

услуги взимается определенная плата, исчисленная в процентах от величины принятых обязательств.

Усиление международных связей и глобализация мировой экономики расширяют рамки торговых трансакций, реализация которых предполагает увеличение объема оборотного капитала предприятий. Одним из альтернативных способов его финансирования становится форфейтинг. Форфейтинг является разновидностью факторинга и выступает как форма продажи задолженности. Он используется, прежде всего, в международных расчетах, а также во внутреннем хозяйственном обороте, при значительных объемах трансакций с высокой степенью риска.

Привлечение необходимых источников для непрерывного финансирования оборотных активов и активизации их структуры, является одной из важных проблем, решаемых в процессе управления имуществом предприятия. При этом целесообразно учитывать не только объем затрат на аккумуляцию различных финансовых ресурсов, но и время их поступления. Следует подчеркнуть, что при решении вопросов формирования оборотных средств и их использования необходимо базироваться на соблюдении основных принципов организации всего процесса управления деятельностью предприятия и одновременно учитывать специфику и характер оборотных средств.

Т.М.Пуценкова, аспирант, УО «БГЭУ» (г.Минск)

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Молочная промышленность относится к числу ведущих отраслей пищевой промышленности агропромышленного комплекса Республики Беларусь. В общем объёме продукции пищевых отраслей агропромышленного комплекса на долю молочной промышленности приходится 22 – 27 %.

Рынок молока и молочных продуктов является одним из основных сегментов продовольственного рынка. Это определяется значением молока и молочных продуктов для питания и здоровья населения. Молоко занимает исключительное место среди продуктов животного происхождения. Являясь источником полезных веществ широкого спектра действия в рационе человека, оно легко переваривается и усваивается организмом. Ресурсы в данном сегменте продовольственного рынка формируются, главным образом, за счёт внутреннего производства. При этом, динамика производства молока за последние годы свидетельствует о положительных тенденциях в сфере молочного производства. Так, в 2008 г. по отношению к 2000 г. производство молока во всех категориях хозяйств увеличилось на 138,6 % и составило 6225 тыс. т. При этом в 2000 г. было реализовано молочной продукции в стране в два раза меньше, чем произведено – соответственно 2125 тыс. т. и 4490 тыс. т. Увеличение удоя молока позволило существенно увеличить заготовки молокоперерабатывающими предприятиями сырья. Повышение объёмов реализации молочного сырья сельхозпроизводителями в результате повлекло увеличение выпуска молочной продукции. Однако, достигнутые объёмы поступления на переработку молока-сырья ещё не полностью удовлетворяют потребности перерабатывающей промышленности в сырье, в результате чего производственные мощности молокоперерабатывающих предприятий были загружены не более, чем на 70 % в 2008 г. При этом темп роста объёмов реализации

молочной продукции в 2008 г. вырос по отношению к 2000 г. со 2125 тыс. т. до 4395 тыс. т. молочной продукции в пересчёте на молоко.

Являясь источником полезных веществ широкого спектра действия в рационе человека, молочные продукты легко перевариваются и хорошо усваиваются организмом. Учитывая высокую питательную ценность молочных продуктов, их потребление должно быть достаточным как относительно норм рационального питания, так и разнообразного выбора товара и ассортимента. За годы рыночных преобразований произошли значительные изменения в производстве молока и его потреблении. Производство в расчёте на жителя сократилось более, чем на 40 %. В 2004 – 2008 гг. наметилась положительная динамика, однако потребление по-прежнему снижалось и составило в 2008 г. 233 кг на душу населения, при рекомендуемой медицинской норме потребления 393 кг на человека в год, что свидетельствует о сложившемся дисбалансе в рационе питания населения страны.

Молоко является одним из основных продуктов питания человека и используется в качестве сырья для предприятий пищевой промышленности. Доля молока и молокопродуктов в структуре потребляемых населением продуктов составляет 25 – 30 %. Промышленную переработку молока-сырья осуществляют 57 технически оснащённых предприятий (без учёта филиалов и цехов по первичной переработке молока-сырья). Благодаря принятой Указом Президента Республики Беларусь программы по развитию мясной и молочной промышленности на 2005 – 2010 гг., оптимизирована численность молокоперерабатывающих предприятий. В рамках выполнения данной программы на реконструкцию и техническое переоснащение организациям мясной и молочной промышленности направлено 479,5 млрд руб. В связи с этим произошло перераспределение сырьевых зон, что способствовало оптимизации структуры переработки молока. Рассматривая молочный рынок, как систему экономических отношений между всеми субъектами молочного подкомплекса: производителями сырья и конечной продукции, предприятиями инфраструктуры и потребителями, отметим, что центральным звеном молокоперерабатывающей промышленности является молочное скотоводство, поставляющее сырьё-молоко на переработку, а молочная отрасль – один из важнейших сегментов продовольственного рынка страны. Несмотря на кажущуюся обособленность и замкнутость, рассматриваемый рынок находится во взаимосвязи и взаимозависимости со всем продовольственным комплексом, определяя как сбалансированное функционирование внутреннего рынка, так и степень решения продовольственной проблемы в целом, а соответственно, и уровень продовольственной безопасности государства.

Увеличение производства молочного сырья привело к росту экспорта молочной продукции в страны ближнего зарубежья. Основным рынком сбыта молочной продукции является рынок Российской Федерации. На его долю приходится более 40 % экспортируемой молочной продукции. Содействие в данном направлении призвана оказывать утверждённая Президентом Программа развития организаций Республики Беларусь, осуществляющих производство и экспорт молочной продукции на 2005 – 2010 годы. Цель Программы – создание организационно-экономических условий для повышения эффективности функционирования организаций молочнопродуктового подкомплекса, разработка и внедрение новых видов продукции, развития экспортного потенциала, повышения качества и конкурентоспособности продукции на внутреннем и внешнем рынках страны.

В молочнопродуктовом подкомплексе сложилась такая ситуация, при которой на фоне роста объема производства молока прослеживается диспаритет цен на молочное сырьё между субъектами молочного рынка, происходит разрушение устоявшихся с годами связей между сельхозпроизводителями и перерабатывающими предприятиями. Современный уровень развития экономики Республики Беларусь характеризуется тем, что дальнейшее неуклонное развитие перерабатывающей промышленности должно идти главным образом за счёт интенсификации закупочной, производственной и распределительной деятельности предприятий. Поэтому важным фактором дальнейшего развития молочнопродуктового подкомплекса является налаживание взаимоотношений в сфере товародвижения молока и продуктов его переработки между перерабатывающей отраслью с сельхозпроизводителями и с предприятиями розничной торговли. Дальнейшее неуклонное развитие перерабатывающей промышленности должно идти главным образом за счёт интенсификации закупочной, производственной и распределительной деятельности предприятий. Поэтому важным фактором дальнейшего развития молочнопродуктового подкомплекса является налаживание взаимоотношений в сфере товародвижения молока и продуктов его переработки между перерабатывающей отраслью с сельхозпроизводителями и с предприятиями розничной торговли.

Традиционно, продовольственная «цепочка» представлена совокупностью вертикальных уровней движения продукта от сельскохозяйственного производства до конечного потребительского рынка. Для первого уровня характерно производство и реализация производителями сырья перерабатывающим предприятиям. На втором уровне предприятия производят из закупленного сырья готовую к потреблению продукцию. Последний уровень продуктовой цепочки представлен предприятиями торговли, доводящими готовую продукцию до конечного потребителя. Схему движения молока от производителя к потребителю можно представить в виде следующих уровней: производитель молока – заготовительные организации и молокоперерабатывающие предприятия – посреднические торговые организации – потребитель.

Состояние и развитие молочной промышленности находится в непосредственной зависимости от сырьевой базы и наличия производственных мощностей. Тесная взаимозависимость и взаимосвязь между производством, заготовкой, транспортировкой и промышленной переработкой молочного сырья ставит задачу оптимального размещения сырьевых зон молокоперерабатывающих предприятий, пропорционального и сбалансированного развития сырьевой и перерабатывающей частей. Эта проблема стала актуальной с самого начала развития молокоперерабатывающей отрасли и по мере её развития решалась с различной полнотой. Практика знает немало экономических, организационных и производственных способов, применение которых позволяло положительно воздействовать на формирование сырьевых зон, обеспечивать более тесную увязку в развитии всех слагаемых, определяющих эффективность функционирования молочного подкомплекса. Однако, с увеличением масштабов производства в данной отрасли в условиях агропромышленной интеграции и концентрации производства молочного сырья, первичной их переработки в местах производства возникают аспекты проблемы оптимизации сырьевых зон молокозаводов и повышения экономической эффективности молочного производства. Общность территории, пространственная близость предприятий, возможности более мобильного использования ресурсов и другие факторы создают объективные предпосылки для агропромышленной интеграции в молочном подкомплексе.

Выход из сложившейся ситуации видится в реформирования молочного подкомплекса посредством создания сети предприятий, которые бы эффективно функционировали, развивались и удовлетворяли основные потребности народного хозяйства в условиях рыночной экономики. Создание нового организационно-экономического механизма управления молочным подкомплексом должно основываться на следующих принципах:

- интегрированность на основе вертикального комбинирования экономически и технологически взаимосвязанных предприятий и организаций молочного подкомплекса: производящих, перерабатывающих, реализующих сырьё для производства молочных продуктов;
- главенство интересов отечественных сельхозпроизводителей и поддержание их конкурентоспособности;
- сосредоточение организационно-экономического механизма на защите отечественных сельхозпроизводителей и их стимулирование.

Основная роль в развитии организационно-экономических взаимоотношений поставщиков и потребителей молочного сырья в условиях агропромышленной интеграции должна отводиться совершенствованию договорных связей между перерабатывающими предприятиями и сельхозпроизводителями. При этом определяющим фактором является рациональная организация сырьевых зон молокоперерабатывающих предприятий, предполагающее формирование сырьевых зон и рынков сбыта продукции, при которых производство малотранспортабельного молока-сырья находилось ближе к сырьевой зоне, чем к рынкам сбыта готовой продукции, уже прошедшей обработку и не занимающую такой объём, как сырьё. Большое влияние на формирование сырьевых зон оказывают такие процессы, как приёмка и первичная переработка сырья в местах его производства, использование современных способов транспортировки сырья, а также правильное их хранение.

*С.В.Разумова, к.э.н., доцент
А.Н.Дикан, УО «БГЭУ» (г.Минск)*

МАРКЕТИНГ ОРГАНИЗАЦИЙ МОЛОДЕЖНОГО ДВИЖЕНИЯ БЕЛАРУСИ

На различных этапах становления и развития организаций различного рода и направленности важное значение имеет маркетинг организации. То, каким образом будет организовано общественное мнение по поводу деятельности организации, является основополагающим фактором успешности или безуспешности всей ее деятельности.

Использование принципов маркетинга в организации молодёжного движения и развития молодёжных инициатив в Республике Беларусь становится важным условием активизации молодёжной политики. В республике отсутствует практика объединения множества инициатив, проектов, мероприятий на одной площадке. Назрела необходимость в создании общего интернет-портала (базы) для аккумуляции информации о мероприятиях, конкурсах, событиях, проектах, программах, конференциях, интересных для современной белорусской молодёжи. Данный проект будет не только упрощать получение данных различного уровня и объединять молодёжь с различными