

Цель создание инновационной экономики коррелирует с другой целью: необходимостью повышения конкурентоспособности национальной экономики. Это означает строительство промышленности, основанной на знании, т.е. внедрение новых изделий, материалов и производственных технологий, управления и услуг на основе современных научных разработок. Процесс достижения этой цели весьма затратный. Поэтому решение данной проблемы требует разработки механизмов поддержки высокотехнологического предпринимательства, а также наличия координации между различными участниками инновационного процесса.

*Е.А. Праневич, магистрант
БГЭУ (Минск)*

РЫНОК АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: УСЛОВИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Под алкогольной продукцией понимается коньячный, плодовый и этиловый спирт, получаемый из пищевого сырья, а также алкогольные напитки: водка, ликеро-водочные изделия, вино, коньяк, шампанское и иные напитки, с объемной долей этилового спирта более 0,5 %. В Республике Беларусь развитие рынка алкогольной продукции контролируется государством. В соответствии с Законом «О государственном регулировании производства и оборота алкогольной, непивной спиртосодержащей продукции и непивного этилового спирта» государственное регулирование осуществляется путем: лицензирования деятельности, связанной с производством и оборотом алкогольной, непивной спиртосодержащей продукции и непивного этилового спирта; установления квот на производство этой продукции, требований к ее качеству и безопасности, проведения государственной гигиенической регистрации продукции и основного технологического оборудования, регулирования цен, установления акцизов, маркировки алкогольной продукции акцизными и другими марками, маркировки сопроводительных документов на ввоз и вывоз продукции, декларирования объемов произведенных, использованных, неиспользованных, реализованных и нереализованных, экспортированных и импортированных видов продукции, приведения государственного контроля за производством и оборотом продукции, закрепления за государством исключительного права на осуществление импорта алкогольной продукции. Алкогольная продукция является налогоемкой, размер налоговой нагрузки по ней составляет около 55 %. Производство алкогольной продукции в Республике Беларусь осуществляется в основном государственными предприятиями (см. таблицу).

Динамика структуры внутреннего рынка водки и ликеро-водочных изделий
по основным поставщикам за 2006—2009 гг.

ЛВЗ	Доля рынка, %				Изменение (+, -)
	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	
«Минск Кристалл»	27	29	36	39	+12
Климовичи	16	14	11	7	-9
Брест	14	15	19	21	+7
Гомель	10	10	9	9	-2
Витебск	9	9	8	6	-3
Другие	24	23	17	18	-6
Всего по Республике Беларусь	100	100	100	100	-

Как свидетельствуют данные, наибольшая доля рынка принадлежит РУП «Минск Кристалл». Рост доли рынка обусловлен целенаправленной работой по повышению качества произведенной продукции. С 2006 по 2010 г. в Республике Беларусь осуществлялась реализация программы по предупреждению и преодолению пьянства и алкоголизма. Данной программой предусмотрено сокращение производство плодовых вин, включая винные и плодово-ягодные напитки, сокращение объема производства крепких спиртных напитков с одновременным увеличением выпуска высококачественной продукции, изготовленной по специальной технологии, что способствовало снижению импорта алкогольной продукции и снижению объемов потребления и доведения в перспективе до допустимых. Объем розничного товарооборота по алкогольной продукции возрастает в основном из-за ценового фактора. Темп прироста в 2009 г. составил 5,5 %, в то время как розничный товарооборот вырос на 17 %. Дальнейшее развитие рынка алкогольной продукции возможно при еще большем повышении качества продукции (данный параметр в соответствии с результатами опроса потребителей является главным), улучшении внешнего оформления, придании белорусским торговым маркам статуса бренда, постоянной диверсификации производства, создании и реализации программы «Культура питания», активизации экспорта.

*И.В. Прыгун, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

О НЕОБХОДИМОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА В ТОРГОВЛЕ

Многоаспектная проблема осуществления инновационной деятельности в торговле обусловлена объективными требованиями роста эф-