последующим продвижением на рынки стран СНГ, ориентируясь в первую очередь на внутренний рынок России.

Наиболее благоприятными факторами являются традиционная высокая конкурентоспособность мясомолочной продукции Республики Беларусь, создание единого таможенного союза с Россией и Казахстаном, предстоящий переход к единому экономическому пространству.

Для решения проблемы освоения производства и организации экспорта ФПП необходимо использовать имеющийся мировой опыт, создавать субъекты хозяйствования, построенные по принципу финансово-промышленных групп, создавать совместные предприятия, проводить работу по выходу на крупные товаропроводящие сети в РФ и странах СНГ.

*Тихоновецкая Ю.А., ассистент
УО «БГЭУ», (г. Минск)*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВИНОГРАДНЫХ ВИН В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Изменение экономических условий, как внутренней так и внешней среды, обусловленных переходом Республики Беларусь от командно-административной к социально-ориентированной рыночной экономике, предполагает использование новых форм и методов хозяйствования, основанных на применении новейших технологий в сфере производства товаров и доведения их до потребителей. Реализация предлагаемых направлений развития рынка виноградных вин должна содействовать, прежде всего, обеспечению важнейших приоритетов социально-экономического развития страны, повышению эффективности деятельности предприятий, осуществляющих производство виноградных вин и конкурентоспособности выпускаемой продукции, как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Государственную политику в области производства и оборота алкогольной продукции в целом и виноградных вин в частности, определяют Декреты и Указы Президента Республики Беларусь, законы и иные нормативные акты, утверждаемые Правительством Республики Беларусь, соответствующими министерствами и ведомствами. Усиление государственного контроля в сфере производства и оборота алкогольной продукции способствовало стабилизации рынка, увеличению поступлений в государственный бюджет средств от взимания налогов и неналоговых платежей, снижению доли фальсифицированного алкоголя. Однако наряду с положительными явлениями по-прежнему остаются проблемы и задачи, требующие скорейшего разрешения. Это, прежде всего, нерациональная структура производства и потребления алкогольной продукции, низкая культура населения в области потребления алкоголя, невысокая внешнеторговая активность отечественных производителей винодельческой продукции.

Виноградное вино относится к группе алкогольных напитков, оказывающих специфическое воздействие на организм человека и способное вызвать алкогольную зависимость. Однако в сравнении с крепким алкоголем и низкосортными плодовыми винами, токсичность данного напитка и возникающие негативные явления, связанные с его потреблением, значительно ниже. В связи с этим, Программой развития организаций Республики Беларусь, осуществляющих производство и экспорт алкогольной

продукции на 2005-2010 годы, предусмотрено наращивание производства вин виноградных из импортируемых виноматериалов. Данные меры нацелены на сокращение потребления населением низкосортных плодовых вин и крепких напитков наряду с увеличением доли виноградных вин.

Поощрение винодельческой отрасли на уровне государства, безусловно, имеет большое значение в том числе и в ключе сохранения здоровья нации, поскольку появление качественного вина массового ценового сегмента способно уменьшить преимущественное потребление населением крепкого алкоголя и низкосортных плодовых вин.

Основные положения Программы в сфере вторичного виноделия предусматривают увеличение производственной мощности до 7,1 млн. дал, объем выпуска данной продукции к 2010 году запланирован в размере 6,8 млн. дал.[1]. В соответствии с данными Национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2008 году коэффициент использования производственных мощностей предприятий, специализирующихся на разливе виноградного вина, составил 54,2 %, что соответствует объему производства в размере 3870 тыс. дал. Этот факт свидетельствует о существовании значительного резерва для наращивания выпуска виноградного вина в Республике Беларусь. Вместе с тем, реализация данного направления государственной политики сопряжено с целым рядом трудностей, включая высокий уровень запасов продукции отечественного производства на складах предприятий и торговых организаций, недоверием потребителей к виноградному вину местного разлива. Сложившаяся ситуация требует выработки комплекса мер, направленных на стимулирование реализации и потребления данной продукции посредством формирования рациональной структуры потребления алкоголя в целом.

Основные условия формирования и дальнейшего развития отечественного рынка виноградных вин можно представить в виде трех блоков. Первый блок учитывает внешние условия, второй и третий блоки характеризуют внутренние факторы развития, в частности, второй блок отражает общие условия, присущие развитию экономики республики в целом, а третий блок определяет особенные условия, характерные для рынка виноградных вин.

В качестве основных внешних факторов, оказывающих прямое либо косвенное влияние на рынок виноградного вина в Республике Беларусь, можно выделить, во-первых, динамику производства виноградного вина в мире; во-вторых, динамику его мирового потребления; в-третьих, изменение цен на различные виды виноградного вина и виноматериалы; в-четвертых, основные направления регулирования рынка виноградного вина странами-производителями.

Производство виноградного вина в мире находится в зависимости от природных факторов и факторов, опосредованных деятельностью человека. В последнее время основной тенденцией мирового производства виноградного вина является его рост в таких странах, как ЮАР, США, Чили, Аргентина, Уругвай, Австралия, и снижение в традиционных странах-производителях на европейском континенте. Страны Нового Света завоевывают новые географически удаленные рынки и постепенно приобретают лидирующие позиции благодаря оптимальному соотношению цена-качество. Необходимо отметить, что сырьем для производства виноградного вина в Республике Беларусь являются импортируемые виноматериалы. Основным поставщиком по-прежнему является Молдова, но вместе с тем, отечественные предприятия, выпускающие виноградное вино, сотрудничают и с поставщиками из других стран, что способствует расширению ассортимента данной продукции.

Следующим фактором является динамика мирового потребления виноградного вина. Особенность мирового потребления вина состоит в том, что в традиционных странах-производителях потребление данного напитка планомерно снижается. Вместе с тем, в странах, не специализирующихся на производстве виноградного вина, его потребление увеличивается. Под влиянием усиливающейся конкуренции со странами Нового света, во многих европейских странах назрел кризис перепроизводства, выразившейся в превышении объемов производства над объемами потребления. В сложившихся условиях европейские страны-производители заинтересованы в поставках вина и виноматериалов на растущие рынки развивающихся стран [2, с.495].

Цены на виноградное вино находятся в зависимости, как от мировой конъюнктуры рынка данной продукции, так и от урожайности и качественных характеристик винограда, складывающихся под воздействием климатических условий.

И, наконец, одним из внешних факторов, оказывающих косвенное влияние на рынок виноградного вина в Республике Беларусь, является регулирование внутреннего рынка странами-производителями. Данное регулирование выражается в мерах, предпринимаемых в целях защиты внутреннего рынка от перепроизводства, выражающееся в контроле над площадями виноградников и урожайностью, стимулировании производства более качественного и более дорогого вина.

Второй блок включает общие внутренние факторы, оказывающие влияние на развитие экономики республики в целом и рынок виноградного вина в частности. Так, совокупный объем спроса на вино в республике зависит как от численности взрослого населения, так и от уровня потребительских цен, включая цены на виноградное вино, а также на товары-субституты.

Третий блок представлен внутренними факторами, оказывающими непосредственное воздействие на рынок виноградного вина в Республике Беларусь. К числу таких факторов нами отнесены политика государства в области регулирования рынка алкогольной продукции, в том числе декларирование объемов импорта виноградного вина и его внутреннего производства, поддержка отечественных производителей виноградного вина на уровне государства, налоговая политика. Также необходимо отметить, что значительное влияние на объем потребления различных видов алкогольных напитков, в том числе виноградного вина, оказывают влияние исторически сложившиеся предпочтения населения. В данном случае речь идет о так называемом «северном» стереотипе потребления алкогольной продукции с преобладанием крепкого алкоголя. Поскольку спрос на виноградное вино эластичен по цене, большое влияние на его динамику оказывает налоговая политика государства, в частности, установление ставок акциза на виноградное вино.

Формирование и развитие рынка виноградного вина в Республике Беларусь сопряжено с рядом проблем, среди которых необходимо выделить неблагоприятную демографическую ситуацию в стране; относительно низкий уровень денежных доходов населения; законодательные ограничения в области рекламы и продвижения виноградного вина. Для преодоления вышеназванных проблем необходимо время и реализация государством социальной и экономической политики, направленной на повышение жизненного уровня населения страны, а также совершенствование законодательной базы в области акцизной политики и политики продвижения данной продукции на рынке. Существует также ряд проблем, решение которых возможно осуществить силами и средствами непосредственных производителей. К числу таких про-

блем можно отнести низкую степень использования производителями возможностей маркетинга и логистики, предпочтение большей частью населения вина производства стран ближнего зарубежья, а также низкую осведомленность населения республики о виноградном вине в целом.

Таким образом, учитывая существующие трудности, а также тенденции и возможные перспективы, определим стратегические направления развития рынка виноградного вина в Республике Беларусь на среднесрочную и долгосрочную перспективу.

Основной целью, предусмотренной данной стратегией, является удовлетворение спроса населения на виноградное вино преимущественно за счет продукции собственного производства. Реализация данной цели основывается, во-первых, на производстве конкурентоспособной продукции посредством использования инновационных технологий с сохранением занятости в отрасли и обеспечением роста налоговых поступлений в бюджет, а во-вторых, на создании оптимальной структуры товарного предложения для наиболее полного удовлетворения спроса населения республики в данной продукции.

Основными задачами, которые необходимо решить для достижения поставленной цели, являются:

1. Внедрение и использование предприятиями, осуществляющими производство виноградного вина, современных технологий, позволяющих производить качественную конкурентоспособную продукцию;

2. Формирование сбалансированной системы, обеспечивающей, с одной стороны, рентабельное производство виноградного вина, а с другой, его реализацию, в целях наибольшего удовлетворения спроса населения;

3. Создание и развитие инфраструктуры рынка виноградного вина;

4. Совершенствование структуры потребления алкогольной продукции населением республики, выражающееся в снижении доли крепкого алкоголя и увеличением доли виноградного вина.

Решению поставленных задач должно способствовать выполнение комплекса мероприятий, который включает в себя следующие основные элементы:

1. Использование современных технологий, позволяющих осуществлять разлив виноградного вина из импортируемых виноматериалов с сохранением высоких органолептических показателей, присущих определенному виду вина, а также биологически и физиологически ценных химических элементов и их соединений. Необходимо отметить, что состояние производственной базы предприятий винодельческой отрасли во многом определяет качество производимой продукции.

2. Качество конечного продукта, в данном случае виноградного вина, определяется как совершенством технологического оборудования и мастерством виноделов, так и качеством исходного сырья. Ввиду этого, особое значение приобретает поиск таких источников закупки виноматериалов, которые могут обеспечить высокое качество и экономическую эффективность производства виноградного вина в республике. В целях реализации данного направления целесообразно ориентироваться на поставщиков виноматериала из европейских стран, в которых существует перепроизводство виноградного вина. Территориальная близость позволит осуществить доставку виноматериала с сохранением его высоких качественных показателей.

3. Разработка и использование прогнозов развития рынка виноградного вина на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу. При этом наиболее важным является

прогнозирование спроса населения на данную продукцию, поскольку оно необходимо для разработки экономической политики предприятия и принятия научно обоснованных решений в области производства и сбыта продукции на потребительском рынке.

4. Несмотря на то, что рынок виноградного вина в Беларуси формируется преимущественно за счет продукции собственного производства, используемое сырье, которым является виноматериал, в полном объеме импортируется в республику. Отечественные предприятия осуществляют лишь его разлив в потребительскую тару. Таким образом, виноградное вино является по своей сути продуктом импорта. Ввиду неполной загрузки производственных мощностей предприятий, осуществляющих разлив вина, им целесообразно использовать свободные производственные мощности для выпуска слабоалкогольной продукции из собственного сырья. В частности, национальных винных напитков, вырабатываемых из произрастающих в Беларуси плодов и ягод и содержащих этиловый спирт исключительно эндогенного происхождения. Данное направление будет способствовать не только загрузке имеющихся производственных мощностей и созданию ориентированных на экспорт напитков, но также развитию фермерских хозяйств, занимающихся выращиваем необходимого сырья.

5. Совершенствование системы контроля качества и безопасности производимой продукции на основе внедрения системы менеджмента качества на основе международных стандартов ISO серии 9000.

6. Стимулирование энерго- и ресурсосбережения в производстве. Ценовая конкурентоспособность предприятий винодельческой отрасли может быть увеличена за счет уменьшения потребления энергоресурсов и снижения затрат на производство. Проведение энергетического обследования производства позволит выявить пути снижения его энергоемкости и тем самым повысить эффективность производства. Важнейшим направлением реализации данной задачи является использование на предприятиях отрасли энергосберегающего оборудования.

7. Формирование рынка виноградных вин на основе всестороннего и комплексного изучения потребительского спроса. Проведенное в рамках данной работы маркетинговое исследование показало, что подавляющее большинство респондентов предпочитает виноградное вино импортного производства, включая страны дальнего и ближнего зарубежья. Отечественные предприятия способны удовлетворить спрос населения количественно, но не качественно. Ассортимент реализуемой продукции не в полной мере соответствует потребительским предпочтениям, о чем свидетельствуют высокий уровень запасов виноградного вина в организациях торговли и на складах производителей. Ощущается недостаток качественной и недорогой продукции импортного производства. Существует необходимость расширения внутреннего рынка за счет импортной продукции с учетом соблюдения баланса интересов производителей и потребителей.

8. Содействие изменению стандартов потребления в пользу виноградных вин посредством проведения рекламно-пропагандистских компаний здорового образа жизни и умеренного потребления алкогольных напитков. Поддержка предприятий винодельческой отрасли в реализации перечисленных направлений во многом может способствовать созданию предпосылок для привлечения инвестиций, развитию кооперационных связей.

9. Развитие информационно-коммуникационных технологий на рынке виноградного вина посредством создания информационно-аналитической системы (базы данных)

предприятий отрасли). Это позволит проводить оперативный мониторинг результатов деятельности предприятий, осуществлять сбор необходимых аналитических материалов. Целью реализации данного направления является повышение эффективности системы регулирования деятельности предприятий отрасли, формирование единого информационного пространства маркетинговых данных о конъюнктуре потребительского рынка в конкретный период времени.

10. Использование предприятиями, осуществляющими производство виноградного вина, возможностей маркетинга на всех этапах производственно-хозяйственной деятельности.

Достижению предложенных ориентиров развития рынка виноградного вина в Республике Беларусь во многом будет способствовать наличие эффективного механизма реализации основных направлений развития, предусматривающих комплекс мер правового, экономического и организационного характера, обеспечивающего баланс интересов, скоординированные действия всех участников рынка

Список использованных источников

1. Программа развития организаций Республики Беларусь, осуществляющих производство и экспорт алкогольной продукции на 2005-2010 гг. Утв. Пост. Совмина Респ. Беларусь 09.09.2005 г. №100 // Консультант плюс: Беларусь, Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. - Минск, 2008.
2. Тихоновецкая Ю.А. Тенденции развития рынка виноградных вин в зарубежных странах-производителях // Молодежь в науке – 2009: прил. к журн. «Весті Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі». В 5 ч. Ч 2. Серия гуманитарных наук / редкол.: А.А. Коваленя (гл.ред.), В.В. Гниломедов [и др.]. – Минск: Беларус. навука, 2010.- 540 с.

*Ю.М. Трушин, канд. экон. наук, доцент
В.Г.Гаркавая, ассистент, УО «БГЭУ», (г. Минск)*

ОЦЕНКА РЕГУЛИРУЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ (ОРВ)

Правительства большинства стран признают необходимость регулирования для более эффективного функционирования рынка. Однако до относительно недавнего времени недостаточно внимания уделялось изучению того, насколько успешно регулирование способно выполнять данную функцию. Регулирование должно выполнять поставленные для него цели, при этом обеспечивая минимальный уровень затрат, как административных, так и затрат для экономики в целом. Регулирование экономической, социальной и экологической областей могут оказывать влияние друг на друга, поэтому зависимость между ними должна быть принята во внимание при внесении изменений в одну из них. Иногда изменения в регулировании могут привести к экономическим, социальным, а также экологическим выгодам. Чаще всего происходит так, что выгоды в одной сфере приводят к издержкам в другой. Поэтому чрезвычайно необходима систематическая оценка позитивных и негативных эффектов на экономическую, социальную среду, а также экологию, любых изменений в существующей системе регулирования.

Оценка регулирующего воздействия или анализ регуляторного воздействия (влияния) представляет собой «... процесс определения проблем и целей регулирова-