

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОДОХРАНИЛИЩ

Подлежат дальнейшему совершенствованию подходы к определению оптимально допустимых уловов для естественных водоемов и водотоков и особенно для водохранилищ, водоемов комплексного назначения.

Естественные озера, водотоки и пойменные водоемы охраняются не только от хищнического лова рыбы, но и от незаконного зарыбления. Сформировавшиеся в них ихтиоценозы уникальны, они требуют бережного отношения. Подходы к небольшим водохранилищам, построенным на мелиорированных территориях, как водоемы комплексного назначения, требуют особого внимания. Получение товарной продукции в виде живой рыбы в водоемах комплексного использования в Республике Беларусь крайне ограничено.

При передаче водоемов в хозяйственное пользование следует учитывать, что это искусственные водоемы. Поэтому установление для пользователей ограничений в виде оптимально допустимых уловов нецелесообразно. Желательно передавать водоемы комплексного назначения на длительный период хозяйственного пользования организациям, которые имеют возможность разработать эффективную программу получения товарной продукции, создать максимально управляемые водные экосистемы, не нарушающие экологического баланса окружающей среды. Получение и сбыт рыбной продукции будут осуществляться с учетом потребностей сельского хозяйства. Возможны значительные колебания уровня, которые с успехом сочетаются с мелиоративными рыбохозяйственными работами. Вылов рыбы данными пользователями из искусственно созданных водоемов комплексного назначения не следует ограничивать требованиями, предъявляемыми к естественным озерам и водотокам. При рациональном природопользовании из водохранилищ и других водоемов антропогенного происхождения возможно получение высококачественной рыбной продукции в количествах, значительно превышающих продуктивность естественных водоемов.

Увеличение рыбопродуктивности водоемов возможно путем повышения первичной продукции при сохранении естественных трофических цепей и ее рационального перераспределения. Необходима также оптимизация вылова рыбы за счет отлова конкретных размерных групп, возможна акклиматизация беспозвоночных для изменения кормовых условий в водоеме или рыб с целью оптимального использования кормовой базы водоема. При этом изменения структуры и функционирования экосистем происходит в результате приложения определенных усилий и затрат, в том числе энергетических и материальных. Поэтому для получения желаемого практически значимого результата необходимо выразить количественно эти затраты и оценить их экономическую эффективность.

В качестве примера можно рассмотреть организацию хозяйственной деятельности на отдельно взятом водохранилище Кривичи 1 Пинского района, где рекомендуется проводить выращивание рыбы без кормления искусственными кормами в целях сохранения чистоты водной среды. Перед зарыблением целесообразно провести мелиоративный облов водоема для изъятия максимально возможного количества сорной и тугорослой рыбы, что обеспечит сохранение кормовых ресурсов для зарыбляемых видов.

Можно рекомендовать посадку годовиков форели штучной массой около 50 г на выращивание в водоем площадью 47 га, средней глубиной 2,5 м, максимальной глубиной 12 м, пригодный по гидрохимическим показателям к нагулу в нем радужной форели. Технология непрерывного выращивания позволяет зарыбление добавочными видами рыб в целях более полного использования трофического потенциала водоема.

Особое внимание следует уделить контролю за качеством водной среды в акватории подачи вод из мелиоративных каналов. Полная окупаемость проекта составляет два года. На третьем году сохраняется финансирование работ для создания возможности к переходу на самофинансирование проекта.

Секция 9

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

*И.Л. Акулч, д-р экон. наук, профессор
И. Васильев, аспирант
БГЭУ (Минск)*

МАРКЕТИНГ И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ

С момента появления концепция маркетинга постоянно уточняется и развивается. В связи с этим существует несколько различных ее толкований. Во-первых, маркетинг принято рассматривать как составную часть общей системы управления предприятием, призванную направлять всю его деятельность на удовлетворение нужд и потребностей покупателей и потребителей; во-вторых, маркетинг толкуется как средство обеспечения преимуществ в удовлетворении конкретных запросов покупателей и потребителей по сравнению с тем, как эти запросы удовлетворяются конкурентами; в-третьих, маркетинг рассматривается как метод принятия наилучших управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности.