

В структуре товарной продукции растениеводства овощи занимают около 6 %. Последнее десятилетие площади под овощами колебались незначительно и в среднем были на уровне 90 тыс. га. В 2011 г. ситуация резко изменилась. Посевные площади под овощные культуры снизились до 73 тыс. га. Снижение произошло как в крупных товарных хозяйствах, так и в парцеллярном овощеводстве. Исключение составили фермерские хозяйства. Здесь отмечен рост посевных площадей.

До 2010 г. наблюдается стабильное увеличение валовых сборов овощей. Так, если в 2000 г. этот показатель был на уровне 1379 тыс. т, то в 2010 г. он составил 2335 тыс. т. В 2012 г. отмечено резкое снижение валовых сборов овощей до 1581 тыс. т. Столь значительное снижение валовых сборов произошло за счет личных подсобных хозяйств.

Снижение валового сбора овощей в последние годы привело к спаду уровня потребления овощей на душу населения, который в 2011 г. составил 144 кг.

Как показывают данные таблицы 1, в 2011 г. наблюдается резкое увеличение рентабельности реализованной овощной продукции, что вызвано увеличением цены реализации примерно в два раза.

На данный момент по-прежнему остается узким ассортимент овощной продукции. Мало выращивается других ценных овощей (шпинат, лук-порей), различных разновидностей капуст (цветная, брюссельская, кольраби, брокколи, пекинская).

В ходе выполнения Программы обеспечения потребностей республики овощной продукцией отечественного производства за 2006–2010 гг. построено и реконструировано 60 специализированных овощехранилищ, введено в эксплуатацию более 60 га энергосберегающих зимних теплиц. Для дальнейшего повышения конкурентоспособности отечественных сортов требуется расширить исследования по гетерозисной селекции, уделив внимание оценке качественных показателей, лежкоспособности и пригодности к промышленной переработке создаваемых сортов и гибридов.

<http://edoc.bseu.by>

Е. В. Котова

Научный руководитель – кандидат сельскохозяйственных наук,
доцент В. С. Печень, БФ БГЭУ (Бобруйск)

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «БОБРУЙСКИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»

Бобруйский машиностроительный завод имени В. И. Ленина является единственным специализированным в Беларуси предприятием по производству центробежных одноступенчатых и многоступенчатых насосов. Основная номенклатура завода включает 8 типовых групп центробежных насосов, представленных 119 марками, реализуемых на внутреннем и внешнем рынках.

Структура реализации насосов за 2010–2012 гг. по группам представлена в таблице 1.

Структура реализации насосов 2010–2012 гг.

Группа	2010 г., %	2011 г., %	2012 г., %
Грунтовые/Песковые	51,95	53,25	48,41
Нефтяные	36,08	35,24	45,05
Массные	6,14	6,55	2,55
Фекальные	3,68	3,05	2,52
Водяные	2,15	1,91	1,48
Итого:	100,00	100,00	100,00

Наибольшее внимание заводу необходимо сосредоточить на грунтовой/песковой и нефтяной группам насосов, так как их доля в общей реализации насосов обеспечивает выручку более 90 %.

Для повышения конкурентоспособности предприятия на рынках сбыта и рационального использования производственных мощностей освоен выпуск сопутствующей продукции: более 60 видов ТНП, литье товарное, прочая продукция, ориентированной в первую очередь на удовлетворение потребностей населения Республики Беларусь.

В настоящее время в результате проведенных исследований выявлено 9 основных прямых конкурентов, освоивших и постоянно наращивающих производство центробежных насосов на территории бывшего СССР: ЗАО «Катайский насосный завод», АП «Рыбницкий насосный завод», Бердянский завод, ОАО «Южгидромаш», ОАО «Волгоградский насосный завод», ОАО «Горнас» г. Уфа, ОАО «Ливгидромаш», ЗАО «Помпа» г. Щёлково, Валдайский насосный завод.

Анализ влияния различных факторов на конкурентоспособность продукции ОАО «Бобруйский машиностроительный завод» при поставках на целевые рынки показывает, что основными факторами конкурентоспособности являются цена и сроки поставки.

Сводные данные по конкурентоспособности продукции ОАО по ценовому фактору на целевых рынках России и Беларуси представлены в таблице 2.

Таблица 2

Конкурентоспособность насосов ОАО на рынке России и Беларуси в 2012 г.

Наименование группы насосов	Средняя конкурентоспособность на рынке
Нефтяные	1,00
Грунтовые	0,94
Песковые	0,886
Водяные	0,88
Фекальные	0,28

Таким образом, на стратегическом рынке России нефтяные насосы имеют высокую конкурентоспособность по цене, остальные группы насосов – ниже конкурентоспособного уровня.

Конкурентные преимущества, которые необходимо обеспечить ОАО для достижения намеченных темпов роста объема экспорта:

- повышение качества литья, возможность применения альтернативных сплавов, улучшение качества изготовления деталей;
- минимальные сроки производства и поставок;
- освоение новой насосной продукции, внедрение новых технологий и технологических процессов.

Д. И. Купина

Научный руководитель – Т. М. Лобанова, БРУ (Могилев)

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Программа модернизации и расширения производства требует существенных капиталовложений. Для ее выполнения необходимы привлечение инвестиций, проведение акционирования, приватизация. Любые из данных процессов не обходятся без осуществления оценочной деятельности.

В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь № 615 стоимость объектов оценки может определяться с помощью рыночных методов: сравнительного, доходного и затратного.

Для изучения проблем оценки был проведен анализ на примере ОАО «Бобруйский завод крупнопанельного домостроения».

Затратный подход обладает универсальностью, любой экономический объект поддается оценке этим подходом. Это объясняется тем, что при затратном подходе в качестве меры стоимости принимается сумма затрат на создание и последующую продажу объекта, т. е. его себестоимость. Согласно данному подходу ориентировочная стоимость составила в 2010 г. – 12,553 млн долл., в 2011 – 10,813 млн долл. Доходный метод наиболее точно отражает стоимость компании именно как бизнеса, приносящего прибыль. Для его использования необходимо определение коэффициента капитализации (разницы между ставкой дисконтирования и долгосрочными темпами роста дохода или денежных потоков; в нашем случае он равен 12,3 %). В условиях нестабильной работы предприятия более целесообразным является использование выручки при его расчете. Это связано с тем, что предприятие может и не получить прибыль в отчетном периоде, однако все же иметь свою рыночную цену. Также необходимо отметить, что в качестве капитализируемой величины была принята прибыль 2010 г. Это связано с кризисными явлениями в экономике страны, что привело к значительному искажению отчетных данных. В результате стоимость предприятия по методу капитализированных доходов в 2010 г. составила 11,570 млн долл. Так как каждый из методов имеет свои достоинства и недостатки, только