МАРКЕТИНГ ПРЕДПРИЯТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Состояние экономики предприятий пищевой промышленности носит двойственный характер, с одной стороны, намечилось некоторое увеличение объемов производства и стабилизация отдельных экономических показателей, с другой – обостряются проблемы загрузки мощностей в связи с нехваткой сырья, увеличением износа основных фондов, снижением прибыльности работы предприятий. Несмотря на некоторые оптимистические тенденции роста производства продукции в пищевой промышленности для предприятий этой отрасли характерно наличие ряда проблем, обоснованному решению которых будет способствовать использование маркетинга имеющего свои специфические особенности, обусловленные характером производства и особенностями производимой продукции.

Изучение деятельности предприятий пищевой промышленности показало, что около 70% из них используют лишь отдельные элементы маркетинга и только 30% предприятий, изменив организационную структуру, форму собственности, стали более мобильными, гибкими, заинтересованными в изучении рынка продаж в республике и за ее пределами. Систематически все инструменты маркетинга готовы и пытаются реализовывать лишь около 2,5% предприятий.

*Сидорова А.В.
УО БГЭУ (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОРПОРАТИВНЫХ ОБЛИГАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Развитие рыночных отношений и национальной экономики невозможно без динамичного развития фондового рынка. Опыт функционирования рынка корпоративных облигаций развитых стран подтверждает, что корпоративные ценные бумаги являются эффективным инструментом по привлечению инвестиций в реальный сектор экономики с целью обеспечения ее стабильности.

Корпоративные облигации обладают такими преимуществами, как получение гарантированного дохода; более высокая, по сравнению с депозитными вкладами, доходность; меньшая, по сравнению с акциями, подверженность курсовым рискам.

Нормативно- правовая база, регулирующая отношения, связанные с выпуском, обращением и погашением корпоративных облигаций в Республике Беларусь, является достаточной для того, чтобы использовать данный инструмент для привлечения предприятиями инвестиций. Главным фактором, сдерживающим развитие рынка корпоративных облигаций, является высокое налогообложение. Законодательно установлено, что налог на доходы от операций с ценными бумагами уплачивается организациями по ставке 40%. Для инвесторов более привлекательны государственные ценные бумаги, ценные бумаги Национального банка и ценные бумаги местных целевых облигационных