

существенную взаимосвязь с объемами продаж мяса, мясных изделий и сыров. Таким образом, при прогнозировании состояния этих товарных позиций необходимо учитывать планируемые изменения денежных доходов населения.

3. Тесная взаимосвязь наблюдается между долей расходов на покупку продуктов питания в структуре бюджетов потребителей и приобретением хлебобулочных изделий. Чем меньшую долю занимают продукты питания в общих расходах, тем меньше приобретается хлебобулочных изделий, что также может быть связано с эффектом замещения. Среди выбранных групп товаров хлебобулочные изделия — единственная позиция, демонстрирующая такую особенность.

Отдельно необходимо рассмотреть степень корреляции между объемами производства отдельных продуктов питания организациями пищевой промышленности (в натуральном выражении) и их продаж на потребительском рынке. Эта величина может охарактеризовать степень учета производственными предприятиями складывающихся на рынке тенденций и их ориентации на внутренний потребительский рынок.

Тесная положительная взаимосвязь наблюдается для большинства позиций, в том числе и активно реализуемых на экспорт, например сахара, мяса и мясопродуктов. В то же время отрицательная корреляция выявлена для производства масла, как животного, так и растительного. Это обусловлено тем, что, несмотря на наблюдающееся в последние годы сокращение спроса на данные продукты на потребительском рынке (растительного масла — более чем на 10 % с 2005 г., животного — на 9 %), объемы производства продолжали наращиваться (растительного масла — на 22,6 %, масла коровьего — на 23 %, маргариновой продукции — на 31 %). Такая ситуация обусловлена ориентацией производств на экспорт, с одной стороны, и постепенным вытеснением с внутреннего рынка импортеров соответствующей продукции (например, рапсового масла) — с другой.

В целом сравнительный анализ основных тенденций, характерных для производства и реализации продовольственных товаров на отечественном потребительском рынке, позволяет выявить различия и оценить стратегическую привлекательность отдельных товарных позиций.

*А.Г. Ефименко, д-р экон. наук, доцент
МГУП (Могилев)*

РАЗВИТИЕ РЫНКА УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ

На современном этапе функционирование и формирование рынков должно отвечать важнейшим принципам суверенитета государства, а также способности интеграции экономики Республики Беларусь в миро-

вую хозяйственную систему. Товарные отраслевые рынки формирует продукция их отраслей, при этом составной частью и связующим звеном последних является транспорт.

Транспортные организации и подразделения, вне зависимости от их организационно-правовых форм, размера, ведомственной принадлежности, выступают субъектами предложения, представляя на рынке объект своей деятельности — транспортные услуги.

В управлении транспортным процессом на современном этапе логистическая концепция начинает широко применяться в Республике Беларусь в целях интеграции отдельных агентов процесса товародвижения в единую систему, способную быстро и эффективно доставить необходимый товар потребителю. Стратегия развития транспортной отрасли сформулирована в Программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года.

Логистика должна стать для Беларуси одним из приоритетных геоэкономических направлений. В зависимости от отраслевой принадлежности в Беларуси будут создаваться транспортно-логистические, оптово-логистические (торговые), многофункциональные логистические центры.

Транспортно-логистические центры предназначены для обработки транзитного грузопотока, разработки, организации и реализации рациональных схем движения товаров по территории Беларуси и других государств на основе организации единого технологического и информационного процесса.

Оптово-логистические (торговые) центры будут заниматься поставкой оптовых партий потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения отечественного и импортного производства потребителям или организациям розничной торговли.

Крупные производственно-торговые компании (фирмы) часто не содержат грузового транспортного парка. При этом наблюдается следующая тенденция: чем выше уровень развития компании, тем быстрее она начинает отдавать производственные функции сторонним организациям.

В стандарте менеджмента качества ISO 9001:2000 отмечено, что в случае, если организация решает передать сторонним организациям выполнение какого-либо процесса, влияющего на соответствие продукции требованиям, она должна обеспечить со своей стороны управление таким процессом. Оптимальное соотношение использования собственного грузового автотранспорта и услуг внешних транспортных операторов (аутсорсинг) составляет примерно 50 на 50. Применение транспортного аутсорсинга включает передачу внешней компании при перевозках грузов, таможенное оформление, складирование, доставку door-to-door.

На развитие рынка логистического аутсорсинга влияют следующие факторы:

- глобализация снабженческих и сбытовых сетей и торговли;
- управление цепочками поставок (логистическими цепочками);
- давление потребителей;
- применение аутсорсинга как средство для планирования, реализации и управления бизнес-моделью организации (фирмы).

Основными предпосылками передачи транспортных процессов на аутсорсинг являются экономические, определяемые спецификой бизнеса, что особенно характерно для небольших фирм, осуществляющих разовые масштабные перевозки.

Важным фактором является также учет технологических особенностей грузоперевозок при выполнении сложных, комбинированных (мультимодальных) перевозок с использованием различных видов транспорта и координацией всех звеньев транспортировки.

*А.Н. Зоткина, ассистент
БГЭУ (Минск)*

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА НАПОЛЬНЫХ ПОКРЫТИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Основными видами напольных покрытий, пользующихся спросом на белорусском рынке, признаны линолеум, ламинат, паркетная доска, ковролин, керамическое покрытие. Важным фактором развития данного рынка является изменение предпочтений рядовых потребителей, которые все более охотно меняют ковровые покрытия, линолеумы и другие традиционные напольные материалы на доступный по цене ламинат.

Сбытовая ниша ламинированных напольных покрытий остается вне поля зрения белорусских инвесторов, хотя, в принципе, речь идет о не самом сложном строительном изделии.

Согласно прогнозам, к середине будущего десятилетия популярность ламината (что сейчас, к примеру, происходит с линолеумом) постепенно начнет падать. Возможно, этому послужит смещение предпочтений населения в сторону более качественной и экологически чистой продукции (деревянного настила, натуральных ковровых покрытий) или появление принципиально нового синтетического напольного покрытия. Поэтому у Беларуси есть в распоряжении не более трех–четырёх лет для того, чтобы создать собственное производство ламинированных полов. Иначе выход на рынок — в условиях падения спроса и нарастания конкуренции — вряд ли будет целесообразным.

На данный момент в Беларуси среди напольных покрытий производятся паркет и паркетная доска, керамическая плитка, линолеум.