

комбинатом, агрофирмой и другими перерабатывающими модулями района, малогабаритными цехами ассоциации крестьянских, фермерских хозяйств по видам мяса и в разрезе поставщиков. Блок переработки описывает процесс переработки сырья и производства конечной продукции в необходимом ассортименте. Продажа мяса и мясопродуктов рекомендуемого ассортимента городскому и сельскому населению предусматривается через систему государственной торговли, потребительской кооперации, реализацию на рынке, через фирменные магазины. Условия потребления мяса по видам в разрезе городского и сельского населения рассматриваются в блоке потребления.

Обработка модели осуществлялась на примере мясного подкомплекса Шкловского ПАК. Составлена и решена по программе LPX.88 задача размерностью $m \times n = 443 \times 396$. Анализ решения задачи выполнен по критерию оптимальности — максимум прибыли.

Экономико-математическая модель, адекватно описывая мясной подкомплекс районного уровня в условиях рынка, предполагает использование ориентации производства на потребителя как средство повышения эффективности сбыта, наилучшего использования ресурсов и увеличения прибыли предприятий. Решая задачу в многовариантной постановке можно обосновать гибкие, неординарные хозяйственные комбинации и способы действия предприятий в конкретных экономических условиях, что позволит быстро и правильно оценить реальную хозяйственную ситуацию, найти наилучший выход, сделать упор на нестандартное решение.

Таким образом, предлагаемую экономико-математическую модель можно рассматривать как базу для обоснования решений по стратегическим проблемам маркетинга.

С. В. Шахнович

*Витебский государственный
университет им. П. М. Машерова*

ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ДОХОДОВ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Этап реформирования экономики Республики Беларусь, связанный с переходом к экономическим методам управления и социально-ориентированной рыночной экономике, значительно затягивается. Причины этого заключаются в сложности перехода от индустриального к постиндустриальному информационному обществу, условиях разгосударствления, несовершенстве законодательных норм, регламентирующих организационные основы функционирования хозяйствующих субъектов раз-

личных форм собственности, и, что самое главное, отсутствии глубоко продуманной политики ценообразования целевого освоения.

Чтобы переломить негативные тенденции в экономике Республики Беларусь, следует не только выявить проблемы и причины их возникновения, но и внести определенные коррективы в проводимую политику ценообразования и механизмы формирования доходов и инвестиционных средств. В качестве важнейших аспектов решения этих проблем можно назвать следующее:

1. Изменение практики сдерживания цен на товары и услуги и их выравнивание с ценами, складывающимися в соседних государствах. Ибо результатом такой политики становится аккумулярование доходов не в руках трудовых коллективов, а у частных лиц и мафиозных структур, что ведет к снижению доходности, сужению платежеспособного спроса и инвестиционных освоений предприятий и хозяйств.

2. Прекращение складывающейся годами прочной практики “ножниц нет”, основанной на принципе нарушения эквивалентности обмена результатами труда между предприятиями сельскохозяйственного производства, с одной стороны, за счет установления низких закупочных цен (на мясо, молоко, льноволокно и др.) и завышенных цен на продукцию промышленных и перерабатывающих предприятий — с другой.

3. Более того, вряд ли можно согласиться, что складывающаяся практика, направленная на неуклонное распространение натурального дачного, приусадебного и фермерского земледелия, основанного на ручном труде в ущерб общественной форме организации производства — это магистральный путь развития сельского хозяйства, ведущей к удешевлению продукции и снижению цен. Утрата необходимых позиций в области сельского хозяйства скорее может обернуться полной экономической зависимостью республики от поставок из других государств, утерей независимости и национального суверенитета.

4. Ослабление регулирующих воздействий со стороны государства в части формирования трудовых доходов населения нерыночных структур (здравоохранение, образование, наука, культура и т. д.) создает неоправданно высокий уровень их дифференциации, значительно сужает совокупный потребительский спрос населения, ведет к сокращению внутреннего товарооборота, не отвечает принципам социально-ориентированной рыночной экономики.

5. Снижение совокупного спроса со стороны значительной части населения в сочетании с негибкостью цен и заработной платы ведут к росту безработицы, которая все более принимает скрытые формы (неоплачиваемые отпуска, неполный рабочий день, неполная рабочая неделя, обязательный прием на работу выпускников учебных заведений без уче-

та потребности в специалистах при снижении уровня заработной платы и престижности специальности и др.).

6. В целях улучшения инвестиционной политики необходима разработка надежной системы экономических мер, которые поставили бы прочный заслон утечке нетрудовых доходов и содействовали бы переводу их во вклады банков и покупку ценных бумаг. Поскольку в экономике республики складывается парадокс, согласно которому бедные живут в долг, а богатые, имея достаточно средств к сбережению, пытаются убедить их от инфляционных потерь, а в большинстве своем скрывают их криминальный характер, переводят доходы в инвалюту, авуары зарубежных банков, строительство коттеджей, жилищный фонд и т. д., но только не в инвестиции.

7. В целях совершенствования инвестиционной политики следовало бы повысить процентные ставки по вкладам населения при одновременном снижении ставки межбанковского кредита и процентных ставок по кредитным суммам предоставляемым предприятиям. Такая мера содействовала бы одновременно упорядочиванию неоправданно высоких доходов банков, переводя их в соответствие с трудовым вкладом.

И. М. Шумская

Белорусский университет культуры

РЕКЛАМА КАК ЭЛЕМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

В последнее десятилетие, в связи с активным внедрением в отечественную экономику принципов рыночного хозяйствования, резко возросло влияние на потребителя рекламы и, соответственно, объемы представления последней в системе масс-медиа.

Реклама, с одной стороны, доводит до потенциальных покупателей различные сведения, необходимые для приобретения товаров или услуг, с другой стороны, обладая определенной степенью внушаемости, она оказывает на человека эмоционально-психическое воздействие. Ввиду этого, многие склонны считать рекламную деятельность особым видом искусства. Однако, если задачей истинного искусства является духовное развитие человека, то основной целью рекламы всегда было получение прибыли. Тем не менее, рекламная индустрия действительно стала своеобразным символом культуры века.

Благодаря телевидению люди становятся свидетелями огромного потока рекламной информации, которой усиленно заполняется сознание. Иногда рекламные ролики раздражают и вызывают негативную реакцию, но по большей части мы принимаем рекламу, а порой и специально