

относятся к элементу обозначающему “Promotion” (продвижение) или “Place” (место) и т.д. И поскольку все вышеперечисленные «добавки »”Р”, входят в ключевые 4 “Р”, то нет необходимости расширять «остов» 4 “Р”.

Несмотря на несомненное значение проблем менеджмента скрывающихся за добавляемыми “Р”, выход за рамки классического списка, в основном производится надуманно и не оправданно, ни концептуально, ни с позиции обучения.

Осматривая возможности совершенствования комплекса маркетинга, предприниматель должен учитывать, что на практике существует множество инструментов маркетинга – микс. Из существенного списка рассмотренных инструментов, необходимо выбрать конкретную, реальную комбинацию, основываясь на ожидаемый положительный эффект. Следует лишь знать, что любой из этих инструментов выполняет, прежде всего, одну из четырех рассмотренных основополагающих функций элементов самостоятельно и одновременно он вносит значимый вклад в выполнение трёх других.

<http://edoc.bseu.by/>

С.В.Гончарик, УО «БГЭУ» (г.Минск)

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОНДИТЕРСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНЦЕРНА «БЕЛГОСПИЩЕПРОМ»

Кондитерские предприятия Республики Беларусь, общее число которых достигает 170, рассредоточены в нескольких Министерствах и ведомствах. Это Министерство сельского хозяйства и продовольствия, Белкоопсоюз, концерн «Белгоспищепром». 18 субъектов хозяйствования работают в подчинении местных органов власти, около 60 являются частными. В составе Министерства сельского хозяйства и продовольствия работают 47 предприятий и организаций, выпускающих кондитерские изделия, 34 такие организации относятся к Белкоопсоюзу. В состав концерна «Белгоспищепром» входит только 7 предприятий, но это наиболее крупные предприятия кондитерской отрасли в Республике Беларусь. Все они имеют статус открытых акционерных обществ (ОАО).

Для кондитерских предприятий концерна «Белгоспищепром» большое значение имеет внешнеэкономическая деятельность. Некоторые виды традиционных кондитерских изделий не имеют на территории Республики Беларусь сырьевой базы. Эти виды сырьевых ресурсов не производятся и не имеют возможности произрастать в наших климатических условиях. Это какао-бобы и другие компоненты для производства шоколада и шоколадных изделий. В последние годы благодаря принятым мерам руководством республики была реализована государственная программа по увеличению объемов выращивания сахарной свеклы и производству сахара из нее. И Республика Беларусь из импортирующей превратилась в экспортирующую сахар страну. Это решило проблему обеспечения сырьем кондитерских предприятий по изготовлению сахаристых изделий. По шоколаду и шоколадным изделиям решить проблему обеспечения сырьем производство этой продукции возможности нет. Рост цен на какао-бобы и другую продукцию еще острее ставит вопрос об источниках покрытия расходов на приобретаемое по импорту сырье.

Все это актуализирует важнейшую задачу кондитерской отрасли Беларуси и предприятий концерна «Белгоспищепром» по увеличению экспорта кондитерских из-

делий в Российскую Федерацию, страны СНГ, в европейские и другие страны мира. Первая задача – добиться полного покрытия потребностей в денежных средствах на импортируемое сырье за счет поставок отечественной кондитерской продукции на экспорт. Для этого, безусловно, имеются все необходимые условия. Продукция таких предприятий как «Спартак» и «Коммунарка» неоднократно получала высокую оценку специалистов на выставках в России и других странах, побеждала при тестировании качества продукции кондитерских предприятий. Шоколад и шоколадные изделия фабрик «Коммунарка» и «Спартак» производятся по классической, отработанной годами технологии и по проверенным рецептам, требующим применения натуральных компонентов. В этом и есть преимущество продукции наших предприятий. И это следует использовать при разработке и осуществлении маркетинговой политики и конкретных маркетинговых мероприятий. Пока этого нет.

Результаты внешнеэкономической деятельности кондитерских предприятий концерна «Белгоспищепром» нельзя признать удовлетворительными. В силу специфики обеспечения сырьем некоторых кондитерских производств предприятия концерна вынуждены закупать за пределами республики ряд сырьевых компонентов, так как они здесь не производятся, а растительное сырье не произрастает. Поэтому для производства шоколада, шоколадных изделий, конфет и т. д. определенные виды сырьевых компонентов закупаются в других странах и импортируются в Республику Беларусь. И такое положение будет сохраняться и дальше. О разработке и внедрении новых технологий выращивания сырья для выпуска шоколада в РБ на площадях запущенного грунта может идти речь лишь в отдаленной перспективе при решительном и значительном продвижении республики по пути инновационного развития и создании мощной энергетической базы. Это эпохальные задачи и их решение потребует значительно времени. Значит, импорт сырьевых компонентов для выпуска шоколада и изделий из него еще очень долго будет необходим.

Результаты внешнеэкономической деятельности кондитерских предприятий концерна «Белгоспищепром» формируются и в значительной степени зависят от структуры выпускаемой предприятиями продукции и потребляемого ими сырья. Дело в том, что некоторые виды кондитерской продукции не могут производиться из отечественного сырья и поэтому это сырье необходимо импортировать. Рост цен, наблюдаемый в последние годы на ряд сырьевых компонентов для выпуска определенного вида кондитерских изделий (какао-бобы), требует больших затрат на импорт таких сырьевых ресурсов. Сохранится ли эта тенденция и дальше или в силу значительного повышения урожайности, объемов выращивания и поставок на мировые рынки произойдет снижение цен на эти сырьевые компоненты, покажет время и специальные маркетинговые исследования.

При некотором росте экспорта своей продукции кондитерские предприятия значительно увеличивали в последние годы объемы импорта. Так, за четыре года, с 2005 по 2008, экспорт увеличился на 412 тыс. долларов, а импорт возрос на 33299 тыс. долларов, то есть экспорт вырос на 1,6 %, а импорт – на 93 %, или почти удвоился. Отрицательное сальдо экспортно-импортных операций с 2005 года по 2008 увеличилось более чем в 4 раза, на 435 %.

СОО «Коммунарка» и СП ОАО «Спартак» – самые крупные кондитерские предприятия Республики Беларусь и концерна «Белгоспищепром». Они производят и поставляют на экспорт более половины всего объема производства и поставок концер-

на. Но тенденция такова, что они, и особенно СОО «Коммунарка», начинают терять свои лидирующие позиции. Так, ОАО «Красный пищевик» уже в 2007 году фактически догнал, а в 2008 году и перегнал ОАО «Коммунарка» по объему экспорта производимой продукции, хотя по объему выпуска все еще отстает от него. При этом отрицательное сальдо внешнеэкономической деятельности (экспортно-импортных операций) на ОАО «Красный пищевик» более чем в 25 раз меньше, чем на СОО «Коммунарка». Трудности с экспортом кондитерской продукции предприятиями РБ и в частности концерна «Белгоспищепром» понятны и неоднократно обсуждались на разных уровнях. Одновременно можно отметить, что предпринимаемые шаги на предприятиях, в концерне и на общереспубликанском уровне не дали пока необходимых результатов и принципиально не решили возникших проблем.

Легче всего введением более высоких таможенных пошлин защитить свой отечественный рынок кондитерских изделий от проникновения иностранных компаний. Сложнее решить вопросы увеличения экспорта. К сожалению, кондитерская отрасль Республики Беларусь не имеет собственной научной базы, особенно она нужна в решении организационно-экономических и управленческих вопросов. Не случайно некоторые подобные проблемы пытались исследовать аналитики Приорбанка. Они изучали рынки: республиканский и мировой. Но это отдельные несистемные исследования и дать реальных результатов они не могут.

Остро стоит проблема ребрендинга выпускаемой продукции, особенно по шоколадным и другим видам конфет. Перевод на белорусский язык названий, которые у всех на слуху еще с советских времен, кардинально проблему не решает. Новые названия конфет, привлекательные, звучащие свежо и выполненные в новой полиграфической упаковке, способны в значительной мере решить эту проблему.

Немалое значение имеет и использование возможностей единого таможенного пространства для реализации кондитерской продукции концерна в Российской Федерации и Казахстане. При этом взор следует обратить на те регионы этих стран, где кондитерская отрасль развита наиболее слабо, а не пытаться все реализовать в Москве и Санкт-Петербурге. Там конкуренция очень большая, так как и своих предприятий этой отрасли достаточно. А вот в Нечерноземье, Европейском Севере, Урале, Сибири покупатели охотно раскупят продукцию ведущих кондитерских предприятий Республики Беларусь. Конечно, при этом нужно не забывать старый лозунг: «Реклама – двигатель торговли». Кроме того, интенсификация экспорта белорусской кондитерской продукции требует также ребрендинга названий самих предприятий. Развитие экспорта в европейские страны и далее по всему миру поставит вопрос отказа от брендов 20-х годов прошлого века, непонятных сегодня в развитых странах. Эти вопросы требуют решения сегодня и для этого можно использовать проектный подход.

Имеет место также проблема организации прямых поставок из жарких стран какао-бобов и другой необходимой отрасли продукции. Такая задача должна быть поставлена белорусским загранучреждениям (посольствам, консульствам), подведомственным МИД РБ. Решения здесь требуют серьезных экономических обоснований, подробных расчетов и также проектного подхода.

Только внимание к этим и примыкающим к ним вопросам способно обеспечить решение важной государственной задачи, которая предусматривает вначале сокращение отрицательного внешнеэкономического сальдо в деятельности кондитерских предприятий концерна «Белгоспищепром», а затем и всей республики. После чего возмо-

жен выход на баланс результатов экспорта и импорта во внешнеэкономической деятельности кондитерской отрасли страны, а в дальнейшем и решительное преобладание экспорта над импортом. Для этого в Республике Беларусь, безусловно, есть все необходимые условия.

Литература

1. Промышленность Республики Беларусь. // Статистический сборник. – Мн.: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2009.
2. Внешняя торговля Республики Беларусь. // Статистический сборник. – Мн.: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2009.
3. Гончарик, С.В. К вопросу об эффективности кондитерской промышленности Беларуси / С.В. Гончарик // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость. Материалы 2-й Международной научно-практической конференции. – Минск, 2009. – Т. 2. – С. 10-11.
4. Гончарик, С.В. Проблемы функционирования кондитерских предприятий концерна «Белгоспищепром» / С.В. Гончарик // Экономическое образование и современные педагогические технологии. Экономика и предпринимательство. Сборник научных трудов. Выпуск 3. – Минск, 2009. – С. 93-98.

В.А.Гончаров, доцент

М. В. Самойлов, канд. техн. наук, доцент

А. Н. Ковалев, канд. техн. наук, доцент, УО «БГЭУ» (г. Минск)

ЭРГОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Эргономику принято определять как комплексную научно-проектировочную дисциплину, направленную на изучение и решение проблем в системе «человек-техника-среда» с целью оптимизации трудовой деятельности оператора, создания для него комфортных и безопасных условий труда, повышения за счет этого производительности, сохранения здоровья и работоспособности. Первой, основной проблемой эргономики является возрастание травматизма людей, обусловленного их ошибочными действиями из-за недостатков в конструкции техники, средств отображения информации, органов управления машин и механизмов. Вторая проблема – недостаточная эффективность системы, которая часто оказывается ниже расчетной из-за несогласованности параметров оборудования и возможностей человека работать в условиях дефицита времени и информации, мощного воздействия внешних производственных факторов.

Методы и средства эргономики, ее тесная связь с дизайном – это необходимые инструменты решения целого комплекса проблем, связанных с повышением эффективности экономики, переводом ее на рыночные рельсы. Востребованность эргономики и дизайна (эргодизайна) обеспечивает необходимые условия для разработки промышленных изделий и систем намного экономичнее, удобнее, безопаснее и красивее, чем многие из тех, которые проектируются и производятся в настоящее время.

Белорусская эргономика как система стремительно развивалась в 1966-1992 гг., когда функционировали Белорусский филиал Всесоюзного научно-исследовательского института технической эстетики (БФ ВНИИТЭ) и многочисленные художественно-конструкторские подразделения (группы) на предприятиях, в которых имелись