

шеств, а также обеспечение экономической безопасности хозяйствующих субъектов и экономики в целом.

*Свирейко Н.Е., к.э.н, доцент
УО БГЭУ (г. Минск)*

СОСТОЯНИЕ РЫНКА МАСЛОЖИРОВЫХ ТОВАРОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В общеэкономическом плане рынок масложировых товаров Республики Беларусь представляет собой совокупность экономических отношений в сфере производства, переработки, хранения и реализации растительного масла и продуктов на его основе. Он ориентирован на удовлетворение потребностей населения, лакокрасочной и мыловаренной отраслей, а также ряда отраслей пищевой промышленности (хлебопекарная, кондитерская, рыбная).

Масложировые товары представлены растительными пищевыми и техническими маслами, маргариновой продукцией и майонезом, а также мылами, олифой. Наибольший удельный вес (около 99 %) в объеме выпуска масложировой промышленности занимает пищевая продукция: растительные масла и комбинированные виды жиров – майонез и маргариновая продукция (маргарин, кулинарные, кондитерские и хлебопекарные жиры).

В последние годы масложировые продукты стали базовыми товарами в структуре питания населения Республики Беларусь. Практически в каждой семье растительное масло, маргарин, майонез приобрели статус продуктов повседневного потребления. По сравнению с 1999 г. в 2006-2007 гг. спрос на бутылочное растительное масло увеличился в 1,2-1,4 раза, на майонез – в 2,2-2,4 раза. Потребление маргарина сократилось на 8-12 %, в то время как потребление животного масла уменьшилось на 12-16 %.

Объемы продаж хозяйственного и туалетного мыла в 2006 г. увеличились по сравнению с 2000 г. на 18 и 93 % соответственно.

Ситуация на рассматриваемом рынке в настоящее время характеризуется следующими особенностями: расширением ассортимента и увеличением потребления масложировых продуктов; ростом цен на них, что обусловлено дефицитом собственного сырья и ростом мировых цен на растительные масла; наличием условий для конкуренции между отечественными и иностранными производителями.

Проведенные расчеты показывают, что спрос на масложировые продукты, особенно на майонез, в последние годы был эластичным по отношению к цене и реальным располагаемым доходам населения.

На развитие отечественного рынка масложировых товаров оказал влияние дефицит растительного масла, сложившийся на мировом рынке как следствие неурожая ряда масличных культур и расширения масштабов их использования для выработки биологического моторного топлива, роста потребления масел в странах Юго-Восточной Азии.

За 2007 год на мировом рынке в 2-3 раза возросли цены на минеральные удобрения, энергоносители, зерно и масличные семена, соевый и подсолнечный шрот. Это привело к увеличению закупочных и розничных цен на сельскохозяйственную продукцию и продовольствие, в том числе импортируемые Республикой Беларусь растительные масла и продукты их переработки. Согласно статистике, в декабре 2007 г. по

сравнению с аналогичным периодом 2006 г. цены на маргарин, майонез на белорусском рынке возросли на 21-24 %, масло растительное – в 1,7 раза.

Удовлетворение потребностей населения и отраслей промышленности в масложировых товарах в значительной степени обеспечивается за счет импорта. Удельный вес импорта в потреблении растительных масел составляет около 95 %, мыла -38-45 %, маргариновой продукции – 23-28 %, майонезной продукции – 20-22 %.

Вместе с тем в Республике Беларусь создана определенная сырьевая база, имеются производственные мощности для выпуска масложировых товаров, способных конкурировать с импортными аналогами. С целью ослабления зависимости от импорта масложировой продукции разработаны и реализуются программы импортозамещения.

Основными производителями маргариновой продукции в Республике Беларусь являются ОАО «Минский маргариновый завод», ОАО «Гомельский жировой комбинат», НП ООО «Продукты питания», ОАО «Альбатив».

На ОАО «Минский маргариновый завод» приходится около 47 % объема производства отечественной маргариновой продукции. Выпускается 7 наименований твердого маргарина с содержанием жира от 65 до 82 %, 6 наименований мягкого маргарина жирностью 50-72 %, растительно-сливочное масло («Домашнее» 50 %, «Шоколадное» и «Шоколадное с ореховым ароматом» 60 %, «Крестьянское» 72 % и «Янтарное» 72,5 %), сливочно-растительное масло «Дачное» 60 %. Ассортимент жиров включает: кулинарные – «Белорусский», «Украинский», «Фритюрный», кондитерские для вафель и прохладительных начинок, для шоколадных и других изделий. В рамках программы импортозамещения ведутся разработки по производству специальных жиров для предприятий хлебопекарной и кондитерской промышленности. Спектр выпуска таких жиров будет разнообразным – от фритюрных до универсальных.

Российские и украинские производители маргариновой продукции постоянно отслеживают ситуацию на белорусском рынке, проводят маркетинговые исследования для увеличения объемов продаж. Повышению узнаваемости продукции способствует введение брендов. На рынке представлена следующая импортная бутербродная продукция: масло мягкое «Деревенское», «Покровское», «Станичное», «Моя семья», «Гурман», «Мое любимое», «Домашняя кухня», «Мечта хозяйки» и др. Содержание жира в ней колеблется от 35 до 60 %.

Ассортимент майонезной продукции на рынке Республики Беларусь постоянно расширяется. Данную продукцию выпускают более 20 организаций, относящихся как к масложировой, так и к молочной и другим отраслям. Среди них наиболее крупными являются ОАО «Минский маргариновый завод» (29 % в общем объеме производства), ОАО «Гомельский жировой комбинат» (22 %), НП ООО «Продукты питания», ООО «Памакс», ООО «Омни», СП «Камако-Плюс» г. Кобрин, ООО «Зеро» г. Борисова, ОДО «Фирма АВС» г. Гродно. В ассортименте белорусских производителей представлены различные виды майонезов: от низко- до высококалорийных, как классического направления, так и нетрадиционные – с чесноком, грибами, хреном, пряностями и др.

ОАО «Минский маргариновый завод» выпускает 13 наименований майонеза различной жирности (20-75 %), 8 наименований эмульсионных соусов на основе майонеза («Горчичный», «Белорусский с хреном», «Грибной», «Тысяча островов», «Тар-Тар», «Ананас-карри» и «Китайский»), содержащих 35 % жира.

Основными зарубежными поставщиками майонеза являются ООО «Юнилевер СНГ» (Россия, торговая марка «Calve»), ОАО «Вольнхольдинг» (Украина, торговая марка «Торчин продукт»), ООО «Петропродукт-отрадное» (Россия, торговые марки «Моя семья», «Мечта хозяйки»), ООО «Балтимор-столица» (Россия), ЗАО «Эссен Про-

дакшн АГ» (Россия, торговая марка «Махесевъ»), компания «Мега-соус» (Россия), польские изготовители (торговые марки «Hellman's», «Mosso»). Импортная продукция имеет содержание жира от 25 до 79 %.

Представленные на рынке майонезы реализуются в устойчивых пакетах «дой-пак» по 150-500 г, пластиковых бутылках объемом 500 мл, ведрах по 900 г и бочонках массой 1-2 кг, стеклянных банках типа «твист-офф» объемом 255-280 мл (500-900 г). Высокий уровень конкуренции побуждает отечественных производителей совершенствовать упаковку майонезов, приближая ее качество, дизайн и другие характеристики к импортным товарам-аналогам.

Ассортимент растительных масел широко представлен импортными марками, в основном российскими и украинскими. Среди них можно выделить следующие: «Алей», «Раздолбе», «Донская семечка», «Эмир», «Фермер», «Элит», «Natura», «Жемчужина Дона», «Российские семена», «Салатовъ», «Рада», «Золотая семечка», «Злато», «Затяга», «Чумак». Реализуется в основном масло подсолнечное, кукурузное и оливковое.

Продукция белорусских производителей также представлена на рынке. СЗАО «Гроднобиопродукт» выпускает рафинированное дезодорированное рапсовое масло под марками «Неманское янтарное» и «Золотое поле», а также рапсово-соевое и рапсово-подсолнечное под торговой маркой «Наше». Используется технология холодного прессования сырья, при которой сохраняются биологически ценные вещества. При этом в масле не образуются вредные продукты распада жирных кислот, свойственные горячему прессованию, и не остаются примеси растворителя, как при экстракции.

ОАО «Минский маргариновый завод» выпускает бутылочное подсолнечное и рапсовое масло под брендом «Золотая капля». Ассортимент подсолнечного масла включает 4 наименования: нерафинированное, рафинированное дезодорированное, рафинированное дезодорированное вымороженное масло «Люкс» и «Диетическое». Предприятие реализует также рафинированное рапсовое масло, в том числе 6 видов ароматизированного: с ароматом укропа, чеснока, паприки, тмина, лаврового листа и сливочного масла.

НП ООО «Продукты питания» предлагает рафинированные дезодорированные подсолнечное и рапсовое масла и нерафинированное подсолнечное.

ОАО «Гомельский жировой комбинат» реализует следующие виды масел: подсолнечное и рапсовое рафинированные дезодорированные «Народное» и «Домашнее», рапсовое рафинированное дезодорированное со вкусом и ароматом сливочного масла, подсолнечное рафинированное дезодорированное вымороженное «Домашнее Знатное», подсолнечно-рапсовое купажированное.

Единственным производителем мыла в Республике Беларусь является ОАО «Гомельский жировой комбинат». Ассортимент туалетного мыла разнообразен, состоит из марок («Экстра», «Ординарное», «Детское») и серий («Мой стиль», «Банное», «Ваш малыш»), включающих отдельные наименования. Хозяйственное мыло выпускается с содержанием жирных кислот 65 и 72 %, для стирки детского белья предлагается мыло «Блеск» 72 %. Комбинат выпускает также гостиничное мыло.

С ростом доходов населения произошло смещение предпочтений потребителей от простых товаров в сторону натуральных и функциональных, приносящих пользу для здоровья. Это обусловило расширение ассортимента масложировых продуктов, представленных на белорусском рынке.

Основными направлениями расширения ассортимента стали: производство продуктов для школьного питания и лечебно-профилактических учреждений, разработка продуктов, обогащенных полезными веществами. Так, майонез «Махесевъ с лимонным соком» вместо уксусной кислоты содержит лимонный сок, который богат минеральны-

ми солями, витамином С и лимонной кислотой, обладает антимикробным действием. Майонез «С соком лайма» содержит концентрированный сок тропического фрукта лайма.

Новая продукция представлена не только зарубежными, но и отечественными производителями. Майонез «Солнечный» 30 % жирности (ООО «Зеро», г. Борисов, торговая марка «Купала Продукт») вырабатывается на основе молочной кислоты без применения горчицы и уксуса. «Провансаль Деликатесный» 25 % (ИП ОАО «Памакс МКС») не содержит уксуса и горчичного порошка, вырабатывается с использованием лимонной кислоты. Майонез «Школьный» 45 % жирности (ОАО «Минский маргариновый завод») не содержит уксуса, изготовлен на основе лимонной кислоты.

«Провансаль салатный» (ОАО «Минский маргариновый завод») 20 % жирности обогащен провитамином А. Майонез «Волна» 30 % (ОАО «Кобринский маслосырзавод») вырабатывается с добавлением ламинарии, обогащен минеральными веществами, витаминами и обладает лечебно-профилактическими свойствами. Однако эти виды продукции не исчерпывают всех возможных направлений расширения ассортимента.

В настоящее время во всем мире наблюдается тенденция выпуска новых видов масложировых продуктов с повышенной биологической ценностью, в том числе спредов, витаминизированных маргаринов, ароматизированных и обогащенных пищевыми волокнами майонезов, маргаринов с вкусовыми добавками (с ароматом ягод, фруктов, шоколада), купажированных и ароматизированных растительных масел. Наибольшее количество разработок отмечается в России и Украине. Приведем некоторые из них.

В России разработан растительно-сливочный спред «Деликато», который обогащен витаминами А, Д, Е, содержит в 1,8 раза меньше холестерина, чем обычное сливочное масло. Под аналогичной торговой маркой выпускается спред с пищевыми волокнами, которые улучшают состав микрофлоры кишечника, что способствует комфортному пищеварению и укреплению здоровья в целом.

Высококалорийный майонез «Махеев с перепелиным яйцом» сочетает в себе пользу лимонного сока и уникальные свойства перепелиных яиц. Среднекалорийный майонез «Золотой» торговой марки «Ряба» содержит эфиры лютеина, придающие продукту яркий золотистый оттенок, необходимые для сохранения зрения. Под торговой маркой «Ермак» вырабатывается высококалорийный майонез с козьим молоком.

С целью устранения дефицита жирных кислот из группы омега-3 в рационе питания украинских потребителей разработано растительное масло «Олейна Интеллектум». Оно представляет собой смесь из 90 % подсолнечного и 10 % льняного масла (основного источника жирных кислот из группы омега-3 среди продуктов растительного происхождения). Подсолнечно-рапсовый и подсолнечно-оливковый миксы обеспечивают сбалансированное содержание линолевой и линоленовой кислот, природных антиоксидантов, рекомендованных Всемирной организацией здравоохранения для правильного питания. Для привлечения внимания потребителей к новой продукции совершенствуется рекламная деятельность, увеличивается число рекламных обращений.

Реализация аналогичных разработок в области расширения ассортимента позволит создать ряд отечественных масложировых продуктов с высокой биологической ценностью, обогащенных полиненасыщенными жирными кислотами, витаминами и другими биологически активными компонентами, укрепляющими защитные функции организма и снижающими риск воздействия вредных веществ.

Таким образом, проведенный анализ свидетельствует о том, что рынок масложировых товаров Республики Беларусь характеризуется динамичным развитием, наличием условий для конкуренции, имеет перспективы для дальнейшего роста. В силу наблюдающихся в мире явлений ужесточения конкуренции, роста цен на сырье, дискримина-

ции товаров на рынках отдельных стран, вытеснения мелких производителей крупными компаниями данный рынок нуждается в государственном регулировании в сочетании с применением рыночных методов. Деятельность отечественных товаропроизводителей должна быть направлена на совершенствование ассортимента и упаковки выпускаемой продукции, активизацию рекламной деятельности и маркетинговых исследований.

*Седун А.М., к.т.н., доцент
Жукович С.Я., ассистент,
Януш А.Э., аспирант,
УО БГЭУ (г. Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ОБУЧЕНИЯ НА СЕТЕВОМ КУРСЕ

В системе образования происходят существенные изменения. Они обусловлены переменами в экономике и обществе, связанными с процессами информатизации. Развитие экономики требует новых подходов к подготовке специалистов и переподготовке кадров. Увеличение скорости и объемов накопления новых знаний обуславливают необходимость перехода к автоматизированному обучению, что позволяет увеличить объем усвоенного материала при одновременном сокращении аудиторного времени. Широкое использование элементов дистанционного обучения, обучение на сетевых курсах способствуют разработке новых методов управления обучением, направленных на решение задачи оптимального управления учреждением образования.

Под управлением следует понимать процесс организации такого целенаправленного воздействия на объект, в результате которого этот объект переводится в требуемое состояние.

Задача обучения может быть сформулирована как задача управления [3]. В этом случае обучаемый выступает в качестве объекта управления, а обучающий или обучающая система – в качестве источника управления.

Под сетевым курсом имеется в виду комплекс информационного, технического, программного и учебно-методического обеспечения в рамках одной дисциплины, доступный при определенных условиях потребителю образовательных услуг и обеспечивающий обучение с различной степенью погружения в сеть [4].

Объект управления является объектом обучения (обучаемый на сетевом курсе), а устройство управления – обучающей системой. X – состояние среды, влияющей на процесс обучения. Обучающая система информируется о состоянии среды X с помощью датчика D_x . X' – информация о среде X , получаемая обучающей системой. Y – состояние обучаемого, измеряемое датчиком D_y , на выходе которого имеется Y – информация об этом состоянии, получаемая обучающей системой в виде результатов компьютерного тестирования обучаемого в ответ на управление U .

Обучающей системе задаются цели обучения Z^* и ресурсы R , которыми она располагает для обучения. Задача состоит в том, чтобы организовать обучение U , изменяющее состояние Y обучаемого таким образом, чтобы выполнялись поставленные цели обучения Z^* .

В процессе обучения управление U имеет двоякую форму – обучающей информации, компьютерных тестов и вопросов, результаты Y' которых дают возможность оценить степень погружения обучаемого в сеть.

Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>