

Существенным недостатком увеличения объемов продаж продукции РУПТП «Оршанский льнокомбинат» через существующую сеть розничной торговли по республике в целом является то, что для менеджеров и специалистов магазинов не имеет значения, у кого закупать товар. Они не мотивированы активизировать свою работу по продвижению как изделий непосредственно РУПТП «Оршанский льнокомбинат», так и изделий швейных предприятий, изготовленных из тканей производимых льнокомбинатом, и в целом отечественных производителей. Следовательно, как только происходит наплыв аналогичных товаров производителей из других стран, то естественным образом уменьшается объем продаж изделий белорусских производителей. Отсутствие или недостаточная деятельность координирующего органа, занимающегося управлением товарными потоками, не позволяло ранее и не позволяет это делать сейчас достаточно оперативно. Во многом конкурентоспособность отечественных производителей определяется не только качеством и себестоимостью продукции, но и лоббированием корпоративных интересов отечественных производителей координирующим органом государственного управления. Действенной мерой поддержки льнокомбината в данных условиях может являться как введение квот, так и госзаказ на определенные виды продукции из льняных тканей для организаций и учреждений Министерства обороны, внутренних дел, здравоохранения, госрезерва, перерабатывающих отраслей (швейные предприятия и т.д.) на продукцию РУПТП «Оршанский льнокомбинат», что создаст условия для максимального присутствия продукции предприятия в самых различных сферах потребления государственной инфраструктуры в Республике Беларусь. Отдельно необходимо отметить, что объемы продаж льняной готовой одежды на рынке Республики Беларусь (производства швейных предприятий Беларуси) минимальны, в основном в частной торговле реализуется готовая одежда, производимая в Турции, Литве, Польше, Украине, России и Китае.

Для максимального охвата всех целевых сегментов региональных рынков льняного текстиля, увеличения объемов продаж и развитию экспортного ассортиментного набора продукции, на РУПТП «Оршанский льнокомбинат» необходимо развивать экспортно-ориентированные стратегии международного маркетинга.

Литература

1. Кременевская, Е.А. Интеграционные формирования в льноперерабатывающей отрасли // Межд. Научн.-практич. конференция «Уроки аграрных реформ и перспективы развития экономики сельского хозяйства». Материалы конференции в 2-х частях. Часть 1. Минск 1-3 июня 2000 г.

2. Российский рынок текстиля / Маркетинговый обзор Консалтинг-Центра ШАГ – / <http://www.ivtextile.ru/>

3. Крылов, В. С. Льняной подкомплекс АПК России – проблемы и решения / В. С. Крылов // Экономика с.-х. и перераб. предприятий. – 2002. – №12. – С.7-10.

*Ананьев Д.А., аспирант
УО БГЭУ (г. Минск)*

МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Пивоваренная отрасль Республики Беларусь находится на стадии возрождения, поэтому крайне важно разработать четкий механизм обеспечения конкурентоспособности пивоваренной продукции.

Главной целью механизма обеспечения конкурентоспособности пивоваренной продукции является оптимизация потребностей, интересов и целей всех его участников. Это предполагает решение комплекса взаимосвязанных задач, сущность которых можно свести к следующему:

- развитие экспортного потенциала;
- снижение доли импорта;
- совершенствование качества продукта;
- совершенствование объемной и ассортиментной структуры товарного предложения;
- развитие рыночной инфраструктуры, включающей розничную торговую сеть, логистические системы;
- внедрение современных технологий продвижения товаров на рынок;
- внедрение современных информационных и коммуникационных технологий.

Системный характер любого явления или процесса подразумевает наличие определенных принципов его протекания. В буквальном значении принцип – руководящая идея, основное правило деятельности или же основа устройства, действия какого-либо механизма.

Механизм обеспечения конкурентоспособности основан на определенных принципах, соблюдение которых позволяет достичь сформулированной цели. Это, прежде всего, следующие принципы:

- принцип свободы выбора поставщиков сырья;
- принцип открытости потребительского рынка;
- принцип приоритетности социальной составляющей;
- принцип измеримости цели и средств ее достижения;
- принцип равноправного партнерства.

Обеспечение конкурентоспособности отечественной пивоваренной продукции возможно при усовершенствовании организационной структуры рынка со следующими звеньями: усовершенствованная организация производства -> современная логистика -> эффективное посредническое звено -> высококультурный современный потребитель.

В механизме обеспечения конкурентоспособности отечественной пивоваренной продукции целесообразно использовать следующие методы:

- экономические методы;
- метод программно-целевого управления рынком;
- балансовые методы управления потребительским рынком;
- прогностические методы управления рынком;
- социально-психологические методы;
- нормативно-правовые методы.

Используя ту или иную форму воздействия на экономику государство, в лице его институтов, выбирает методы, с помощью которых осуществляется регулирование. При этом следует отметить, что каждой из этих форм присущ свой инструментарий. Формы воздействия на рынок отечественной пивоваренной продукции могут быть следующими:

- законодательная форма является наивысшей формой взаимодействия государства и экономики;
- к бюджетно-налоговым или фискальным инструментам, регулирующим финансово-кредитную сферу, относятся: государственные расходы, налоги, льготы и субсидии, осуществляющиеся на базе государственного бюджета;

- кредитно-денежная форма имеет такие рычаги как ставка процента за банковский кредит и валютное регулирование;
- административно-экономическая форма;
- организационно-административная форма предполагает широкое разнообразие предприятий производственной и торговой сферы различной формы собственности.

Важное значение в формировании механизма рынка отечественной пивоваренной продукции занимают ресурсы. Финансовые ресурсы необходимы как для развития производственной базы, так и для торговой сферы. Источником формирования финансовых ресурсов для реконструкции и развития могут выступать как собственные средства производственных и торговых предприятий, так и привлеченные средства со стороны внешних источников. В силу своего финансового положения предприятия не способны вкладывать денежные средства в развитие собственного бизнеса, поэтому главная роль в формировании финансовых ресурсов отводится внешним источникам. Внешние источники – средства населения, кредиты банков и иностранные инвестиции.

Административный ресурс способен создать благоприятную атмосферу для формирования конкурентоспособного рынка. Излишний протекционизм отрицательно сказывается на развитии рынка, так как только в результате конкуренции на всех уровнях зарождается продукт способный конкурировать с мировыми брендами, а, значит, есть вероятность развить экспорт пивоваренной продукции.

Безусловно, человеческий ресурс является основополагающим. Новые методы работы на рынке требуют современно мыслящих специалистов, способных адекватно реагировать на постоянно изменяющуюся ситуацию. Особенно важна подготовка управленческих кадров.

Арлюкова И.

Балтийская Международная Академия (г. Рига)

УЧЕТ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ РИСКОВ В ПРОЦЕССЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Непрерывное экономическое развитие компаний является обязательным условием их существования. Это развитие может осуществляться в различных формах. Однако, наиболее предпочтительной формой в условиях происходящих в международной предпринимательской практике преобразующих процессов является качественная динамика предпринимательских структур, проявляющаяся, в конечном итоге, в нарастающей способности компании создавать необходимые обществу товары и услуги в условиях наиболее рационального и эффективного использования всех видов ресурсов, в том числе финансовых.

Инвестиционная активность является неременным условием качественной динамики компании. Вместе с тем инвестиционная деятельность должна быть, во-первых, целесообразной, во-вторых, эффективной. Развитие компаний не может быть остановлено национальными границами. Процессы глобализации и интернационализации хозяйственной жизни становятся более чем очевидными и в современной экономике не возникает вопрос об ограничении этих процессов и их неэффективности. В этих условиях актуальной задачей является совершенствование процесса оценки эффективности инвестиционной международной деятельности.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

Белорусский государственный экономический университет. Библиотека²¹

Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>