бы несколько белорусских или бело-русско-китайских предприятий. Сегодня в КНР успешно работает лишь одно такое предприятие – СП «Санцзян-Волот» (учредители: китайская компания «Санцзян» и белорусское РУП «МЗКТ»). Между тем в ряде случаев это единственная возможность войти на китайский рынок со своей продукцией. Еще одно перспективное направление вхождения на китайский рынок – использование научно-технических разработок наших академических институтов, отраслей и вузовской науки.

Третье. Необходима целенаправленная работа по диверсификации нашего экспорта. Сегодня он очень неустойчив, поскольку до 85 % его составляют три-четыре товарные позиции: калий, продукция нефтехимической промышленности, карьерные самосвалы.

Между тем стабильными статьями экспорта могли бы стать целлюлоза после строительства в Беларуси завода по ее производству (Китай ежегодно импортирует до 7 млн. т целлюлозы), льнопродукция (только льноволокна Китай ежегодно ввозит на 220 млн. дол.), сухая сыворотка и сухое молоко, ликероводочная продукция.

В целях интенсификации развития торгово-экономических отношений с Китаем крайне важно оперативно развернуть подготовку специалистов-китаеведов, хорошо знающих особенности работы на китайском рынке, отдельные отрасли народного хозяйства КНР, китайский язык. Центром и координатором всей работы по решению этой

задачи мог бы стать Республиканский институт китаеведения имени Конфуция БГУ, который начал работать в январе 2007 г.

Уверена, что у белорусско-китайских отношений очень хорошая перспектива, так как основой их развития является дружба наших народов, взаимное уважение, доброжелательность и выгода.

УДК. 336.6

СОФРОНОВ П.А, ШЕРШНЁВА Т.А.

РЕАЛИЗАЦИЯ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – БОКША Н.В. – доцент

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

В настоящее время экономическое развитие Республики Беларусь, как и других стран мира, протекает в условиях негативного воздействия глобального финансово-экономического кризиса. Во многих отраслях наблюдаются отрицательные тенденции: падение внешнего спроса на продукцию белорусских предприятий (в январе – мае текущего года относительно сопоставимого периода прошлого года отечественный экспорт товаров и услуг снизился на 45,5% при снижении импорта на 32,8%); запасы готовой продукции на складах промпредприятий составили 88,3% к среднемесячному объёму производства (по состоянию на 01.08.2009г.), отрицательное сальдо внешней торговли за первые пять месяцев сложилось на уровне 2,5 млрд. долл. США, превысив в 1,7 раза прогнозное значение данного показателя в целом на 2009 г. (1,5 млрд. долл. США).

Однако следует отметить шаги, предпринятые государством, для преодоления сложной ситуации, в частности реализацию социальных программ посредством кредитования, а также то, что кредитная политика, осуществляемая национальной банковской системой, была направлена, как и ранее, на максимально допустимое удовлетворение потребности физических лиц в кредитных ресурсах.

Расширяется льготное кредитование банками жилищного строительства. За полугодие банки выдали льготных кредитов физическим лицам и сельскохозяйственным организациям почти на 2 трлн. руб., что в 1,7 раза превышает объем выдачи льготных кредитов на цели жилищного строительства за тот же период прошлого года.

Наряду с льготным кредитованием населения банковская система активно осуществляет выдачу кредитов физическим лицам на строительство и приобретение жилья на общих основаниях. По состоянию на 1 июля 2009 г. задолженность физических лиц по кредитам на строительство и приобретение жилья, выданным на общих основаниях, достигла 2,4 трлн. руб., что в 1,6 раза больше, чем на сопоставимую дату прошлого года.

Интересной в данной сфере оказалась программа АСБ «Беларусбанка» «Система строительных сбережений» Особенности данной

программы является возможность получения льготного кредитования при условии накопления части собственных сбережений, которые фактически являются гарантированным депозитом. Программа предполагает возможность накопления средств, в зависимости от индивидуальных особенностей вкладчика, сроком на 3,5 и 7 лет. Далее банк выдаёт кредит суммой до 75% от стоимости жилья при условии возвратности в течении сроком до 20 лет и платой за пользование кредитом в размере ставки рефинансирования + 1 процентный пункт. Участники кредита самостоятельно определяют сумму и срок возврата кредита, по текущему вкладу производится ежемесячная капитализация в размере текущей ставки рефинансирования.

Социальные программы кредитования коснулись не только строительной сферы. К примеру, стоит сравнить:

Льготный кредит для оплаты получения первого высшего образования дневной формы обучения на платной основе, получаемого в государственных вузах, который можно получить в ОАО «Беларусбанк». Кредитные выплаты составляют не более 70% от годовой стоимости обучения, предоставляются сроком до 10 лет, плата за пользование составляет 50% от текущей ставки рефинансирования.

В то же время при получении кредита на обучение в высших и средних заведениях на платной основе сроком до 10 лет, плата составляет 15 % при получении первого и 20% при получении второго.

ОАО «Паритетбанк» и ОАО «Белагропромбанк» не предоставляет льготных кредитов и его предложения менее разнообразны, чем в ОАО «Беларусбанк». К примеру:

ОАО «Паритетбанк». Кредит на потребительские нужды сроком до трёх лет на поручительской основе. Процентная ставка составляет 22,5%+ 20 000 Вг ежемесячной комиссии. Опционным условием является наличие второго поручителя в случае заимствования более 10 млн. Вг.

ОАО «Белагропромбанк» предоставляет потребительский кредит с использованием карты Visa EC размером до 10 млн. Вг и сроком до пяти лет под 23%. Обеспечением возвратности выступают поручители.

Таким образом, белорусские банки осуществляют нецелевое кредитование физических лиц с обязательным наличием поручителей, как гаранта возвратности кредита. Также возможно применение штрафных санкций к кредитополучателю в случае несвоевременного произведения выплат в погашение кредита.

Положительным итогом проводимых программ можно считать то, что на 1 июля 2009 г. задолженность физических лиц по потребительским кредитам составила почти 5,8 трлн. руб., что в 1,3 раза больше,

чем на аналогичную дату 2008 г. – что несомненно свидетельствует о росте доверия к банкам со стороны населения.

Отражая конъюнктуру финансового рынка, заметно увеличились ставки по депозитам и кредитам, предоставляемым белорусскими банками. Так, например, средняя процентная ставка по вновь привлеченным срочным депозитам в национальной валюте, по предварительным данным, в июне 2009 г. сложилась на уровне 17,3% годовых, что на 2,1 процентного пункта выше по сравнению с декабрем 2008 г. (15,2% годовых).

Средняя процентная ставка по новым кредитам банков в национальной валюте в июне 2009 г. составила 20,9% годовых, что на 3,4 процентного пункта выше уровня декабря 2008 г. (17,5% годовых). В целях повышения привлекательности рублевых депозитов были приняты меры по снижению процентных ставок по депозитам в иностранной валюте. Процентная ставка по новым срочным депозитам в СКВ в июне 2009 г. по сравнению с январем 2009 г. снизилась на 2,2 процентного пункта и составила 8,5% годовых. Вызывает беспокойство рост проблемной задолженности клиентов и банков по кредитам и иным активным операциям. За это полугодие проблемная задолженность, числящаяся на балансе банков, достигла 770 млрд. руб. Совокупная проблемная задолженность, числящаяся на балансе, за балансом, и просроченные проценты к середине года превысили 1,2 трлн. руб., что составляет 2,1% от кредитной задолженности клиентов и банков. Наряду с льготным кредитованием населения банковская система активно осуществляет выдачу кредитов физическим лицам на строительство и приобретение жилья на весьма приемлемых условиях. И так 1 июля 2009 г. задолженность физических лиц по кредитам на строительство и приобретение жилья, выданным на общих основаниях, достигла 2,4 трлн. руб., что в 1,6 раза больше, чем на сопоставимую дату прошлого года.

УДК 631.115.1

СПЕХИНА М.И.

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КРЕСТЬЯНСКИХ
(ФЕРМЕРСКИХ) ХОЗЯЙСТВ**

*Научный руководитель – БЫЧКОВ М.Ф. – доктор эк. наук, профессор
ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация*

В современных экономических условиях основной сферой деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств (КФХ) является производство растениеводческой и животноводческой продукции. При этом практика их функционирования свидетельствует, что наибольший удельный вес занимает производство растениеводческой продукции, а в подавляющем большинстве из них занимаются производством зерна, подсолнечника и овощей.

Животноводческая отрасль в производстве занимает значительно меньший удельный вес, чем растениеводство и является не только производящей продукцию, но и обеспечивающей кормовую базу для животных.

Кроме того, хозяйствам, специализирующимся на производстве продукции растениеводства для своего экономического развития требуется в 3-3,5 раза меньше основных средств, чем занятым животноводством. Это объясняется тем, что субъекты хозяйствования, ориентирующиеся на производство продукции животноводства, вынуждены содержать капиталоемкие производственные помещения и приобретать дорогостоящие машины, механизмы и оборудование, требующие значительных затрат.

Анализ конкурентоспособности КФХ Южного Федерального Округа свидетельствует, что к основным проблемам развития индивидуальных и семейных форм собственности относятся: нехватка собственных денежных накоплений, трудности с реализацией продукции, неплатежеспособность партнеров по агропромышленному производству и высокие процентные ставки по кредитам. Низкая доля фермеров в общем объеме производства растениеводческой продукции (в 2007 г. - 9,8% данные по ЮФО) свидетельствует о том, что крестьянские (фермерские) хозяйства пока остаются менее устойчивыми экономическими субъектами на рынке продовольственных товаров.

В 2007 г. абсолютное большинство субъектов фермерского сектора в Ставропольском крае не располагало достаточным объемом основных фондов для ведения производственно-коммерческой деятельно-

сти. Подобное положение объясняется ростом фермерских расходов на содержание техники, которые включают издержки владения (амортизацию, проценты на вложенный капитал, налоги, страхование) и эксплуатационные затраты, обусловленные использованием сельскохозяйственных машин (горючее, смазочные материалы и ремонт). Анализ структуры затрат в крестьянских (фермерских) хозяйствах показывает, что возрастает уровень расходов, связанных с ремонтом основных средств (с 17,6 в 2003 г. до 18,9% в 2007 г. в растениеводстве) и оплатой электроэнергии (с 3,1 в 2003 г. до 4,5% в 2007 г. в животноводстве), а это, в свою очередь, снижает конкурентоспособность данных товаропроизводителей.

Исследования показали, что наибольшая доля расходов крестьянских (фермерских) хозяйств на региональном уровне приходится на хранение, транспортировку, оптовую и розничную торговлю. Причем указанные издержки не имеют перспективы минимизации в условиях функционирования индивидуальных ферм в силу их территориальной удаленности от предприятий перерабатывающей промышленности и рынков сбыта сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

В такой ситуации производство продовольственных товаров не может способствовать увеличению их предложения на открытом рынке. Для этого необходимо практиковать использование институциональных соглашений, обеспечивающих установление связей между экономическими субъектами, производящими, перерабатывающими сырье и поставляющими готовую продукцию потребителям. При этом фермерское хозяйствование трансформируется в систему агропромышленного производства за счет использования факторов, повышающих его конкурентоспособность. Их создает объективная необходимость взаимодействия форм КФХ с промышленными предприятиями, обеспечивающими связь между рациональным производством сырья, своевременной и качественной его переработкой.

В соответствии с тем, что усложнение отраслевой и функциональной структур фермерского сектора требует роста горизонтальных и вертикальных связей, интенсифицирующих воспроизводственный процесс, основным критерием оценки конкурентоспособности КФХ становится уровень их доходности. Он отражает величину текущих денежных поступлений, остающихся после погашения производственных и транзакционных издержек КФХ, оплаты ссудного процента и амортизационных отчислений. В такой среде развитие индивидуальных и семейных форм может происходить лишь на основе модернизации их технической базы и применения интенсивных технологий производства.

В 2008 г. в Ставропольском крае был проведен анкетный опрос владельцев индивидуальных и семейных форм производства. Он позволил выявить проблемы фермеров, занимающихся производством растениеводческой и животноводческой продукции, их реальную экономическую ситуацию. Подавляющее большинство опрошенных считают семейное хозяйствование перспективной формой организации бизнеса в аграрной сфере. К основным экономико-институциональным проблемам фермерского хозяйствования (50%) частные собственники земли, труда и капитала относят: недоступность средств производства для начинающих фермеров; физический износ технических ресурсов, используемых в растениеводстве; высокий уровень материальных затрат в животноводстве; отсутствие необходимой перерабатывающей базы.

Определенный интерес вызывает оценка, данная владельцами крестьянских (фермерских) хозяйств факторам, сдерживающим развитие фермерского движения. Результаты опроса указывают на одну из главных причин вытеснения собственников индивидуальных и семейных форм собственности из бизнеса - недостаточный уровень финансовой поддержки со стороны государства. С точки зрения опрошенных, данная проблема является ключевой и требует не разовых капитальных вложений, а создания стимулирующих условий для развития крестьянских (фермерских) хозяйств, рассчитанных на долгосрочную перспективу.

УДК 336

СТАДОЛЬСКАЯ Е.А.

**ЭЛЕКТРОННОЕ КРЕДИТОВАНИЕ - НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ
ДЛЯ БЕЛОРУССКИХ БАНКОВ**

*Научный руководитель – ПЛЕШКУН А.М. – ст. преподаватель
УО «Полоцкий государственный университет»,
Новополоцк, Республика Беларусь*

В современном обществе Интернет можно по праву считать ещё одним государством. В нем ежедневно встречаются друг друга, работают, отдыхают, делают покупки тысячи и сотни тысяч людей. Эту страну можно считать одной из самых многочисленных: её население составляет более 1,5 млрд. человек. И там где обращается такое количество людей, всегда есть место денежно-кредитным отношениям. Изначально деньги пришли в электронное пространство как выражение реальных денег в онлайн среде, однако вскоре стали полноценным средством платежа, появился термин электронные деньги.

Потребности человека всегда росли в геометрической прогрессии. И там где есть предложение, вскоре возникнет и спрос. Многочисленные товары и услуги, предлагаемые через Интернет, оживили потоки электронных денег не только внутри отдельных стран, но и между странами и континентами. В последствие закономерным стал вопрос о способе займа денег через интернет.

На современном этапе развития большое количество стран внедрило услугу электронного кредитования в банковскую сферу. За рубежом имеет практика работы полностью бесфилиальных банков, работающих исключительно в сети Интернет. С использованием данного продукта выдаются самые различные кредиты суммами, начиная от десяти и до сотней тысяч долларов.

Онлайн-кредитование – это передача денег (в основном в электронной валюте) от одного лица другому (могут участвовать организации) на определённый срок под проценты.

Известно несколько форм развития интернет-кредитования, начиная от самых элементарных как онлайн прием заявлений на получение кредита, заканчивая автоматическими кредитными сервисами и биржами.

Кредитная биржа является автоматизированным сервисом по выдаче кредитов. Биржа предоставляет возможность удобного анализа информации о кредитополучателе, о предоставляемых гарантиях. Среди удобств сервиса то, что можно брать как индивидуальный, так и коллективный кредит. За свою работу биржа не взимает никаких до-

полнительных сборов, кроме официальной комиссии системы WebMoney.

Говоря в целом, кредитная биржа представляет хороший механизм онлайн-кредитования, который, несомненно, обеспечивает дополнительные гарантии успешного заработка кредитодателю и удобного получения кредита заемщику.

Как упоминалось выше, сейчас на кредитных биржах работают в основном индивидуальные предприниматели, занимающиеся выдачей собственных средств. Поэтому для повышения надежности возврата денежных средств каждым из них проводится отбор кредиторов по уникальной методике. В целом каждый кредитор обращает внимание на наличие аттестата и хорошей кредитной истории, которой предприниматели, работающие на одной бирже, могут обмениваться. Другое дело обстоит с пользователями, решившими приобрести кредит в первый раз. Решающее значение здесь может иметь сумма кредита (небольшая сумма охотно выдается даже рискованным кредитополучателям), цель кредита, если она будет указана (в основном цель на небольшие суммы не указывается, кредиты считаются аналогом потребительского кредита в офф-лайн банке), существование залога электронного имущества.

Процент отказов удовлетворить заявку на получение кредита зависит оттого, насколько привык рисковать кредитор. Обычно этот процент может варьироваться от 25 до 75% отказов. Что касается процента невозврата денежных средств, то тут уровень приблизительно одинаков и на ходится на отметке от 1,5 до 5%.

Вторым сервисом, поддерживающим онлайн-кредитование, является *долговой (автоматический кредитный) сервис*.

Здесь механизм выдачи кредита выглядит несколько иначе. Сначала кредитор обязан определить лимит доверия, который устанавливает такие параметры, как максимальную сумму займа, срок и порядок его возврата, оплату за использования (проценты), кошелек, с которого будет осуществляться выдача средств. С такими условиями должен будет согласиться как заемщик, так и кредитор.

На основании лимитов доверия устанавливается уровень доверия, который характеризует участника системы.

За рубежом, электронное кредитование уже давно получило широкое распространение. В США деятельность большинства онлайн кредиторов сводится к копированию банковских услуг. Процесс оформления заявки на кредит значительно облегчен и особо удобен тем, что не требует личной встречи с представителем кредитной организации. Проценты по этим займам выше средних всего на 1-2%, а условия

практически идентичны. В Великобритании, к примеру, существует несколько онлайн-кредитных организаций, но их масштабы далеко не так велики как в США.

В Российской Федерации наибольшее развитие кредитная биржа Webmoney и долговой сервис Lendmoney, осуществившие сделок на сумму около 20 млн. долл.

Внедрение данной услуги необходимо, однако главной ошибкой будет попытка внедрения европейского опыта на белорусскую экономику без учета региональных особенностей. Существующий опыт выдачи электронного кредита через автоматический кредит сервис или кредитную биржу для нашей экономики пока является слишком инновационным. Это касается как огромных затрат необходимых для функционирования этих форм, так и возможное недоверие населения и государства к данным формам экономических отношений. Поэтому для применения электронного кредитования в Республике Беларусь автором предлагается путь внедрения через уже имеющиеся формы дистанционных банковских услуг.

УДК 338

СТАНКЕВИЧ Е.Н.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛИЗИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ НА
ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Научный руководитель – КОСТЮКЕВИЧ Е.А.

УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

Глубокие преобразования, происходящие в мировой экономике, требования, предъявляемые научно-техническим прогрессом к замене основных фондов, а также необходимость более эффективного использования финансовых ресурсов потребовали новых методов обновления материально-технической базы. Одним из таких нетрадиционных и достаточно эффективных в последние десятилетия инвестиционных инструментов стал лизинг.

В развитых странах на долю лизинговых операций приходится до 30% в общем объеме инвестиций. Развитие лизинга положительно сказывается на экономике страны особенно в кризисные периоды. Инвестиции по договорам лизинга перетекают в реальный сектор экономики, способствуют тем самым эффективному вложению капитала в основные фонды, внедрению новых технологий, росту конкурентоспособности субъектов хозяйствования, росту производительности труда, а также «смягчению» инфляции.

Таким образом, исследования рынка лизинговых услуг и лизинговой деятельности в Республике Беларусь являются на сегодняшний день весьма актуальными. Лизинг является одним из наиболее перспективных направлений развития экономики нашей страны, так как через лизинговые операции могут быть реально привлечены необходимые инвестиции в наиболее нуждающиеся звенья белорусской экономики.

Главными направлениями развития лизинга до 2010 г. названы создание и развитие венчурных фондов, субсидирующих инвестиционные лизинговые проекты с повышенной степенью риска; консолидация коммерческих банков для кредитования лизинговых сделок. Планируется ввести обязательное страхование объектов лизинга [7].

Нормативно-правовая база, на основании которой осуществляется лизинговая деятельность на территории Республики Беларусь за последние шесть лет практически не подвергались изменениям, что свидетельствует об определенном балансе интересов государства и реального сектора экономики.

Всего в Республике Беларусь действуют 65 нормативных правовых актов и ряд разъяснительных писем органов управления, так или иначе затрагивающих осуществление лизинговой деятельности в стране. Нормативных правовых актов, непосредственно регулирующих лизинг; – 18, регулирующих вопросы налогового законодательства, – 32 (в т. ч. почти все основные законы), регулирующих таможенные правила, – 7 нормативных правовых актов, включая Таможенный кодекс Республики Беларусь. Валютное регулирование регламентируется четырьмя актами и двумя разъяснениями к ним. Вопросы, касающиеся лизинга в банковской сфере, статистике, судебной практике, регулируются четырьмя нормативными правовыми актами и тремя разъяснительными письмами.

В условиях дефицита собственных оборотных средств, использование лизинговых услуг является эффективным и доступным механизмом модернизации и обновления основных средств. Приобретение объектов основных средств в лизинг имеет ряд бесспорных преимуществ перед другими способами:

1. При заключении лизингового контракта документальное оформление проще, чем при получении кредита в банке (не требуется залог и большое количество документов, подтверждающих финансовое состояние предприятия).

2. По договоренности с лизинговой компанией предприятию может быть установлен удобный для него гибкий график платежей.

3. Налог на добавленную стоимость берется в зачет по каждому лизинговому платежу, а при покупке средства в кредит НДС берется в зачет одновременно при приобретении объекта и в процентах банка НДС отсутствует.

4. При оперативном лизинге оборудование можно вернуть после использования и таким образом производить постоянное обновление производственной базы [2].

Преимущества лизинга более других регионов оценили столичные бизнесмены. На долю Минска на конец прошлого года пришлось 82,8% количества переданных по лизингу объектов. Их стоимость составила 1427,4 млрд. Вг - 65% стоимости имущества, переданного в лизинг по стране. Меньше всех интересуются лизингом в Витебской и Могилевской областях. На начало 2007 г. здесь было передано в лизинг лишь 120 и 87 объектов на сумму в 7,1 и 8,1 млрд. Вг соответственно.

Наибольший интерес у субъектов хозяйствования вызывает лизинг основных средств. При этом больше всего сдается машин и оборудо-

вания - их на 1.01.2007 числилось 49 153 на сумму 1426,2 млрд. Вг (на 1.01.2006 г.-51 595 на 977,4 млрд. Вг) [7].

Необходимо отметить, что в Республике Беларусь получил распространение финансовый лизинг, однако он развит недостаточно хорошо.

В целях развития лизинга в Республике Беларусь необходимо провести детальный анализ деятельности имеющихся лизинговых компаний и разработать пути преодоления трудностей. Также необходимо разработать практические рекомендации по совершенствованию действующего законодательства, организации лизинга, оценки и анализа его эффективности.

Необходимо провести следующие процедуры в сфере законодательства, чтобы оживить процесс лизинга в Республике Беларусь:

- упростить систему налогообложения, сделать ее более четкой, ясной;
- упростить процедуры создания, регистрации частных предприятий;
- обеспечить равенство перед законом предприятий всех форм собственности;
- разрешить более свободное ценообразование для предприятий, которые не являются монополистами на рынке Республики Беларусь;
- создать условия для защиты прав собственника [3].

Однако поскольку лизинг не только один из экономических инструментов в руках государства, но и бизнес, для государства важно концептуально и законодательно обеспечить привлекательность лизинга как предпринимательской деятельности, сбалансировав при этом соотношение государственного и частного интереса в правовой доктрине и в нормативно-правовой базе [1]. Необходимо создать условия для сочетания интересов всех участников лизинговых операций, раскрывающие преимущества лизинга по сравнению с другими формами инвестирования, делающие лизинг привлекательным с точки зрения экономической целесообразности для его участников, но при этом гарантирующей экономическую безопасность государства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Б е н ч у к, Т. Лизинг как инвестиционный механизм: проблемы практики и перспективы развития / Т. Бенчук // Вестник ВСУ РБ. 2006. № 11(июнь). С. 77-91.
2. Г в а й, Т. Лизинг или кредит: что выгоднее? / Т. Гвай // Ценообразование. 2006. № 11. С.50-53.
3. К а ч а н о в с к а я, Н.В. Проблемы и перспективы развития лизинга в Республике Беларусь / Н.В. Качановская // Бух. учет. 2006. № 4. С. 39-41.

4. П а н и н а, Н.М. Лизинг - одна из форм обновления основных средств / Н.М. Панина, Т.Н. Глухова // Экономика. Финансы. Управление. 2004. № 9. С. 7-11.

5. П а н и н а, Н.М. Лизинг: правовые аспекты, проблемы использования, пути совершенствования / Н.М. Панина // Экономика. Финансы. Управление. 2006. №9. С. 74-78.

6. Положение о лизинге на территории Республики Беларусь в ред. постановления Совета Министров от 13. 07. 2000 № 1038.

7. Ф р и д к и н, Л. Это сладкое слово лизинг / Л. Фридкин // Национальная экономическая газета. 2007. 29 июня. С. 4.

УДК 658.153:005

СТЕПАНОВИЧ Е.А.

**ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ
НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Научный руководитель – ТРУБЧИК В.С. – ассистент

УО «Белорусский государственный технологический университет»,
Минск, Республика Беларусь

Функционирование многих промышленных предприятий происходит в условиях недостатка оборотных средств, что является следствием как вымывания оборотных средств в условиях инфляции и нестабильного курса национальной валюты, так и дисбаланса развития предприятия, вызванного принятием неэффективных управленческих решений.

Оборотный капитал, как обособленная часть капитала организации, имеет ряд особенностей своего функционирования, что обуславливает актуальность изучения его как объекта управления.

Наиболее часто в экономической литературе термин «капитал» определяется как «общая стоимость средств в денежной, материальной, нематериальной формах, авансированных в формирование активов предприятия». В зарубежной практике понятие «капитал», в отличие от отечественной, часто используется для характеристики только собственных финансовых средств предприятия.

В исследованиях природы капитала И.А. Бланк рассматривает возможность проявления капитала в различных формах: как производственного ресурса; инвестиционного ресурса; накопленной ценности; источника дохода; объекта рыночных отношений; объекта временного предпочтения. Следует отметить, что каждая из этих форм при определенном контексте является уместной и в то же время правильной.

Неоднозначность трактовки понятия капитал вызвана многоаспектностью проблем функционирования современного предприятия, а значит – и круга вопросов, где необходимо рассматривать роль капитала. Однако, на наш взгляд, основным свойством капитала, определяющим его роль в экономических отношениях является способность приносить доход, поэтому в дальнейшем под капиталом будем понимать совокупность активов предприятия, используемых для получения прибыли.

К оборотному капиталу относят мобильные активы предприятия, которые являются денежными средствами или могут быть обращены в них в течение года или одного производственного цикла. Другими

словами, оборотный капитал – это средства, инвестируемые организацией в текущие операции в течение каждого цикла.

Наряду с понятием оборотного капитала в научной литературе используются такие понятия, как оборотные активы и оборотные средства. Следует отметить, что в основном их рассматривают как тождественные понятия, но, тем не менее, между ними существует различие с точки зрения баланса как метода группировки средств предприятия: капитал относится к средствам по источникам их возникновения, находясь при этом в пассиве, а оборотные активы и оборотные средства являются частью активов предприятия, которые указывают место размещения (авансирования) оборотного капитала как источника.

В.В. Ковалев отмечает, что при использовании термина «капитал» в большей степени подчеркивается финансовая природа объекта внимания финансового менеджера, другими словами менеджера интересует не предметно-вещественная природа оборотных активов, а величина денежных средств, вложенных в эти активы.

Для определения эффективности использования оборотного капитала наиболее часто используют следующие показатели: коэффициент оборачиваемости, длительность одного оборота оборотного капитала, коэффициент закрепления оборотных средств, размер оборотных средств, высвободившихся из обращения в результате ускорения оборачиваемости, рентабельность оборотного капитала. Их значение характеризует скорость обращения оборотных средств, позволяет анализировать, насколько эффективно используется оборотный капитал, наблюдается ли экономия оборотного капитала в результате ускорения оборачиваемости или, наоборот, требуется привлечение дополнительных средств для продолжения хозяйственной деятельности и т.д. Поэтому показатели эффективности использования оборотного капитала могут выступать источниками информации для анализа финансового состояния предприятия, его платежеспособности.

На наш взгляд наиболее полно характеризует эффективность использования оборотного капитала показатель рентабельности оборотного капитала, т.к. позволяет учитывать как эффективность вложения средств в различные виды деятельности, так и скорость обращения капитала. Наибольшую известность среди формул для расчета рентабельности оборотного капитала получила формула Дюпона, имеющая вид:

$$R_{ок}^{инт} = R_{об} \cdot K_{об},$$

где $R_{ок}^{инт}$ – интегральный показатель рентабельности оборотного капитала, %;

$R_{об}$ – рентабельность реализованной продукции, %;

$K_{об}$ – коэффициент оборачиваемости оборотного капитала.

Однако неоднородность оборотного капитала не позволяет при управлении ограничиваться лишь значением величины рентабельности оборотного капитала. Поэтому политику управления оборотными средствами необходимо рассматривать обособленно на всех стадиях их кругооборота. Поэтому в общей политике управления оборотным капиталом выделяют:

1. Управление производственными запасами;
2. Управление готовой продукцией;
3. Управление дебиторской задолженностью;
4. Управление денежными активами.

При формировании стратегии управления оборотным капиталом в первую очередь необходимо ориентироваться на максимизацию общей величины рентабельности оборотного капитала, однако при этом учитывать особенности его функционирования на всех этапах оборота.

Кроме того, при управлении оборотным капиталом необходимо учитывать объективную потребность в обновлении основных средств, что также является необходимым условием эффективной деятельности промышленных предприятий.

Таким образом, целью управления оборотным капиталом является обеспечение получения максимально возможной прибыли на протяжении длительного периода времени, что также позволит предприятию сохранить финансовую устойчивость.

УДК 330.322 (476)

СТЕФАНОВИЧ А.В.

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – ШВЕЦ М.Г. – ст. преподаватель

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
Минск, Республика Беларусь

Инвестиции являются неотъемлемой составной частью современной экономики. Сегодня мы рассматриваем инвестиции как долгосрочные вложения капитала в различные сферы экономики, инфраструктуру, социальные программы, охрану среды как внутри страны, так и за рубежом. Немалую роль в инвестиционной деятельности играет инвестиционный климат.

Следует отметить, что инвестиционный климат – категория объективная для каждого конкретного момента времени и каждой страны. Однако в значительной степени она формируется под влиянием управленческого фактора. Управленческие структуры могут создавать благоприятную или неблагоприятную инвестиционную среду. Стабильная внутривнутриполитическая обстановка, отсутствие конфликтов международного или религиозного характера делают нашу страну все более привлекательной для инвесторов. В Беларуси сформированы и продолжают совершенствоваться благоприятные правовые условия для деятельности инвесторов.

В 2008 году коммерческие организации, созданные с 1 апреля 2008 года с местом нахождения и при осуществлении деятельности на территории Республики Беларусь, за исключением населенных пунктов с численностью населения свыше 50 тыс. человек, имеют право не уплачивать в течение пяти лет налог на прибыль и сбора в республиканский фонд поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, иные налоги и сборы [1]. К таким организациям, при приобретении сырья, комплектующих и материалов для собственного производства и внешней торговле товарами собственного производства не применяются:

- меры нетарифного регулирования;
- исключительные права на осуществление внешней торговли отдельными видами товаров;
- требования обязательного заключения сделок на биржевых торгах ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа»;
- установление минимальных при импорте и максимальных при экспорте цен на товары;

– специальные процедуры закупок, поставок либо проведения тендеров.

Согласно декрету коммерческие организации и коммерческие организации с иностранными инвестициями вправе самостоятельно:

– определять условия, объемы, виды закупаемого сырья, комплектующих и материалов, а также условия, объемы и виды реализации произведенной продукции, товаров (работ, услуг) собственного производства;

– устанавливать и применять свободные цены на товары (работы, услуги) собственного производства, за исключением некоторых социально-значимых товаров;

– определять поставщиков или покупателей;

– устанавливать заработную плату своим работникам, но не ниже ее минимального размера определенного государством;

– страховать свои имущественные интересы у страховых организаций, страховых брокеров, созданных за пределами Республики Беларусь [1].

В 2009 году продолжено совершенствование законодательной базы: предусмотрено формирование трехуровневой системы инвестиционных договоров [2]. На первом уровне инвестиционный договор заключается на основании решения облисполкома или профильного ведомства. Инвестиционный проект реализуется в рамках соответствующей отрасли или административно-территориальной единицы и в пределах компетенции государственного органа или исполнительного комитета. На втором уровне инвестиционный договор заключается на основании решения Правительства Республики Беларусь, если инвестиционным договором не предусматривается предоставление инвестору льгот и преференций. На третьем уровне инвестиционный договор заключается на основании решения Правительства по согласованию с Президентом при предоставлении инвестору льгот и преференций.

Независимо от уровня инвестиционного договора, предполагается дополнительные условия для реализации инвестиционного проекта. В частности, предусматривается:

– право на строительство инвестиционных объектов параллельно с разработкой, экспертизой и утверждением последующих этапов строительства;

– упрощение режима получения земельных участков;

– освобождение от возмещения потерь сельскохозяйственного и лесохозяйственного производства, вызванных изъятием земель;

– освобождение от уплаты ввозных таможенных пошлин и налога на добавленную стоимость при ввозе на таможенную территорию Республики Беларусь оборудования и запасных частей к нему для объектов инвестиционного проекта

– освобождение от целевых сборов в местные бюджеты.

Меры, предпринимаемые правительством по совершенствованию инвестиционного климата, уже дали определенные результаты: из 181 страны мира Республика Беларусь со 115-го места поднялась на 85-е место. Кроме того, республика заняла 4-е место в десятке стран-лидеров по проведению реформ в этой области за 2007-2008 годы.

Однако не стоит останавливаться на достигнутом. В первую очередь необходимо провести ряд реформ в системе налогообложения и максимально ее упростить, так как иностранные инвесторы сталкиваются с проблемой исчисления налогов. Для активизации инвестиционной деятельности и улучшения инвестиционного климата необходимо способствовать расширению инвестиционного потенциала банковского сектора за счет вовлечения внешнего капитала и средств домашних хозяйств. Содействовать дальнейшему улучшению условий для работы инвесторов на территории свободных экономических зон, приумножая количество свобод в сфере инвестирования.

ЛИТЕРАТУРА

1. О стимулировании производства и реализации товаров (работ, услуг): Декрет Президента Республики Беларусь, 28 января 2008 г. № 1: в ред. Декрета Президента Республики Беларусь от 12 августа 2008 г. № 17 // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] // ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информации Респ. Беларусь. Минск, 2008.

2. О дополнительных условиях реализации инвестиционных проектов на территории Республики Беларусь: Декрет Президента Республики Беларусь, 6 августа 2009 года № 10 // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] // ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информации Респ. Беларусь. Минск, 2009.

УДК 658:005.52:330.131.5

СТРИНКЕВИЧ А.Н.

**ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Научный руководитель – ТРУБЧИК В.С. – ассистент

УО «Белорусский государственный технологический университет»,
Минск, Республика Беларусь

Развитие современной экономики возможно лишь при условии эффективной работы субъектов хозяйствования. В широком смысле слова, эффективность – это уровень соответствия результатов какой-либо деятельности поставленным задачам.

В настоящее время вопрос об экономической эффективности производства и показателях его характеризующих остается во многом дискуссионным.

Наиболее простое определение эффективности предприятия сводится к соотношению затраченных ресурсов к полученным результатам. То есть чем больше предприятие имеет доход и чем меньше при этом его затраты, тем более эффективной является его деятельность. Долгое время такое понимание эффективности преобладало, и, соответственно, все усилия предприятий были направлены на повышение доходов и сокращение расходов. Однако постепенно такой взгляд на эффективность перестал удовлетворять требованиям времени. Все большую популярность стал приобретать холистический подход, при котором эффективность оценивалась целой совокупностью критериев. Основной причиной этого является то, что финансовые показатели, лежащие в основе показателей эффективности, отражают лишь текущее состояние компании и не учитывают динамику ее развития. Таким образом, остается риск неверной оценки деятельности в долгосрочной перспективе.

В одном из подходов для оценки эффективности производства предложена система оценки деятельности предприятия, основанная на четырех группах показателей [2]:

В первую группу входят обобщающие показатели, такие как прибыль на единицу общих затрат, рентабельность производства, производство чистой продукции на единицу затрат ресурсов и др.

Вторую группу показателей эффективности составляют показатели использования труда (например, показатели производительности труда, трудоемкости единицы продукции, коэффициента использования полезного фонда рабочего времени и др.).

Показатели третьей группы позволяют охарактеризовать эффективность использования производственных фондов. Примером таких показателей являются общая фондоотдача, рентабельность основных фондов, материалоемкость единицы продукции и др.

Показатели эффективности использования финансовых средств, такие как оборачиваемость оборотных средств, рентабельность оборотных средств, рентабельность капитальных вложений и т.д. составляют четвертую группу показателей.

В свою очередь американский ученый Маршал В. Мейер выделил следующие четыре типа показателей эффективности деятельности организации [2]:

1. Показатели рыночной оценки (рентабельность акционерного капитала, добавленная рыночная стоимость).

2. Финансовые показатели (коэффициент ROA, коэффициент ROI, коэффициент ROS, денежные потоки).

3. Нефинансовые показатели (показатели, характеризующие инновации, соответствие качества продукта техническим требованиям, удовлетворенность клиентов, лояльность клиентуры).

4. Показатели затрат.

Общим недостатком практически всех рассмотренных выше показателей является ограничение оценки деятельности на ее финансовых результатах, состоянии имущества и других аспектах, при этом, как правило, из виду упускается социально-экономическая роль промышленного предприятия в современном обществе.

Экономический аспект эффективности деятельности характеризует способ вовлечения предприятия в хозяйственный механизм государства. Необходимо отметить, что некоторыми исследователями отдельно выделяется техническая эффективность производства. Однако, поскольку техническая эффективность характеризует состояние средств производства, используемых для выпуска продукции, то мы считаем, что она уже получает свое отражение в показателях экономической эффективности, характеризующих в т.ч. и признание произведенного товара на рынке.

Социальная эффективность характеризует влияние деятельности субъекта хозяйствования на воспроизводственные процессы в социальной сфере [1]. Осуществление деятельности предприятия помимо получения прибыли сопряжено с наличием таких внешних эффектов как создание новых рабочих мест, улучшение условий труда и быта, воздействие на состояние окружающей среды, влияние на уровень социального развития региона через участие в формировании местного и государственного бюджета через уплату налогов.

На наш взгляд в наилучшей степени социально-экономический результат деятельности предприятия позволяет отразить система показателей на основе добавленной стоимости.

При этом величина добавленной стоимости рассчитывается как разница между общей выручкой от продаж и стоимостью промежуточной продукции (сырья, материалов, работ и услуг, приобретаемых у других организаций). Структуру показателя добавленной стоимости можно представить в виде формулы:

Добавленная стоимость = Прибыль + Труд + Амортизация + Налоги

Поскольку деятельность предприятия влечет за собой возникновение так называемых внешних эффектов, т.е. эффектов, не влияющих непосредственно на деятельность предприятия, но сказывающихся на развитии социальной сферы, то применение в качестве показателей эффективности показателей добавленной стоимости позволит оценить его деятельность как с точки зрения субъекта хозяйствования, так и с точки зрения общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Суша, Г.З. Экономическая эффективность предприятия / Г.З. Суша. Минск: Академия управления, 2003. с.5-16.
2. Маршал, В. Мейер / Оценка эффективности бизнеса / Маршал В. Мейер, 2004.

УДК 331.108.2:664.6(476.7)

СЫЧЕВИЧ М.Ю.

ФОРМИРОВАНИЕ РЕЗЕРВА КАДРОВ УПРАВЛЕНИЯ И РАБОТА С НИМ НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА РУП «БРЕСТХЛЕБПРОМ» СТОЛИНСКОГО ХЛЕБОЗАВОДА

Научный руководитель – БЫКОВ В.В. – кандидат эк. наук, профессор УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», Горки, Республика Беларусь

Резерв руководящих кадров организации – это специально сформированная и подготовленная группа работников, способных по своим профессиональным и личностным качествам к замещению вакантных руководящих должностей более высокого уровня.

Формирование резерва кадров является жизненно важной и необходимой задачей для надёжного функционирования предприятия, так как позволяет обеспечить замещение вакантных должностей в случае болезни, отпуска, командировки, увольнения работников и других причин. Резерв кадров – это часть персонала, проходящая подготовку для занятия соответствующих рабочих мест более высокой квалификации.

По уровню конкретизации и спектру предъявляемых требований резерв персонала управления можно классифицировать на социальный, потенциальный, предварительный, окончательный.

Социальный резерв руководящих кадров – это резерв в самом широком смысле слова. В него входят все трудящиеся, причем не только исследуемого предприятия. Прежде всего, социальный резерв – это творческая молодёжь.

Потенциальный резерв образуют руководители, специалисты, передовые рабочие, отвечающие основным требованиям к уровню образования, специальности, возрасту либо способные им отвечать в ближайшее время. Он создаёт исходную базу формирования собственного резерва в каждом подразделении.

Предварительный резерв – это работники из числа потенциального резерва, которые с большей вероятностью, чем другие, могут быть назначены на руководящие должности. Его состав устанавливается по сравнительным оценкам деловых и личных качеств кандидатов.

В окончательный резерв входят только те работники, которые в наибольшей мере соответствуют всем критериям формирования резерва.

Главной целью создания резерва руководящих кадров является формирование группы работников, подготовленных для управленче-

ской деятельности в современных условиях, и обеспечение на этой основе преемственности, непрерывности, эффективности управления организацией [2].

Рассмотрим как организована работа с резервом на примере филиала РУПП «Брестхлебпром» Столинском хлебозаводе.

На хлебозаводе работает 90 человек, в том числе на 1 марта 2009 года руководителей и специалистов 17 человек. Из числа работающих высшее образование имеют 9 человек, из которых двое рабочие. Среднее специальное образование имеют 28 человек, из них 18 лица рабочих профессий. 20 рабочих имеют профессионально-техническое, 25 – среднее образование. Половина работников имеет возраст до 39 лет включительно, 29% возраст 40-49 лет. Средний возраст работников составляет 41 год.

В штатном расписании управленческого персонала имеется директор завода, главный инженер, ведущий экономист, экономист по труду, инженер по кадрам, экономист по материально-техническому снабжению и сбыту. В отделе бухгалтерского учета и отчетности работают четыре бухгалтера, в производственно-технической лаборатории три сотрудника. Кроме этого на предприятии работают техник-технолог цеха и два мастера.

Важной формой оценки и формирования резерва кадров на выдвижение является аттестация кадров управления. «Периодическое проведение аттестации позволяет работнику получить юридическое признание своих трудовых заслуг, подтвердить факт роста профессионального мастерства, а также дает возможность по результатам её проведения отбирать перспективных работников на руководящие должности, формировать качественный резерв кадров для выдвижения на руководящую работу» [1].

Однако, как показывает анализ материалов по аттестации, в изучаемой организации аттестация проводится явным нарушением требований нормативных документов. План подготовки и проведения аттестации не составляется. Приказ о последней аттестации издан со значительным опозданием. Непосредственно аттестация проходит формально. Никаких протоколов заседания аттестационной комиссии не ведется и соответственно никаких предложений о зачислении в резерв комиссия не предлагает. В резерве кадров на выдвижение числится два работника на должность директора завода. На другие должности кандидаты не предложены.

Следует отметить, что на предприятии имеется возможность сформировать реальный резерв учитывая квалифицированный состав рабочих. Как уже отмечалось среди рабочих два человека имеют высшее

образование и 18 – среднее специальное образование. Почти все эти работники молодого возраста.

Руководству филиала РУПП «Брестхлебпром» Столинского хлебо-завода следует больше внимания уделять работе с кадрами и в особенности формированию резерва кадров на выдвижение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аттестация кадров управления: Методические рекомендации/ Белорусская государственная сельскохозяйственная академия; Сост. В.В.Быков. Горки, 2005. 20 с.
2. Я н о в с к а я, Л.Ф. образцы должностных инструкций с комментариями / Л.Ф. Яновская, Е.П. Пархимчик. М.:изд-во деловой и учебной литературы. Мн.: Дикта, 2006. 688 с.

УДК 332.72:63

ТАГАЕВА Ю.О.

**ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В РОССИИ**

*Научный руководитель – ЛИХОЛЕТОВ Е.А. – кандидат эк. наук, доцент
ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация*

Объекты недвижимости играют значительную роль в становлении и развитии рыночных отношений в экономике России. Выступая в качестве основы общественного производства, они являются базой хозяйственной деятельности, развития предприятий и организаций разных форм собственности.

Рынок недвижимости – сектор национальной экономики, представляющий собой совокупность объектов недвижимости, экономических субъектов и процессов функционирования рынка. Последние включают производство, потребление и обмен объектов недвижимости, управление рынком, а также механизмы, обеспечивающие полноценное функционирование рынка.

Особенностями рынка недвижимости являются:

- специфический характер оборота недвижимости;
- формирование цен в результате взаимодействия ограниченного числа продавцов и покупателей;
- ограниченная возможность самостоятельного регулирования рынка посредством ценового механизма;
- высокий уровень трансакционных издержек при сделках с недвижимостью;
- более низкая, по сравнению с другими товарами ликвидность недвижимости;
- более высокая роль локальных факторов, определяющих ситуацию на рынке недвижимости;
- многообразие и переплетение разных видов риска.

Рынок сельскохозяйственной недвижимости – важный составной элемент рынка недвижимости. Он представляет собой определенный набор механизмов, посредством которых передаются права на собственность и связанные с ней интересы, а также устанавливаются цены и распределяется пространство между конкурирующими пользователями.

В качестве особенностей рынка недвижимости в агропромышленном комплексе следует выделить функционирование в его рамках такого важного сегмента как рынок земли. Особенность земли как товара

состоит в ее разнообразии по различным параметрам, невозможности унификации и продажи по образцам, потребности в инвестициях для создания объектов недвижимости на земельных участках. Создание объектов недвижимости требует значительных капитальных вложений долгосрочного характера, которые не могут быть обеспечены за счет собственных средств. Складываются различные варианты соотношений собственного и заемного капитала. При этом кредитование нового строительства связано с гораздо большими рисками по сравнению с выдачей долгосрочного кредита, который может быть обеспечен залогом уже имеющегося объекта недвижимости определенной стоимости.

В настоящий момент начался процесс сделок на основе залога (ипотеки) сельскохозяйственных земель. Это очень важный этап в развитии отечественного агропромышленного комплекса, однако в целом сельское хозяйство не готово к ипотеке, поскольку нынешние отношения собственности в этой сфере требуют глубокой доработки и изучения. Кроме того, лишь небольшой процент банков готов рассмотреть вопрос выделения кредитных средств под залог земельного участка. Причина — высокие риски, связанные с ликвидностью земли в дальнейшем, ведь в случае невыплат банку придется ее продавать.

Важный этап развития рынка сельскохозяйственной недвижимости — освоение новых земель. Это связано с абсолютной неэластичностью предложения, поскольку лишь незначительная часть территории может быть освоена и вовлечена в производственный оборот. Предпринимателю предпочтительно направлять средства в уже освоенные земельные ресурсы.

На развитие рынка сельскохозяйственной недвижимости значительное влияние оказывают состояние оценочной деятельности в стране.

Оценка стоимости объектов недвижимости в агропромышленном комплексе необходима для полноценного функционирования его рынка. Для проведения стоимостной оценки объектов недвижимости требуется предварительно определить ее цели. От этого во многом зависит выбор технологий и методов проведения оценочной работы. Так, при реконструкции объекта недвижимости используется инвестиционная стоимость, в случае ипотеки — рыночная.

Развитие рынка сельскохозяйственных земель может способствовать решению следующих задач:

– стимулирование предпринимательской деятельности землепользователей, поскольку земля как товар способна удовлетворять не только личные потребности, но и быть капиталом, приносящим доход;

- создание конкурентной среды в связи с необходимостью поддерживать деловую активность предприятий;
- привлечение инвестиций в реальное производство путем внесения земли в качестве взноса в уставные капиталы или заемных средств через процедуру залога.

Организация земельного рынка возможна только на основе эффективного взаимодействия финансовой, правовой и организационной системы по урегулированию земельных отношений. Во главе нее должно стоять государство. Без государственного контроля рынок земли мало эффективен с точки зрения интересов общества.

УДК 366.626

ТИМОНОВИЧ Е.Н.

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ СТОЛИНСКОГО РАЙОНА

Научный руководитель – КУЗНЕЦОВА И.А. – магистр эк. наук, ассистент УО «Полесский государственный университет», Пинск, Республика Беларусь

Хлебобулочные изделия относятся к продуктам повседневного спроса. Эти товары являются стратегическими, так как играют важнейшую роль в обеспечении продовольственной независимости и безопасности страны. Особенность рынка хлебопродуктов такова, что в периоды экономического спада и, соответственно, снижения покупательской способности населения потребление хлебопродуктов увеличивается. Эта закономерность представлена в таблице.

Потребление хлебопродуктов в Столинском районе

Годы	Потребление х/б продуктов, кг/чел
2005	66
2006	65
2007	69
2008	72

Из таблицы видно, что в кризисный 2008г. потребление хлебопродуктов значительно возросло. Эту точку можно с определенной условностью рассматривать как потенциал рынка. Текущий спрос имеет корреляционную зависимость с экономической ситуацией в стране, а тенденция ее изменения к лучшему показывает, что потребление хлебопродуктов далее будет сокращаться. Это означает, что в условиях обостряющейся конкуренции филиалу РУПП «Брестхлебпром» Столинский хлебозавод будет все сложнее удержать долю рынка, а тем более расширить его. Поэтому правильный выбор маркетинговых стратегии и тактики становятся фактором, определяющих успех.

В условиях усиливающейся борьбы за потребителя и возрастающей неопределенности внешней среды особое значение для организаций, работающих на традиционно консервативном рынке хлебобулочных изделий, имеют так называемые меторесурсы, которые позволяют предприятию адаптировать свой набор ресурсов к меняющейся обстановке и трансформировать потенциал успеха в стратегические факторы успеха предприятия на рынке. Важным меторесурсом является маркетинг, т.к. по средством маркетинговых исследований можно уз-

нать предпочтения потребителей, их отношение к качеству выпускаемой продукции.

Так с целью выбора дальнейшей стратегии развития предприятия, определения сбытовой политики с максимальным учетом предпочтений потребителей в сентябре 2008г. в г. Столине и р.п. Речица было проведено маркетинговое исследование. В процессе исследования использовались методы опроса покупателей в различных торговых точках г. Столина и р.п. Речица, результаты которого дополнялись наблюдениями лиц проводивших опрос. Опрос был проведен с разрешения руководства каждого конкретного торгового предприятия и от имени филиала РУПП «Брестхлебпром» Столинский хлебозавод. Опросные листы включали такие вопросы, как известность марки и продуктов, выпускаемых под этой маркой, информированность рынка, узнаваемость, соотношение цена/качество по потребительским откликам, предпочтения по ассортименту и по основным конкурентам, а также наличие (отсутствие) упаковки, вес хлебобулочной продукции, доступность (место покупки), отношение к новинкам, обеспеченность района хлебобулочными изделиями.

Выборка опрашиваемых осуществлялась методом случайного отбора, в процессе которого было выбрано 10 магазинов, в каждом из них также случайно отобрано пропорциональное количество респондентов. Всего было опрошено 500 респондентов. Приведем наиболее интересные результаты исследований.

В результате проведенного опроса покупателей установлено, что насыщенность рынка хлебобулочными изделиями оценивается как высокая (75%) и достаточная (13%).

В последние годы в мире возросло потребление низкокалорийных, т.е. диетических и содержащих различные пищевые добавки сортов хлеба. Спрос на такую продукцию существует и на рынке хлебобулочных изделий Столинского района. Большим спросом на данном рынке по данным исследования пользуется диетический хлеб под маркой «Приемны» и батон «Мечта».

С 2005г. Столинский хлебозавод 18,4% своей продукции предлагает потребителю в герметической упаковке. Однако, как выяснилось в ходе исследования, хлеб в герметической упаковке предпочитают покупать 15% потребителей, для 29% наличие упаковки не играет роли, а 18 % считают, что хлеб в упаковке теряет вкусовые качества и «хрустящую корочку».

Большинство опрошенных 83% предпочитают покупать хлеб в обычных магазинах вместе с другими продуктами, но 17% потреби-

лей приобретают хлебную продукцию в торговых точках предприятия: «Горячий хлеб» и «Колос».

Наиболее важным фактором при покупке 34% респондентов называет качество хлеба, 46% - близость магазина, 6% - цену и только 5% - имя производителя.

Другими словами, сегодня потребитель стремится покупать высококачественную хлебобулочную продукцию широкого ассортимента, упакованной в соответствии с его представлениями. Кроме того, результаты работы позволяют сделать выводы, относящиеся ко всему рынку хлебопродуктов Столинского района:

- ценовой фактор на сегодня уже не является главным, и потребители в основном не ранжируют для себя производителей хлебобулочной продукции по цене.

- наиболее важными критериями при покупке хлебобулочных изделий являются: свежесть, внешний вид, цена, новизна в упаковке продукции.

- качество продукта большинство потребителей не связывает с конкретным производителем, т.к. чаще всего производители рекламируют весь ассортимент без выделения конкретных марок.

- что касается предпочтений покупателей по видам хлебобулочных изделий, то наибольшей популярностью пользуются: формовой хлеб, батоны, витушки.

Остается надеяться, что проведенный анализ показал жизненную необходимость проведения маркетинговых исследований, результаты которых позволят трансформировать ресурсный потенциал филиала РУПП «Брестхлебпром» Столинский хлебозавод в стратегические факторы успеха на рынке хлебопродуктов, сохранить старых потребителей и завоевать новых.

УДК 663.8(476)

ТИТОВЕЦ О.С.

ПРОИЗВОДСТВО ФРУКТОВЫХ СОКОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – БУЦЬ В.И. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Производством соков в Беларуси занимаются около 40 предприятий, входящих в концерн "Белгоспищепром" и 14 консервных заводов в системе Белкоопсоюза.

Объем производства фруктовых соков в Беларуси в январе-сентябре 2009 года увеличился на 4,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 90,311 млн. условных банок (муб), сообщили агентству "Интерфакс-Запад" в Национальном статистическом комитете (Белстате).

Наибольший объем производства этой продукции обеспечили юридические лица без ведомственной подчиненности, выпустившие 39,776 муб соков (в 2,3 раза больше, чем в январе-сентябре 2008 года). Подведомственные облисполкомам предприятия сократили выпуск на 33,7% до 30,563 муб.

Предприятия концерна "Белгоспищепром" за девять месяцев 2009 года произвели 15,488 муб фруктовых соков (на 16,5% больше, чем в январе-сентябре 2008 года).

Предприятия, подчиненные горисполкомам, произвели в январе-сентябре 3,541 муб фруктовых соков, сократив выпуск по сравнению с тем же периодом прошлого года на 33,9%, предприятия Белкоопсоюза – 865 тыс. условных банок (туб) (на 79,6% меньше). Предприятия Минсельхозпрода выпустили 78 туб таких соков (в 4,9 раза больше).

Овощных соков в январе-сентябре 2009 года белорусские предприятия выпустили 4,133 муб, что на 4,5% меньше уровня января-сентября 2008 года.

Предприятия концерна "Белгоспищепром" изготовили 2,822 муб этой продукции (на 6,5% больше, чем в январе-сентябре 2008 года), юридические лица без ведомственной подчиненности – 561 туб (на 17,4% больше). Подведомственные облисполкомам предприятия сократили выпуск овощных соков на 29,3% до 750 туб.

По информации Белстата, соков фруктовых детских за январь-сентябрь 2009 года было изготовлено 3,164 муб (на 27,2% меньше уровня того же периода 2008 года), детских овощных соков – 1,434 муб (на 24,5% меньше).

Запасы фруктовых соков у производителей по состоянию на 1 октября составили 20,3 муб, или 202,5% к среднемесячному объему производства, овощных соков – 1,4 муб (в 3 раза больше).

Ассортимент соков разнообразен и насчитывает более 100 наименований, в том числе детского питания - около 20.

Соки на белорусских предприятиях выпускаются в основном из местного сырья и не содержат искусственных добавок, красящих или ароматических веществ. Причем в отличие от других стран, где в основном вырабатывают сок и на основе концентрата, в нашей республике в большинстве своем они производятся из натуральных продуктов. Лишь несколько заводов имеют оборудование для приготовления сокового концентрата. В этом плане мы намного опередили остальной мир, где натуральные соки только начинают входить "в моду".

По данным европейских экспертов, 90% жителей Европы постоянно употребляют лишь 3 основных вида соков: апельсиновый, яблочный и томатный. Европейские предприятия, как правило, ограничиваются выпуском 7-8 сортов сока. Вкусовые же пристрастия белорусов пока находятся в стадии формирования, поэтому на наших прилавках можно встретить огромное разнообразие соков.

Самым популярным, по традиции, остается березовый сок, причем в чистом виде. Хотя его купажи с голубикой и клюквой обладают более оригинальным вкусом, потребитель пока предпочитает чистый березовый сок с сахаром. Так, только в системе Белкоопсоюза выпускается 23 вида соков на основе березового, в том числе и пока такой экзотический, как березовый сок, настоянный на хвое. Главной проблемой большинства белорусских производителей по-прежнему остается допотопная тара, которая представлена в основном 1-3-литровыми банками старого "советского дизайна". В последнее время ситуация начала выправляться, практически все заводы Белкоопсоюза и концерна "Белгоспищепром" оснащены необходимым оборудованием для выпуска бутылок с винтовым способом укупорки типа "твист-офф". Однако нельзя сказать, что эта проблема решена полностью. В наиболее привычную для нашего потребителя упаковку, типа "тетрапак", соки разливают лишь несколько заводов. Хотя на Западе потребители предпочитают именно стеклянную упаковку с крышкой типа "твист-офф".

Лидером среди предприятий является Борисовский консервный завод, который производит более четверти общего объема соков Белгоспищепрома.

МОУП "Борисовский консервный завод" (Минская обл.) в конце мая текущего года ввел в эксплуатацию линию по производству соков

в стеклянных бутылках типа "Твист-офф". "В конце мая мы ввели в действие новую болгарскую линию фирмы INDEK-6 по розливу соков в стеклянные бутылки типа "Твист-офф" мощность 3 тыс. бутылок в час, которая позволила нам значительно нарастить выпуск соков и расширить их ассортимент", - заметили специалисты предприятия.

Сейчас на новом оборудовании выпускаются соки 16 наименований - березовый сок и купажированные соки на основе березового, морковные и тыквенные соки с мякотью, тропические соки. В настоящее время завод изготавливает также соки в упаковках "Тетра-Пак" в стеклянных банках различной емкости. С вводом новой линии доля продукции в современных видах тары возросла с 2,4% до 6% в общем объеме производства.

Кроме того, как пояснили специалисты завода, предприятие после изменения стандартов на соковую продукцию начало использовать в изготовлении местные ягоды, в частности малину, клубнику, чернику, голубику, клюкву.

В целом ассортимент соков завода составляет около 50 наименований.

Свою продукцию предприятие реализует во всех регионах республики под торговой маркой "Асалода". Кроме того, часть соков (около 50% общего объема реализации) отгружается на экспорт в США, Польшу, Германию, Россию. На предприятии отметили, что западные страны предпочитают натуральные соки, в частности, сок березовый и березовый в сочетании с различными фруктовыми и ягодными соками, а также овощные соки с мякотью.

Говоря о планах завода, предприятие намерено расширить географию экспорта соковой продукции. Планируется начать сотрудничество с Финляндией, Францией, Великобританией и странами Дальнего Востока.

УДК 338.43:635.1/.8

ТИТОВЕЦ О.С.

**РЕСУРСОБЕСПЕЧЕНИЕ ПЛОДОВООЩНОГО
ПОДКОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПРОБЛЕМЫ
ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ**

Научный руководитель – БУЦЬ В.И. – кандидат эк. наук, доцент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Современная аграрная политика направлена на интенсификацию производства и повышение эффективности использования ресурсов с целью надежного обеспечения населения страны продовольствием, важнейшим условием достижения которой является физическая и экономическая доступность продуктов. Первая предполагает бесперебойное поступление их в места потребления в соответствующих спросу объемах и структуре, вторая - возможность населения приобретать продукты питания в нужном количестве и ассортименте. В настоящее время особое значение приобретают проблемы повышения эффективности функционирования овощного подкомплекса, так как овощам принадлежит важная роль в питании человека. При этом необходимо не только вырастить, но и как можно полнее сохранить и эффективнее переработать овощную продукцию, превратив ее в продукты питания высокого качества и потребительского спроса.

Мониторинг состояния дел в области производства и переработки плодовоошной продукции в Республике Беларусь свидетельствует о том, что на стадии "поле-сад" она не уступает и нередко превосходит привозимую зарубежную по вкусовым качествам и питательным свойствам. Однако на момент реализации отечественная плодовоошная продукция не выдерживает конкуренции с импортной по товарному виду и ассортименту.

В условиях отсутствия возможности быстрой продажи сельхозтоваропроизводителями выращенных ими плодов и овощей происходит не только утрата их природных достоинств, но и прямое уничтожение продукции по причине неудовлетворительного хранения и транспортировки. В результате этого фактические потери превышают 40 процентов среднегодового производства плодов и овощей.

В индустриально развитых странах более 50 процентов убранного урожая плодовоошной продукции потребляется в переработанном виде. В России из общего объема валового сбора плодов и овощей в настоящее время перерабатывается менее 10 процентов плодов и ягод и лишь около 2 процентов овощей.

Такое положение обусловлено рядом факторов, главным из которых является технологическая и техническая отсталость производства. На большинстве перерабатывающих предприятий плодоовощной промышленности уровень механизации основного производства составляет менее 60 процентов, а вспомогательного - около 35 процентов. Активная часть основных фондов морально и физически устарела, около 80 процентов парка технологического оборудования имеет срок службы 15-20 лет.

Аналогичные аспекты характерны и для плодоовощной отрасли Республики Беларусь.

Указанная ситуация усугубляется недостаточной развитостью производства конкурентоспособного технологического оборудования, современной тары, упаковочных и укупорочных материалов и ряда технических средств реализации этой продукции.

Во внешнеторговом обороте Республики Беларусь импорт продовольственных товаров превышает экспорт, хотя доля продукции пищевой промышленности и сырья для ее производства в структуре импорта республики сокращается. Однако сальдо по-прежнему остается отрицательным по причине того, что в республику ввозятся в значительных количествах продукты, производство которых отсутствует или осуществляется в небольших объемах в силу природно-климатических условий (рыба и морепродукты, кофе, чай, отдельные виды круп, субтропические плоды и другие), что является допустимым.

Рост импортозамещающей продукции агропромышленного комплекса будет способствовать обеспечению продовольственной безопасности страны. Ее критерием является удовлетворение за счет собственного производства потребности населения в продуктах питания по отношению к рациональным нормам потребления не менее чем на 80-85 процентов.

Незначительный объем переработки выращиваемых в республике плодов и овощей (менее 2 процентов) обуславливает высокий уровень импорта плодоовощных консервов (40-50 процентов от общего объема их реализации). Часть из них составляют консервы из овощей и фруктов, которые в климатических условиях Беларуси не выращиваются (перец, кукуруза, баклажаны, соки и компоты из персиков, абрикосов, винограда).

В республике уже сейчас проводится работа по обеспечению выпуска импортозамещающих конкурентоспособных плодоовощных консервов в соответствии с Программой развития производства плодоовощных консервов в Республике Беларусь на 2006-2010 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь

от 27 января 2006 г. № 106 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2006 г., № 22, 5/17191).

Основные направления развития импортозамещения в регионах определены исходя из необходимости снижения зависимости их экономики от импорта тех или иных товаров, а также с учетом имеющихся возможностей и условий (сложившаяся отраслевая структура производства, возможности эффективного развития отдельных отраслей экономики, других региональных условий) в решении проблемы импортозамещения в стране. Намечается реализация таких импортозамещающих проектов, которые позволят сократить или полностью исключить ввоз в отдельные регионы и в страну в целом тех видов товаров, производство которых с учетом имеющихся ресурсов и возможностей может быть эффективно налажено на местах.

Развитие импортозамещающих производств в регионах связано, в первую очередь, с использованием потенциала отраслей потребительского комплекса. Основное внимание намечается уделять внедрению прогрессивных технологий и обновлению материально-технической базы предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции. Приоритет принадлежит производству продукции функционального назначения, с повышенной пищевой и биологической ценностью, обогащенной поливитаминами, минеральными веществами.

УДК 338.124.4:338(476.2):338.2

ТИТОВИЧ А.А.

**ВЛИЯНИЕ МИРОВОГО КРИЗИСА НА ЭКОНОМИКУ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ**

*Научный руководитель – КАРПЕЙ Т.В. – кандидат техн. наук, доцент
УО «Гомельский государственный университет*

им. Франциска Скорины»,

Гомель, Республика Беларусь

Мировой кризис, по мнению многих аналитиков, не уступит по глубине Великой депрессии. О рецессии заявили практически все крупнейшие экономики мира, а о том, какой будет продолжительность, глубина и последствия этой рецессии, еще предстоит узнать.

В сложившихся условиях разработка скоординированной стратегии выхода из кризиса актуальна для любой страны. Не является исключением в этом отношении и Республика Беларусь. Специфика проявления кризиса в Беларуси состоит в том, что наша страна, находясь на эволюционном пути развития, предполагающем постепенный переход от сверхцентрализованной системы управления экономикой к демократическому устройству общества и рыночным принципам регулирования экономики, к началу мирового кризиса не успела завершить необходимые преобразования. Подтверждением этого является несовершенство рыночных отношений и, прежде всего, неразвитость фондового рынка.

Глобальный мировой кризис создал угрозу открытой белорусской экономике. Целый ряд финансовых сложностей сказались на реальном секторе экономики. Промышленность Беларуси оказалась в сложном положении. Так, крупное производство, по определению, характеризуется слабой гибкостью, структурным консерватизмом. Кроме того, не решены задачи снижения затратности, повышения инновационной активности, улучшения качества продукции. Кризис более резко обозначил и обострил эти проблемы и подтолкнул к системным структурным переменам.

В настоящее время серьезные трудности испытывают все отрасли народного хозяйства, в первую очередь крупнейшие валообразующие предприятия в машиностроении и металлургии, промышленности стройматериалов, легкой и деревообрабатывающей промышленности. Предприятия столкнулись с проблемами сбыта, сокращением оборотных средств, снижением объемных производственных показателей и рядом других проблем указывающих на необходимость повышения конкурентоспособности продукции, внедрения инновационных техно-

логий. Отметим, что в Беларуси акцентировано переход на инновационный путь развития начали рассматривать еще 3 - 4 года назад.

В конце 2008 года в Беларуси была разработана антикризисная программа по предотвращению спада в реальном секторе. При этом Правительство пошло на девальвацию, отказалось от некоторой части социальных гарантий, предприняло определённые меры по либерализации экономики. Предусматривается дальнейшее стимулирование бизнеса, оптимизация контрольной деятельности, усовершенствование сферы лицензирования и другие меры. С 1 февраля 2009 года в Беларуси введен полноценный заявительный принцип регистрации субъектов хозяйствования. Отменена регистрация цен (тарифов) на новые товары, значительно сокращён контроль (надзор) за деятельностью субъектов хозяйствования в форме проверок и ревизий и другие меры. Согласно Плану первоочередных мероприятий по либерализации условий экономической деятельности в 2009 году продолжается работа по таким направлениям, как совершенствование административных и технических процедур; упрощение сертификационной деятельности; усовершенствование налогового и таможенного законодательства, переход на рыночные цены (за исключением социально значимых товаров) и т.д.

Однако, несмотря на предпринимаемые меры, одномоментно перестроить экономику, которая формировалась на протяжении многих лет, невозможно. К сожалению, приходится констатировать, что девальвация рубля не принесла ожидаемого эффекта. Предполагалось, что после 20-процентной девальвации подешевеет продукция на внешних рынках и ее можно будет сразу продать, но этого не произошло. Не принесли желаемого результата и меры по сбыту продукции на внутреннем рынке.

Уровень складских запасов остается высоким. Это серьезно влияет на воспроизводственные процессы в белорусской промышленности. В этой сфере работают в убыток уже не только отдельные предприятия, но и целые отрасли. С начала 2009 года появилось сразу семь отраслей, у которых рентабельность реализованной продукции ушла в минус.

В этом контексте следует обратить внимание на то, что все это происходит в условиях снижения ВВП. По данным Национального статистического комитета, в январе-сентябре 2009 года в Беларуси в шести из девяти отраслей промышленности снизился объем производства. Наибольшее его падение имело место в машиностроении и металлообработке - на 27,3%, в лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности - на 23,6%. В промышленности стройматериалов снижение составило 4,8%, легкой промышленности -

11,1%, электроэнергетике - 13,4%, черной металлургии - 6,2%. В химической и нефтехимической промышленности производство в январе-сентябре увеличилось на 30,3%, в топливной - на 12,4%, в пищевой - на 2,1%. В целом по промышленности в январе-сентябре объем производства снизился на 4,5% по сравнению с таким же периодом 2008 года и составил 90615,8 млрд. рублей. Согласно прогнозу социально-экономического развития на 2009 год, запланирован рост объема промышленной продукции на 12%. Однако этот показатель прогнозировался в момент, когда кризис Беларуси еще не коснулся. В данный момент совершенно ясно, что этот показатель в сложившихся условиях невыполним. По итогам первых девяти месяцев 2009 года темп роста промышленного производства составил 99,4%.

Приведенные факты убедительно свидетельствуют о том, что Беларусь вступила в экономический кризис. Предприятия, которые не предусмотрели меры по снижению издержек, повышению качества продукции, поиску новых рынков сбыта, резко снизили рентабельность вплоть до работы в убыток.

В такой ситуации коренная перестройка промышленности видится еще более актуальной. Компенсировать спад в промышленности и поддерживать экономический рост в целом необходимо за счет формирования новой, открытой, прозрачной, инновационно - активной экономики. Нельзя не заметить определенных шагов в этом направлении, однако они пока не затрагивают принципиальных основ функционирования экономики, ее консервативной структуры.

Для выхода из системного кризиса требуется разработка комплексной, скоординированной по ряду направлений стратегии. Это прежде всего:

- - ускорение структурной перестройки промышленности;
- - интеграция экономики в мировой рынок;
- - развитие малого и среднего бизнеса;
- - ориентация производимого товара на потребителя;
- - улучшение качества продукции;
- - снижение издержек производства;
- - использование целевых комплексных программ инновационного развития.

Таким образом, проблемы кризиса невозможно решить в рамках административной, монопольной модели. Для активизации промышленного производства в Беларуси требуется разработка и реализация комплексной стратегической антикризисной программы, опирающейся на свободу конкуренции, предпринимательство и инновационную активность.

УДК 339:637.3 (476)

ТОБОЛИЧ И.В.

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ СЫРОВ
НА МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

*Научный руководитель – КОЛЕСНЕВ В.И. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Сыр в настоящее время является одним из наиболее многофункциональных пищевых продуктов. Он удовлетворяет многие вкусы, подходит для всех возрастных групп и его можно потреблять в любых количествах и по любому случаю. В силу некоторых своих особенностей сыр можно считать индикатором изменений в благосостоянии населения.

В Беларуси производство жирных сыров динамично нарастает. Если в 2000-2002 годах производство составляло 41-45 тысяч тонн, то с 2004 года наблюдается его рост – 65,1 тыс. тонн, в 2005 г. – 82,3 тыс. т, в 2006 г. – 101,0 тыс. т и в 2007 г. – 110,0 тыс. тонн. Увеличивается и продажа сыров в розничной торговле. Если в 2000-2004 гг. продажи составляли 19-22 тыс. т в год, то в 2007 г. – 35 тыс. тонн. Увеличиваются объемы экспорта. В 2007 году продано в зарубежье 99 тыс. тонн сыров, что в 1,5 раза больше уровня 2005 г. и в 3,5 раза больше уровня 2002 года.

Однако потребление сыров на душу населения составляет около 3,5 кг и остается пока ниже рациональной нормы, которая составляет 6,5 кг. Это обусловлено тем, что сыры являются выгодной экспортной продукцией и экспортируются в Россию.

Потребление сыров в России составляет немногим более 2 кг на душу населения и достигается такой уровень в значительной мере за счет импорта. Для сравнения – в большинстве развитых стран, таких как Италия, Франция, Израиль, потребление сыров составляет более 20 кг на человека в год. В странах ЕС потребление сыров достигло уровня 17,4 кг.

Динамичное развитие производства сыров в Беларуси во многом определяется именно растущим спросом на сыры в России. Многие молочные заводы Беларуси, переориентировавшись с выпуска масла на сыр, стали экспортировать его в Россию, где по сравнению с другими странами производится очень мало сыра и, в связи с этим, импорт достигает 150 тыс. тонн в год, при этом новых серьезных производств сыра почти никто не открывает.

Рассматривая будущее молочной отрасли Беларуси, следует считать, что единственно правильным направлением ее развития может быть только экспортная ориентация, и для этого есть достаточно мощный технический потенциал молочной отрасли.

Нами выполнен анализ реализации сыров по молокоперерабатывающим предприятиям республики (табл.1).

Общий объем реализации сыров жирных крупных в 2008 году составил 61262 тонны. Реализацию осуществляли 27 заводов республики, причем доля 9 ведущих составила 76,3% или 46767 тонн. Прибыль этих предприятий от реализации жирных крупных сыров составила 36042 млн. руб., при уровне рентабельности 8,8%. Наиболее крупными производителями являются Гродненское ОАО «Молочный мир», ОАО «Щучинский маслосырзавод», ОАО «Кобринский маслосырзавод», Могилевское ОАО «Бабушкина крынка» и ОАО «Пинский молкомбинат», на долю этих 5 предприятий приходится 52% всего объема реализации, а уровень рентабельности составляет соответственно 9,9%; 5,5%; 13,1%; 18,8% и 5,2%. По остальным предприятиям объемы реализации распределились следующим образом: у 6 предприятий объемы реализации составляют от 1200 до 2100 тонн, уровень убыточности 4%; остальные 12 предприятий производят сыры крупные в объемах от 34 до 800 тонн и убыточность составляет 6,2%. В целом, прибыль предприятий, производящих крупные жирные сыры составила 29236 млн. руб., уровень рентабельности 5,26%.

Производителями сыров жирных мелких являются 38 предприятий республики, причем на долю 6 приходится 78% всего объема, или 32699 тонны из 41907. Крупнейшими производителями сыров жирных мелких являются ОАО «Березовский сыродельный комбинат» (24,7% рынка) и ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» (20,1%). Наиболее высокая рентабельность производства этой продукции в ОАО «Любанский сыродельный завод» (16,3%), ОАО Березинский сыродельный завод» (8,9%) и ОАО «Березовский сыродельный комбинат» (7,5%). Уровень рентабельности по 6 наиболее крупным производителям составил 5,1%. Объемы производства еще 5 предприятий составляют от 1000 до 1800 тонн с уровнем убыточности 6,9%. Остальные 27 предприятий производят от 4 до 580 тонн сыров мелких (6,5% от всего объема). В целом по реализации сыров жирных мелких по всем предприятиям получена небольшая прибыль, и рентабельность составила 0,8%.

Всего за 2008 год реализовано предприятиями молочной промышленности 103169 тонн сыров жирных с уровнем рентабельности 3,5%.

Таким образом, учитывая относительно низкое душевое потребление сыра как в Беларуси, так и в России, и учитывая растущий спрос

на него, а также рентабельное производство, наращивание производства сыра в Беларуси может осуществляться в ближнесрочной перспективе неограниченно.

Эффективность производства и реализации сыров молокоперерабатывающими предприятиями республики

Производители	Сыры жирные крупные		
	количество реализованного сыра, т	прибыль от реализации, млн. руб.	уровень рентабельности %
ОАО «Молочный мир» (Гродно)	8058	7217	9,9
АО «Пучинский маслосырзавод»	6704	3032	5,5
ОАО «Кобринский маслосырзавод»	6537	7731	13,1
ОАО «Бабушкина крынка» (Могилев)	5392	8897	18,8
ОАО «Пинский молкомбинат»	5209	2414	5,2
ОАО «Пружанский молочный комбинат»	5189	4817	10,4
ОАО «Копыльский маслосырзавод»	799	1013	3,3
ОАО «Славгородский маслодельно-сыродельный завод»	2945	1668	6,4
ОАО «Новогрудский маслодельный комбинат»	2934	-747	-2,7
Итого по 9 предприятиям	46767	36042	8,8
6 предприятий с объемами реализации от 1200 до 2100 т	9564	-3827	-4,0
Остальные 12 предприятий с объемами реализации от 34 до 800 т	4931	-2979	-6,2
ИТОГО (27 заводов)	61262	29236	5,26

Продолжение таблицы

Производители	Сыры жирные крупные		
	количество реализованного сыра, т	прибыль от реализации, млн. руб.	уровень рентабельности %
ОАО «Березовский сыродельный комбинат»	10339	6702	7,5
ОА «Слуцкий сыродельный комбинат»	8428	-819	-1,1
СОО «Беловежские сыры» (Каменецк)	4213	1784	4,7
ОАО «Любанский сыродельный завод»	3659	4492	16,3
ОАО «Березенский сыродельный завод»	3175	2488	8,9
АО «Верхнедвинский маслосырзавод»	2885	-447	-1,8
Итого по 6 предприятиям	32699	14200	,1
5 предприятий с объемами реализации от 1000 до 1800 т	6468	-4253	-6,95
Остальные 27 предприятий с объемами реализации от 4 до 580 т	2739	-6842	-25,0
ИТОГО (38 заводов)	41907	3105	0,8

УДК 336: [631.145:637.1]

ТОБОЛИЧ И.В.

ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ МОЛОКА

Научный руководитель – ТОБОЛИЧ З.А. – ст. преподаватель
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Финансовое состояние организации оценивается целым рядом показателей, характеризующих ее платежеспособность, ликвидность, финансовую устойчивость.

На сегодняшний день финансовое состояние сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий остается сложным. Даже среди прибыльных предприятий АПК устойчиво высоких финансовых результатов добиваются немногие. Доходы от хозяйственной деятельности у большинства предприятий не позволяют обеспечить устойчивого экономического развития.

В качестве критериев оценки финансового состояния используются два основных показателя: коэффициент текущей ликвидности и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами. *Коэффициент текущей ликвидности* характеризует общую обеспеченность организации оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств организации. *Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами* характеризует наличие у организации собственных оборотных средств, необходимых для её финансовой устойчивости. Основанием для признания организации неплатежеспособной является значение коэффициентов, которое в зависимости от отраслевой принадлежности на конец отчетного периода имеет значение менее нормативного.

Для отнесения организации к организациям, неплатежеспособность которых имеет или приобретает устойчивый характер, используют *коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами*. Организация считается *устойчиво неплатежеспособной*, если значение коэффициента обеспеченности финансовых обязательств активами на дату составления последнего бухгалтерского баланса имеет значение выше 0,85.

Дополнительно могут рассчитываться и другие показатели. Оценка финансового состояния молокоперерабатывающих предприятий нами выполнена по основным показателям и представлена в таблице. Все молокоперерабатывающие предприятия были разделены на

две группы: первая – предприятия, закончившие год с убытками и вторая – с прибылью.

Финансовое состояние предприятий по переработке молока

	Предприятия, по итогам 2008 года имеющие убыток		Предприятия, по итогам 2008 года имеющие прибыль		В целом по молокоперерабатывающим предприятиям	
	на 1.01.2008	на 1.01.2009	на 1.01.2008	на 1.01.2009	на 1.01.2008	на 1.01.2009
Чистая прибыль по группе, млрд. руб.	149,5	-236,8	125,2	30,4	274,7	-206,4
Количество предприятий в группе		40		26		66
Денежная выручка, млрд. руб.	2272,5	2888,7	1890,2	2503,6	4162,7	5392,3
Долгосрочные обязательства, млрд. руб.	207,78	289,73	187,73	196,91	395,51	486,64
Краткосрочные обязательства, млрд. руб.	525,90	1137,25	353,03	663,40	878,93	1800,65
Стоимость готовой продукции на складах, млрд. руб.	66,96	238,34	62,03	172,34	128,99	410,68
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,26	-0,66	-0,19	-0,11	-0,23	-0,45
Коэффициент текущей ликвидности	1,28	0,80	1,55	1,32	1,38	0,996
Коэффициент платежеспособности	1,02	0,64	1,14	1,02	1,07	0,79
Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	0,54	0,80	0,47	0,56	0,51	0,71

Если денежная выручка по предприятиям первой группы возросла на 27,1% к уровню прошлого года и на 32,5% по предприятиям второй группы, то чистая прибыль за этот же период уменьшилась на 386,3 млрд. руб. в первой группе и предприятия закончили год с убыт-

ками (в среднем на одно предприятие убыток составил 5,9 млрд. руб.), а во второй группе уменьшение прибыли составило 34,8 млрд. руб., но по итогам года получена прибыль. Самый большой убыток по предприятию составил 23,4 млрд. руб., самая большая прибыль получена в размере 7,54 млрд. руб.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами в первой и во второй группе имеет отрицательное значение. Коэффициент текущей ликвидности в первой группе снизился на 37,5% по сравнению с уровнем предыдущего года и составил 0,80, во второй группе снизился на 14,8% и составил 1,32, что ниже нормативного уровня. Таким образом, финансовое состояние предприятий за последний год ухудшилось и в целом по группам предприятий характеризуется как неплатежеспособное.

Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами у предприятий первой группы составляет на конец года 0,80, вплотную приблизившись к критическому уровню.

Общую картину дополняет рост запасов готовой продукции на складах предприятий, который увеличился к уровню предыдущего года более чем в 3 раза и рост продолжался до середины 2009 года в связи с сокращением экспортных поставок молочной продукции, с уменьшением продаж в розничной торговой сети.

Таким образом, финансовое состояние предприятий молочной промышленности остается сложным. Выход из ситуации состоит в поисках новых рынков сбыта, повышении конкурентоспособности, в умении работать в сложных экономических условиях.

УДК 339.138

ТОЛСТУНОВА О.А.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – ИСАЙЧИКОВА Н.И. – кандидат эк. наук
Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и
социальных отношений»,
Гомель, Республика Беларусь

Проведенный анализ научных публикаций по проблемам внедрения маркетинга на предприятиях Республики Беларусь, позволил выявить основные факторы, оказывающие влияние на развитие маркетинга на промышленных предприятиях Республики Беларусь Их можно условно разделить на *внешние*, возникающие вне предприятия и обычно находящиеся вне сферы его влияния, и *внутренние*, имеющие место внутри предприятия и связанные, как правило, с ошибками и упущениями руководства и персонала.

Рассмотрим более подробно внешние и внутренние факторы.

Внешние факторы

1. В настоящее время в Беларуси наблюдается *высокая динамичность в изменении законодательства*, регулирующего отношения как между государством и субъектами хозяйствования, так и между самими субъектами хозяйствования.

Эффективное законодательство должно поощрять конкуренцию и обеспечивать благоприятные условия для развития рынка товаров и услуг, способствовать повышению их конкурентоспособности. В связи с этим государство проводит политику регулирования деятельности предприятий, разрабатывая законы и подзаконные нормативные акты.

2. *Отсутствие объективной информации о рынке*. В условиях рыночной экономики предприятие не может эффективно работать, не располагая информацией о том, что происходит в занимаемом им сегменте рынка. Получение актуальной, достоверной, точной и своевременной информации представляет в Республике Беларусь еще достаточно сложную проблему. Информацию предприятие может получить путем проведения кабинетных и полевых исследований, выполнение которых требует, как правило, привлечения (обучения) соответствующих специалистов.

3. *Неустойчивость производственно-хозяйственной деятельности контрагентов*. Составление маркетингового плана предприятия во многом затруднено из-за отсутствия точных данных, необходимых для прогнозирования поведения контрагентов в будущем.

4. *Интернационализация деятельности предприятий.* Покупатели и поставщики товаров и услуг становятся более глобальными в своем подходе к бизнесу. Появление единого европейского рынка, повлекшее, в частности, за собой общие стандарты в требованиях к безопасности продукции, ее качеству и т.д., послужило ускорению и усилению тенденции глобализации. При этом трудность маркетинга заключается в реструктурировании местной маркетинговой деятельности в целях успешной конкуренции с аналогичными товарами (товарами – заместителями) конкурентов.

Внутренние факторы

1. *Сложное финансово-экономическое положение предприятий и хронический недостаток средств на развитие маркетинга на предприятии.* Значительное количество промышленных предприятий находится в сложном финансово-экономическом положении, часто они просто убыточны. Ни для кого не секрет, что у многих предприятий едва хватает средств, чтобы поддерживать свою текущую деятельность, не говоря уже о выделении дополнительных источников для организации и развития службы маркетинга. Однако это отчасти ошибочное мнение, так как составление финансового плана предприятия, направленного на достижение поставленных перед ним стратегических и тактических целей, прежде всего базируется на достоверной прогнозной оценке уровня спроса, возможных тенденций его изменения, что, в свою очередь, предполагает выделение определенных средств на маркетинговые исследования.

2. *Непонимание руководством значимости маркетинга в деятельности предприятия.* Применение маркетинговых мероприятий на отечественных предприятиях, как правило, носит разовый характер. Это обусловлено тем, что руководство многих из них недопонимает значимость маркетинга. Руководители думают, что служба маркетинга поможет (через рекламу) улучшить сбыт продукции предприятия, а исследование рынка – выработать правильную стратегию и найти новых потребителей. Большинство из них характеризуют маркетинг как рекламу, исследование рынка, знание своего потребителя и т.д.

3. *Отсутствие отделов маркетинга.* На подавляющем большинстве предприятий промышленности отделы маркетинга созданы простым переименованием отделов сбыта или отделов реализации, на некоторых предприятиях в отделе маркетинга одновременно сосуществуют службы снабжения и сбыта. Специализированные маркетинговые подразделения, выполняющие полный комплекс маркетинговых функций, как правило, отсутствуют.

4. *Нечеткость и запутанный характер функций службы маркетинга и должностных обязанностей.* Отсутствие четкого разделения

труда между работниками, как правило, приводит к дублированию одних и тех же функций разными службами.

5. *Низкий уровень компетентности работников отдела, недостаток современных знаний.* Маркетинговый (сбытовой) персонал набирается в основном из работников предприятия. Большинство этих людей не имеют специального маркетингового образования, некоторые прослушали небольшие курсы по основам маркетинга. Практика и опыт работы являются практически единственным источником получения работниками службы маркетинговых навыков. Таким образом, в условиях быстро меняющихся требований внешней среды существует объективная необходимость постоянного повышения квалификации, личностного развития сотрудников отдела.

6. *Отсутствие действенного механизма мотивации труда, подмена ценностей и приспособленчество.* Как правило, служба маркетинга является структурным подразделением организации, и оплата труда осуществляется в соответствии со штатным расписанием. На практике существуют прямая и простая зависимость между размерами заработков этих работников и финансовыми результатами.

4. *Отсутствие в отделе системы информационного обеспечения и компьютеризации.* На большинстве предприятий, как правило, отсутствует комплексная информационная система, использование которой в условиях рынка становится наиболее актуальным. Без применения средств автоматизации становится трудно проследить изменения, как во внутренней, так и во внешней среде. Для эффективного функционирования маркетинга на предприятии необходима маркетинговая информационная система, создаваемая на основе различных типов маркетинговых исследований, доступная не только высшему руководству и сотрудникам службы маркетинга, но и всем заинтересованным группам на предприятии.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что основными факторами, снижающим эффективность использования маркетинга в деятельности промышленных предприятий в Республике Беларусь, является не только неприятие руководством отечественных организаций маркетингового мышления, недостаточное использование его принципов, но и принципиальное непонимание сущности маркетинга, его методологии как науки, неумение вследствие этого эффективно организовать маркетинговую деятельность предприятия.

УДК 005.591.43(476)

ТРОФИМУК Н.Н.

ФРАНЧАЙЗИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

*Научный руководитель – ВОЛОДЬКО О.В. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

В период глобализации экономики франчайзинг является не просто покупкой-продажей франшизы, а целой системой сложнейших мероприятий. Суть его заключается в том, что в обмен на часть прибыли и независимости предприятие получает преимущества уже на деле проверенной концепции и методики ведения бизнеса с относительно известной торговой маркой.

Проблемой развития предпринимательства в Республике Беларусь является то, что на сегодняшний день практически отсутствуют компании или бизнес, продукция и услуги которых получали бы широкую известность не только в нашей стране, но и за границей. Необходимо искать пути для привлечения новых идей или уже хорошо известных старых. Франчайзинг – это дублирование, копирование или своего рода клонирование успешного бизнеса, взаимовыгодное партнерство, распространение профессиональных технологий, стартовая площадка для предпринимательства. Данная разновидность ведения бизнеса является подходящим и экономным способом реализации желаний, при котором риск и инвестиции при выходе на рынок минимальны и вероятность успеха максимальна благодаря использованию зарекомендовавшего себя изделия, услуги и/или общеизвестного способа сбыта.

Для Республики Беларусь франчайзинг - относительно новое понятие, в то время как в зарубежных странах уже несколько десятков лет существует практика ведения бизнеса на основе франчайзинга: США, Канада, страны ЕС, Российская Федерация и др. Об успешности и потенциале этого вида малого бизнеса говорят такие цифры: в США он приносит более 13% ВВП; в Австралии более 90% торговых предприятий быстрого обслуживания работают по договорам франчайзинга; в Европе лидером в данной сфере является Германия.

Основной причиной растущей популярности франчайзинга является то, что большинство отечественных предпринимателей, решивших открыть свой собственный бизнес, сталкиваются с проблемой отсутствия опыта. Практическая значимость франчайзинга в том, что он помогает решить вышеуказанные проблемы, так как предприниматель, который приобрел франшизу, автоматически входит в состав крупной сети компаний с ее аппаратом управления и консультирования. Необ-

ходимо отметить тот факт, что франчайзинг привлекателен для обоих участников отношений: для малых предприятий и индивидуальных предпринимателей он предоставляет в распоряжение стабильный доходный бизнес, для известных фирм и компаний - возможность расширить и упрочить свои позиции на рынке.

Анализ рынка франчайзинга в Республике Беларусь показывает, что как форма предпринимательства в настоящее время он не получил существенного развития. Причиной тому послужило множество факторов. Один из них заключается в том, что в Республике Беларусь до недавнего времени не существовало национального законодательства, регулирующего франчайзинг. Так, например, международная сеть пиццерий «Pizza Hut» из-за отсутствия правового регулирования в данной сфере не смогла распространить свою деятельность на территорию Беларуси. Что касается других известных франчайзинговых систем, то они вынуждены были искать для себя иные формы существования. В частности, «McDonald's» - это дочерняя организация со 100% иностранным капиталом; «Adidas» работает как иностранная организация. То же можно сказать и о других общеизвестных торговых марках и фирмах «Buskin Robbins», «Benetton», «Nike», «Coca-Cola» [1].

В настоящее время основным законодательным документом, регулирующим франчайзинг в нашей стране, остается ГК РБ. 26 февраля 2005 года вступил в силу Закон Республики Беларусь от 18 августа 2004 года №316-3 «О внесении дополнений и изменений в Гражданский кодекс Республики Беларусь по вопросам регистрации недвижимого имущества, состава участников ассоциаций и союзов, комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), правового режима имущества крестьянского (фермерского) хозяйства». Этот документ детально регламентирует отношения франчайзинга. Немало важным документом является постановление Совета Министров Республики Беларусь от 21.03.2009 N 346 "О регистрации лицензионных договоров, договоров уступки, договоров залога прав на объекты права промышленной собственности и договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга)".

Беларуси необходимо привлекать всемирно известные франчайзинговые компании, так как это позволит:

- ускорить рыночные преобразования в экономике путем расширения предпринимательского слоя. В покупке франшизы заинтересованы в основном начинающие собственное дело предприниматели;
- обучить значительное количество предпринимателей работать по западным стандартам качества, западным технологиям, обеспечить население страны услугами мирового качества.

Важно отметить, что для решения данных задач необходимы конкретные действия со стороны государства:

- совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей отношения франчайзинга в нашей стране, привлекающие известные иностранные бренды на наш рынок;

- развитие системы целевого кредитования на приобретение франшиз малыми предпринимателями, создание системы кредитования франчайзинга с участием банков и страховых компаний;

- реклама и поддержка франчайзинговых проектов;

- создание общественных ассоциаций, занимающихся проблемами развития и продвижения франчайзинга на территории Республики Беларусь [2];

- создание условий для реальной конкуренции франчайзинговых систем с традиционно сложившимися механизмами реализации товаров;

- создание прозрачности франчайзинговой системы и ее элементов для контролирурующих органов.

Допустимо, что успешное развитие франчайзинга возможно и при отсутствии специального законодательства о нем. Однако в отношении Беларуси, где только началось развитие рыночных отношений, принятие специального законодательства о франчайзинге необходимо. От совершенства такого законодательства будет зависеть степень эффективного развития франчайзинга. А франчайзинг в свою очередь может оказать существенное влияние на развитие отечественного рынка товаров и услуг, а также обеспечить их продвижение на мировой рынок.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод, что франчайзинг – эффективный способ развития бизнеса не только для начинающих бизнесменов, но и для перехода на качественно новый этап в развитии уже существующих предприятий в Республике Беларусь. Поэтому Беларуси несомненно важно открыть себя для всемирно известных франчайзинговых компаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. О некоторых инструментах инвестирования в инновационную деятельность субъектов предпринимательства / Е.М.Жуковская // Бухгалтерский учет и анализ: научно-публицистический журнал о бухгалтерском учете, анализе и аудите. 2008. № 3.

2. Франчайзинг как форма развития малого бизнеса в Беларуси /В.Турейко //Банкаўскі вестнік: Інфармацыйна-аналітыцкі і навучна-практыцкі журнал Нацыянальнага банка Рэспублікі Беларусь. 2007. № 7.

УДК 661.15

ФАЛАФИВКА В.Н.

**ВЛИЯНИЕ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ НА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ БЕЛАРУСЬКАЛИЙ**

*Научный руководитель – ШУМАК В.В. – кандидат биол. наук, доцент
УО «Полесский государственный университет»,*

Пинск, Республика Беларусь

Республиканское унитарное предприятие (РУП) Производственно-го объединения “Беларуськалий” – крупнейший в мире производитель и поставщик калийных удобрений.

Включает 4 рудоуправления и сданный 8 мая 2009 года Краснослободский рудник (1-ая очередь). В объединении работает около 20000 человек. Выпускают калийные удобрения, техническую, пищевую, кормовую и поваренную соль.

Старобинское месторождение калийных солей образовалось в конце девонского периода – 350 млн. лет назад, на дне мелководного моря. На это указывает подаренный Президенту Республики Беларусь, при открытии Краснослободского рудника, отпечаток папоротника, которому, по утверждению учёных 350 млн. лет. Богатства месторождения представлены сильвинитом (калийная соль), карналлитом (магнезильная соль) и каменной (пищевой солью). Промышленные горизонты залегают на глубинах от 400 до 1200 метров. История объединения начинается с 1949 года – открытие месторождения, а продолжается, вот уже, 60 лет.

Особенности месторождения заключаются в массовых пластах залегания; составе калийных руд; качестве исходного сырья.

На комбинате используются следующие способы обогащения

а. Флотационный

б. Галургический

В итоге осуществляется выпуск продукции мелкозернистого хлористого калия (красный и белый), содержание калия 58 – 60 %; гранулированного хлористого калия; каменной пищевой и кормовой соли; технической соли (отходы производства); смешанной калийной соли – содержание K_2O не менее 40%.

При этом используются различные системы разработок месторождения:

- камерная,
- столбовая,
- омбинированная.

Основная часть рабочих занята на очистных работах. Следует отметить, что качество добываемой руды возросло незначительно. Обращает внимание очень высокий процент износа основных производственных фондов – 61,4%. Однако «Беларуськалий» оказывает негативное воздействие на окружающую среду: образование жидких и твёрдых отходов; оседание и деформация земной поверхности; выбросы загрязняющих веществ.

Солеотвалы накопили более 700 млн. тонн отходов, ежегодно их количество увеличивается на 18 – 20 млн. тонн. Для охраны окружающей среды совершенствуется техника и технология, ведётся высотное складирование отходов (более 100 метров), проводятся меры по снижению выбросов и др.

На долю Беларуськалия приходится 14,3 % мирового производства калийных удобрений и 16 % мирового экспорта. На внутренний рынок поступает около 20%. Продукция реализуется более чем в 60 стран мира. Однако, в связи с кризисом, положение с экспортом ухудшилось. Окончательно не решён вопрос с экспортом в Китай и Индию, хотя прогнозировалось получить основной прирост за счёт стран Азиатского региона.

На открытие Краснослободского рудника Президент прокомментировал ситуацию, сложившуюся с экспортом калийных удобрений: «Калийные удобрения будут востребованы всегда. Но сбывать калий по бросовой цене, работать себе в убыток мы не должны».

В первом квартале 2009 года произошёл спад экспортных поставок на 77%. Калийная компания в январе-мае поставила на внешние рынки 451,1 тыс. тонн калийных удобрений. Это в 4 раза ниже объема экспортных поставок калийных удобрений, достигнутого за аналогичный период 2008 года.

В январе-мае 2009 года было произведено 946,1 тыс. тонн калийных удобрений, что ниже уровня за аналогичный период 2008 года на 59,2%. Однако даже эти объёмы производства калийных удобрений в текущем году являются слишком высокими, по сравнению с их экспортом. Одним из объяснений является то, что «Беларуськалий» увеличил объёмы поставок на экспорт минеральных удобрений и не допустил уменьшение объёмов производства.

По прогнозам экспертов, в 2010 году, когда спрос полностью восстановится, рынок должен войти в активную стадию.

Одной из главных проблем, является вопрос о необходимости открытия Краснослободского рудника. Из-за влияния кризиса такой гигант как «Уралкалий» отказался от строительства рудника стоимостью 3 млрд. долларов.

Однако, на Краснослободском руднике уже освоено 600 млрд. рублей, а ещё 200 млрд. потребуется для выхода на полную проектную мощность. Это было сделано только белорусскими специалистами и только за счёт собственных средств РУП ПО «Беларуськалий» без кредитов и инвесторов.

Рассмотрим все положительные факторы, необходимые для строительства Краснослободского рудника и сделаем выводы.

1. В районе Красной Слободы найдены большие запасы калийной соли, рассчитанные на 50 лет.

2. Комбинат построен белорусскими специалистами за счёт собственных средств ПО «Беларуськалий» (60 млрд. руб. освоено, 200 млрд. руб. – в перспективе).

3. Переработка руд будет осуществляться на обогатительной фабрике 2-го рудоуправления, т.к. исчерпаны запасы калийных солей на 2-ом горизонте рудника 2 РУ. Уже построена конвейерная галерея для доставки руды протяжённостью 6,5 километра.

4. Решаются социальные вопросы занятости населения, так работу на Краснослободском руднике получит около 1000 человек.

5. С выходом на проектную мощность производство минеральных удобрений возрастёт и составит 9, 5 млн. тонн (В 2008г. произведено 8184,5 тыс. тонн).

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что строительство Краснослободского рудника, для бедной полезными ископаемыми Беларуси, является необходимым, оправданным и рациональным.

В ближайшей перспективе планируется окончание строительства Краснослободского рудника и продолжение строительства Березовского. Общая производительность составит не менее 12 млн. тонн калийных удобрений в год.

УДК 33: 633/635

ФЕДОСЕНКО Н.М.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ В РАСТЕНИЕВОДСТВЕ РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Научный руководитель – СКАЗЕЦКАЯ И.А. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Важнейшим направлением развития растениеводства, как и всего аграрного сектора экономики, становится максимальное использование инноваций. Инновации в растениеводстве имеют разносторонние направления.

Многообразие инноваций в растениеводческих отраслях можно сгруппировать по таким основным направлениям:

– технологические инновации – совершенствование машинных производственных технологических процессов и собственно технологий возделывания и уборки сельскохозяйственных культур;

– технические инновации – новая высокопроизводительная и экономичная сельскохозяйственная техника, модернизация или совершенствование рабочего органа имеющейся машины;

– инновации селекции – более продуктивные сорта и гибриды растений;

– организационно-экономические инновации – рациональная организация производственного процесса и новые формы материального стимулирования труда.

Следует подчеркнуть, что выделенные направления инноваций не существуют автономно. Фон и условия их функционирования создают материально-технические, финансовые и организационно-экономические условия сельскохозяйственного предприятия.

Технология в растениеводстве включает все производственные процессы и операции по выращиванию и уборке сельскохозяйственной культуры, применяемые средства производства и способы выполнения работ.

В растениеводстве с экономической точки зрения оценивают следующие инновации: совершенствование структуры посевных площадей, новые сорта и гибриды сельскохозяйственных культур, минеральные удобрения и средства защиты растений, технологии и отдельные агротехнические приемы (способы обработки почвы, посева, уборки урожая, внесения удобрений и т.д.).

Исходя из того, что земля является главным средством производства земледельца, основополагающим направлением деятельности сельскохозяйственных организаций по экономическому укреплению аграрной отрасли является повышение урожайности сельскохозяйственных культур при снижении удельных затрат на технологию их возделывания. Генетический потенциал продуктивности сельскохозяйственных растений в системе государственного сортоиспытания, где высеваются наиболее урожайные сорта и более полно выполняется комплекс агротехнических требований по их возделыванию, а также в передовых хозяйствах республики высок: зерновых – более 100 ц/га, картофеля – около 500 ц/га, сахарной свеклы – более 800 ц/га и адекватная продуктивность других культур. Проведенные учеными расчеты показывают, что в условиях полной реализации потенциала продуктивности, выявленного у современных сортов сельскохозяйственных культур в системе сортоиспытания, при сложившихся посевных площадях валовой сбор зерна составил бы около 12 млн. т. Удалось бы приблизиться к нормативному объему производства зерна бобовых культур. Практически удвоились бы валовые сборы картофеля и свеклы. Предстоит изменить подходы в кукурузосеянии: обеспечить производство в необходимых объемах силоса за счет повышения урожайности этой культуры, а не бесконечного расширения ее посевной площади, так как по данным аграрной науки порогом экономической целесообразности возделывания кукурузы на силос является урожайность 300 ц зеленой массы с га, фактически же этот показатель в среднем по республике в 2008 г. составил 244 ц. Необходимо создать высокопродуктивные сенокосы и пастбища.

В республике практически нет больших проблем в селекции сельскохозяйственных культур. Белорусские сорта и зарубежные практически равноценны между собой по продуктивности, но последние менее устойчивы к неблагоприятным условиям зимовки и другим экстремальным климатическим факторам. Сорта белорусской селекции пользуется большим спросом за рубежом.

Исходя из нынешнего состояния внутреннего и внешних продовольственных рынков и необходимости существенного повышения конкурентоспособности белорусской продукции следует неотложно усовершенствовать специализацию отрасли с учетом эффективного и рационального использования природных и трудовых ресурсов, накопленного и создаваемого в перспективе производственного потенциала. Уровень внесения известковых материалов и минеральных удобрений в предшествующие годы существенно повысили плодородие почв республики. Практически оптимизирована почвенная кислотность.

Вместе с тем дальнейшее наращивание объемов применения туков является одним из важнейших направлений повышения продуктивности растениеводства. При этом наиболее острые проблемы отмечаются в состоянии обеспеченности пахотных земель фосфором, содержание которого значительно меньше нижней границы оптимальных параметров. Поэтому именно фосфор в последние годы становится одним из важных факторов, лимитирующих урожайность сельскохозяйственных культур. Постоянно возрастающие цены на фосфорные удобрения еще больше обостряют эту проблему, возводя ее в ранг первоочередных в плане повышения плодородия почвы.

Одним из важнейших направлений интенсификации растениеводства является применение интегрированных технологий защиты растений от вредоносных объектов. В последние годы в этой сфере явный приоритет отдан химическим методам, которые при правильном подборе пестицидов и технологий их использования характеризуются высокой эффективностью. Однако, как отмечалось выше, республика не имеет собственного производства химических средств защиты растений, начат выпуск лишь некоторых препаративных форм импортных действующих субстанций. Цены же на закупаемые зарубежные препараты ежегодно возрастают. Например, на глифосаты за последние два года они увеличились в 2-3 раза, стоимость разовой обработки ими 1 га посева находится в пределах 80-90 долларов США. Поэтому поставленная перед белорусской наукой задача – разработать собственные субстанции для производства пестицидов на отечественном сырье – является актуальной. Финансирование этого направления исследовательской деятельности будет обеспечено Минсельхозпродом, но под конкретный результат.

Экономическая эффективность инноваций в растениеводстве находит выражение в росте урожайности и увеличении валового сбора продукции растениеводства, повышении производительности труда, снижении себестоимости единицы продукции, приросте прибыли и повышении рентабельности выход валовой и товарной

УДК 658.628

ФРИДРИК Т.П.

ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА КАК ОСНОВА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель – КУЗНЕЦОВА И.А. – магистр эк. наук, ассистент УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Для осуществления успешной деятельности предприятия на рынке необходима детально разработанная и хорошо продуманная товарная политика.

Товарная политика – сфера деятельности предприятия по принятию решений в области товарного ассортимента, основной задачей которой является поддержание определенного товарного ассортимента с точки зрения сегодняшних и долгосрочных целей предприятия.

Товарная политика является основой маркетинговой деятельности предприятия. Ее основная задача состоит в разработке направлений оптимизации товарной номенклатуры и определении ассортимента товаров, наиболее предпочтительного для успешной работы на рынке и обеспечивающего эффективность деятельности предприятия в целом.

Формирование товарной политики обусловлено особенностями функционирования предприятия. Основными факторами, влияющими на этот процесс, являются вид продукции и организационный тип производства.

ЗАО «ХК «Пинскдрев» относится к предприятиям с массовым производством продукции. Основной вид продукции – товары широкого потребления

На ЗАО «ХК «Пинскдрев» товарная и маркетинговая политика формируется на принципах изучения рынков сбыта продукции в странах СНГ и Дальнем Зарубежье, анализе конкурентов, изучении конъюнктуры рынков и создании банка данных материалов, используемых в общественном производстве.

Наиболее важными целями маркетинговой деятельности являются: увеличение объемов продаж за счет предложения новых и усовершенствованных образцов мебели; закрепление на освоенном рыночном сегменте, выход на новые рынки сбыта с максимальным учетом потребностей конечных пользователей.

Стратегия маркетинга предприятия строится на основе анализа текущей динамики сбыта, изучении и формировании спроса потребительского сегмента рынка, нахождении новых ниш для новой продукции как на новых, так и уже освоенных рынках. Службой маркетинга

предприятия формируются меры, обеспечивающие поддержание достигнутых объемов производства, а также их увеличение без снижения рентабельности на основе отслеживания действий конкурентов.

Целью деятельности предприятия в настоящее время является текущий размер прибыли. Руководство предприятия сосредоточено на наращивании имеющихся мощностей и избегает проектов, требующих масштабных технических разработок, которые могут повлечь за собой крупные капиталовложения. Поэтому на предприятиях изыскиваются возможности снижения себестоимости и модификаций качества товаров как инструмента для обеспечения текущей прибыли посредством развития ассортимента и усовершенствования товара.

Основные проблемы ЗАО «ХК «Пинскдрев»» связаны с моральным старением технологии производства. Реализация внутривозовских мероприятий по техническому перевооружению общества позволит повысить эффективность производства за счет активного внедрения передовых технологий, направленных на повышение качества продукции и расширение ее номенклатуры. Для минимизации издержек при проведении реконструкции предполагается максимально использовать имеющуюся инфраструктуру.

Направления развития производств общества на ближайшие годы преследуют цель освоения новых, имеющих спрос на рынках сбыта наборов корпусной мебели, наборов мягкой мебели, единичных изделий и мебельных заготовок повышенной готовности путем технического оснащения мебельных производств современным прогрессивным технологическим оборудованием и освоением передовых технологических процессов, в том числе материало- и энергосберегающих; повышением качества мебели, освоением новых высокохудожественных изделий (с применением новых технологий и материалов) различного исполнения, функционального назначения, ориентированных на население с различным уровнем достатка.

Стремясь сделать свою продукцию более доступной предприятие начало выпускать более дешевую мебель, рассчитанную на массового покупателя. Однако, качество ее оставляет желать лучшего, что значительно снижает спрос на нее. По мнению автора, предприятию следовало бы наладить работу под заказ, сервисное и послепродажное обслуживание, что позволило бы обойти мелких конкурентов, функционирующих на рынке Беларуси и стран СНГ.

Концепция развития ЗАО «ХК «Пинскдрев»» включает в себя следующие стратегические направления: совершенствование технологии производства с целью расширения номенклатуры выпускаемой продукции, востребованной на рынке РБ и за её пределами, за счет внедрения современных технологий и оборудования, используемых пере-

довыми фирмами Европы; повышение качества вырабатываемой продукции до уровня требований евростандартов; снижение себестоимости продукции; освоение производства экспортной продукции, обеспечивающей дальнейшее развитие предприятия при положительном торговом балансе; снижение энергоемкости и материалоемкости продукции.

Стратегическим направлением в развитии и росте экспортного потенциала всей продукции общества является экспорт в страны дальнего зарубежья.

В настоящее время предприятие не желает изменять принятые стратегии, наращивая объем производства, сокращая себестоимость. Но риск данного поведения состоит в том, что белорусским предприятиям сложно конкурировать с предприятиями, находящимися на территории России и стран СНГ по затратам, так как материальные и энергетические ресурсы в России дешевле, а нашим предприятиям требуются дополнительные расходы на доставку готовой продукции. Кроме того, российские предприятия интенсивно создают совместные предприятия с иностранными фирмами, так что вряд ли возможно достичь превосходства по технологиям изготовления и качеству продукции.

На ЗАО «ХК «Пинскдрев»» руководство предполагает значительное расширение номенклатуры продукции с целью поставок на рынок товаров, которые будут ориентированы на более узкие сегменты рынка, так как считает, что данная стратегия позволит оторваться от общей массы существующих и опередить будущих конкурентов. Однако, одновременно с ростом ассортимента продукции, помимо обычных затрат на производство, материалы, логистику, возникнут дополнительные издержки, связанные с усложнением системы управления разработкой, производством, упаковкой и доставкой увеличившего ассортимента на большее количество сегментов рынка, а также с усложнением прогнозирования спроса.

Таким образом, в условиях рыночной экономики для успешной работы предприятия и получения максимальной или достаточной, с точки зрения руководства, прибыли необходимо не просто осуществлять процесс производства, но и заниматься его постоянным анализом, перспективным планированием и корректировкой согласно требованиям рынка.

УДК 637.1.003.13

ХАРКЕВИЧ О.В.

**ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ПРИНЦИПЫ
МЕХАНИЗМА ЭФФЕКТИВНОЙ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

*Научный руководитель – ГРИДЮШКО А.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Внешнеэкономическая деятельность реализуется как на уровне государства, так и на уровне отдельных хозяйствующих субъектов. В первом случае внешнеэкономическая деятельность направлена на установление межгосударственных основ сотрудничества, создание правовых, торговых и политических механизмов, стимулирующих развитие и повышение эффективности внешнеэкономических связей. Рациональная внешнеэкономическая политика государства может привести к повышению темпов роста национального дохода, ускорению научно-технического прогресса, повышению концентрации производства и эффективности капитальных вложений [1].

Механизм внешнеэкономической деятельности предприятия – это совокупность принципов, закономерностей, методов, систем и показателей, обеспечивающих эффективную работу предприятий перерабатывающей промышленности.

В последнее время наиболее актуален поиск всех возможных резервов экономики и сбережения затрат материальных ресурсов для последовательного целевого сокращения удельных издержек на единицу производства сельскохозяйственной продукции и готового продовольствия

Исходя из всего выше сказанного можно отметить, что основными принципами эффективной внешнеэкономической деятельности предприятий молокоперерабатывающей промышленности являются:

1) повышение конкурентоспособности молочного производства путем получения конкурентоспособной, качественной и пользующейся спросом продукцией, дающей целевые доходы.

2) рациональное увеличение ассортимента выпускаемой продукции: на сегодняшний день предприятия молочной промышленности выпускают огромный ассортимент продукции, однако иногда это расширение ничем не обусловлено и проводится без учета технико-экономических возможностей, что не способствует более эффективному использованию оборудования. Широкий

ассортимент вырабатываемой продукции снижает уровень специализации производства и влечет за собой увеличение затрат труда, неполную загрузку и простой оборудования, что в свою очередь ведет к снижению конкурентноспособности предприятия как на внешних, так и на внутренних рынках.

3) снижение себестоимости и стоимости производства: резервы и источники снижения себестоимости представляют собой неиспользованные возможности. Они подразделяются на две группы – резервы зависящие (внутрипроизводственные) и независящие (внешние) от предприятия. К основным резервам снижения себестоимости в перерабатывающей промышленности следует отнести следующие: сокращение затрат на сырье; экономия материальных издержек; рост производительности труда темпами, превышающими темпы роста оплаты труда и т.д. [2].

4) внедрение новейших технологий в производство: сегодня в развитых странах молочное животноводство – это не просто производство молока. Это бизнес. И фермеры, главным образом, занимаются не хозяйством, а управлением. Это главное отличие современной европейской молочной ферм. Сегодня европейские животноводы стремятся максимально внедрить в свой производственный процесс последние технические достижения. Взять, например, системы добровольного доения (в простонародье – роботов). На сегодняшний день только в Дании установлено более 500 доильных автоматов. Не сильно отстают Германия, Франция, Голландия. Сегодня автоматизация молочного производства – это интеграция интеллектуальных систем управления животноводческим хозяйством [3].

5) обеспечение квалифицированными руководителями и специалистами: рыночная экономика вызывает необходимость скорейшего включения рычагов самоорганизации и самокупаемости, а также мобилизации внутренних резервов предпринимательства различных категорий рабочих. Поэтому действующие крупные предприятия надо целенаправленно передавать в собственность наиболее дельным и перспективным руководителям и специалистам сельского хозяйства [4].

6) улучшение и расширение системы маркетинга на предприятиях перерабатывающих и реализующих сельскохозяйственную продукцию: система маркетинга – это не только элементы и связи маркетинга, но и методы и приемы управления ими. Прежде чем выйти на рынок с товаром, нужно просчитать все возможные варианты его продвижения. Необходимо не только привлечь внимание к вышедшему на рынок товару, но и представить его целевой группе в соответствии с

маркетинговыми целями компании, иначе какой бы высококачественный товар не был, он практически на 90 % обречен на провал [3].

7) повышение уровня автоматизации в молочной промышленности: автоматизация молочного предприятия является важнейшим показателем уровня его технического развития. Автоматизация изменяет качество труда, упрощает его физически и при этом делая более содержательным, предъявляет повышенные требования к уровню технической подготовки персонала, высвобождает сотрудников, занятых в трудоемких и зачастую неквалифицированных работах, она так же улучшает качество молочных продуктов, оптимизирует использование производственных ресурсов и т.п. [5].

Однако это отнюдь не все принципы эффективной внешнеэкономической деятельности, они складываются из огромного числа мелки и, на первый взгляд, совсем не значительных факторов, образуя весьма значительные принципы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Турбан, Г.В. Экономика и управление ВЭД: учебное пособие / Г.В. Турбан. Минск: БГЭУ. 2007. 319 С.
2. Гусаков, В.Г. Экономика организаций и отраслей агропромышленного комплекса. В 2 кн. Э40 Кн.2 / В.Г. Гусаков и [др.]; под общ. ред. акад. В.Г. Гусакова. Минск: Белорусская наука, 2007. 702 С.
3. Журнал «Сибирская упаковка и оборудование», Упаковка и маркетинг / Журнал «Сибирская упаковка и оборудование» // Молочный продукт. 2008. № 6. 38 С.
4. Гусаков, В.Г. Экономика и организация сельского хозяйства в условиях становления рынка: науч. поиск, проблемы, решения / Гусаков В.Г. Минск: Белорус. наука, 2008. 431 С.
5. Журнал «Переработка молока», Тенденции автоматизации молочных предприятий / Журнал «Переработка молока» // Молочный продукт. 2009. № 1. 43 С.

УДК 637.1:339.564(476)

ХАРКЕВИЧ О.В.

ПРОБЛЕМЫ ЭКСПОРТА БЕЛОРУССКОЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИЮ

Научный руководитель – ГРИДЮШКО А.Н. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Республика Беларусь является крупным экспортером молочной продукции в Европе. Однако 6 июня в России был введен запрет на ввоз и оборот 500 видов молочной продукции из Беларуси. Роспотребнадзор прекратил действие санитарно-эпидемиологических заключений и свидетельств о государственной регистрации на изготовленную в Беларуси молочную продукцию. Формальной причиной введения запрета стал технический регламент. По этому документу, принятому 17 декабря 2008 г., производитель имеет право написать на упаковке «молоко» только в том случае, если содержимое пакета представляет собой натуральный продукт. Если же хоть 1% напитка восстановлен из порошка, нужно писать «молочный напиток». Иначе потребитель будет введен в заблуждение. То же самое касается и других видов молочной продукции. Так, если в масле есть растительные жиры, то это уже никакое не масло, а спред или маргарин, творог – творожный продукт [1].

В перечне санитарно-эпидемиологических заключений, свидетельств о государственной регистрации на продукцию, действие которых прекращено, 606 наименований продукции. Под запрет попали произведенные в Беларуси молоко, творог, кефир, ряженка, сметана, сыр, йогурты, глазированные сырки, мороженое и другие продукты. В том числе, вне закона оказалось свыше 650 тонн сливочного масла и более 100 тонн сухого молока, поставленного в Россию. Запрет на поставки коснулся известных в России производителей: ОАО "Савушкин продукт", СП "Санта Бремор" и ОАО "Молоко" [2].

Однако многие аналитики и эксперты сходятся во мнении, что это неединственная причина. Так, например, цена на российском рынке белорусской молочной продукции на 10-15% ниже российской, поэтому большинству российским молочным продуктам тяжело конкурировать с более дешевыми белорусскими. Российские производители видят причину в том, что в Беларуси дотации производителям молочной продукции составляют 24%, а в Российской Федерации – 3%.

Следующую причину можно назвать политической, так как этому послужило ряд политических событий произошедших в этот период

времени: конец мая – начало июня ознаменовалось энергичной перепалкой российских и белорусских чиновников; Россия и Беларусь намеривались перейти на единую валюту, однако из-за ряда несогласованностей с двух сторон так и остаются пока только намерениями. Кроме того, Россия хотела бы сделать инвестиции в белорусскую молокоперерабатывающую промышленность и получить за это молочные заводы. Однако Беларусь не намерена менять собственников своего имущества [3].

Так же следует отметить, что качество молочной продукции не всегда устраивало Россию. Так, например, в связи с выделением культуры *Saureus* в молочной продукции, поступившей с предприятия ОАО "Лидский молочноконсервный комбинат", в связи с выявлением при мониторинговых исследованиях антибиотиков в поступившей продукции, с 27.04.09. вводятся временные ограничения на поставки в РФ продукции с предприятий: Березинский сыродельный завод, Слуцкий сыродельный комбинат, Мстиславский маслодельно-сыродельный завод, Калинковичский молочный завод, Светлогорский молочный завод [4]. И таких ограничений еще очень много.

На сегодняшний день молочная продукция в Беларуси занимает важное место в национальном экспорте, и на российский рынок приходилось около 47 % белорусского экспорта молока и молочных продуктов. Поставки белорусского цельного молока в Россию составляют 2,8 миллиона тонн в год, а это 7% российского рынка. Удельный вес сухого молока – 35%, доля белорусских кефира и йогурта на российских прилавках – 5% , масла – 30%. В денежном выражении поставки молока в Россию составляют около 1 млрд. долл. Если учесть, что бюджет Беларуси – всего 15 млрд. долл., потери весьма ощутимы.

Рассмотреть последствия этого запрета можно на примере ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод». Так, за период с 1 января 2009 по 30 июня 2009 года чистый убыток составил - 3996 млн. руб., хотя в прошлом году за аналогичный период на предприятии была прибыль в размере 706 млн. руб. Если рассматривать убытки в разрезе месяцев этого периода, то самые большие потери были понесены в июне и апреле, составившие соответственно – 1582,5 и – 679,5 млн. руб. Первое связано с запретом 6 июня, а второе с ограничением от 27.04.09.

Как было отмечено выше в связи с выявлением при мониторинговых исследованиях антибиотиков в поступившей продукции, с 27.04.09 вводились временные ограничения на поставки в РФ продукции ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод». Качество молока является ключевой причиной этого ограничения и

ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод» так же, как и другие молочные перерабатывающие предприятия страдают от поставки некачественного сырья. Так, поступление молока за 2008 год на завод увеличилось на 112,5%. В то же время при анализе поступления молока выявлено 35 случаев возврата молока, что ниже, чем за аналогичный период прошлого года на 4 случая, однако при сравнении в натуральном выражении количество возвращенного молока увеличилось на 14,2 тонны [5].

В заключение хочется отметить, что белорусским производителям молочной продукции необходимо обратить внимание на диверсификацию своих рынков сбыта, чтобы наша страна в меньшей степени зависела от российского рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Л ю б о ш и ц, С. Запрет на ввоз белорусского молока / С. Любошиц // Сельская Новь. 7.06.09.
2. Т и в а н о в а, С. Белорусское молоко скисло в России / С. Тиванова, Д. Евлашков // РИА Новости. 10.06.09.
3. Российские производители молока призывают правительство не торопиться [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.Lenta.ru>. Дата доступа: 23.10.09.
4. Указание Россельхознадзора от ФС-АС-2/3782 от 24.04.09 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fsvps.ru>. Дата доступа: 23.10.09.
5. Бухгалтерский баланс на 1 июля 2009 ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод»

УДК 345.67

ХВИСЮК Ю.С.

РАЗВИТИЕ АГРОЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – КУЗЕМКИН Д.В. – кандидат техн. наук, доцент
 УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
 Горки, Республика Беларусь

Одним из приоритетных направлений в туристской деятельности является агроэкотуризм или, как его ещё иногда называют «зелёный туризм». Агроэкотуризм – достаточно перспективный бизнес, который способствует не только обеспечению занятости, но и самореализации населения, а так же повышению престижа нашего государства на международном уровне.

Беларусь – единственная страна, где нет моря, гор, но есть другое, что особенно ценится сейчас в мире – нетронутая природа. Туристы, особенно зарубежные, приезжают посмотреть именно на старую белорусскую деревню. Они всегда предпочтут городской гостинице уездную сельскую усадьбу.

Объектом моего исследования явилось развитие агроэкотуризма в Брестской области. Брестчина, как ни один другой регион Беларуси, обязана делать ставку на развитие агроэкотуризма [1]. К этому обязывают и приграничный статус, и проходящие через неё трансъевропейские коридоры. К тому же на Брестчине расположены уникальные памятники: Беловежская пуца, Брестская крепость, Каменецкая вежа, которые вызывают неизменный интерес у туристов. За последние три года в Брестской области число агроусадоб увеличилось в 20 раз (таблица).

Число агроусадоб в Брестской области

Республика Беларусь	2006	2007	2008	2009
Брестская область	4	32	75	113

По данным таблицы видно, что с каждым годом количество агроусадоб на Брестчине увеличивается. Так в 2006 году в Брестской области насчитывалось всего 4 агроусадьбы; в 2007 году – 32 агроусадоб; в 2008 году – 75 агроусадоб. Ну, а на сегодняшний день в Брестской области зарегистрировано 113 сельских усадоб, оказывающих услуги агроэкотуризма.

Значительному росту числа сельских усадеб способствовало утверждение ОАО «Белагропромбанк» в июле 2007 года программы участия банка в развитии агроэкотуризма в Беларуси посредством выделения льготной кредитной линии. Между брестским облисполкомом и банком подписано соглашение о сотрудничестве, в рамках которого хозяйствам агроусадоб выделено 48 кредитов на сумму 1,7 млрд. бел. рублей.

Только в 2008 г. 54 субъекта агроэкотуризма заключили 749 договоров и обслужили 4,5 тыс. туристов. Причём с каждым годом наблюдается рост этих показателей.

Из таблицы видно, что увеличение числа агроусадоб происходит не совсем быстрыми темпами. Однако уже разработана и принята программа развития агроэкотуризма на 2009-2010 годы [2]. Она включает выделение льготных кредитов субъектам агроэкотуризма, для повышения уровня жизни туристов в сельских усадьбах; расширение придорожной инфраструктуры, позволяющее организовать отдых в течение нескольких дней с посещением туристских объектов, расположенных вдоль автомагистралей и транспортных коридоров. Всё это может способствовать тому, что уже к 2010 году на Брестчине туристско-экскурсионные услуги смогут составить не менее 5% от общего объёма услуг [3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Журнал «Экономика Беларуси» № 4(13) 2007 главный редактор: В.Напреев.
2. Журнал «Главный экономист» № 2 2009 издатель: частное предприятие «КапиталМедиаГрупп» главный редактор: Ольга Кмита.
3. Журнал «Экономика Беларуси» №4(13) 2007 главный редактор: В.Напреев.

УДК 336.71.078.3

ХОМИЧ М.Н.

**К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ АУДИТОРА ДЕЛИТЬСЯ
ИНФОРМАЦИЕЙ С ЦЕНТРАЛЬНЫМ БАНКОМ СТРАНЫ**

*Научный руководитель – ЧЕРНОРУК С.В. – магистр эк. наук, ассистент
УО «Полесский государственный университет»,
Пинск, Республика Беларусь*

В мировой практике внешний аудит – это действенный инструмент осуществления владельческого надзора. Непременное условие его эффективности – независимость внешних аудиторов от исполнительных органов банка и других лиц. Кроме того, развитие аудиторской деятельности имеет огромное значение не только для банковского бизнеса. Данное направление актуально и для всей экономики страны.

Аудит – это независимая лицензионная деятельность, основанная на договорных платных условиях, предпринимаемая с целью выявления дальнейшего мнения аудитора по поставленному вопросу.

Мы привыкли говорить об аудиторах как о людях, которым мы доверяем самое сокровенное, что у нас есть – информацию. Представляя им годовой отчет или баланс организации, мы уверены в том, что конфиденциальность и достоверность проведенного анализа сохранится только между двумя экономическими субъектами – фирмой и аудиторской организацией.

Времена меняются, рынок не стоит на месте, ценность информации неуклонно растет. И вот уже несколько лет ЦБ некоторых стран предпринимают попытки «превратить» банковских аудиторов из независимых консультантов в контролеров. Дело в том, что они (центральные банки) хотят, чтобы аудиторы делились с ними информацией о ходе дел в других банках страны. Такой интерес со стороны ЦБ объясняется тем, что та информация, которую предоставляют аудиторы в вышестоящие органы контроля банковской деятельности, не дает четкого представления о положении банка на рынке банковских продуктов. К тому же, дополнительные данные помогут ЦБ – да и в целом руководству страны – более точно и эффективно проводить их политику в области банковской деятельности.

Казалось бы, всё понятно: одни хотят помочь другим. Но, тут есть одно «но». И дело даже не в том, что ЦБ перекладывает свои прямые обязанности по контролю за банками на самих аудиторов. Проблема в том, что превращение аудиторов в контролеров, подрывает авторитет института аудита и лишает банки консультационной поддержки. Участники банковского и аудиторского рынка считают, что это может

обернуться печальными последствиями, как для банковского рынка, так и для рынка аудита. Возможно, будет наблюдаться такая ситуация, когда банки, не уверенные в конфиденциальности переданной аудиторам информации, просто не будут раскрывать перед ним свои проблемы, и аудитор не сможет помочь банку исправить ситуацию. Или как сказал руководитель одного из крупнейших российских банков: «Иными словами, банки будут попросту покупать молчание аудиторов». В результате ситуация усугубится, у банков возникнут дополнительные проблемы, на решение которых потребуется немалое финансирование, которое в свою очередь ляжет на плечи клиентов банка, на население.

Если рассматривать этот вопрос с другой стороны, то можно предположить, что раз банки так серьезно волнуются по предложенной инициативе центрального банка делиться информацией, значит на то есть свои причины. Следовательно, у банков есть, что скрывать. По этому поводу у ЦБ возникает сомнение в честности и законности деятельности отдельных банков. А это вынуждает его провести детальную проверку сомнительного банка, вплоть до отзыва лицензии.

Даже, если банк что то и скрывает, то это не значит, что он действует против закона. Каждый банк имеет свои секреты, которые он расценивает как «коммерческую тайну». Главная цель любого банка – получение прибыли, а уже каким путем он это будет делать, каждый банк выбирает сам. И если один нашел этот «золотой» путь, то врядли он захочет показать его другим. К тому же, если у банка возникнут какие-либо вопросы со стороны ЦБ в части невыполнения определенных нормативов, то данный аспект может ударить по авторитету банка, что приведет к нежелательным последствиям, как то: отток клиентов, подрыв связей с другими банками, снижение прибыли и т.д.

Прежде чем принять решение «делиться – не делиться» информацией, нужно сперва представить – к чему это приведет в конечном результате.

Допустим, что ЦБ принял окончательное решение и утвердил соответствующий законопроект, обязывающий аудиторов предоставлять определенную информацию о состоянии банков в вышестоящий контролирующий орган. В ответ на это «возмущенные» банки либо откажутся от услуг аудиторов, либо будут давать им некачественную финансовую отчетность, что в результате существенно исказит реальное представление о банках и об их финансовом состоянии. При выявлении определенных недостатков в деятельности банка, ЦБ обяжет первого незамедлительно устранить ошибки, потратить определенную сумму денег на проведение «оздоровительных» мероприятий. А для

банка это увеличение доли расходов и соответственно снижение прибыли.

Также аудиторы могут потребовать увеличения своего вознаграждения за дополнительные услуги ЦБ. А это снова лишняя трата денег. Принятие данного законопроекта может восприняться банками как ущемление их прав в сфере банковского бизнеса.

Предположим, что законопроект принят, и банки положительно отнеслись к нововведению. Аудиторы стали делиться полученной от финансовых организаций информацией с ЦБ. Теперь у ведущего банка страны имеется полная «биография» каждого банка. На основе этих данных он сможет проводить свою денежно-кредитную политику не только для всех банков в целом, но и для каждого банка в отдельности. Таким образом, ЦБ будет уделять больше внимания тем банкам и НКФО, которым требуется помощь в решении возникших у них финансовых и других проблем.

Тогда возникает вопрос: а нужны ли теперь аудиторы? Ведь банки могут самостоятельно предоставить необходимые данные ЦБ, избегая посредника (аудитора), и не затрачивая больших сумм денег на оплату их услуг. Однако, не всё так просто, как кажется на первый взгляд. Не у всех банков есть такие работники, которые бы знали все тонкости банковского дела, как это знают аудиторы, имеющие лицензии на осуществление банковского аудита. Ведь аудиторы не только оценивают финансовое состояние финансовой организации, они также оказывают консультационные услуги, проведение маркетинговых исследований, обучение специалистов в областях, связанных с аудиторской деятельностью, постановка, восстановление, ведение бухгалтерского учета и др. Область аудиторских услуг весьма обширна, и с каждым годом она увеличивается.

В заключении хотелось бы отметить, что вопрос о необходимости аудитора делиться информацией с вышестоящими органами финансового контроля остается открытым, т.к. последствия необдуманного шага могут быть достаточно печальными.

УДК 664.6 (476)

ХОМИЧ О.А.

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И
ПЕРЕХОД К МОДЕЛИРОВАНИЮ ЕЁ ОПТИМАЛЬНОГО
РАЗВИТИЯ**

Научный руководитель – СТАРОВЫБОРНАЯ С.П.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Хлебопекарная промышленность – одна из ведущих и наиболее развитых отраслей пищевой индустрии нашей республики. За последние десять лет хлебопекарная промышленность мало изменилась. Многие потребители сегодня вынуждены пересматривать свои ежедневные траты, в том числе и на продукты питания. И, как показали статистические данные работы хлебопекарных предприятий по республике в начале 2009 года – спрос на хлебобулочные изделия продолжает снижаться.

Производство хлеба и хлебобулочных изделий (тыс. тонн)

Годы	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Беларусь	866	770	707	689	690	661	624	600	584

Многие покупатели стали экономить и приобретать всего лишь по полбуханки хлеба, а то и четверть. Вместе с тем хлеб был, есть и будет наиболее доступным и пользующимся спросом продуктом питания, а значит, хлебозаводы без работы не останутся. Конечно, многим хлебопекарным предприятиям придется пересмотреть свои прошлогодние бизнес-планы и замедлить ход проводимых ранее реконструкций и технических перевооружений, сделать выбор в пользу более дешевого хлебопекарного и кондитерского оборудования, в том числе восстановленного. Это в первую очередь коснется малых и средних хлебозаводов. Крупные предприятия, зарекомендовавшие себя на рынке как надежные, платежеспособные и перспективные партнеры, максимально будут стремиться осуществить намеченные планы, в том числе за счет банковских кредитов, иностранных связанных кредитов, а также за счет расширения рынков сбыта своей продукции. [1]

Улучшение работы перерабатывающих предприятий стало возможным благодаря «Программе развития организаций хлебопродуктов на 2006-2010 годы». Данная программа предусматривает:

- внедрение современных, ресурсосберегающих технологий;

- реконструкцию и переоснащение организаций хлебопекарной промышленности;
- совершенствование ассортимента выпускаемой продукции и повышение ее конкурентоспособности;
- внедрение международных стандартов качества;
- развитие товаропроводящей сети и фирменной торговли;
- проведение мероприятий по рациональному использованию топливно-энергетических ресурсов;
- снижение издержек производства [3].

В настоящее время большинство промышленных предприятий Беларуси, как вновь создающихся, так и уже работающих много лет, нуждаются в современном и эффективном технологическом оборудовании, во внедрении современных технологий, новых подходах в деятельности маркетинговых служб. Не являются исключением и предприятия, так или иначе связанные с производством хлебобулочной и кондитерской продукции, в частности предприятия департамента по хлебопродуктам Минсельхозпрода Республики Беларусь, которые производят порядка 56,8% хлебобулочной продукции от общего объема, производимого в стране [1].

На рынке кондитерской продукции наблюдается жесткая конкуренция со стороны российских и других зарубежных производителей, где отечественные предприятия зачастую проигрывают по ценовым, качественным параметрам, а также по вопросам упаковки, расфасовки и срокам реализации продукции. Парадоксально, но факт - при рентабельности производства хлебобулочных изделий порядка 40% российская продукция в розницу продается дешевле, чем белорусская. И причем уже на нашем же рынке. В Могилевской и Гомельской областях стали появляться первые российские хлебобулочные продукты, а Брянская область начала вообще чуть ли не экспансию в Беларусь своих пряников, печенья и т. п.

Серьезные просчеты наших производителей имеются и в сфере маркетингового исследования рынка, в частности рекламного представления продуктов питания.

Несмотря на мировой финансовый кризис, его негативное влияние на работу отраслевых предприятий, падение объемов производства хлебобулочных изделий, белорусский хлебный рынок становится все привлекательнее для иностранных инвесторов. Уже были сделаны первые шаги со стороны иранских и финских компаний на предмет приобретения ряда крупных хлебозаводов в республике. На сегодняшний день договоренности не достигнуты, но это вопрос времени и стоимости.

По-прежнему активно строятся новые гипермаркеты по всей Беларуси, расширяются известные торговые сети, приходят новые операторы. Во многих из них будут оснащены хлебные и кондитерские цехи, которые также будут стремиться привлечь покупателя к своей продукции.

Подытоживая вышесказанное, можно сделать вывод: конкуренция на белорусском хлебном рынке в 2009 году еще усилится. Выиграет тот, кто сможет оптимизировать работу всех служб предприятия в изменившихся рыночных условиях, продвинет маркетинг своей продукции, снизит производственные затраты и сможет удержать продаваемую цену на сою продукцию.

В этих условиях коллектив любого предприятия заинтересован в разработке оптимальной программы его развития, которую целесообразно выполнять с помощью экономико-математических моделей. Рекомендуется использовать модель оптимизации программы развития предприятий хлебопекарной промышленности, матрица которой имеет блочно-диагональный вид.

Первый блок – по заготовке сырья, в котором представлены ограничения по объемам заготавливаемого сырья с учетом его ассортимента и поставщиков. Второй блок – переработки. В нем рассматриваются ограничения распределения сырья, его использования и загрузки производственной мощностей отдельных перерабатывающих модулей. Третий блок – реализации, представлен ограничениями по объемам продаж готовой продукции в разрезе её ассортимента и каналов сбыта. Связующий блок представлен ограничениями по использованию трудовых, материальных ресурсов. В качестве критерия оптимальности принята максимизация прибыли предприятия.

Применение экономико-математической модели позволит выбрать оптимальные объемы производства продукции в ассортименте, её реализацию, загрузку производственных мощностей с целью повышения конкурентоспособности и достижения наилучшего финансового результата предприятий хлебопекарной промышленности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Овсянникова, Л. Итоги работы I полугодия 2009 года / Л. Овсянникова // Хлебопек. 2009. № 2. С. 8-9.
2. Овсянникова, Л. Хлебопечение Беларуси 2007 / Л. Овсянникова // Хлебопек. 2008. № 2. С. 5-6.
3. Седин, В.А. Департамент по хлебопродуктам Республики Беларусь / В.А. Седин // Хлебопек. 2008. № 2(31). С.9, 7-11.

УДК 005.44 (476)

ХОХЛОВА Д.Н.

РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ В ПРОЦЕССЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Научный руководитель – ДЕМЧУК С.Л. – преподаватель

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

В последнее десятилетие XX века процесс слияния и объединения стран мирового сообщества вылился в устойчивые формы, которые получили новое название – глобализация. Однако надо заметить, что в современной литературе до сих пор нет единого взгляда, нет достоверной и однозначной трактовки такого понятия.

Под глобализацией в экономической науке принято понимать совокупность ряда специфических направлений развития международной экономики, которая ведёт к международной интеграции [4].

Так, наряду с совокупностью различного рода направлений развития мировой экономики посредством глобализации, одним из главных является сельскохозяйственное направление.

На пути к единой глобальной экономике происходит своего рода обособления государств в различные группы, которые условно можно разделить на четыре отдельных мегарынка: европейский (ЕС), североамериканский (НАФТА), азиатский (АСЕАН) и латиноамериканский (МЕРКОСУР). Эти так называемые мегарынки ведут постоянную борьбу за лидерство в разных областях мировой экономики, не исключением является и сельскохозяйственный сектор.

Безоговорочно, главенствующие позиции на мировом рынке продовольствия и сельскохозяйственного сырья по праву занимают зерновые и продукты их переработки, маслосемена, растительные масла, овощи и фрукты, мясомолочные продукты [5].

Однако процесс глобализации и связанное с ним развитие торговли и экономики способно повысить производство продовольствия и одновременно уничтожить традиционную структуру сельского хозяйства, характерную для каждого государства в отдельности. Тем самым, стирание устоявшихся традиций и стереотипов в развитии сельского хозяйства позволит странам расширить свой кругозор в сельскохозяйственном производстве, и, как следствие, сотрудничать в этой области с иными, более развитыми странами, чья экономика базируется непосредственно на сельском хозяйстве. Этот процесс становится быстрее, если страна становится членом Всемирной торговой организации (ВТО).

В настоящее время в ВТО состоит 150 государств, на которые приходится более 90 % мировой торговли. Республика Беларусь на протяжении многих лет ведёт серьёзные переговоры по вопросу вступления во Всемирную торговую организацию [2].

Не являясь полноправным членом ВТО, Беларусь испытывает дискриминацию во внешнеторговых отношениях [3]. Поэтому не составляет большого труда странам-участницам данного объединения накладывать те или иные ограничительные меры на белорусскую продукцию. Так, на сегодняшний день наша отечественная продукция подверглась около двадцати торговым ограничениям в виде таможенных пошлин. Поэтому в процессе таких двусторонних переговоров по поводу присоединения Республики Беларусь к числу стран-участниц ВТО, нашему государству просто необходимо отстаивать более высокий уровень таможенных тарифов по сельскохозяйственной продукции и продовольствию, которые бы обеспечивали продовольственную независимость страны. К такой продукции по праву следует отнести: мясо и пищевые мясные продукты; молоко и молочные продукты; яйца птиц; рожь, ячмень, овёс; картофель; отдельные виды овощей (капуста, морковь и др.); колбасы и аналогичные продукты из мяса, мясных субпродуктов; маргарин; масло рапсовое; сахар свекловичный; льноволокно и некоторую иную продукцию сельскохозяйственного происхождения [1].

Как следствие, при проведении такой ограничительной политики в отношении стран-претендентов, желающих вступить в ряды ВТО, будет являться довольно специфическая динамика мировых цен на сельскохозяйственную продукцию. Такая динамика во многом зависит от внешнеторговой политики как стран-импортёров, так и стран-экспортёров [1]. Поэтому на мировых рынках сельскохозяйственной продукции в большей степени уже сформированы экспортёры и импортёры, к которым по праву можно отнести США, Канаду, Японию, а также страны ЕС. Что свидетельствует о достаточно затруднительной возможности иных стран, в том числе и Республики Беларусь для проникновения на рынки этих государств со своей продовольственной продукцией, а значит, и речи о вступлении во Всемирную торговую организацию пока быть не может [2].

Агропромышленный комплекс Беларуси является одним из ведущих секторов экономики. Следствием этого является увеличение спроса на сельскохозяйственную продукцию как внутри страны, так и на внешних рынках, прежде всего, в Российской Федерации (несмотря даже на запрет и последующее ограничение России в поставках бело-

русской молочной продукции). Это и есть показатель глобализирующих процессов в сельском хозяйстве.

Безоговорочными партнёрами Республики Беларусь по осуществлению внешней торговли являются страны Европейского Союза. В динамике развития агропромышленного комплекса главную роль играет внешнеэкономическая деятельность. Доля сельскохозяйственной продукции и продовольствия составляет около 10 % экспорта нашей страны. Так, основная её часть – а это свыше 85 % – реализуется в страны СНГ, в том числе в Россию – более 80 %. В Польшу, Германию, Италию и Нидерланды на экспорт приходится чуть выше 12 % [6]. Отметим, что в структуре экспорта сельскохозяйственных товаров преобладают молоко и молочные продукты, мясо и мясопродукты, льноволокно, яйцо, маргарин. Таким образом, в совокупном экспорте сельского хозяйства Беларуси доминирует продукция животноводства, в то время как в странах ЕС – более 90 % экспорта преподают на товары таких групп как «Живые животные» и «Молочная продукция».

Помимо экспорта внешнеэкономическая деятельность включает ещё и импорт, основу которого в АПК составляют продовольственное и фуражное зерно, сахар, масло растительное, рыбопродукты, средства химизации и защиты растений, ветеринарные препараты. Ведущими партнёрами по импорту выступают страны СНГ – более 50 %, в том числе Россия – свыше 20 %. Остальная часть продукции завозится из таких стран, как Германия, Нидерланды, Польша, Великобритания, Италия, Венгрия. В целом АПК Республики Беларусь имеет экономические связи с более чем 120 странами всех континентов мира [6].

Республика Беларусь, как и многие страны мирового пространства, уже не стоит у истоков процессов глобализации, а сама по праву является непосредственным участником этого явления, в том числе и в области сельского хозяйства. Пока только Беларусь, с точки зрения глобализации сельского хозяйства, может лишь осуществлять внешнеэкономическую деятельность по развитию торговли сельскохозяйственной продукцией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Байгот, М.С. Особенности вступления РБ в ВТО: сельскохозяйственный аспект / М.С. Байгот // Известия НАНБ. 2006. № 4. с. 20-25.
2. Гусаков, В.Г. Состояния, перспективы развития и государственной поддержки сельского хозяйства РБ на пути вступления в ВТО / В.Г. Гусаков // Белорусское сельское хозяйство. 2005. № 7. с. 3-8.

3. Ж а б к о, Л.С. Состояние и перспективы вступления Беларуси в ВТО / Л.С. Жабло // Экономических бюллетень. 2009. № 3. С. 31-47.
4. К а л л а у р, П.В. Монетарные и финансовые аспекты глобализации РБ / П.В. Каллаур // Вестник БГЭУ. 2008. № 1. с. 5-9.
5. Тенденция в мировой торговле сельскохозяйственных предприятий/ А. Лихтар// Агроэкономика. 2004. № 2. с. 16-17.
6. М о т о р и н а, О.И. Перспективы развития внешней торговли сельскохозяйственной продукции со странами ЕС / О.И. Моторина // Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. 2004. № 2. С. 45-49.
7. Ю р к о в а, Е. Национальная конкурентоспособность в условиях глобализации/ Е. Юркова // Международный сельскохозяйственный журнал. 2008. № 6. С. 43-45.

УДК 631.15:331]:635.21

ЧЕБОТАР И.И.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПЕРЕРАБОТКИ КАРТОФЕЛЯ В БЕЛАРУСИ

*Научные руководители – ЧЕЛОМБИТЬКО М.А. – кандидат с.-х. наук, доцент
УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
ДАЙНЯК М.П. – начальник отдела плодоовощной и крахмалопаточной отрасли концерна «Белшицепром»,
Минск, Республика Беларусь*

Вот уже несколько столетий картофель является одной из основных продовольственных культур человечества. Главными производителями картофеля являются страны Европы и Северной Америки – более 60% мирового валового сбора. Беларусь входит в число крупнейших производителей картофеля в мире и занимает одно из первых мест по производству данной продукции на душу населения.

За последние 5 лет посевная площадь картофеля в Беларуси уменьшилась с 93.3 до 47.4 тыс. гектаров, средняя площадь в сельскохозяйственных организациях – с 43 до 28 гектаров, количество организаций, выращивающих картофель, – с 2171 до 1476. Имеющиеся в республике мощности по переработке картофеля используются менее чем на 50% и требуют технического перевооружения. Самыми проблемными являются овощесушильные и крахмальные заводы. Износ основных фондов составил более 60%, это касается зданий и сооружений, износ машин и оборудования составил более 80%, по основному технологическому оборудованию крахмального производства – более 90% и овощесушильному производству – 86%.

Согласно прогнозу специалистов, потребление картофеля в свежем виде будет снижаться, а картофелепродуктов расти.

Из картофеля получают различные продукты: крахмал картофельный, сушеный картофель, сухое картофельное пюре, пеллеты (полуфабрикат картофелепродукта «Оригинальный»), сульфитированный картофель, консервированный картофель, спирт, напитки, хрустящий картофель, обжаренные экструдированные картофелепродукты, замороженные картофелепродукты, картофельная мука

Потребность внутреннего рынка республики в 2008 году составила: в сухом картофельном крахмале – 16-17 тыс. т, в сушеном картофеле – 100 т, в сухом картофельном пюре – 4.0-4.2 тыс. т, в полуфабрикате картофелепродукта «Оригинальный» – около 15 тыс. т, в обжаренных картофелепродуктах – 15-16 тыс.т.

Существующие мощности крахмальных заводов даже с учетом значительного износа технологического оборудования позволяют перерабатывать 200-220 тыс. т свежего картофеля, что даст возможность получить около 25 тыс. т сухого картофельного крахмала.

Фактический объем производства сухого картофельного крахмала в республике в 2008 г. составил 18 456 т, что более чем в 2 раза выше показателя 2005 г., но республика несмотря на увеличение объемов производства картофельного крахмала, продолжает завозить его из-за рубежа.

Рынок сушеного картофеля довольно специфичен, так как предназначен только для спецпотребителей, к которым можно отнести вооруженные силы и УИН МВД Республики Беларусь. УИН МВД республики Беларусь потребляет в пределах всего 100 т сушеного картофеля в год и увеличение спроса на данный продукт у этого потребителя не предвидится. Основными потребителями данного продукта остаются вышеуказанные организации Российской Федерации

Из года в год постоянно снижается производство сушеного картофеля. С 1990 г. его производство сократилось в 23.3 раза

Одним из самых востребованных продуктов переработки картофеля на сегодняшний день является сухое картофельное пюре. Мощности по производству сухого картофельного пюре в республике составляют 6300 т в год. Потребность внутреннего рынка в сухом картофельном пюре оценивается в 4200 т в год. Данный вид продукции представляет интерес как экспортный продукт, в связи с чем целесообразно ориентировать инвестиционную политику в развитии промышленной переработки картофеля на производство сухого картофельного пюре или подобного ему продукта.

Одним из самых перспективных и востребованных картофелепродуктов на рынке республики Беларусь является картофелепродукт, полученный экструзионным путем – это полуфабрикат картофелепродукта «Оригинальный», который производится на 10 предприятиях. Еще 5-7 лет назад полуфабрикат картофелепродукта «Оригинальный» активно поставлялся в Россию, в настоящее время российские производители обжаренных картофелепродуктов обратили внимание на западноевропейских производителей пеллет.

Мощности по обжаренным экструзионным картофелепродуктам в республике составляют более 10 000 т, что практически полностью закрывает потребность внутреннего рынка.

Из-за отсутствия скороморозильного оборудования производство замороженных картофелепродуктов находится на низком уровне. Рынок замороженных картофелепродуктов представлен продукцией не-

больших частных предприятий. Основными импортерами замороженных картофелепродуктов в 2008 г. были Нидерланды, США, Польша, Бразилия. Ввоз в республику мороженого картофеля вырос с 2006 г. на 15%. потребность внутреннего рынка.

Производственные мощности по производству экструзионных картофелепродуктов составляют 10 000 т в год. Единственным производителем пеллет является ПОДО «Онега».

До конца 2010 года в Беларуси будет полностью переоснащено 10 предприятий по переработке картофеля - 8 крахмальных заводов и 2 завода по производству картофелепродуктов, Модернизация производства осуществляется по программе развития картофелеводства, рассчитанной до 2010года. Всего на строительство, реконструкцию и перевооружение в 2006-2010 годах планировалось направить Br54,8 млрд.

Заключение

1. Предприятия республики должны быть обеспечены картофелем в достаточных объемах и необходимого качества.

2. Для улучшения материально - технической базы предприятий целесообразно привлекать внешние инвестиции и проводить льготное кредитование предприятий.

3. Целесообразно ввести квоты на импорт картофельного крахмала, сухого картофельного пюре и других картофелепродуктов, а также увеличить при необходимости ввозные пошлины на импортируемую продукцию, аналогичную выпускаемой белорусскими предприятиями.

УДК 621.311:631.145(476)

ЧЕКАН О.О.

ПРОБЛЕМЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЯ В АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – СКАЗЕЦКАЯ И.А. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Проблемы получения и использования различных видов энергии всегда находились в центре внимания человеческого общества. Мировое потребление энергии стало соизмеримым с запасами горючих ископаемых – базой современной энергетики. То, что природой создавалось на протяжении геологических эпох (миллионов лет), расходуется в течение нескольких десятилетий. Если до 1980 г. всего в мире было добыто 210 млрд. т условного топлива (т.у.т.), то за 20 последних лет XX века использовано в 1,3 раза больше, что грозит не только исчерпанием легкодоступных, дешевых месторождений, но и серьезными экологическими осложнениями.

Решение энергетической проблемы в глобальном масштабе связано с поиском новых видов энергии, обычно до их появления использование традиционных источников должно сопровождаться глубоко продуманной энергосберегающей политикой. Известно, чтобы сберечь 1 т сырья, топлива или материалов, нужно затратить в 3–4 раза меньше средств, чем получить ту же тонну первичных ресурсов. Об этом красноречиво свидетельствует опыт развитых стран, которые за два последних десятилетия достигли в этом направлении существенных успехов.

Основная функция сельского хозяйства во всем мире – производство продовольствия. Но в последние годы у него появилась вторая функция – производство возобновляемых источников энергии.

Сценарий альтернативного развития белорусской экологически чистой энергетики до 2050 г. был создан в рамках совместного проекта международной организации INFORSE и Минского городского отделения Международного общественного объединения экологов, общественной организации “Экодом”.

Цель проекта – обеспечить условия комфортного выживания Беларуси в новых энергетических условиях за счет развития альтернативной энергетики. Потенциал всех альтернативных источников энергии оценивается специалистами в 10 млн. т.у.т., в их числе ветроэнергетики – 1600 МВ. Весь потенциал составляет примерно 40% от современного потребления энергии в Беларуси.

При использовании альтернативного сценария развития энергетики после 2010 г. в Беларуси будет преобладать использование биомассы и биогаза, интенсивно развиваться ветровая энергетика. После 2030 г. более активно станет использоваться солнечная энергия. Предполагается, что к этому времени цены на солнечные панели значительно снизятся. В сценарии учитывается также, что к 2050 г. большая часть энергопотребляющего оборудования будет заменена на более эффективное, позволяющее потреблять 20-25% энергии, которая используется сейчас.

Энергетика оказывает заметное влияние, как на технологии сельского хозяйства, так и на деятельность фирм, связанных с его материально-техническим обеспечением. Необходимость рационального использования энергии приводит к сокращению энергоемких технологий. Наметилась тенденция более широкого использования силоса, не только из-за стремления повысить ценность кормов, но и с точки зрения уменьшения энергетических затрат на сушку сена. Более широко начала применяться технология хранения влажного фуражного зерна с использованием химических и биологических консервантов. Планируется увеличение посевов бобовых культур, что позволит экономить азотные удобрения и тем самым энергию, связанную с их производством.

Большое значение придается регенерации и утилизации тепла, выделяемого животными, и тепла, используемого при сушке, сокращению тепловых потерь путем лучшей изоляции.

Определенное применение начали получать солнечные установки для сушки зерна, сена, обогрева помещений, биогазовые установки, тепло земли.

Конкуренспособную продукцию растениеводства и животноводства в нынешних условиях невозможно получить без высокого уровня механизации технологических процессов. Необходимо оснастить село высокопроизводительной и надежной техникой, которая обеспечит высококачественное выполнение технологических операций, позволит снизить расход топлива и других ресурсов на единицу производимой продукции и сократить все виды потерь. Поэтому обоснование перспективных ресурсосберегающих механизированных технологий, прогнозирование рациональных параметров машин и агрегатов, формирование оптимальных составов и планов использования машинно-тракторного парка – неперенные предпосылки успешного создания, производства и использования новой техники.

Непрерывный рост цен на энергоносители – это лишь внешнее проявление объективных причин, имеющих глубокий и глобальный характер.

Для Беларуси энергетическая проблема отличается особой остротой: энергоемкие отрасли промышленности лишь на 10–13% могут удовлетворить свои потребности энергетическими ресурсами страны.

Независимо от отношения к атомной энергетике, энергетические программы всех стран содержат, как правило, два основных пункта, направленных на улучшение обеспечения энергией: развитие энергетики на возобновляемых источниках энергии; повышение эффективности использования энергии.

Итак, альтернатива газу и нефти есть. И эта альтернатива – решение еще одной мировой проблемы. Стоит взглянуть на регионы, в которых сконцентрированы главные мировые запасы нефти и газа, чтобы убедиться: многие из них давно уже превратились в арену войн и вооруженных конфликтов. Поэтому развитие возобновляемых источников энергии – это в том числе и уменьшение конфликтов на планете.

УДК 339.137-2:664.6

ЧЕРНЯВСКАЯ Е.В.

**РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА КАК ОДИН ИЗ ПУТЕЙ
ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Научный руководитель – ГОНЧАРОВА Е.В. – ассистент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Мозырский хлебозавод филиал РУП «Гомельхлебпром» производит сегодня широкий ассортимент хлебов формовых, подовых, хлеб из сортовой муки, булочных и кондитерских изделий, всего более 130 наименований. Мощности хлебозавода в состоянии полностью обеспечить качественной продукцией население Мозыря и района. Наибольшей популярностью потребителей пользуются подовые хлеба: «Суворовский», «Дымковский», «Волотовской», хлеб «Кимборовский» в числе формовых хлебов – хлеб ржано-пшеничный особый улучшенный, овсяно-заварной, хлеб «Свислочский», а так же тостовые изделия. Для профилактического и лечебного питания вырабатываются специальные диетические и диабетические сорта хлеба, сухарей – хлеб Диетический с ламинарией, хлебец диабетический «Успех», сухари диабетические с фруктозой.

Специалистами Мозырского хлебозавода разработан широкий ассортимент хлебобулочных и кондитерских изделий с добавлением морской капусты, масляного раствора бета-каротина, фруктовых добавок, богатых микроэлементами, витаминами и пектиновыми веществами. Они совершенно не портят вкус хлеба, изменяя только цвет мякиша. Например, морская капуста делает его чуть темнее обычного, а добавка концентрата каротина придаёт изделию «солнечный цвет». Специалисты Мозырского хлебозавода советуют обратить внимание на следующие изделия: хлеб пшеничный с витаминами и железом, хлеб «Усвятский» с мультиплюсом, хлеб «Витаминный зерновой», хлеб пшеничный с йодоказеином, хлеб «Полесский» бездрожжевой зерновой, хлеб «Исток» с добавлением отрубей пшеничных, богатых микроэлементами, пряники «Яблоко» с клетчаткой.

Перечисленные изделия не только способствуют выведению радионуклидов из организма, но и обогащают его витаминами, микроэлементами, повышая при этом защитные силы организма.

Ассортимент кондитерского цеха насчитывает более 25 наименований тортов, в том числе: «Золотые купола», «Борисовский орешек», «Сама нежность», «Бери», «Суфле с фруктами», 20 наименований пи-

рожных – «Эвридика», «Студентское», «Маленькое лакомство», «Снежок», «Карапузики», «Веселушки». Визитной карточкой предприятия смело можно назвать щербеты, вырабатываемые различным развесом: «Пикантный», «Подсолнушек», «Южный», «Шоколадный», «Белочка». В месяц кондитерский цех поставляет на торговые прилавки Мозыря и области до 10–12 т. сладкой продукции. В пряничном цехе в месяц вырабатывается около 12 т. пряников и печенья в широком ассортименте – это пряники «Затейница», «Маковей», «Успех», «Лакомка», «Бурёнка», а также печенье «Нёманское», печенье овсяное «Премьера», «Улыбка», печенье медовое. В целях сохранения качества готовой продукции, абсолютное соблюдение санитарных норм предприятия осуществляется фасовкой, нарезкой и упаковкой хлебобулочной продукции, что обеспечивает отличный товарный вид изделий и удобства для потребителей, а также длительный срок хранения.

Для реализации продукции хлебозавода расширяются рынки сбыта. С этой целью создана ведомственная торговая сеть, включающая в себя 15 торговых точек. В них можно купить не только свежий хлеб, но и заказать праздничный каравай, оригинальный торт, например на свадьбу, юбилей или крещение. Предприятие имеет в своем активе «Гран При», «Золотой Меркурий» – призы международной программы «Партнерство ради прогресса», на Республиканском смотре качества хлебобулочных изделий 2006г. хлебец «Крепыш» был удостоен золотой медали, в 2007г. на том же смотре качества было вручено 3 золотые медали: за хлеб подовой «Кимборовский», хлеб пшеничный с витаминами, хлеб для тостов с ванилином. В рамках специализированной выставки «Хлебное и кондитерское дело», проходившей в 2008 г. в г. Минске проводился Республиканский конкурс «Ласунак - 2008», где Мозырский хлебозавод завоевал золотые медали и дипломы за рулет «Услада» и сладости мучные белорусские «Домашние», бронзовые медали и дипломы за сладости мучные «Полоска с орехово-фруктовой начинкой», пряник «Мозырский сувенир» и рулет «Коровка».

УДК 338.45 : 621.31 (476)

ЧЕРНЯВСКАЯ Е.В.

**ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ
ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ
КОМПЛЕКСЕ РБ**

Научный руководитель – ГОНЧАРОВА Е.В. – ассистент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

Проблемы энергетической безопасности Республики Беларусь в значительной мере определяются “слабыми” местами в экономике и большой долей импорта энергоресурсов. Основные внутрисударственные направления обеспечения энергетической безопасности включают ряд принципиальных возможностей предотвращения соответствующих угроз, снижения вероятности их возникновения и ослабления их последствий.

Вопросы энергетической безопасности для РБ вследствие низкой обеспеченности собственными энергоресурсами (на уровне 15% от общей потребности, из которых возобновляемые источники энергии (ВИЭ) составляют около 5%) являются важнейшими компонентами национальной и экономической безопасности [2]. Поэтому одной из стратегических задач развития экономики РБ является сокращения импорта энергоресурсов. Решение этой задачи возможно посредством активизации применения в сельскохозяйственном производстве страны альтернативных источников энергии и местных видов топлива [3].

Необходимость повышения энергетической безопасности обусловлено экономической целесообразностью решения этой проблемы, так как в случае ограничения поставок энергоресурсов республика потерпит ущерб от недопроизводства ВВП на уровне 400 – 450 USD в расчёте на 1 тонну условного топлива, что многократно превышает стоимость импорта ТЭР от любых существующих либо возможных новых поставщиков по мировым ценам.

Таким образом, развитие и использование собственных ВИЭ является ключевым и связующим элементом повышения энергетической безопасности, энергообеспечения и повышения энергоэффективности экономики, определяет и направляет движения по пути устойчивого развития.

Возобновляемые источники энергии республики. В качестве возобновляемых источников энергии с учётом природных, географических и метеорологических условий республики рассматриваются малые ГЭС, ветроэнергетические и биоэнергетические установки, гелиоводо-

нагреватели, фотоэлектрические батареи, установки для брикетирования и сжигания отходов растениеводства и др. Эти источники могут в совокупности замещать не более 5% потребляемого сейчас топлива, но их широкое применение в ближайшее время очень важно по нескольким причинам. Во-первых, их использование будет способствовать развитию собственных технологий и оборудования, которые впоследствии могут стать предметом экспорта, во-вторых, эти источники являются экологически чистыми, в-третьих, их применение обеспечивает воспитание бережливости и рациональной экономики [2]. Так же основное и эффективное использование возобновляемых источников энергии имеет принципиальное значение, поскольку в ближайшей перспективе именно они представляют реальный потенциал местных топливно-энергетических ресурсов, которые могут быть рационально вовлечены в экономику страны и способствовать повышению энергобезопасности республики [3].

Анализ эффективности использования различных видов энергии в агропромышленном комплексе показывает, что в республике с/х производство развивалось в экстенсивном и энергоёмком направлении. Увеличение производства сельхозпродукции и повышение производительности труда достигались в основном за счёт применения более мощной техники, роста потребления топлива, металла и электроэнергии. В результате в республике расходовалось в 2-3 раза больше ТЭР на единицу ВВП, чем в экономически развитых странах. Энергоёмкость с/х продукции в республике в 3-4 раза превышает уровень США, а других экономически развитых стран - в 1,5-2 раза.

Исходя из структуры потребления определены основные направления повышения эффективности использования ТЭР в агропромышленном комплексе: замена низкоэффективных котлов на современные котлоагрегаты при возможности с переводом их на местные виды топлива и отходы деревообработки; децентрализация систем энергоснабжения; внедрение газогенераторных установок с применением эффективных технологий преобразования низкосортных топлив в высокосортные; использование гелиоколлекторов для нагрева воды на технологические нужды; ликвидация длинных тепло- и паротрасс, использование установок локального обогрева помещений на местном уровне; строительство малых ГЭС и многие другие.

Для агропромышленного комплекса перспективными могут быть следующие энергоэффективные технологии: системы комбинированной выработки электроэнергии и теплоты для автономных с/х потребителей, применение которых позволяет получить значительную экономию ТЭР; системы утилизации природной и отходящей теплоты

Актуальные проблемы экономики

(гелиоиспользующие установки, тепловые насосы и др.); энергосберегающие системы обеспечения микроклимата в животноводческих помещениях с утилизацией и рециркуляцией теплоты воздуха; энергосберегающие технологии а системах сельского водоснабжения [1].

ЛИТЕРАТУРА

1. Р у с а н, В.И. // Белорусское сельское хозяйство / В.И. Русан. 2008. № 11.
2. Т а р а с е н к о, В. // Сейбит В. Тарасенко, С. Позняк. 2005. № 2.
3. С е в е р н е в, М.М. // Белорусское сельское хозяйство / М.М. Севернев, В.В. Кузьмич. 2008. № 9

УДК 336.226.11

ЧИРЕЦ О.В.

РЕФОРМИРОВАНИЕ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ В 2009 ГОДУ

Научный руководитель – ГЕРМАНОВИЧ Н.Е. – ассистент

УО Полесский государственный университет,

Пинск, Республик Беларусь

Налоговая система нашей республики еще достаточно молода, и в настоящее время ведется активная работа по упрощению механизма исчисления отдельных платежей, рационализации структуры налогов в направлении общего снижения налоговой нагрузки. К настоящему моменту много сделано в направлении снижения налоговой нагрузки, улучшения налогового администрирования, вместе с тем налоговое бремя в Беларуси пока еще остается достаточно высоким.

Коренных изменений в налоговой системе Беларуси с 2009 года не произошло. Основным налоговым новшеством для населения, несомненно, стал переход от прогрессивной шкалы к единой 12-процентной ставке подоходного налога. Ранее существующая прогрессивная шкала подоходного налога действовала 8 лет (налог взимался с нарастающим итогом по ставке от 9% до 30%).

Работа по совершенствованию налоговой системы для физических лиц началась еще в феврале 2008 года. Главное управления налогообложения физических лиц министерства по налогам и сборам (МНС) Беларуси рассчитывало различные механизмы изменения ставки подоходного налога. МНС просчитывали последствия для бюджета и налогоплательщиков перехода на плоскую шкалу со ставками 10%, 11%, 12%, двухуровневую шкалу - например, по ставке 9% и 15% или 20%, с нарастающим итогом и без нарастающего итога, с вычетами и без вычетов. При этом основной проблемой являлась необходимость определиться со ставкой подоходного налога, чтобы не потерять в доходах бюджета и не увеличить нагрузку на плательщиков, платящих по минимальной ставке 9%. Результаты проведенной работы - граждане Беларуси с 1 января 2009 года будут уплачивать подоходный налог по ставке 12%.

Такая величина ставки отвечает всем необходимым критериям эффективного и справедливого налогообложения текущих доходов населения.

Справедливость или принцип прогрессивности в данном случае достигается, во-первых, за счет того, что даже при одинаковых ставках для различных доходов сумма уплачиваемого налога всегда будет зна-

чительно большей для крупных доходов; во-вторых, при помощи установления так называемого необлагаемого минимума дохода (стандартного налогового вычета), с тем чтобы вывести из-под налогообложения низкооплачиваемые слои населения.

Именно для того, чтобы обеспечить равное и справедливое налогообложение и освободить от налога низкие доходы, существенные изменения внесены в систему применяемых стандартных налоговых вычетов. До 2009 г. такой вычет составлял всего одну базовую величину и практически не влиял на снижение суммы облагаемого дохода. С 1 января 2009 года стандартный вычет составит 250 тыс. рублей. При этом воспользоваться вычетом смогут граждане, у которых среднемесячный доход не превышает 1,5 млн. рублей. Ежегодно эта сумма будет корректироваться с учетом отдельных показателей развития экономики. Условием получения этого вычета является наличие основного места работы. В этом случае ни для одной категории граждан не произойдет роста налоговой нагрузки. Изменения почти не коснулись стандартного вычета на детей, социальных и имущественных налоговых вычетов.

И все же основной результат введения единой ставки состоит прежде всего в упрощении порядка исчисления налога. Подоходный налог будет исчисляться ежемесячно, что существенно упростит для бухгалтеров порядок исчисления этого налога. Будет отменена выдача справки о налогообложении доходов при изменении работниками в течение года места основной работы.

Также сократится сфера декларирования. До нововведения, если гражданин получал доходы из нескольких источников, он обязан был предоставить в налоговые органы декларацию о совокупном годовом доходе, так как его доходы облагались по разным ставкам. При переходе на плоскую шкалу доходы от всех источников будут облагаться по единой ставке, значит, смысла в подаче деклараций нет. Такая обязанность останется только для тех граждан, кто получает доходы из-за границы, и у предпринимателей. Кроме того, переход на плоскую шкалу взимания подоходного налога создает предпосылки для прекращения выплаты заработной платы "в конвертах", так как предприятиям будет выгодно платить заработную плату по нормальным схемам.

Главным преимуществом введения плоской шкалы подоходного налога для населения состоит в том, что суммы подоходного налога, причитающиеся к уплате, уменьшаться. Так при месячной заработной плате около 500 тысяч рублей сумма годового подоходного налога сократится на 142 тысячи рублей. Если гражданин получал 1 490 ты-

сяч рублей, то сумма его годового подоходного налога уменьшится на 329 тысяч рублей, при зарплате 2 000 тысячи рублей – 282 тысячи рублей. Эти изменения четко видны в представленной таблице.

Изменение подоходного налога в 2009 году в сравнении с 2008 годом

При месячной заработной плате, рублей	Сумма подоходного налога за год, рублей		Уменьшение суммы подоходного налога за год, рублей
	2008 г.	2009 г.	
500 000	502 200	360 200	142 000
750 000	783 000	720 000	63 000
1 000 000	1 233 000	1 080 000	153 000
1 490 000	2 115 000	1 786 000	329 000
2 000 000	3 162 000	2 880 000	282 000

Из вышеуказанного, можно сделать вывод, что применение плоской шкалы по подоходному налогу с физических лиц:

- обеспечивает повышение социальной справедливости налогообложения и условия для легализации скрываемых от налогов доходов;
- обеспечивает достаточные налоговые поступления;
- не приводит к росту налоговой нагрузки;
- обеспечивает упрощение процедур расчета и сбора налога
- отменит выдачу справки о налогообложении при изменении в течение года места основной работы;
- максимально сократит сферу декларирования для физических лиц.

УДК 631.16:336.7

ЧУХМАНОВА Е.В.

**ФИНАНСОВЫЕ МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Научный руководитель – ГУЗ Е.А. – ассистент

УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Минск, Республика Беларусь

Инновации – это нововведение, новшество, изменение. Наиболее часто термин «инновация» связывают с наукой и техникой. П. Уайт обращает внимание, что важно различать понятия «изобретение» (конечный результат исследований) и «нововведение» (оно следует за изобретением и завершает успешные разработки). Изобретение подразумевает появление на свет чего-то нового, нововведение – внедрение чего-то в практику. Изначально нововведения оформляются в сознании как проблема, связанная с наличием противоречия между действительностью и возможным состоянием, представленным как сущностное противоречие. Субъективное содержание последнего предполагает целенаправленную инновационную деятельность социальных субъектов, в ходе которой и разрешается данное противоречие.

Таким образом, инновационная деятельность – это процесс, направленный на разработку инноваций, реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки.

Обеспечение инновационного пути развития является приоритетным направлением, отмеченным в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2007-2010 гг.

На наш взгляд, направления и формы поддержки инновационной деятельности, разработанные в государствах с развитой рыночной экономикой целесообразно применять в условиях Республики Беларусь:

Первое – правовое, законодательное обеспечение инновационной деятельности.

Второе – система льготного кредитования инновационной деятельности, результативно функционирующая во всех странах с развитой рыночной экономикой.

Третье – государственное страхование инновационной деятельности.

Четвертое – льготное налогообложение является инструментом государственного регулирования развития приоритетных отраслей.

Пятое – прямое бюджетное финансирование и государственные заказы на новую продукцию.

Шестое – информационно-консультационное, маркетинговое, кадровое обеспечение инновационной деятельности, позволяющее уменьшить хозяйственный риск.

Однако следует заметить, что существуют некоторые проблемы полного осуществления вышеназванных форм стимулирования инновационной деятельности, несмотря на то, что органы государственной власти ведут значительную работу в данных направлениях.

Для Республики Беларусь предлагается двухэтапная система выработки государственных приоритетов. На первом этапе государство декларирует приоритеты. На втором этапе представители науки, промышленности, бизнеса, банков и власти совместно определяют перечни основных технологий, попадающих под тот или иной приоритет. Для различных групп приоритетов могут быть различными соотношения размеров дотационной и налоговой поддержки, а также их источники. Налоговые льготы в первом случае могут предоставляться в основном за счет республиканских налогов, а в последнем за счет местных налогов. В Республике Беларусь с учетом ограниченности бюджетных средств предпочтение приходится отдавать налоговой поддержке.

Соответственно можно рассмотреть 4 уровня налоговых льгот: от максимальных льгот или полного освобождения от всех видов налогов и других обязательных платежей, до минимальных льгот для разработок, не попадающих под приоритеты.

Изменяя налоговые правила, ставки налогообложения, сроки уплаты, структуры налогообложения, амортизационную политику, принципы бюджетной поддержки, государство сможет эффективно влиять на процессы инновационного развития.

Снижение налоговой нагрузки на предприятие является лучшим способом стимулирования инновационной деятельности на заключительном этапе инновационного процесса на предприятии – получение финансового результата от внедрения инновации, когда предприятие может реально оценить результативность своего проекта. Главное преимущество такой налоговой поддержки состоит в том, что льготы предоставляются не авансом, а в качестве поощрения за реально достигнутые результаты инновации.

В качестве элемента налоговой политики часто рассматривается амортизационная политика. Установление нормативов снижения стоимости капитальных и нематериальных активов и порядка отнесения их либо на производственные затраты, либо на расходы периода, естественно, непосредственно влияет на величину прибыли и, соответственно, размер уплачиваемого налога. Однако в последние десятилетия в развитых странах все шире стали применяться нормативные ограничители: норматив определяет предельные сроки эксплуатации соответствующего оборудования или использования соответствующих технологий. Это позволяет простимулировать предприятие к постоянной инновационной активности, что особенно актуально в условиях Республики Беларусь.

Принимая во внимание опыт иностранных государств, а также ограниченные возможности бюджета Республики Беларусь в области финансирования науки, в рамках концепции стимулирования развития инновационной сферы, на наш взгляд, было бы целесообразно осуществить следующие налоговые мероприятия:

1. Дальнейшая разработка системы льгот по уплате налога на прибыль в части доходов, полученных в результате внедрения новых технологий, продажи объектов интеллектуальной собственности. Причем для большего стимулирования инновационной деятельности необходимо оговорить достаточно продолжительные сроки гарантированного существования таких льгот.

2. Предоставление налоговых кредитов организациям, финансирующим нововведения.

3. Стимулирование расходов на повышение квалификации кадров, их обучение и переподготовку. Такое стимулирование может быть обеспечено за счет снятия ограничений на включение в себестоимость продукции расходов на обучение, предоставления льгот по подоходному налогу в размере полной суммы затрат на обучение, повышение квалификации, переподготовку.

Выводом из изложенного является то, что для активизации инвестиций в инновации требуются не отдельные льготы, а смягчение налогового климата в республике настолько, чтобы она стала привлекательным регионом для вложения отечественного и иностранного капитала. Необходимо не только снижать уровень налоговой нагрузки, но и главным образом усовершенствовать структуру налогов.

Можно заключить, что реализация инновационной стратегии белорусской экономики невозможна без совершенствования государственной налоговой политики, которая должна быть сориентирована на

стимулирование накопления собственных инвестиционных ресурсов предприятиями.

Открытость белорусской экономики, ее реструктуризация, изменение государственной налогово-амортизационной политики должны явиться теми предпосылками, которые позволят решить проблему финансового обеспечения научно-технического прогресса.

УДК 330.564.2.:631(470.75)

ШАБАНОВ Н.А.

**ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ
ДОХОДОВ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ ВОЛГОГРАДСКОЙ
ОБЛАСТИ**

*Научный руководитель – ПОПОВА С.А. – кандидат эк. наук, доцент
ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация*

Продолжающиеся социально-экономические реформы в стране сопровождаются спадом производства, ростом безработицы, снижением уровня жизни большинства населения, ростом социального напряжения в обществе. Особенно существенным оказался ущерб, нанесенный реформами социальному положению сельского населения.

Переход к рынку коренным образом изменил условия формирования доходов населения. С одной стороны, появились объективные возможности для проявления предпринимательских способностей, более полной реализации знаний и умений работников, активизации трудовой деятельности, с другой – ухудшились общеэкономические условия формирования доходов российских граждан, снизилась социальная защищенность, резко возросла экономически и социально необоснованная дифференциация доходов в ряде случаев соседствующая с уравнительными тенденциями в распределительных отношениях. Население страны отброшено на десятилетия назад по средним показателям реальных доходов, деформирована их структура, тормозятся процессы реализации новых отношений собственности через мотивационный механизм трудовой активности. Пагубными оказались социальные последствия реформ и для жителей Волгоградской области, где сложились негативные условия формирования доходов по сферам приложения труда, социально-демографическим группам населения, жителям городской и сельской местности.

Анализ данных, представленных в таблице позволяет определить, что у сельского населения располагаемые ресурсы сельского населения на 22 % ниже, чем у городского. Денежные поступления в их структуре составляют 84 %, в то время как у городского - 92%. Материальные возможности приобретения различных товаров и услуг сельского населения значительно ниже, чем у городского. Стоимость натуральных поступлений непродовольственных товаров на одного сельского жителя на 24 % ниже, чем на одного городского, доля льгот в структуре располагаемых ресурсов составляет менее 1 % и постоянно уменьшается.

**Состав располагаемых ресурсов домашних хозяйств Волгоградской области
(в ср на одного члена домашнего хозяйства в месяц, руб.)**

Показатели	В городской местности			В сельской местности		
	2007 год	2008 год	2009 год	2007 год	2008 год	2009 год
Располагаемые ресурсы, в среднем на члена домохозяйства в месяц, руб. из них:	13919,3	11278,9	10221,7	6465,4	8950,5	8041,4
валовый доход в том числе:	10039,9	10650,2	9411,7	6129,6	8667,5	7591,3
денежный доход	9677,7	10231,0	9104,7	5435,7	7537,1	6724,3
натуральный доход в том числе:	362,2	419,2	307,0	693,9	1130,4	867,0
стоимость натуральных поступлений продуктов питания	301,4	294,5	232,6	678,3	1039,2	817,0
стоимость натуральных поступлений непродовольственных товаров	51,4	104,0	65,3	15,6	91,2	50,0
стоимость предоставленных работодателем в натуральном выражении льгот	9,4	20,7	9,1	---	---	---
сумма привлеченных средств и израсходованных сбережений	3879,4	628,7	810,0	335,8	283,0	450,1

Основным источником средств к существованию трудоспособного сельского населения является трудовая деятельность, в том числе занятие личным подсобным хозяйством (ЛПХ). Достаточно распространенным источником доходов в сельской местности являются пенсии и различные пособия. Для многих сельских жителей основными источниками существования являются социальные пенсионные фонды, это позволяет сделать вывод о том, что размеры доходов сельского населения из основных источников в большинстве своем ниже прожиточного минимума. Заработная плата в сельском хозяйстве, различные

пособия и пенсии не способны обеспечить достойного уровня благосостояния.

Важно учитывать, что 10 % располагаемых ресурсов всех домашних хозяйств сельского населения составляют натуральные поступления, в то время как городского – 2,2 %.

Оценивая структуру расходов сельского населения Волгоградской области важно отметить, что 48 % из них приходится на потребление продуктов питания, что на 16 % больше, чем у городского населения. На покупку непродовольственных товаров сельское население тратит в 1,9 меньше средств, чем городское (1568 руб. и 2938 руб. в 2008 г. соответственно). Сельское население по-прежнему питается за счет продуктов, произведенных на собственных приусадебных участках, в личном подсобном хозяйстве, что позволяет им экономить денежные средства для покупки непродовольственных товаров, оплаты услуг.

На основе анализа статистической информации, официально опубликованной Росстатом Волгоградской области можно сделать вывод о том, что уровень жизни сельского населения существенно ниже городского. Для подавляющей части сельского населения его можно определить как бедность, позволяющая лишь поддерживать жизнеспособность человека. Исследования аналитических статей периодически - и научно-практических изданиях подтвердила полученные нами характеристики уровня жизни сельского населения Волгоградской области.

УДК: 519.86:637.1/.3(476.4)

ШАЛАЕВА О.А.

**ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОЙ
ОТРАСЛИ СЕЛЬХОЗОРГАНИЗАЦИЙ ГОРЕЦКОГО АПК**

*Научный руководитель – КОЛЕСНЕВ В.И. – кандидат эк. наук, доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Молоко по пищевым достоинствам занимает первое место среди всех животноводческих продуктов. Потребление молочных продуктов нельзя исключить или существенно сократить. Основными путями развития молочной отрасли являются: возрастание удельного веса продукции и повышения ее качества, увеличения производства молока за счет интенсивного повышения продуктивности животных и сокращения затрат кормов на единицу продукции, совершенствование норм кормления, реконструкция и модернизация молочно-товарных ферм [2].

Данные направления характерны и для выбранного объекта исследования: сельскохозяйственные организации Горецкого АПК. Район специализируется на производстве животноводческой продукции, в структуре товарной продукции наибольший удельный вес занимает продукция животноводства – 76,5 %, в т.ч. молоко – 45,1 %. Условное поголовье скота в районе составило 33336 голов, в том числе поголовье коров – 10859 голов, что на 63,8 % выше по сравнению с 2006 годом. Намечился рост продуктивности с.-х. животных, так удой молока на одну среднегодовую корову составил 5591 кг, что на 8 % выше по сравнению с 2006 годом. В целом по району уровень рентабельности в 2008 году составил 9 %, в том числе по молоку – 30 %.

Тенденции, выявленные в процессе анализа формирования показателей, были положены в основу обоснования исходной информации взаимосвязанной системы экономико-математических моделей, включающих модель специализации и сочетания отраслей сельскохозяйственного предприятия. В качестве целевой функции экономико-математической задачи специализации и сочетания отраслей района использовался показатель максимум прибыли [1].

Результаты решения системы экономико-математических моделей позволили обосновать перспективную программу развития Горецкого АПК, предполагающую полное использование земельных ресурсов сельскохозяйственных организаций. В процессе решения задачи оптимизирована структура посевных площадей. Рекомендуются увеличить площадь посева зерновых на 53,2 %, льна на 24,7 % и овощей на 2,5 %,

за счет сокращения посевных площадей, занятых под другими культурами. Рекомендуемая структура посевных площадей, рост урожайности сельскохозяйственных культур позволят выполнить запланированные объемы реализации продукции растениеводства и обеспечить животных кормами в соответствии с зоотехническими нормами кормления, что позволит стабилизировать поголовье животных. В процессе решения задачи оптимизированы рационы кормления коров. Рекомендуемые структуры кормления коров от 52 до 56 ц. к.ед. позволяют увеличить содержание переваримого протеина на одну кормовую единицу в рационе и, как результат, повысить продуктивность животных.

Предлагаемые мероприятия позволят увеличить объемы реализации сельскохозяйственной продукции. Так, объем реализации животноводческой продукции возрастет: по молоку – на 50,5 %, по мясу – на 59,4 %. Данного результата можно добиться лишь при увеличении поголовья и продуктивности животных.

Следует отметить, что специализация сельскохозяйственных организаций сырьевой зоны не изменится. Оптимизация структуры посевных площадей, рост урожайности сельскохозяйственных культур, обоснование сбалансированных по кормовой единице и переваримому протеину рационов кормления животных, увеличение их поголовья и продуктивности позволит сельскохозяйственным организациям сырьевой зоны увеличить уровень производства сельскохозяйственной продукции.

Так, производство молока и говядины на 100 га сельскохозяйственных угодий возрастет на 39,9 и 33,6 % соответственно. Возрастет производство зерна (на 64,6 %), картофеля (в 2,6 раза) и овощей (на 2,2 %) на 100 га пашни. Увеличение объема товарной продукции и одновременное увеличение затрат годового труда приведет к росту производительности труда на 55 %.

Вышеизложенные мероприятия позволят сельскохозяйственным организациям сырьевой зоны получить прибыль в размере 7813,76 млн. руб.

ЛИТЕРАТУРА

1. Л е н ь к о в, И.И. Экономико-математическое моделирование экономических систем и процессов в сельском хозяйстве. / И. И. Ленков. Минск: Дизайн ПРО, 1997. С303.
2. Ш а п р о, С. Б. Итоги 2008 года и основные направления дальнейшего развития АПК Беларуси / С.Б. Шапиро // Бел. сел. хоз-во. 2009. № 1. С. 6-9.

УДК 004.832

ШАРОВАР К.В.

РЕШЕНИЕ ЗАДАЧ ОПТИМИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА ФИРМЫ

Научный руководитель – КУЗНЕЦОВА И.А. – магистр эк. наук, ассистент УО «Полесский государственный университет», Пинск, Республика Беларусь

Технически проблема оптимизации рекламного бюджета упирается в две основные проблемы.

Проблема правильного сбора и учета рекламной информации. К рекламной статистике относятся данные, выражающие следующие основные рекламные функции: коммуникативную и торговую. Наиболее проблемным моментом здесь является сложность сбора и учета статистических данных, выражающих эти функции, прежде всего контактов потенциальных потребителей с компанией (коммуникативная функция) и конкретных покупок, совершаемых клиентами на основании рекламной информации фирмы (торговая функция). На практике бывает, что собранная информация такого рода значительно искажена в силу халатности персонала, нежелания покупателей сообщать источник информации о фирме, занятости телефонных линий.

Наиболее сложным моментом является учет поступающих денежных потоков по результатам рекламных кампаний. В этом случае хорошим приемом является предоставление скидок предьявителям конкретного рекламного объявления и опрос их продавцами. Подобный подход позволяет хотя бы приблизительно выявить количество новых клиентов по рекламным каналам и генерируемый ими поток наличности.

Проблема оптимизации рекламного бюджета фирмы. Целью рекламного бюджета обычно является максимизация поступающей «от рекламы» прибыли. К другим целям оптимизации рекламного бюджета можно отнести максимизацию коммуникативной рекламной функции (показателя осведомленности) и т.п. В силу того, что фирма, как рыночный субъект, всегда ограничена в финансовых средствах, а используемые ею рекламные каналы, в свою очередь, также ограничены тиражом и количеством выпусков, решение данной проблемы вполне укладывается в решение задачи целочисленного линейного программирования.

С другой стороны, в некоторых источниках часто декларируется положение о нецелесообразности учета, анализа и планирования торговой эффективности рекламы. Сбыт вполне справедливо считался

результатом влияния всех компонентов комплекса маркетинга, а не только результатом рекламы. В этом контексте оценка влияния фактора рекламы представлялась весьма затруднительной.

Таким образом, оптимизационная модель может быть записана в следующем обобщенном виде:

$$L = \sum_{j=1}^n a_{ij} x_j \dots \rightarrow \max ;$$

$$\sum_{j=1}^n c_{ij} x_j \leq T ;$$

$$d_{ji} \leq x_j \leq D_{ji}, \quad d_{ji}, D_{ji} — \text{целые}; \\ i = 1, \dots, n; \quad j = 1, \dots, m,$$

где x_j – оптимизируемое количество выпусков по j -му рекламному каналу, используемых фирмой; a_{ij} – чистый денежный поток за счет j -го рекламного канала за i -й период времени; c_{ij} – затраты по j -му рекламному каналу за i -й период времени; T – максимальный допустимый размер рекламного бюджета фирмы; d_{ji} – минимальное число выходов в свет j -го рекламного канала за i -й период времени, D_j – максимальное число выходов в свет j -го рекламного канала за i -й период времени.

Иллюстрирование данного подхода можно рассмотреть на примере.

В процессе рекламной деятельности фирма использует следующие рекламные каналы: рекламное издание «Из рук в руки», ежедневную газету «Курьер», ежемесячный журнал «Звезда», еженедельник «Комсомольская правда в Беларуси».

Затраты по каждому рекламному каналу и средняя чистая прибыль (выручка за счет рекламы минус затраты на рекламу минус себестоимость продукции, деленная на количество выходов рекламы) в расчете за выпуск приведены в табл. 1.

Т а б л и ц а 1. Расчет затрат и прибыли рекламных каналов

Медиа-канал	Затраты, долл.	Прибыль, долл.
«Из рук в руки»	400	375
«Курьер»	375	345
«Звезда»	1000	1000
«КП в Беларуси»	320	290

1. «Из рук в руки» выходит 8 раз в месяц, «Курьер» – 26 раз в месяц, «Звезда» – 1 раз в месяц, «КП в Беларуси» – 4 раза в месяц. Максимально возможный размер рекламного бюджета фирмы – 10 000 долл. в месяц

По имеющимся данным составим математическую модель оптимизации рекламного бюджета:

$$L = 375 * x_1 + 345 * x_2 + 1000 * x_3 + 290 * x_4 \rightarrow \max;$$

$$500 * x_1 \leq 10\,000;$$

$$350 * x_2 \leq 10\,000;$$

$$2000 * x_3 \leq 10\,000;$$

$$320 * x_4 \leq 10\,000;$$

$$0 \leq x_1 \leq 8; 0 \leq x_2 \leq 26; 0 \leq x_3 \leq 1; 0 \leq x_4 \leq 4,$$

где x_1, x_2, x_3, x_4 – целые; x_1 – оптимизируемое количество выпусков по «Из рук в руки», x_2 – по «Курьер», x_3 – по «Звезда», x_4 – по «КП в Беларуси», L – совокупная чистая прибыль фирмы.

Решение задачи средствами Excel дало следующие результаты (долл.) (табл.2).

Т а б л и ц а 2. Результаты оптимизации рекламного бюджета фирмы

Используемый рекламный канал	Базовое число выпусков	Оптимальное число выпусков	Базовые затраты по выпускам	Оптимальные затраты по выпускам	Базовая прибыль	Оптимальная прибыль
«Из рук в руки»	3	8	1200	3200	1125	3000
«Курьер»	20	15	6750	5625	6900	5175
«Звезда»	1	1	1000	1000	1000	1000
«КП в Беларуси»	2	0	960	0	580	0
Итого	–	–	9910	9825	7880	9175

Как видно из полученных результатов, оптимальное распределение денежных ресурсов позволяет существенно (на 16,43%) увеличить поступающую прибыль, а следовательно, повысить эффективность использования денежных ресурсов компании. Это свидетельствует о возможности практического применения оптимизационных моделей при планировании рекламного бюджета фирмы.

УДК 336.7

ШЕВЧУК В.С.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ БАНКОВСКОГО БИЗНЕСА

Научный руководитель – КОНОПЛИЦКАЯ М.А.

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республики Беларусь

Оценка бизнеса и фирмы – одна из важнейших задач корпоративного управления. Она позволяет определить конкурентоспособность и успешность компании на рынке, служит индикатором ее развития.

Необходимость оценки банковского бизнеса связана с процессами реструктуризации банковской системы, либерализацией и привлечением иностранного капитала в банки Беларуси. Стратегия, направленная на увеличение рыночной стоимости банка, поможет сохранить сильные рыночные позиции и привлечь новых клиентов и собственников. Кроме того, рыночную стоимость банка можно использовать как индикатор эффективности его руководства.

Оценка стоимости банка, как бизнеса, определяется тем, какой возможный доход банк принесет собственникам. Но есть и свои особенности, которые отличают банковский бизнес от любого другого предприятия и которые предполагают разницу в подходе к оценке банка по сравнению с компаниями нефинансового сектора экономики. К ним можно отнести:

– незначительная доля имущества в активах банка. Основные средства приобретаются банком для обеспечения собственной деятельности. Эти активы низколиквидны, так как банковское оборудование и транспорт специфичны, рынок для них узок.

– специфика бухгалтерского учета кредитных организаций. Для оценки стоимости банка существенно, что в основном на балансе отражены незавершенные и условно-незавершенные сделки, результат которых становится известен только в будущем. Например, выданный кредит – это незавершенная сделка, она завершится только после возврата основной суммы и процентов.

– низкая доля собственных средств в активах. У банков доля собственных средств в активах невысока, тем не менее, влияние реального капитала оказывает существенное влияние на оценку стоимости банка.

– значительная стоимость нематериальных активов. При покупке банка как бизнеса удержание персонала, менеджмента и клиентов, являются ключевыми задачами для новых собственников. Это определя-

ет повышенную оценку стоимости тех банков, которые ориентированы на розничный сегмент рынка.

– сочетание в деятельности банка традиционных функций финансового посредника с возрастающей ролью производителя финансовых услуг и продуктов [1].

Традиционно при оценке рыночной стоимости любого актива и бизнеса используют три подхода: затратный, сравнительный и доходный. Результаты расчетов, взвешенные разными методами, позволяют получить интегральную оценку стоимости бизнеса.

Затратный подход банковского бизнеса заключается в поэлементной оценке рыночной стоимости активов и обязательств банка и обусловлен различием результатов балансовой и рыночной оценки составляющих активов и пассивов банка.

Специфика банковской деятельности состоит в принятии финансовых решений. Оценка активов затратным методом не позволит точно определить ценности кредитной организации, поскольку реальная их стоимость может быть существенно меньше [2].

Для оценки банковского бизнеса наиболее приемлемыми являются рыночные и доходные методы оценки.

Оценка на основе рыночных сделок. Финансовые и рыночные показатели оцениваемого банка сравниваются с показателями банков, имеющих рыночные котировки. Для банков Республики Беларусь этот метод сложно применить, т.к. рынок ценных бумаг (и в частности рынок акций) развит в Беларуси на недостаточно высоком уровне для совершения подобного рода операций.

Рыночная стоимость чистых активов. Это наиболее консервативный метод оценки, основанный на оценке справедливой рыночной стоимости каждой группы активов банка и его обязательств. В случае отсутствия рыночной оценки, стоимостью актива является текущая стоимость денежных потоков, которые он генерирует.

Метод DCF (Discounting of cash flow). Метод основан на расчете текущей стоимости чистых денежных потоков, генерируемых банком в обозримом будущем [3].

Кроме того, существует бухгалтерская модель оценки стоимости банка, которая базируется на данных финансовой отчетности. Курс акций определяется уровнем чистой прибыли, показанной в отчетности, в расчете на одну обычную банковскую акцию. Величина собственного капитала рассчитывается как разность между стоимостью отображенных в балансе активов и обязательств банка. Однако этот метод не дает реальной рыночной оценки стоимости банка, т.к. не учи-

тывает ряд рыночных, страновых и индивидуальных рисков банковской деятельности [4].

Наличие многообразия целей и методов оценки банковского бизнеса, а также преимуществ и недостатков при использовании тех или иных подходов вызывает необходимость использования комплексных методов оценки. Такая комбинация подходов позволяет подойти к оценке банка с различных концептуальных позиций, учитывая потребителей информации и ожидаемый результат. Например, в практике оценивания стоимости банков одним из возможных методов является комплексный подход посредством использования метода «чистых активов» и метода DCF.

Таким образом, особенности банковского сектора экономики обуславливают особенности проведения оценки их стоимости. Справедливая рыночная оценка банков позволяет им разрабатывать эффективную стратегию и тактику развития бизнеса, привлекать иностранных инвесторов и укреплять свои рыночные позиции на внутреннем и мировых финансовых рынках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Н и к о н о в а, И.А. Стратегия и стоимость коммерческого банка // И.А. Никонова, Р.Н. Шамгунов. 2-е изд. М.: “Альпина Бизнес Букс”. 2005. 304 с.
2. Оценка бизнеса: Учебник для вузов по экономической специальности // Под общ. ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2004. 736 с.
3. И в а н о в, А. Оценка рыночной стоимости банка // Банковское дело в Москве: ежемесячный профессиональный банковский журнал. 1999. №10 (52). с. 12-15.
4. Оценивание деятельности банка. Бухгалтерская модель оценки стоимости банка // [Электронный ресурс]. 2009. Режим доступа: www.finance-banks.ru/174/finansovyj_menedzment7.html. Дата доступа: 02.08.2009.

УДК 338

ШЕРКО А.И.

**ОРГАНИЗАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЛИ В
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ**

*Научный руководитель – ДАНИЛАВА М.А. – магистр эк. наук
УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь*

Земля – один из важнейших элементов материально-технической базы сельского хозяйства. Земельные ресурсы (сельскохозяйственные угодья) Республики Беларусь составляют около 9,0 млн. га, в том числе пашня занимает 5,5 млн. га (на 1 января 2005г.). Около 96% сельскохозяйственных угодий (8,7 млн. га) находится в пользовании сельскохозяйственных предприятий.

Земля, которая является главным средством производства в сельском хозяйстве, как известно, пространственно ограничена. В связи с многолетним проведением мелиоративных и землеустроительных работ с каждым годом все меньше становится реальных возможностей для расширения площади сельскохозяйственных угодий за счет вовлечения в интенсивный сельскохозяйственный оборот вновь мелиорируемых площадей, распашки целинных и залежных земель.

Валовый сбор основных сельскохозяйственных культур за 2005-2008 годы представлен в табл.1.

**Т а б л и ц а 1. Валовой сбор основных сельскохозяйственных культур
(в хозяйствах всех категорий; тысяча тонн)**

Культуры	Годы			
	2005	2006	2007	2008
1	2	3	4	5
Зерновые и зернобобовые (в весе после доработки)	6421	5923	7216	9015
из них:				
рожь	1155	1072	1305	1492
пшеница	1175	1075	1397	2045
тритикале	1121	978	1241	1819
ячмень	1864	1831	1911	2213
овес	609	555	580	605
чречиха	7	5	13	18
кукуруза на зерно	144	153	541	495
зернобобовые	331	238	202	301
Льноволокно	50	29	39	61

Актуальные проблемы экономики

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5
Сахарная свекла	3065	3978	3626	4030
Рапс	150	115	240	514
Картофель	8185	8329	8744	8749
Овощи	2007	2173	2153	2295

Примечание – Источник: Собственная разработка

Различают естественное, искусственное и экономическое плодородие почвы. Естественное плодородие зависит от наличия в почве питательных веществ, доступных для культурных растений и созданных природой в течение длительного периода. **Искусственное плодородие** создается трудом человека, который своей деятельностью стремится улучшить физико-химические и биологические свойства почвы. Это достигается за счет внесения в почву органических и минеральных удобрений, известкования кислых почв, их рациональной обработки, применения мелиоративных мероприятий.

В сельскохозяйственном производстве естественное и искусственное плодородие существуют в органическом единстве. Совокупность естественного и искусственного плодородия почвы и составляет экономическое плодородие. Эффективность его проявляется в уровне урожайности (продуктивности) с 1га возделываемых сельскохозяйственных культур.

Плодородие почвы – ценнейший ресурс, на базе которого строится вся экономика производства продукции растениеводства. На две трети оно формируется в результате производительной деятельности человека (искусственного плодородия), а одна треть – за счет естественных, природных факторов (естественного плодородия). Примерно в таком же соотношении формируется урожай сельскохозяйственных культур (табл.2).

**Т а б л и ц а 2. Урожайность основных сельскохозяйственных культур
(в хозяйствах всех категорий; центнеров с одного гектара)**

Культуры	Годы			
	2005	2006	2007	2008
1	2	3	4	5
Зерновые и зернобобовые (в весе после доработки)	28,1	24,9	28,5	35,2
из них:				
рожь	21,8	22	22,7	27,6
пшеница	32,8	28,2	32,8	39,8

Окончание таблицы 2

1	2	3	4	5
тритикале	31,3	26	30,2	39,7
ячмень	30,7	26,9	28,5	36,1
овес	26,6	22,9	26,8	33,5
чречиха	10,2	6,5	11,3	11,6
кукуруза на зерно	40	39,4	50,7	43,9
зернобобовые	21,9	15,7	20,7	27,1
Льноволокно	7	4,4	5,9	7,8
Сахарная свекла	316	376	387	439
Рапс	12,3	10,7	12,2	18,1
Картофель	177	192	212	221
Овощи	208	212	220	234

Примечание – Источник: Собственная разработка

В настоящее время стала ощутимой тенденция снижения естественного почвенного плодородия, в первую очередь — содержания гумуса в почве, который уменьшился до критических размеров. В среднем по республике в пахотном горизонте его имеется немногим более 2% при оптимальном уровне в 3%. Падение естественного плодородия делает производство продукции растениеводства неустойчивым к неблагоприятным природным факторам — засухе, переувлажнению, воздушной и водной эрозии почв.

Проведенные многовариантные расчеты показывают, что для хозяйств, имеющих плодородие земель до 35 баллов, оптимальной является урожайность зерна в среднем 40 ц/га, 35-40 баллов – 50 ц и выше, 40 баллов – 60 ц/га, как того требует рыночная экономика стран Запада.

Наукой и передовой практикой доказано, что при среднереспубликанских условиях производства в первой группе предприятий (до 35 баллов) так же могут получать урожайность зерна на уровне 50 ц/га и более. Однако для предприятия с плодородием земель 30-35 баллов точка оптимума находится в пределах 35-40 ц/га. Если идти по пути наращивания урожайности в этой группе хозяйств сверх 40 ц/га, то на определенном уровне рост затрат на единицу продукции будет опережать рост продуктивности, то есть на лицо будет экономическая нецелесообразность, но это толь при существующей технологии.

В связи с ростом численности населения и влиянием других факторов уменьшается площадь обрабатываемой земли (пашни) в расчете на душу населения. Это означает, что рост производства и потребления продукции в расчете на человека необходимо обеспечивать с меньшей земельной площади за счет лучшего его использования.

Использование земли в сельском хозяйстве считается эффективным не только тогда, когда снижаются затраты на производство единицы продукции, но и когда при этом повышается плодородие почвы и обеспечивается охрана окружающей среды. Неправильное использование земли может в конечном счете свести на нет роль всех остальных факторов производства.

УДК 338.124.4:339.9

ШИКЛО О.А.

**КРИЗИС КАК СИГНАЛ К ПЕРЕУСТРОЙСТВУ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ В ОБЩЕСТВЕ**

Научный руководитель – МАЛЬГИНА Т.А. – кандидат эк. наук, доцент
Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,
Гомель, Республика Беларусь

Глобальный кризис, начавшийся в 2007–2008 гг., – важнейшее, возможно поворотное событие мировой экономической истории. Первая промышленная революция в Англии привела к созданию классической либеральной теории А.Смита – Д.Рикардо. Революции середины XIX века породили марксизм, раскрывший противоречия индустриального капитализма, Великая депрессия 1929–33 гг. выдвинула на передовые позиции кейнсианство. Исследование природы и причин нынешнего кризиса, принципов формирования антикризисной программы, основных слагаемых новой политико-экономической системы глобального информационного общества способствует выработке новой парадигмы, основанной на эволюционной и институциональной теории.

Кризис, согласно современной теории эволюции – неотъемлемая и органическая часть процесса развития экономической системы, знаменующая переход к новой фазе цикла к новому, при этом несет в себя изменения во всех сферах развития общества. Кризиса нельзя избежать, поскольку ресурсы и цели каждой экономической системы ограничены и конечны. Классическая теория исходит из концепции системного равновесия, по которой случайные изменения в рыночной экономике и ее циклические колебания не выходят за допустимые пределы (асимптоты), благодаря автоматически действующим надзорным механизмам ценообразования и конкуренции.

В современной экономической истории выделяются три типа кризисов: локальные, производственные и системные. Локальные кризисы связаны с формированием финансового пузыря – спекулятивного роста цены активов в отдельной сфере экономики (тюльпаны в средневековой Голландии, железные дороги в XIX веке в США, информационные компании в начале XXI века, недвижимост в Японии 90-х гг. и т.д.). Общие кризисы перепроизводства исследованы К.Марксом. Нынешний кризис – системный. По масштабам спада производства (в 30-х гг. он составил 30–40%, а по прогнозу МВФ на 2009 г. – всего 1%), безработицы (в США в те годы она превысила 25%, а ныне – 8-

10%) и т.д. он кажется менее разорительным. Однако он более опасен, чем великая депрессия прошлого века.

Нынешний кризис начался как локальный – лопнул финансовый пузырь в ипотечной, а затем и в долговой сфере США.

Перерастание финансового кризиса в экономический вызвало три группы причин:

- 1) ошибки в макроэкономической политике США;
- 2) глобальный дисбаланс в экономике;
- 3) чрезмерная зависимость экономики от колебаний цен на нефть, металлы и другие виды экспортного сырья. Эти кризисные факторы действуют совместно.

Выделяется два подхода к методологии антикризисного регулирования. Институциональный подход, предполагающий взаимодействие и сотрудничество экономической науки с психологией, социологией, правом, ориентирует на государственное регулирование, учитывающее специфику различных стран и отраслевых рынков. Анализ социальных интересов и противоречий направлен на обоснование согласованных действий и соглашений (коалиций), а не только воздействие на экономику «за счет финансового капитала и в интересах рядовых граждан», как это предлагают современные марксисты. Необходимость государственного регулирования финансовых рынков связана с минимизацией негативных внешних эффектов, связанных с использованием наиболее рискованных контрактов.

В работах А. Кудрина развивается либерально-рыночный подход. Он считает главной причиной кризиса избыток ликвидности в экономике США. При таком подходе главное в антикризисной программе – финансовая политика. Однако важное средство регулирования рассматривается при этом как его цель.

На наш взгляд, для разработки и реализации эффективной антикризисной программы предстоит решить три основных вопроса: 1) на какой теоретической базе следует основывать антикризисную программу; 2) кому следует помогать – населению (покупателям), финансовым институтам, компаниям реального сектора или муниципалитетам, развивая их инфраструктуру; 3) по каким каналам должна поступать помощь (кредиты и другие денежные вливания, снижение налогов, базовой процентной ставки, госгарантии, девальвация валюты, изменение таможенных пошлин, госзаказ на товары, работы и услуги).

Важнейшие задачи на современном этапе – создание условий для демократической стабильности и эффективной занятости всех трудоспособных людей, развитие малого и среднего бизнеса, расширение прав и ответственности регионов и муниципальных образований, на-

лаживание взаимовыгодных внешнеэкономических связей. Формирование в СНГ единого экономического, образовательного и гуманитарного пространства, условий для миграции квалифицированных и способных интегрироваться в новую культуру кадров. Выход из кризиса означает не возврат к прежней модели, а создание нового социально-экономического порядка, выращивание новых социальных институтов.

На сегодняшний день взаимное доверие власти, населения и бизнеса – ключ к решению экономических проблем, таких как утечка капитала и мозгов, создание равной справедливой конкуренции и устранение монополизма, улучшение инвестиционного и инновационного климата. Например, для России: необходимо легализовать выведенный в офшоры капитал, вернуть штаб-квартиры крупного бизнеса, изменить систему налогового администрирования. К настоящему времени часть необходимых мер уже выполнена. Так, с 2009 г. отменены многократные проверки и другие меры, которые терроризировали малый и средний бизнес. Несмотря на кризис, повышается реальная зарплата бюджетников, пенсий, стипендий и пособий.

Антикризисная программа должна включать и политические преобразования. Во-первых, это создание новой правовой основы государственных и муниципальных отношений, в которой каждый гражданин непосредственно влияет на принятие касающихся его решений и может реально требовать тот уровень и качество услуг, которые ему обязаны предоставить власти. Во-вторых, обеспечить переход к цивилизованной конкуренции крупных и авторитетных политических партий. В-третьих, необходимо создание гражданского общества, способного обеспечить устойчивость демократических принципов, гарантий прав и свобод гражданина как высшей ценности. В-четвертых, значительно изменить роль средства массовой информации, которым должна быть обеспечена правовая и объективная экономическая база. В-пятых, гарантом устойчивых общественных экономических связей должна стать преобразованная судебная и правоохранительная система. Только тогда общество может жить в безопасности.

УДК 637 146.4

ШИТЬКОВА А.И.

ПРОБЛЕМА РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОЛОЧНЫХ ОТХОДОВ

Научный руководитель – ШАЛАЕВА С.А. – ассистент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь

В процессе производства молочных продуктов, основанном на выделении и концентрировании всех или части белков молока, высвобождается значительное количество молочной сыворотки. В условиях дефицита и значительной стоимости молочного сырья ее целесообразно использовать полностью, в первую очередь для увеличения выпуска пищевых продуктов [1].

В связи с этим более остро встает вопрос о переработке получаемой сыворотки, тем более что спрос и цена на нее постоянно возрастают как в России, так и за ее пределами.

Современные технические разработки позволяют перерабатывать сыворотку с использованием различных методов и технологий. Ее разделяют на фракции – белок–лактоза–соли, получают различные производные лактозы – лактаты, лактулозу. Однако данные технологии требуют достаточно больших капитальных вложений, а полученные продукты в настоящее время не пользуются широким спросом.

Поэтому на данном этапе развития молочной отрасли наиболее рациональной является сушка сыворотки, учитывая затраты на приобретение оборудования и получение прибыли от реализации продукции.

На сегодняшний день перед предприятиями стоит задача переработать сыворотку с наименьшими затратами и наибольшей выгодой.

Полное использование всего сухого остатка молочной сыворотки достижимо при производстве сгущенной и сухой сыворотки. В сухом виде сыворотка широко применяется при выработке пищевых и кормовых продуктов и имеет спрос на мировом рынке. При этом к ее качеству предъявляются все более высокие требования.

Молокоперерабатывающим предприятиям, применяющим традиционную технологию сгущения и сушки и использующим сушильные установки образца 1980-1990 гг., трудно добиться положительного баланса между доходами и производственными расходами и выработать конкурентоспособную продукцию.

Состав и свойства молочной сыворотки зависят от способов производства основного продукта, что, в свою очередь, предопределяет выбор технологических приемов и оборудования при последующей ее переработке [2].

С каждым годом все больше руководителей предприятий, изготавливающих сыры, творог и казеин, задумываются о модернизации участка переработки сыворотки, которые благодаря применению современной технологии позволят с наименьшими затратами получить продукт высокого качества. Использование мембранных установок, оборудования для управляемой кристаллизации лактозы, очистки сыворотки от казеиновой пыли, внедрение современной технологии, на каждой стадии которой должно выполняться главное требование – не только не допустить ухудшения качества сырья, но и улучшить его, позволяют выйти на новый уровень переработки сыворотки с выгодой для коллектива предприятия и его собственника [3].

Проблема полного и рационального использования молочной сыворотки обусловлена значительными объемами ее производства, высокой энергоемкостью переработки, дефицитом мощностей по ее промышленной переработке.

В настоящее время действующие в республике специализированные производственные мощности по переработке молочной сыворотки позволяют обеспечить переработку около 282 тыс. т молочной сыворотки в год. Кроме того, в межсезонный период молочная сыворотка частично перерабатывается на мощностях по производству сухого обезжиренного молока.

В 2007 г. в процессе переработки молока в организациях республики получено 1544,1 тыс. т молочной сыворотки, при этом ее промышленная переработка составила всего 402,5 тыс. т, или 26% от ресурсов. Оставшаяся часть сыворотки была возвращена в хозяйства на корм скоту, либо списана по акту.

Наращивание производства сыра и творожных изделий и увеличение их доли в структуре переработки молока является перспективным направлением в развитии молочной промышленности.

В связи с этим увеличивается и объем получаемой сыворотки. С учетом роста объемов производства сыров и творога прогнозируемый объем молочной сыворотки в 2010 г. достигнет 1920 тыс. т, из нее 1120 тыс. т подсырной, 480 тыс. т творожной и 320 тыс. т казеиновой. Создание мощностей по переработке молочной сыворотки и модернизация действующих мощностей позволит обеспечить ее переработку в полном объеме. При этом на сушку будет направлено 1518 тыс. т сыворотки, или 79,1% от ресурсов, оставшаяся часть сыворотки (402 тыс. т) будет направлена на производство сывороточно-жирового концентрата, концентрата сывороточнобелкового, молочного сахара, лактулозы, альбуминного творога, напитков [4].

Возврат сыворотки в хозяйства экономически невыгоден, поскольку приходится транспортировать жидкий продукт с низким содержа-

нием сухих веществ, требуется охлаждение сыворотки для транспортировки и хранения с последующим нагревом при выпойке сельскохозяйственных животных.

Сушка сыворотки в настоящее время является наиболее эффективным способом ее переработки. Экспортная цена 1 т сухой сыворотки достигает 1000 долларов США, рентабельность ее производства превышает 50% в. В 2007 г. произведено 12,6 тыс. т сухой сыворотки. Создание мощностей по сушке сыворотки позволит в целом по республике ежегодно вырабатывать до 60 тыс. т сухой сыворотки на сумму свыше 120 млрд. рублей, из них свыше 30 тыс. т будет реализовываться на экспорт.

В Республике Беларусь до конца 2010 г. планируется создать четыре крупных центра по переработке сыворотки: на Слуцком сыродельном комбинате (Минская область), филиале Березовского сыродельного комбината в городе Иваново (Брестская область), на Сенненском филиале Оршанского молочного комбината (Витебская область) и на Калининковичском заводе заменителя молока (Гомельская область).

В центры будет поставляться сгущенная сыворотка из других молочных заводов и перерабатываться в сухой порошок, а затем упаковываться в различную тару.

Срок окупаемости данных производств составит 7 лет. Установленное оборудование не потребует существенной модернизации в течение 20-25 лет. Все эти инвестиционные объекты вошли в республиканскую программу переработки молочной сыворотки и производства сухих молочных продуктов на ее основе, рассчитанную до 2010 г. Общий объем инвестиций на ее реализацию составляет свыше \$90 млн. [5].

Переработка сыворотки – непростой процесс, но он стоит того, чтобы им заниматься, ведь в конечном итоге получаешь прибыль от продукта, который ранее считался отходом производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. М а к а р о в, А.С. Сушка молочной сыворотки в распылительных установках. Особенности, возможности, перспективы / А.С. Макаров, А.В.Кириенко, А.И. Ходос // Молочная промышленность. 2007. №11., С. 48-50.
2. Х о д о с, А.И. Опыт переработки подсырной сыворотки / А.И. Ходос, М.А. Кириенко, А.В. Кириенко // Молочная промышленность 2008. №2. С. 33-35.
3. Х о д о с, А.И. Экономическая основа переработки сыворотки / А.И. Ходос, А.В. Кириенко // Молочная промышленность, 2009. № 3. С. 10-13.
4. <http://www.pravoby.info/dok2008/part0/akt00113/page3.htm>.
5. <http://www.senno.vitebsk-region.gov.by/ru/news/region/?id=3297>.

УДК 339.138

ШЛЫКОВА В.А.

**ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ КОМПЛЕКСА
МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ
ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Научный руководитель – ИСАЙЧИКОВА Н.И. – кандидат эк. наук

Гомельский филиал УО ФПБ «Международный институт трудовых и социальных отношений»,

Гомель, Республика Беларусь

Системным инструментарием концепции маркетинга, то есть совокупностью способов, методов, с помощью которых можно было бы воздействовать на покупателей и другие субъекты маркетинга для достижения поставленных целей, мы называем комплекс маркетинга (или маркетинг-микс), который Ф. Котлер [1] определил как «набор маркетинговых инструментов, которыми субъект оперирует для решения маркетинговых задач на целевом рынке». Эти инструменты маркетинга, воздействующие на потребителя, Дж. Маккарти впервые в 1960 году условно объединил в четыре группы инструментов, или «4p's» продукт (product), цена (price), место, то есть маркетинговые каналы распространения (place), и продвижение (promotion) [2].

По определенной схеме структуры и взаимодействия маркетинг-микса проведен углубленный анализ четырех субмиксов маркетинга, включающихся в маркетинг-микс. Это – товарный микс, ценовой микс, коммуникационный микс, распределительный микс. Каждый субмикс включает самостоятельный комплекс мероприятий, проведение которых формирует соответствующую политику в сфере маркетинга.

Используя различные составляющие комплекса маркетинга, предприятия и организации пищевой промышленности смогут не только «выжить» в условиях перехода к рынку, но и создать предпосылки прибыльного ведения дел в будущем.

Существующая экономическая ситуация в Республике Беларусь далека от совершенства и не позволяет большинству предприятий применять весь комплекс маркетинга, так как действует ряд причин, ограничивающий использование маркетинга в отечественной практике на предприятиях. Это и государственный монополизм в области закупок и распределения продукции, и слабое развитие конкуренции, преобладание товарного дефицита, и отсутствие квалифицированных специалистов в области маркетинга.

Анализ изучения деятельности предприятий пищевой промышленности показал, что 67,4 % их применяют лишь отдельные элементы

маркетинга, 30,4% предприятий, изменив форму организации, стали более мобильными, гибкими, заинтересованными в изучении рынка сбыта в стране. Систематически или постоянно все аспекты маркетинга готовы и пытаются реализовывать лишь 2,2% предприятий.

Была проанализирована доля базовых маркетинговых функций, сгруппированных по комплексу маркетинг-микс в общем объеме маркетинговой деятельности.

Так, в структуре функций преобладают функции политики распределения (42,2 %), маркетинг-менеджмента (24,8 %) и маркетинговых исследований (16,9 %). Товарная политика составляет 3,6 % от всего объема маркетинговой деятельности, а ценовая – 0,9 %.

Следует признать, что существует явная асимметрия функций в сторону сбытовой направленности, что характеризует систему организации коммерческой деятельности исследуемых предприятий как ориентированную на сбытовую технологию, и, соответственно, предприятия находятся на первом этапе организации маркетинга – переименование сбытовых отделов в отделы маркетинга и сбыта, придание им начальных функций маркетинговой технологии.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод, что существующая система организации маркетинговой деятельности на предприятиях пищевой промышленности Гомельской области не отвечает в полной мере научно обоснованным требованиям, формируется произвольно, без учета имеющегося международного опыта, не имеет в своей основе четко сложившейся концепции, методологии и, соответственно, требует серьезной реорганизации.

Для достижения целей маркетинга могут применяться различные модели структуры отдела маркетинга. В любом случае структура отдела не должна быть избыточной в том смысле, что вводить любую штатную единицу следует, исходя из ее функциональной необходимости, а не из субъективных соображений (воля руководства, «опыт» других предприятий и т.п.). Вместе с тем структура отдела должна быть достаточной для того, чтобы «закрывать» все функции отдела, не перегружая одновременно работников несходными функциями. Отметим, что, ко всему этому, такая структура должна быть гибкой, дабы существенно не перестраивать отдел маркетинга всякий раз, как изменяются производственные или рыночные условия.

Разработка эффективной структуры отдела маркетинга должна сопровождаться четким распределением функциональных обязанностей его сотрудников. Это безусловно необходимо, поскольку любая структура определяется взаимосвязями между ее элементами. Другими словами, в рамках структуры подразделения устанавливаются уровни под-

чинности и взаимозависимости отдельных работников, порядок информационный и иных обменов, наконец, права и обязанности, вытекающие из статуса того или иного работника в структуре отдела.

Однако анализ показал, что не все функции маркетинга находятся в отделе маркетинга. К тому же многие исследуемые отделы маркетинга предприятий пищевой промышленности характеризуются малочисленностью работающих в них специалистов. Это позволяет предложить для этих предприятий матричный подход при создании или реорганизации отделов маркетинга, который позволяет реализовать системный подход к решению наиболее важных и неотложных задач предприятия, достичь гибкости и оперативности в управлении.

Проведенный анализ места и роли пищевой промышленности в экономике Гомельской области позволяет, на наш взгляд, сделать обоснованное заключение, что она является одной из стратегических отраслей экономики, призванной обеспечивать устойчивое снабжение населения необходимыми по количеству и качеству продуктами питания. Поэтому формирование и развитие маркетинговой деятельности на предприятиях пищевой промышленности повысит не только эффективность работы в целом на предприятии, но и продовольственного комплекса страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер, Ф. Управление маркетингом /сокр. пер.с англ / Ф. Котлер. Москва: Экономика, 1980. 224 с.
2. Теория маркетинга / Под ред. М. Бейкера. СПб.: Питер, 2002. 464 с.

УДК 338

ШПАКОВСКАЯ Е.Ю.

РАЗВИТИЕ ЛИЗИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель – КОСТЮКЕВИЧ Е.А.

УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

Наиболее распространенной в настоящее время формой реализации арендных механизмов является лизинг как вид аренды, которому присущи элементы заемных операций, что придает ему сходство с кредитом. Лизинг – это долгосрочная аренда машин и оборудования, предусматривающая сохранение права собственности на товар за арендодателем и возможность его последующего выкупа арендатором (лизингополучателем). Лизинг осуществляется на основе долгосрочного договора между лизингодателем, приобретающим сельскохозяйственную технику за свой счет и сдающим ее в аренду на несколько лет, и арендатором (лизингополучателем), который постепенно вносит арендную плату за использование лизингового имущества. После истечения срока действия договора арендатор либо возвращает лизинговое имущество лизингодателю, либо продлевает срок действия договора (заключает новый договор), либо выкупает имущество по остаточной стоимости.

Приобретение техники на лизинговой основе выгоднее, чем за счет кредитов, но дороже, чем за наличный расчет. Поэтому можно с уверенностью сказать, что реконструкцию и обновление производственной базы сельскохозяйственного предприятия выгодно проводить с помощью лизинга – долгосрочной аренды технических средств и последующего их выкупа.

В настоящее время лизинговые операции в Республике Беларусь активно осуществляет 22 банка и около 40 специализированных лизинговых компаний.

Анализ концентрации и монополизации рынка лизинговых услуг позволил установить, что, с одной стороны, конкурентная среда на рынке возросла, а с другой – появились однозначные лидеры рынка, объемы операций которых существенно опережают среднерыночные значения. Так, если в первые годы XXI в. банки занимали более 60% рынка лизинговых услуг по объему переданного в лизинг имущества, то к настоящему времени их доля сократилась до 37% (35,8% в 2007г.), причем более 80% активных лизинговых операций банков

приходится на три банка (Беларусбанк, Белинвестбанк и Белпромстройбанк).

Характерной особенностью отечественного рынка лизинговых услуг продолжает оставаться его низкая прозрачность: далеко не все участники рынка готовы предоставлять достоверную информацию о себе, повышая свою прозрачность для инвесторов и клиентов.

В нашей стране лизинг рассматривается органами государственного управления как одна из форм привлечения инвестиций в деятельность предприятий в условиях ограниченности инвестиционных ресурсов, также имеющая широкую перспективу в решении проблем технического перевооружения и сбыта продукции отечественного машиностроения.

В последнее время вместе со стабилизацией экономической ситуации в республике ситуация на рынке лизинговых услуг начала выравниваться, а объемы лизинговых операций расти. Так, в 2003г. доля лизинга в инвестициях в основные фонды впервые превысила 4% (4,32% в 2003г. по сравнению с 2,27% в 2000г.), а к 2009г. уже превысила рубеж в 6,5%.

В то же время при сопоставлении количественных показателей развития рынка лизинговых услуг с другими сегментами рынка капитала можно отметить, что темпы роста лизинговых операций в 2008г. значительно превышали темпы роста кредитных (суммарная задолженность по лизинговым договорам в течение года возросла на 58% по сравнению с 42% по кредитным). При рассмотрении структуры рынка лизинговых услуг в разрезе объектов лизинга также можно отметить некоторые изменения. Так, наиболее востребованными объектами лизинга в 2008г. были машины и оборудование, доля которых в общей стоимости объектов лизинга составила 61,7%, на транспортные средства (в основном, грузовые автомобили) пришлось еще 27%. В то же время еще в 2007г. соотношение между ними было обратным (48,5% приходилось на транспортные средства и 40% на оборудование). Однако в 1996г. транспортные средства составляли только 7,5% от общего объема. Причиной такого кардинального изменения ситуации на наш взгляд является мировой финансовый кризис, который в первую очередь отразился на автоперевозчиках, которые были основным потребителем лизинга грузовой автотехники во время рыночного подъема в 2007г. На прежнем уровне остались операции с лизингом недвижимости (около 10% общего объема).

Успешному развитию лизинга в республике препятствует ряд обстоятельств, основные из которых сводятся к следующему: недостаточность финансового, в том числе валютного потенциала;

- нехватка стартового капитала для организации лизинговых компаний;
- слабая диверсификация предоставляемых услуг;
- неразвитость связей с другими страховыми компаниями (практическое отсутствие рынка перестраховочных услуг);
- отсутствие системы информационного обеспечения лизинга, которая предоставляла бы постоянно восполняемую и доступную информацию о предложениях лизинговых услуг, и, связанное с этим, недостаточное понимание сущности лизинга, его достоинств, как у потенциальных лизингодателей, так и предпринимателей - потенциальных лизингополучателей.

Для повышения роли государственного воздействия на модернизацию экономики Республики Беларусь было бы разумно создать промышленный лизинговый фонд (ППФ) на базе отраслевых лизинговых фондов, основу которых составят лизинговые фонды предприятий.

В перспективе лизинг, как одна из рыночных и высокорентабельных форм, может дать рост общих объемов инвестиций в республике и реально расширить выбор методов и способов хозяйствования для организаций материальной сферы. За счет развертывания лизинговых операций представляется реальным осуществить продвижение производимой отечественной промышленностью продукции на внутренний и международный рынок, обновление парка оборудования, не прибегая к крупным капиталовложениям, и в условиях низкой покупательной способности.

УДК 338

ШУГАЛО Н.Г.

**ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕСТЬЯНСКОГО
(ФЕРМЕРСКОГО) ХОЗЯЙСТВА**

*Научный руководитель – ГРИЦ Е.Н. – магистр эк. наук
УО «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь*

В настоящее время фермерство является одной из наиболее распространенных в аграрном секторе Беларуси организационно-правовых форм коммерческой деятельности. По состоянию на 1.09.2009 в стране насчитывалось 1390 находящихся в ведомственной подчиненности Министерству сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь предприятий и 1995 фермерских хозяйств. Общая площадь землепользования последних составляет более 118 тыс. га, средний размер одного земельного участка — около 60 га (таблица).

**Численность и площадь землепользования фермерских хозяйств по областям
Республики Беларусь на 1.01.2009г.**

Области	Число хозяйств		Общая площадь земель			В составе земель			
						сельскохозяйственные угодья		пашня	
	Всего	% от общего числа	тыс. га	%	в среднем на хозяйство, га	Тыс.га	в % общей площади	тыс. га	в % к сельхозугодьям
Брестская	402	20,2	15,3	2,9	38,1	13,3	86,9	8,6	64,7
Витебская	344	17,2	29,3	4,8	85,2	22,4	76,5	14,3	63,8
Гомельская	242	12,1	15,2	2,9	62,8	13,3	87,5	9,3	69,9
Гродненская	291	14,6	14,2	2,0	48,8	12,9	90,8	10,4	80,6
Минская	453	22,7	19,4	6,4	42,8	17,6	90,7	14,3	81,3
Могилевская	263	13,2	24,8	1,0	94,3	23,5	94,8	20,1	85,5
Всего	1995	100	118,2	100	59,2	103,0	87,1	77,0	74,8

Фермеры, располагая почти 1,2% от общей площади сельхозугодий страны, производят менее 1% валового объема аграрной продукции.

Однако в процессе реализации Государственной программы возрождения и развития села на 2005—2010 годы их вклад в экономику с каждым годом увеличивался.

В среде принадлежащих к фермерскому сектору Беларуси хозяйств постоянно идет процесс углубления специализации в растениеводческом направлении. В животноводческой отрасли производственные показатели фермерского сектора несколько ниже, чем у сельскохозяйственных организаций.

В современных экономических условиях развитие фермерских хозяйств должно быть неразрывно связано с устойчивым функционированием всего аграрного сектора экономики Беларуси. Это возможно при выполнении таких условий как:

1. высокая квалификация руководителей фермерских хозяйств. Это способствует повышению эффективности функционирования данных структур, успеху их предпринимательской деятельности, полному использованию достижений научно-технического прогресса. Следовательно, преимущественное право на создание ферм и ведение их дел должно принадлежать инициативным, предприимчивым гражданам, имеющим опыт работы в сфере сельскохозяйственного производства и располагающим стартовым капиталом для организации и развития аграрного бизнеса.

2. основой успешного функционирования фермерских хозяйств является материально-техническое обеспечение, в оптимальной пропорции сочетающее собственные и привлеченные средства. Эффективному использованию внутренних ресурсов и улучшению обеспеченности внешними может способствовать участие фермеров в деятельности сельскохозяйственных потребительских кооперативов. В качестве фактора укрепления материально-технической базы фермерских хозяйств и повышения эффективности их работы должна выступать государственная поддержка данных субъектов малого предпринимательства.

3. истемная государственная поддержка позволит фермерским хозяйствам увеличить объемы производства экспорто-ориентированной и импортозамещающей продукции, внедрять энерго- и ресурсосберегающие технологии. В условиях жесткой конкуренции важнейшими факторами эффективного функционирования предприятий данной категории являются определение перспективных направлений предпринимательской деятельности, углубление специализации, диверсификация производства.

Перспективным направлением развития отечественного АПК может стать материальная и финансовая поддержка фермерских хозяйств, специализирующихся на плодоводстве.

4. в современных условиях важнейшим фактором эффективного функционирования фермерских хозяйств является совершенствование системы ценообразования. Одним из способов стабилизации стоимости отечественной сельскохозяйственной продукции является создание в местах ее производства баз хранения. Для этого необходимо ускорить процесс выделения фермерским хозяйствам бюджетных и кредитных ресурсов на льготных условиях.

5. в современных экономических условиях фермерские хозяйства должны иметь возможность функционировать как полноправные участники кооперативно-интеграционных структур агропромышленного комплекса. Однако до настоящего времени в стране не усовершенствована соответствующая законодательная база. Не до конца отработан механизм кооперативно-интеграционных отношений и связей фермеров с сельскохозяйственными и иными организациями АПК.

6. Фермерские хозяйства должны иметь возможность функционировать как полноправные участники кооперативно-интеграционных структур агропромышленного комплекса.

Для лучшего функционирования крестьянских (фермерских) хозяйств (КФХ) в Республике Беларусь необходимо:

1. обеспечить развитие в каждой области 100-150 КФХ, оснащенных высокопроизводительной техникой и оборудованием, с высоким уровнем интенсивности и культуры сельскохозяйственного производства;

2. содействовать их кооперации с крупнотоварными сельскохозяйственными и перерабатывающими организациями;

3. обеспечить совершенствование законодательства о КФХ, в том числе в области имущественных и земельных отношений.

УДК 338.4

ЩУКИНА Л.В.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Научный руководитель – ФИЛЬЧУК Т.Г. – ст. преподаватель

УО «Гомельский государственный технический университет им.П.О.Сухого»,
Гомель, Республика Беларусь

Понятие «устойчивое развитие» - многогранное, характеризуется многовариантностью, является экономической категорией. Термин «устойчивое развитие» получил широкое распространение после публикации доклада «Наше общее будущее» в 1987г.

Существует множество методик оценки экономической и финансовой устойчивости предприятия. Однако, большинство авторов рассматривают лишь один из компонентов устойчивого развития предприятия, делают акцент только на экономическую составляющую, игнорируя социальную и экологическую.

Цель работы состоит в разработке интегрального показателя устойчивого развития предприятия, который учитывал бы три составляющие: экономическую, социальную, экологическую.

1. Социальная составляющая устойчивого развития

Главными целями социальной политики на предприятии являются обеспечение устойчивого роста уровня и качества жизни работников, создание условий для развития человеческого потенциала. Для количественного определения уровня развития трудовых ресурсов выделим следующие показатели: коэффициент текучести кадров, коэффициент постоянства персонала предприятия, показатель эффективности использования трудовых ресурсов – зарплатоотдача.

Рассчитаем индексы по данным показателям и сведем их в сводный индекс, который представим в виде средней геометрической величины. Т.о., сводный индекс устойчивого развития социальной составляющей будет выглядеть так:

$$I_{соц} = \sqrt[3]{I_{зп} \times I_{тек} \times I_{п.п.}}$$

где $I_{зп}$. – индекс зарплатоотдачи; $I_{тек}$. – индекс текучести кадров;

$I_{п.п.}$ – индекс постоянства персонала.

2. Экологическая составляющая устойчивого развития

Основная цель экологической политики на предприятии является сохранение благоприятной окружающей среды и рационального использования природных ресурсов, обеспечение экологической безо-

пасности [2]. С целью выявления уровня загрязнения природной среды, рассчитаем индекс энергоемкости на предприятии, который показывает, насколько увеличилось (уменьшилось) потребление энергетических ресурсов по сравнению с прошлым годом, а, следовательно, увеличилось или уменьшилось негативное воздействие на окружающую среду.

Сводный индекс устойчивого развития экологической составляющей будет выглядеть так:

$$I_{экол} = \sqrt{I_{Ээ}} = I_{Ээ}$$

где $I_{Ээ}$ - индекс энергоемкости продукции.

Количественно определить экологическую составляющую устойчивого развития на предприятии весьма сложно. Это связано с тем, что нет определенных и точных показателей природоохранной деятельности предприятия, на предприятии не ведут экологический учет. В дальнейшем необходимо расширить набор показателей, которые бы учитывали эффективность деятельности предприятия в природоохранной сфере.

3. Экономическая составляющая устойчивого развития

Устойчивое развитие предприятия предполагает определение финансовой устойчивости, т.к. финансовое состояние предприятия в значительной степени определяет конкурентоспособность предприятия, его потенциал в деловом сотрудничестве; оценивает, в какой мере гарантированы экономические интересы самого предприятия и его партнеров по финансовым и другим экономическим отношениям [1].

Для определения финансовой устойчивости предприятия выделим следующие показатели: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент автономии и рентабельность продукции.

Рассчитаем индексы по данным показателям и сведем их в сводный индекс, который представим в виде средней геометрической величины. Т.е., сводный индекс устойчивого развития экономической составляющей будет выглядеть так:

$$I_{экон} = \sqrt[3]{I_{л} \times I_{авт} \times I_{R}}$$

где $I_{л}$ – индекс текущей ликвидности;

$I_{авт}$ – индекс автономии;

I_{R} – индекс рентабельности продукции.

Таким образом, для комплексного отображения показателя устойчивого развития предприятия необходимо данные индексы по всем трем составляющим свести к следующему виду:

$$I_{\text{ус.раз}} = \sqrt[3]{I_{\text{экол}} \times I_{\text{соц}} \times I_{\text{экон.}}}$$

Рассмотренную методику определения устойчивого развития предприятия применим для конкретного предприятия – ОАО «Гомельхлебпродукт». Для расчета индексов социальной, экологической и экономической устойчивости развития предприятия составим таблицу. Частные показатели (индексы) определяются как отношение значений соответствующих показателей в отчетном и базисном периоде.

Расчет частных показателей устойчивого развития предприятия

Наименование частных показателей	Расчет	Результат
Индекс зарплатоотдачи	11,3829/9,9169	1,1478
Индекс текучести кадров	0,1708/0,1839	0,9288
Индекс постоянства персонала	0,9065/0,9348	0,9697
Индекс экологической устойчивости	0,0429/0,0364	1,1786
Индекс текущей ликвидности	0,94/1,07	0,8785
Индекс автономии	0,94/1,07	0,8785
Индекс рентабельности продукции	4,9/5,23	0,9369

Рассчитаем сводный индекс устойчивого развития социальной, экономической и экологической составляющей.

$$I_{\text{соц}} = \sqrt[3]{1,1478 \times 0,9288 \times 0,9697} = 1,0111$$

$$I_{\text{экон}} = \sqrt[3]{0,8785 \times 0,8785 \times 0,9369} = 0,8976 \quad \text{и} \quad I_{\text{экол}} = 1,1786$$

Значит, комплексный показатель устойчивого развития предприятия будет равен:

$$I_{\text{ус.раз.}} = \sqrt[3]{1,0111 \times 0,8976 \times 1,1786} = 1,0227$$

Подводя итоги можно отметить, что данная методика в большей степени позволяет оценить существующее развитие предприятия, т.к. в её основе лежат частные показатели, характеризующие темпы роста (снижения) выбранных для оценки показателей.

Для более полной оценки устойчивого развития необходимо при расчете частных показателей устойчивого развития предприятия ис-

пользовать в качестве базы сравнения не отчетные, а нормативные значения каждого показателя. Основной трудностью данного подхода является поиск нормативных величин, поскольку не для каждого показателя они четко определены. Разработка соответствующей всем требованиям методики оценки устойчивого развития предприятия является целью наших дальнейших научных исследований.

ЛИТЕРАТУРА

1. Е л и с е е в а, Т.П., Экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие /Т.П. Елисева. Минск: Современ. шк., 2007. 914с.

2. З а й ч е н к о, Н.П. Основные положения Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020г. / Н.П. Зайченко // Белорусский экономический журнал. 2004. №3. с.4 – 18.

УДК 338.436

ЯКУПОВА А.В.

**ПРОБЛЕМА ДОСТИЖЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ
РЕГИОНАЛЬНОГО СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО
ПРОИЗВОДСТВА И РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ЕЕ ОЦЕНКИ
(НА ПРИМЕРЕ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ)**

*Научный руководитель – ПАРХОМЕНКО Н.В. – ст. преподаватель
УО «Гомельский государственный технический университет им.П.О.Сухого»,
Гомель, Республика Беларусь*

Для принятия обоснованных решений по достижению устойчивости сельскохозяйственного производства необходимо изучение и объективная оценка реальной ситуации развития агропромышленного комплекса с учетом тенденций общественного прогресса. Необходимость разработки новых подходов к исследованиям, критериев и показателей, которые позволили бы раскрыть сущность устойчивости сельскохозяйственного производства, а также особенности его обеспечения определяют актуальность исследования данной проблемы на современном этапе развития рыночных отношений в аграрном секторе страны.

Целью данной работы является разработка методики оценки устойчивости сельскохозяйственного производства с учетом особенностей функционирования региона.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- выполнение сравнительной характеристики категорий «устойчивость», «стабильность» и «устойчивое развитие»;
- исследование основных факторов, критериев и показателей устойчивости сельскохозяйственного производства, их взаимосвязь и взаимозависимость;
- анализ основных методов оценки устойчивости сельскохозяйственного производства;
- разработка методических рекомендаций по оценке устойчивости регионального сельскохозяйственного производства.

Уровень развития сельскохозяйственного производства во многом влияет на стабильность социальной обстановки в государстве и имеет для Республики Беларусь важное стратегическое значение, так как является важнейшим фактором в достижении национальной продовольственной безопасности.

Устойчивость производства следует рассматривать как способность производственной системы при любых изменениях внешних и внут-

ренных факторов осуществлять расширенное воспроизводство для более полного удовлетворения продовольственных и социальных потребностей. Вместе с тем устойчивое развитие – понятие более широкое. Оно означает, с одной стороны, устойчивость производства, с другой – сбалансированное использование имеющихся внутренних ресурсов и достижений научно-технического прогресса, а также сохранение и приумножение природного потенциала.

На устойчивое сельскохозяйственное производство агропромышленных комплексов регионов оказывает влияние множество факторов, которые можно разделить на внешние и внутренние. При этом в каждой из этих групп можно выделить факторные и результативные показатели, на основе которых проводится оценка устойчивости сельскохозяйственного производства.

Методы, используемые для оценки устойчивости сельскохозяйственного производства региональных агропромышленных комплексов, можно назвать следующие: метод корреляционно-регрессионного анализа [1, 2]; индексный метод (метод интегральной оценки) [4]; симплексный метод линейного программирования [3]; метод ранговой оценки [5].

Нами разработана методика оценки устойчивости регионального сельскохозяйственного производства, суть которой состоит в построении экспертно-аналитической процедуры, позволяющей оценивать устойчивость развития агропромышленной сферы в различных регионах Республики Беларусь.

Опираясь на методику, предложенную А.Ш. Хуажевой [5], а также с учетом собственных взглядов на проблему, нами предложено для оценки устойчивости сельскохозяйственного производства в пределах агропромышленного комплекса региона использовать систему показателей, представленную двумя самостоятельными блоками – факторными и результативными, что позволяет изучить причинно-следственные отношения и характер взаимосвязи показателей.

Разработанная нами методика включает следующие операции: формулировка цели и отбор показателей-индикаторов, характеризующих состояние составляющих устойчивости производства; расчет факторных и результативных показателей; ранжирование районов по группам факторных и результативных показателей; определение разницы между рейтингами по факторным и результативным показателям; анализ результатов и выводы.

В качестве апробации разработанной методики нами проведена оценка устойчивости регионального сельскохозяйственного производства на примере 21 района Гомельской области.

Углубленный ранговый анализ дал возможность сгруппировать районы Гомельской области в соответствии с достигнутым уровнем устойчивости сельскохозяйственного производства, определяемым как разница между ранговыми оценками по факторным и результативным показателям (таблица).

Распределение районов Гомельской области по результатам рейтинговой оценки устойчивости сельскохозяйственного производства

Группа устойчивости	Значение величины разницы между факторами и результатами	Районы	
Абсолютная неустойчивость	свыше -5	Мозырский Жлобинский	Рогачевский Хойникский
Относительная неустойчивость	[-5 – 0)	Лельчицкий Гомельский	Буда-Кошелевский
Устойчивость	0	Брагинский Октябрьский	Петриковский
Относительная устойчивость	(0 – 5]	Речицкий Калинковичский Ельский	Ветковский Житковичский Лоевский
Высокая устойчивость	свыше 5	Добрушский Кормянский Чечерский	Наровлянский Светлогорский

Источник: разработано автором

Наше исследование показало, что использование предложенной методики позволяет: во-первых, ранжировать районы по критериям обеспеченности ресурсами и степени эффективности их использования; во-вторых, адекватно отразить влияние значительного числа внутренних и внешних факторов устойчивости сельскохозяйственного производства. В целом ее можно рекомендовать для использования в аналитических исследованиях, выполняемых с целью разработки программ развития агропромышленного комплекса в разрезе районов и областей.

ЛИТЕРАТУРА

1. В а с и л ь в е в а, Н.К. Об устойчивости развития аграрного сектора региона / Н.К. Васильева, М.Л. Ушвицкий // Агро XXI. 2006. № 7-9.
2. В о л ч о к, В. Статистический анализ устойчивости сельскохозяйственного производства / В. Волчок // Экономический вестник (ЭКОВЕСТ). 2001. №4. с. 627-642.
3. Е ф р е м о в, В.А. Обоснование устойчивого развития зернового хозяйства: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / В.А. Ефремов; Рязанский государственный агро-технологический университет имени профессора П.А. Костычева. Мичуринск – наукоград РФ, 2008. 26 с.

4. Лубков, А.Н. Производительность аграрного труда – важнейший критерий его эффективности / А.Н. Лубков, А.Г. Сулейманова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2007. №11. с. 47-50.

5. Хужева, А.Ш. Уровень устойчивости и конкурентоспособности региональных агропромышленных комплексов (методические подходы к ранжированию) / Российская академия наук Институт народнохозяйственного прогнозирования [Электронный ресурс] / Журнал «Проблемы прогнозирования». Москва. 2005. Режим доступа: <http://www.ecfor.ru/fp/index.php>. Дата доступа: 21.12.2008.

УДК 633.1-048.35

ЯРОЩУК О.Л.

МОДЕРНИЗАЦИЯ И ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ЗЕРНОПРОИЗВОДСТВА

*Научный руководитель – МУРТАЗАЕВА Р.Н. – доктор с.-х. наук, профессор
ФГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия»,
Волгоград, Российская Федерация*

Актуальность модернизации и интенсификации зернопроизводства в стране диктуется потребностью преодоления и таких негативных факторов, как ухудшение качественного состояния, деградации и эрозии почв, потере почвенного углерода высокими затратами на обработку земли, а также консерватизмом мышления сельскохозяйственных товаропроизводителей.

В результате отсутствия комплексной государственной политики по поддержке предприятий АПК в период перехода на рыночные условия хозяйствования (реформы последних двух десятилетий) сельское хозяйство в России было поставлено в очень сложные условия. Рыночные преобразования на селе сопровождались снижением государственной поддержки, нарушением паритета цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию, свободным доступом на внутренний рынок дешевой импортной продукции, сокращением выпуска сельскохозяйственной техники, применения удобрений, значительным упрощением технологий производства всех видов сельскохозяйственной продукции.

В настоящее время темпы развития современных ресурсосберегающих технологий в России значительно отстают от общемировых: например по технологиям ресурсосберегающего земледелия обрабатывается только около 2 % сельскохозяйственных угодий. На фоне непрерывного роста цен на материальные и особенно энергетические ресурсы продолжается рост затрат на производство основных видов сельскохозяйственной продукции, что заставляет отечественных товаропроизводителей всерьез задуматься о повышении своей конкурентоспособности и снижении издержек.

Ключевым фактором в решении этой проблемы должно стать преодоление технического и технологического отставания России от остального мира – что, в конечном счете, и будет определять устойчивость развития агропромышленного комплекса страны. Располагая 10 % общемировой площади пашни – 124,4 млн. га, нам необходимо вытеснить импортную сельхозпродукцию с внутреннего рынка и по-

зволить отечественным товаропроизводителям занять на нём достойное место.

Важнейшим этапом решения этого вопроса для агрохолдингов и сельскохозяйственных предприятий специализирующихся на производстве зерновых и масличных культур становится применение ресурсо-, энерго- сберегающего земледелия, которое позволяет, с одной стороны, решить задачи получения высокой урожайности, повышения производительности и сохранения плодородия почвы, а с другой – повышает показатели рентабельности, эффективности сельскохозяйственного производства.

Многие товаропроизводители Южного Федерального Округа уже давно определили стратегией своего развития технологическую политику, направленную на ресурсосбережение. Ресурсосберегающие технологии начинают активно применяться и во многих хозяйствах Волгоградской области.

Под интенсивными ресурсосберегающими технологиями в растениеводстве следует понимать комплексное использование систем современных энергонасыщенных машин и высокопроизводительного технологического оборудования, для возделывания и уборки урожая сельскохозяйственных культур, при минимальных издержках. А также использование семян высокопродуктивных сортов и гибридов культур, комплекса минеральных удобрений и химических средств защиты растений.

Освоение подобных технологий, прежде всего, требует повышения технологического уровня производства. За последние десятилетия активная часть производственных фондов в сельском хозяйстве сильно устарела и физически и морально. Как показывают исследования, в некоторых хозяйствах Волгоградской области на начало 2008 года их возраст составил около 15 лет. До 60 % состава машинно-тракторного парка выработало свой срок службы и требует повышенных затрат на поддержание его в работоспособном состоянии. Высокая степень износа техники приводит к тому, что около 20 % из ее наличия не принимает участия в полевых работах.

Нагрузка пашни в расчете на один физический трактор увеличилась до 250 – 300 га, тогда как средняя величина показателя по России не превышает 200 га. На 1000 га пашни приходится 4-5 тракторов, среднероссийский уровень достигает 6,3 трактора (40 % норматива), в государствах ЕС это 65-86, в США – 27 тракторов на ту же площадь. На 1 зерноуборочный комбайн приходится до 450 – 500 га, что в 1,5 раза выше, чем в среднем по России и почти вдвое превышает нормативную нагрузку на технику. Недостаток техники приводит к нарушению

оптимальных сроков проведения агротехнических операций, что становится причиной недобора до 10 % урожая.

Использование ресурсосберегающих технологий предполагает проведение минимального количества операций с землей. Высокая производительность и универсальность современного оборудования (за один проход агрегата по полю возможно проведение нескольких технологических операций) позволяет значительно сократить число единиц используемой техники это влечет за собой значительную экономию ГСМ и снижение трудоемкости производства.

Сев озимой пшеницы комбинированными посевными комплексами, позволяет одновременно выполнять предпосевную культивацию, сев с внесением минеральных удобрений и послепосевное прикатывание – экономия топлива достигает 30 % (до 3 л/га) по сравнению с традиционной технологией сева. Кроме того, при высоком качестве высева экономятся семена и минеральные удобрения. Для сева озимых на площади 1000 га в течение рекомендуемых семи дней потребуются один такой посевной комплекс. Таким образом использование мощной ресурсосберегающей техники позволяет значительно сократить количество техники работающей в поле, на 40 % уменьшить стоимость используемых агрегатов и снизить затраты на их содержание.

Применяемые в настоящее время в большинстве хозяйств традиционные технологии возделывания культур характеризуются значительными затратами труда. На современном этапе развития количественные показатели должны уступить место качественным. Нужно помнить, что увеличение производительности труда является одним из резервов повышения экономической эффективности производства.

Системный подход к политике внедрения современных технологий землепользования приведет хозяйства к огромной экономии средств и, как следствие, к повышению рентабельности, конкурентоспособности конечной продукции. Как отметил В.В. Путин: «Перед нами стоит задача выработать единую технологическую политику России, направленную на ресурсосбережение. Экономика нашей страны - в наших руках. И от принятых нами решений зависит, быть нам сильным, конкурентоспособным государством, пользующимся авторитетом на мировом рынке, или нет».

СОДЕРЖАНИЕ

Автушенко Ю.В. Организация использования естественных кормовых угодий.....	4
Алексеекко И.И., Алексеекко Н.И., Шидловская Н.В. Информационные технологии – элементы антикризисной программы предприятия.....	6
Антанькова Т.А. Факторы конкурентоспособности молокоперерабатывающих предприятий на внешнем рынке.....	9
Антанькова Т.А. Повышение конкурентоспособности молочной продукции на отечественном и зарубежных рынках.....	12
Аристова Т.Н. Инновации в управлении человеческими ресурсами.....	15
Атрошенко А.Г. Конкурентоспособность производства льна и льнопродукции на современном этапе.....	18
Баланчук А.С. Непредсказуемое черное золото.....	21
Баханькова О.В. Бенчмаркинг как инструмент стратегического управления предприятием.....	25
Бердиназарова Т.Б. Проблема безработицы: региональный аспект (на примере города Барановичи).....	28
Березовская А.Е. Состояние карточного бизнеса в Республике Беларусь и перспективы его развития.....	31
Богдан М.В. Тенденции развития систем электронных платежей в Республике Беларусь.....	34
Богданова Е.В. Анализ и оценка взаимосвязей между содержательным компонентом учебных программ и требуемыми профессионально-квалификационными навыками будущего работника.....	37
Бокша И.А. Статистический анализ состояния окружающей среды: экологические проблемы в Республике Беларусь.....	40
Борисова А.В. Анализ современного состояния молочного подкомплекса Республики Беларусь.....	43
Борисова А.В. Тенденции и закономерности формирования себестоимости молока по хозяйствам Могилевской области.....	46
Борисова О.А. Выявление оптимального варианта инвестиционной деятельности предприятия на основе оптимизации использования ресурсов и производства продукции молочного подкомплекса на примере ОАО «Шкловский маслодельный завод».....	49
Босак В.В. Внешнеэкономическая деятельность на примере АПК Республики Беларусь.....	53
Быкова Л.С. Маркетинговая политика ОАО «Полоцкий КХП» в период кризиса мировой экономики.....	55
Быкова Л.С. Оптимизация развития перерабатывающего предприятия ОАО «Полоцкий КХП».....	58
Васильченко О.Г. Негативные факторы, сдерживающие развитие инновационной деятельности Республике Беларусь.....	61

Васильченко О.Г. Основные проблемы и эффективность инновационной деятельности промышленных предприятий в условиях мирового финансового кризиса	64
Виниченко Е.Н., Искрова И.А. Эволюция MRP. переход от MRP к MRPII и ERP	67
Владимцева Д.А. Налоговое бюджетирование в системе управления финансами организаций АПК	70
Водникова Т.А. К вопросу об основных направлениях повышения эффективности производства макаронных изделий в Республике Беларусь	72
Володько П.Л. Пути создания эффективных автоматизированных банковских систем	75
Голенок Н.А. Экономика Республики Беларусь в условиях мирового финансового кризиса	77
Горбонос. П.С. Теоретический анализ факторов, влияющих на динамику валютного курса	79
Гордюк М.Е. Тенденции развития менеджмента качества молока в контексте реализации программы возрождения и развития села	82
Гордюк М.Е. Методы управления качеством	84
Горюшкина М.И. Жилая недвижимость в условиях кризиса	86
Грибов А.В. Проблемы экспорта мяса и мясопродуктов в РФ	91
Грицкевич Т.Е. Социализация банковского сектора как направление развития экономики Республики Беларусь	94
Грудницкая К.А. Маркетинговые исследования рынка комбикормов	97
Губанова О.А. Пластиковые карточки в программах лояльности в Республике Беларусь	100
Гудыно И.Н. Кризисное состояние льноводства в Республике Беларусь	103
Давидович В.А. Социально – экономическое и производственное развитие малых и средних городов в Республики Беларусь	105
Данильчик О.А. Особенности ипотечного кредитования жилищной сферы РБ	107
Дедков А.С. Маржинальный анализ как одно из составляющих эффективного планирования производственно-сбытовой политики предприятия	110
Дедков А.С. Проблема «утечки мозгов» для РБ	113
Дирина Т.С. Состояние рынка труда в Республике Беларусь	115
Должикова Д.В. Активизация инновационных процессов в семеноводстве	117
Дубяго Н.С. Инновационное развитие как приоритетное направление повышения конкурентоспособности предприятия	120
Дядченко А.А. Влияние деградации сельского населения на результаты деятельности предприятий АПК	123
Евсеев Е.Б., Русак Д.В. Малый бизнес как фактор социально-экономического развития Брестской области	125
Евтушевский П.А. Система «клиент-банк» как средство сокращения затрат расчетно-кассового обслуживания предприятия	128
Евтушевский П.А. Управление дистанционным банковским обслуживанием на предприятии	131

Ельцов М.Э. Информационные технологии оптимизации маршрутов поставок продукции и услуг в АПК	133
Ёрш А.М. Производственная структура предприятия	136
Жабченко В.И. Сущность и направления анализа кластера товаропроизводителей региона	138
Жевнеронок Ю.Ю. Прогнозирование спроса на рынке детского питания	141
Жибуль З.В. Пути совершенствования организации сбыта картофеля	144
Завадская М.А. Адаптация населения стран СНГ к условиям мирового финансового кризиса	147
Завидовская К.А. Проблема конкурентоспособности Республики Беларусь	150
Зайцева Н.А. Перспективы развития лизинга как одного из важнейших источников инвестиций	153
Захарчук Е.М. Страхование предпринимательских рисков и перспективы его развития	157
Ивановская И.И., Костюченко Р.В. Целевая система информационного менеджмента	159
Игнатович Е.А. Современный стимулирующий элемент оплаты труда работников торговли	162
Илюшина Е. А. Клиентоориентированность банка как фактор повышения его конкурентоспособности	165
Каменков Р.С. Влияние мирового финансового кризиса на развитие компании General Motors	168
Камера В.В., Гринаш А.М. Экономические аспекты развития региона (на примере Клецкого района)	171
Качан О.А. Организация и совершенствование кормовой базы сельскохозяйственного предприятия	174
Киселевич М.Л. Состояние внешней торговли продовольственными товарами в Республике Беларусь	177
Коваль И.В., Родионова А.В. Новые формы организации бизнеса с использованием современных средств передачи данных	180
Ковшик Т.К. Формирование стратегии развития трудового потенциала в Республике Беларусь	183
Козлов Р.П. Производство картофельной муки – безотходная технология в переработке картофеля	186
Коледжо Л.А. Экономическая сущность инноваций	189
Комарова С.М. Экономические особенности сельского агротуризма в Республике Беларусь	192
Комаровская О.А. Микрофинансирование как эффективный инструмент поддержки малого и среднего бизнеса	195
Константинов Н.С. Совершенствование управления земельными ресурсами в современных условиях	198
Корабельников И.С. Предпосылки формирования инновационной модели хозяйствования агропредприятий	201

Актуальные проблемы экономики

Корейша Е.Б. Упрощенная система налогообложения: анализ влияния на факторы экономического роста деятельности субъектов экономики	204
Королевич Д.Г. Банковские услуги населению с использованием электронных технологий.....	207
Косинов А.И. Олигополистический рынок сотовых операторов в Республике Беларусь	210
Кочеткова И.А. Стратегия эффективного менеджмента: психологический аспект.....	214
Кравченко А.В. Резервы альтернативной энергетики	217
Крейза Ю.И. Совершенствование потребительского кредитования в Республике Беларусь.....	220
Кривоносова В.Л. Развитие экспортного потенциала предприятий АПК в условиях мирового финансового кризиса	223
Кривоносова В.Л. Разработка стратегии организации сбытовой деятельности перерабатывающих предприятий Республики Беларусь	226
Ксензов А.А., Крушник Н.Л. Влияние цен на социально-экономическую ситуацию в Беларуси в условиях кризиса	228
Ксензов А.Л. Интеграция как средство повышения экономической эффективности льняного подкомплекса	231
Кудленков С.В. Промежуточные итоги государственной программы возрождения и развития села на 2005-2010 годы.....	234
Кудрук Е.В. Совершенствование процесса принятия управленческих решений на предприятиях АПК	234
Кузнецова И.В. Кадровый потенциал АПК Волгоградской области и проблемы его воспроизводства.....	237
Курганов И.С. Значение качества в современных экономических условиях	240
Куртин А.В. Бренд в молочной промышленности	243
Куртин А.В. Стратегии развития Чаусского маслодельно-сыродельного завода.....	246
Кутечко М.М. Состояние и перспективы развития переработки льна в Беларуси.....	249
Кухарчук О.В. Актуальные аспекты позиционирования бизнеса в сфере банковского дела.....	251
Лавринчик С.А. Кредитные риски и способы их определения	254
Лаврукович А.Л. Экономическое обоснование повышения эффективности внешне-экономической деятельности ВЭД пивоваренной отрасли Республики Беларусь	260
Лата М.С. Анализ эколого-экономических аспектов развития сельского хозяйства Волгоградской области	263
Левницкая Т.М. Эффективность выращивания рапса в сельскохозяйственных организациях Республики.....	265
Ленцевич Е.И. Основные тенденции финансов предприятий реального сектора экономики Республики Беларусь	268
Лугачев А.В. Особенности ведения эффективной брендинговой деятельности	271
Лузько Т.В. Развитие рынка драгоценных металлов в Республике Беларусь	274

Лукашевич Д.А., Прищц А.С. Выявление приоритетов развития промышленности города Пинска.....	277
Лукашевич Д.А. Влияние инвестиций на экономику Республики Беларусь.....	280
Лысюк Е.В. Позиция ОАО «Белагпромпобанк» на рынке банковских услуг Республики Беларусь.....	283
Лысюк Е.В. Основные направления развития международного сотрудничества ОАО «Белагпромпобанк».....	286
Лямин М.И. Формирование оценочной деятельности на современном этапе.....	289
Мажейко Т.М. Осуществление инвестиционных вложений на примере ОАО «Бабушкина Крынка».....	296
Макаревич Н.Н. Обострение роли малого бизнеса в условиях мирового кризиса.....	298
Макоед И.П. Перспективы развития расчетов посредством пластиковых карточек на территории Республики Беларусь.....	301
Манжурова Н.Г. Анализ ассортимента продукции и рынка сбыта ОАО «Слущкий комбинат хлебопродуктов» и пути повышения конкурентоспособности.....	304
Манжурова Н.Г. Основные принципы организации ВЭД предприятий перерабатывающей промышленности.....	307
Матюнина А.В. Особенности системы мотивации труда в сельском хозяйстве.....	310
Машков А.Л. Перспективы эксплуатации ветроустановок малой мощности на территории Беларуси.....	312
Машков А.Л. Продовольственная безопасность – залог процветания нации.....	315
Машоха Ю.М. Использование элементов электронной коммерции для повышения эффективности торговой деятельности ООО «Океан» г. Почепа Брянской области.....	318
Медведева Е.Г. Привлечение инвестиций в агропромышленный комплекс: проблемы и перспективы.....	320
Мезяк в.Ю., Халюков А.С. Развитие скрытой рекламы.....	323
Мешкова М.А. Ресурсосберегающие технологии и планирование издержек аграрного предприятия.....	326
Минабилова Е.С. Специализация сельскохозяйственных предприятий.....	329
Минич А.М. Основные тенденции изменения рентабельности на предприятиях промышленности.....	332
Мирошниченко И.А. Основные направления развития агропромышленного комплекса.....	335
Мискевич Е.В. Маркетинговое исследование предприятия бытового обслуживания (на примере ОАО «Пинчанка-Пинск»).....	338
Мурсатова П.Н. Позиционирование банков в конкурентной среде Полесского региона.....	341
Наливайко Е.В. Инвестиционная политика и инвестиционный климат в РБ.....	344
Наливайко Е.В. Инвестиции в человеческий капитал и качественные аспекты состояния рабочей силы в РБ.....	348
Насковец А.М. Инновационная стратегия развития МОУП «Борисовский консервный завод».....	352

Актуальные проблемы экономики

Насковец А.М. Проблемы эффективного использования ресурсов предприятиями плодощекоконсервного подкомплекса	354
Начина Т.К. Организация переработки мяса в Республике Беларусь	356
Никитина Э.И. Проблемы и перспективы роста экспортного потенциала Республики Беларусь в условиях мирового кризиса	359
Николаенко З.В. Рыночная модель социальной политики в Республике Беларусь: проблемы и направления перехода	362
Онуфриук Н.Н. Оптимизация работы картофелеперерабатывающей отрасли за счет решения сырьевой проблемы предприятий	365
Павлович Н.Н. Актуальные вопросы денежно-кредитной политики национального банка Республики Беларусь	368
Павлюченкова А.В. Проблемы развития льноводства	370
Паликарпова О.С. Резервы использования производственной мощности	373
Паникова Т.Н. Особенности инновационных процессов в АПК Мозырского региона	376
Панфиленко И.А. Развитие страхового рынка на современном этапе в Республике Беларусь	379
Патешкина А.С. Взаимодействие Республики Беларусь и всемирного банка	382
Пахоменко Р.М. Инвестиции как один из путей повышения функционирования АПК Республики Беларусь	384
Пахоменко Р.М. Основные причины сдерживающие развитие кооперации и агропромышленной интеграции в Республике Беларусь	386
Пахомова Н.А. Таможенный союз как важнейший этап интеграции Беларуси, России и Казахстана в мировую экономику	388
Пашкевич О.Н. Экономическая эффективность производства продукции растениеводства	391
Петрашов М.П., Грицук И.Ю. Малый и средний бизнес в Беларуси. проблематика и перспективы развития	394
Печур В.А. Анализ факторов региональной конкурентоспособности на примере Брестской области	397
Пешкова Е.А. Управление качеством продукции в сельскохозяйственном предприятии	400
Повх Л.В. Секьюритизация в Республике Беларусь: проблемы и перспективы развития	403
Половец А.Г. Ценовые войны	406
Полозова О.А. Анализ изменений в разрезе основных подсистем предприятия при эволюции СМК (на примере ОАО «Пензтяжпромарматура»)	409
Полякова Н.А. Стиль работы руководителей и специалистов РУП «Жиличи» Кировского района, Могилевской области	412
Поплавская Е.Ю. Система рейтингов: значение и роль в принятии решений на финансовом рынке	415

Попова М.А. Оценка состояния основных фондов и пути повышения эффективности их использования на примере ООО «АГРОФИРМА «АГРО-ЕЛАНЬ» Еланского района Волгоградской области.....	418
Пригодич И.А. Порядок гарантированного возмещения физическим лицам банковских вкладов в Республике Беларусь и финансовое обеспечение систем страхования депозитов.....	421
Пригодич И.А. Тенденции развития депозитной политики банков Республики Беларусь на основе данных по Брестской области.....	424
Прокopenко Д.П. Инновационность экономического развития перерабатывающей промышленности посредством бизнес-планирования	428
Прохор Ю.С. Инфляционные процессы в Республике Беларусь	431
Пугачёва Т.В. Необходимость и особенности государственного регулирования в экономике на современном этапе.....	434
Пульвер Н.В. Страхование ядерных рисков в энергетике.....	437
Резникова Е. В. Основные приоритеты развития экспорта в Республике Беларусь	440
Резникова Е. В. Проблемы и перспективы развития ОАО «Могилевский Мясокомбинат»	443
Роговская Е.А. Современное состояние и тенденции развития материально-технического обеспечения предприятий АПК	445
Рожкевич С.М. Организация консервирования плодов и овощей на перерабатывающих предприятиях	448
Савельев С.А. Анализ изменения котировок валют на валютном рынке с использованием данных макроэкономической статистики	450
Сакович А.Н., Сакович Н.Н. Актуальность развития транспортно-логистической системы в Республике Беларусь	452
Сакович Н.Н. Пути повышения эффективности производства комбикормов на примере ОАО «Климовичского комбината хлебопродуктов»	455
Самохин Э.С. Перспективы перехода торговой сети ООО «Альянс» на самообслуживание	458
Сачковская А.А. С.В. Роль лотереи в жизни граждан и экономике страны	461
Семёнов А.В. Пути оптимизации амортизационной политики предприятия в условиях инновационной экономики.....	463
Середюк И.И. Концепция ограниченной рациональности для принятия стратегических маркетинговых решений.....	466
Сидорович Е.А. Трудовые ресурсы и их рациональное использование	469
Сильченко С.А. К вопросу о кооперации и интеграции в мясной отрасли	473
Склямина Т.В. Порядок расчета страхового возмещения по страхованию урожая сельскохозяйственных культур	475
Слободянюк О.В. Образование кооперативно-интеграционных структур в овощепродуктовом подкомплексе	478
Слободянюк О.В. Формирование сбытовой политики в овощепродуктовом подкомплексе	480

Актуальные проблемы экономики

Соболькова И.П. Влияние интегрированной логистической поддержки на конкурентоспособность изделия	482
Соколовская И.В. Иностранные инвестиции в Беларусь.....	485
Сопот Е.А. Китайские инвестиции в Республике Беларусь.....	487
Софронов П.А, Шершнёва Т.А. Реализация кредитной политики в Республике Беларусь.....	491
Спехина М.И. Актуальные вопросы развития конкурентоспособности крестьянских (фермерских) хозяйств	494
Стадольская Е.А. Электронное кредитование - новые возможности для белорусских банков.....	497
Станкевич Е.Н. Перспективы развития лизинговых операций на территории Республики Беларусь.....	500
Степанович Е.А. Особенности управления оборотным капиталом на промышленных предприятиях	504
Стефанович А.В. Особенности инвестиционного климата в Республике Беларусь	507
Стринкевич А.Н. Подходы к формированию системы оценки эффективности деятельности предприятий	510
Сычевич М.Ю. Формирование резерва кадров управления и работа с ним на примере филиала РУПП «Брестхлебпром» Столинского хлебозавода.....	513
Тагаева Ю.О. Проблемы формирования рынка сельскохозяйственной недвижимости в России.....	516
Тимонович Е.Н. Анализ потребительских предпочтений на рынке хлебобулочных изделий Столинского района	519
Титовец О.С. Производство фруктовых соков в Республике Беларусь	522
Титовец О.С. Ресурсообеспечение плодоовощного подкомплекса Республики Беларусь и проблемы импортозамещения.....	525
Титович А.А. Влияние мирового кризиса на экономику Республики Беларусь и пути его преодоления	528
Тоболич И.В. Эффективность производства и реализации сыров на молокоперерабатывающих предприятиях.....	531
Тоболич И.В. Финансовое состояние предприятий по переработке молока.....	534
Толстунова О.А. Проблемы внедрения маркетинга в деятельность промышленных предприятий Республики Беларусь	537
Трофимук Н.Н. Франчайзинг в Республике Беларусь: состояние и перспективы развития.....	540
Фалафивка В.Н. Влияние кризисной ситуации на производственное объединение Беларуськалий.....	543
Федосенко Н.М. Экономическая эффективность инновационных направлений в растениеводстве Республики Беларусь.....	546
Фридрих Т.П. Товарная политика как основа маркетинговой деятельности предприятия.....	549

Харкевич О.В. Основные закономерности и принципы механизма эффективной внешнеэкономической деятельности предприятий молокоперерабатывающей промышленности	552
Харкевич О.В. Проблемы экспорта белорусской молочной продукции в Россию	555
Хвисьюк Ю.С. Развитие агроэкотуризма в Республике Беларусь	558
Хомич М.Н. К вопросу о необходимости аудитора делиться информацией с центральным банком страны	560
Хомич О.А. Современное состояние хлебопекарной промышленности в Республике Беларусь и переход к моделированию её оптимального развития	563
Хохлова Д.Н. Республика Беларусь в процессе глобализации	566
Чеботар И.И. Состояние и перспективы развития переработки картофеля в Беларуси	570
Чекан О.О. Проблемы рационального энергопотребления в АПК Республики Беларусь	573
Чернявская Е.В. Расширение ассортимента как один из путей повышения конкурентоспособности предприятия	576
Чернявская Е.В. Перспективы использования возобновляемых источников энергии в агропромышленном комплексе РБ	578
Чирец О.В. Реформирование налоговой системы Республики Беларусь: подходящий налог в 2009 году	581
Чухманова Е.В. Финансовые методы стимулирования инновационной деятельности	584
Шабанов Н.А. Проблемы формирования и распределения доходов сельского населения Волгоградской области	588
Шалаева О.А. Оптимизация программы развития молочной отрасли сельхозорганизаций Горецкого АПК	591
Шаровар К.В. Решение задач оптимизации рекламного бюджета фирмы	593
Шевчук В.С. Особенности оценки стоимости банковского бизнеса	596
Шерко А.И. Организация использования земли в сельскохозяйственном производстве	599
Шикло О.А. Кризис как сигнал к переустройству экономических связей в обществе	603
Шитькова А.И. Проблема рационального использования молочных отходов	606
Шлыкова В.А. Основные проблемы внедрения комплекса маркетинга в деятельность предприятий пищевой промышленности	609
Шпаковская Е.Ю. Развитие лизинговых отношений в Республике Беларусь	612
Шугало Н.Г. Организация деятельности крестьянского (фермерского) хозяйства	615
Щукина Л.В. Методика оценки устойчивого развития субъекта хозяйствования	618
Якупова А.В. Проблема достижения устойчивости регионального сельскохозяйственного производства и разработка методики ее оценки (на примере Гомельской области)	622
Ярошук О.Л. Модернизация и интенсификация зернопроизводства	626

Редакционная коллегия

А. П. Курдеко (главн. редактор), Д. А. Романьков (отв. редактор),
А. В. Масейкина (отв. секретарь), Н. В. Трубилова (технический редактор)

Коллектив авторов

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ
Материалы XI Международной научной конференции студентов и магистрантов
«Научный поиск молодежи XXI века», посвященной 170-летию Белорусской
государственной сельскохозяйственной академии
(г. Горки, 2-4 декабря 2009 г.)

Ответственный за выпуск Д. А. Романьков

Подписано в печать 17.09.2010 г.
Формат 60x84 ¹/₁₆. Бумага для множительных аппаратов.
Печать ризографическая. Гарнитура «Таймс»
Усл. печ. л. 37,04. Уч. изд. л. 35,39.

Тираж 50 экз. Цена 48740 руб. Заказ

Отпечатано с оригинал макета в отделе издания учебно-методической литературы,
ризографии и художественно-оформительской деятельности БГСХА
213407, г. Горки, Могилевской обл. ул. Мичурина, 5