

Для этого в организационном плане должное внимание необходимо уделить созданию крупной организационной формы – картофелепродуктовой компании, функции которой будут состоять в интеграции внешнеторговой деятельности (размещение заказов на поставку и производство товарного картофеля по целевому назначению). Маркетинговые исследования, проводимые этой компанией позволят определить уровень конкурентоспособности каждого вида картофельной продукции на рынке товаров и вести отслеживание ценового механизма, связанного с производством и поставкой на рынок продукции, его рекламой, используя новейшие информационные средства.

Одним из основных направлений в повышении экспорта картофеля должна стать ориентация на рынки стран-участников СНГ, где уровень самообеспечения картофелем собственного производства остается низким. В дальнейшем это предоставит возможность сельскохозяйственным товаропроизводителям расширить торговые связи с государствами дальнего зарубежья. Активизации этого процесса будет способствовать организация мониторинга зарубежных региональных рынков картофеля различного целевого назначения.

Современный отечественный и зарубежный опыт свидетельствует о приоритетном направлении модернизации экономических отношений по производству и реализации товарного картофеля, что позволит сельскохозяйственным предприятиям выйти на новый качественный уровень, при котором расширятся возможности для увеличения экспортной составляющей и как следствие эффективность отрасли в целом.

*Киркевич М.С., магистр экон. наук
УО «Полесский государственный университет» (г. Пинск)*

СОСТОЯНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Социально-экономическое положение Республики Беларусь в 2009 году характеризовалось замедлением темпов роста основных макроэкономических показателей, что обусловлено негативным влиянием мирового финансового кризиса.

По результатам оценки объем валового внутреннего продукта (ВВП) в 2005 году составил 65,1 трлн. рублей, в 2008 году – 129,8 трлн. рублей, в 2009 году – 136,8 трлн. рублей, или в сопоставимых ценах 109,4 % к уровню 2004 года, 110,2 % – к уровню 2007 года и 100,2 % – к уровню 2008 года. Например: реальный ВВП в России за 2009 год к предыдущему году составил 92,1 %, Казахстане – 101 %, Украине – 84,1 % [1, с.45].

ВВП на душу населения в 2005 году составил 6,7 млн. рублей, в 2008 году – 13,4 млн. рублей, в 2009 году – 14,2 млн. рублей [2, с.38].

Таким образом, величина ВВП в текущих ценах в 2009 году по сравнению с 2005 годом увеличилась на 71,7 трлн. рублей (или в 2,1 раза).

Проанализируем отраслевую структуру ВВП Республики Беларусь в динамике за 2005 – 2009 гг. [1, с.109]. Так, в 2005 году в структуре ВВП промышленность занимает 28,4 %, сельское хозяйство – 7,9 %, строительство – 6,9 %, транспорт и связь – 9,5 %, торговля и общественное питание – 9,4 %, прочие отрасли – 23,9 %, чистые налоги на продукты – 14,0 %; в 2008 году в структуре ВВП промышленность занимает 28,0 %, сельское хозяйство – 7,9 %, строительство – 9,3 %, транспорт и связь – 8,7

%, торговля и общественное питание – 10,7 %, прочие отрасли – 20,9 %, чистые налоги на продукты – 14,5 %; в 2009 году в структуре ВВП промышленность занимает 25,3 %, сельское хозяйство – 7,8 %, строительство – 10,7 %, транспорт и связь – 8,9 %, торговля и общественное питание – 10,7 %, прочие отрасли – 22,5 %, чистые налоги на продукты – 14,1 %. За анализируемый период в 2009 году по сравнению с 2005 годом в структуре ВВП Республики Беларусь наблюдается некоторые структурные сдвиги: сокращение промышленности на 3,1 п.п., транспорта и связи – на 0,6 п.п., прочих отраслей – на 1,4 п.п., увеличение строительства на 3,8 п.п., торговли и общественного питания – на 1,3 п.п.

Предприятиями республики в 2009 году произведено промышленной продукции в сопоставимых ценах на 123,2 трлн. руб. или 97,2 % к уровню 2008 года, или 197,7 % к уровню 2005 года [1, с. 45]. Данные о темпах роста продукции промышленности по отраслям в 2009 году по сравнению с 2008 годом следующие: электроэнергетика – 88,4 %, топливная промышленность – 107,4 %, черная металлургия – 94,5 %, химическая и нефтехимическая промышленность – 134,7 %, машиностроение и металлообработка – 74,3 %, лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность – 79,8 %, промышленность строительных материалов – 96,6 %, легкая промышленность – 90,8 % и пищевая – 102,4 % [1, с. 69-70]. И хотя удалось избежать значительного спада объемов производства, в 2009 году, впервые за последние годы отмечалось сокращение выпуска продукции (97,2 %).

На основании приведенных выше данных отметим, что положительная динамика производства продукции сложилась в химической и нефтехимической промышленности (134,7 % к уровню 2008 года), топливной (107,4 %) и пищевой (102,4 %).

В наибольшей степени мировой финансовый кризис затронул предприятия машиностроения и металлообработки (74,3 % к уровню 2008 года), которые производят пятую часть общего объема промышленной продукции республики.

Низкие темпы производства продукции по итогам 2009 года отмечались также на предприятиях лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности (79,8 %), электроэнергетики (88,4 %), легкой промышленности (90,8 %), черной металлургии (94,5 %), промышленности строительных материалов (96,6 %).

Среди областей и г. Минска рост объемов производства отмечался в Витебской (103,7 %) и Гродненской (100,9 %) областях, а сокращение – в Брестской (93,1 %), Гомельской (99,5 %), Минской (76,8 %), Могилевской (90,5 %) и в г. Минске (78,5 %) [1, с. 70].

В структуре производства продукции за 2005 – 2009 годы как по отраслям, так и по областям сложилась некоторые изменения, которые повлияли на финансовые показатели деятельности организаций Республики Беларусь. Остановимся подробнее на основных финансовых результатах деятельности организаций Республики Беларусь за 2005 – 2009 гг.

1. Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг белорусских организаций в 2005 году составила 119 806 млрд. руб., в 2006 году – 153 063 млрд. руб., в 2007 году – 203 741 млрд. руб., в 2008 году – 271 546 млрд. руб., в 2009 году – 284 507 млрд. руб.

2. Себестоимость реализованной продукции, работ, услуг в 2005 году составила 73 290 млрд. руб., в 2006 году – 91 137 млрд. руб., в 2007 году – 119 000 млрд. руб., в 2008 году – 154 594 млрд. руб., в 2009 году – 167 932 млрд. руб.

3. Прибыль от реализации товаров, продукции, работ, услуг в 2005 году составила 9 923 млрд. руб., в 2006 году – 12 351 млрд. руб., в 2007 году – 13 952 млрд. руб., в 2008 году – 21 634 млрд. руб., в 2009 году – 17 253 млрд. руб.

4. Чистая прибыль организаций Республики Беларусь в 2005 году составила 6 400 млрд. руб., в 2006 году – 7 931 млрд. руб., в 2007 году – 9 010 млрд. руб., в 2008 году – 15 254 млрд. руб., в 2009 году – 11 234 млрд. руб. [1, с.106].

2009 год оказался не самым удачным для стабилизации финансового состояния субъектов хозяйствования. Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг организаций в 2009 году в текущих ценах составила 284,5 трлн. руб., или на 4,8 % больше, чем за 2008 год или на 137,5 % больше, чем за 2005 год. Себестоимость реализованной продукции, в 2009 году составила 167,9 трлн. руб., или на 8,6 % больше, чем за 2008 год, или на 129,1 % больше, чем за 2005 год.

Основным условием получения прибыли организациями является превышение темпов роста выручки от реализации над темпами роста себестоимости продукции, работ, услуг, что наблюдается за рассматриваемый период с 2005 года по 2009 год. Однако при оценке более узкого временного периода, т.е. в 2009 году по сравнению с 2008 годом себестоимость реализованной продукции растет быстрее, чем выручка от реализации продукции, что является следствием мирового финансового кризиса.

В результате прибыль от реализации товаров, продукции, работ, услуг за 2009 год составила 17,3 трлн. руб., что на 20,3 % меньше, чем за 2008 год или на 73,9 % больше, чем за 2005 год.

Следствием роста себестоимости реализованной продукции, работ, услуг и уменьшения прибыли от реализации стало снижение рентабельности реализованной продукции, работ, услуг с 13,5 % за 2005 год до 10,3 % за 2009 год или на 3,2 п.п. за рассматриваемый период [1, с.109].

Приведем данные об изменении уровня рентабельности реализованной продукции, работ, услуг по отдельным отраслям экономики в динамике за 2005 – 2009 годы:

- промышленность (снижение рентабельности реализованной продукции, работ, услуг с 15,4 % в 2005 год до 9,9 % в 2009 год или на 5,5 п.п.);
- транспорт (увеличение рентабельности реализованной продукции, работ, услуг с 16,3 % в 2005 год до 18,9 % в 2009 год или на 3,6 п.п.);
- связь (снижение рентабельности реализованной продукции, работ, услуг с 37,7 % в 2005 год до 32,3 % в 2009 год или на 5,4 п.п.);
- строительство (незначительное увеличение рентабельности реализованной продукции, работ, услуг с 10,6 % в 2005 год до 10,8 % в 2009 год или на 0,2 п.п.);
- торговля и общественное питание (увеличение рентабельности реализованной продукции, работ, услуг с 11,3 % в 2005 год до 17,7 % в 2009 год или на 6,4 п.п.);
- жилищно-коммунальное хозяйство (снижение рентабельности реализованной продукции, работ, услуг с 2,4 % в 2005 год до 2,0 % в 2009 год или на 0,4 п.п.).

По итогам 2009 года выше, чем в среднем по республике уровень рентабельности реализованной продукции, работ, услуг имели организации Минской области (14,6 %), г. Минска (13,0 %), Гомельской области (10,8 %), ниже – организации Витебской (5,4 %), Могилевской (6,1 %), Гродненской (7,9 %) и Брестской (9,0 %) областей. Однако, у предприятий Брестской области в 2009 году по сравнению с 2008 годом рентабельность реализованной продукции сократилась на 0,2 п.п., что гораздо ниже изменений данного показателя среди других областей (от 1,2 п.п. – у г. Минска до 16,4 п.п. – у Минской области).

Список использованных источников:

1. Зиновский, В. Социально-экономическое развитие Республики Беларусь в 2009 году / В.Зиновский // Статистика Беларуси. — 2010. — № 1. — С. 45 — 122.
2. Беларусь в цифрах: статистический справочник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; редкол.: В.И.Зиновский [и др.]. — Минск, 2010. — 95 с.

*Н.М. Ковалевич, ассистент,
УО «БГЭУ», (г.Минск)*

ФОРМИРОВАНИЕ КИТАЕМ АФРИКАНСКОГО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЕКТОРА СОТРУДНИЧЕСТВА

Генеральная цель внешнеэкономической стратегии Республики Беларусь заключается в эффективном встраивании национальной экономики в мировое хозяйство и процессы глобализации, обеспечивающем максимальное использование возникающих в связи с этим преимуществ и минимизацию неизбежных при этом рисков в интересах успешного социально-экономического развития нашей страны.

Географическая и товарная диверсификация экспортно-импортных потоков, поиск новых форм сотрудничества в различных сферах определяются как важнейшие приоритеты внешнеэкономической политики Беларуси в ближайшие годы. В 2010 году РБ имела различные экономические интересы в более 150 странах мира. Прочные связи продолжали развиваться с постоянными партнерами — странами СНГ, Балтии, Центральной и Восточной Европы, Западной Европы. Однако кризисные годы показали необходимость развития многовекторной внешнеэкономической стратегии. Поэтому все большее значение приобретает освоение отечественным бизнесом ранее упущенных из поля зрения стран азиатского, латиноамериканского и особенно африканского регионов. Решая задачи по укреплению международного авторитета страны, дальнейшей активизации торгово-экономических связей Беларуси, в качестве одного из приоритетов рассматривается развитие отношений со странами африканского региона. В 2010 году наше присутствие в данной части мира увеличилось за счет 16 стран. В значительной степени взаимный интерес к расширению двусторонних связей между Республикой Беларусь и странами Африки определяется уже созданной в советские времена базой отношений и позитивным опытом сотрудничества с этими странами. С другой стороны, рынки государств Африки привлекательны для нас ввиду сохраняющейся на них конкурентоспособности белорусской продукции, а также имеющихся перспектив наращивания белорусского экспорта. Многие африканские страны являются источником ряда товаров критического импорта, без которых невозможно нормальное функционирование промышленных предприятий и реализация потребительского спроса (свежие овощи и фрукты, орехи, какао-бобы).

Интересен для изучения и необходим для практического использования опыт зарубежных стран, которые уже выработали и апробировали определенные стратегии продвижения и закрепления на рынках африканских стран. И, прежде всего, это касается Китая, где в 2000 г. правительством страны был провозглашен переход к активной внешнеэкономической стратегии, главное содержание которой определяется