

менталітэт народа. Таму з мэтай забеспячэння паўнацэннай камунікацыі побач з маўленчымі кампетэнцыямі неабходна выпрацоўваць уменні карыстацца культуразнаўчымі звесткамі (лінгвакультуралагічны аспект курса).

Фарміраванне камунікатыўна развітай асобы, здольнай ажыццяўляць зносіны на нацыянальнай мове, арыентавацца ў тэарэтычных і практычных праблемах яе функцыянавання, з'яўляецца адной з прыярытэтных задач вышэйшай адукацыі ў нашай краіне. Вучэбны курс «Беларуская мова: прафесійная лексіка» павінен забяспечваць падрыхтоўку кампетэнтнага спецыяліста, які зможа на дастаткова высокім узроўні ўдасканалваць сацыяльна-асобасную кампетэнцыю: свабодна гаварыць на роднай мове, лаканічна і дакладна выражаць думкі, захоўваць нацыянальную спадчыну, з'яўляцца актыўным носьбітам культурных здабыткаў, тым самым выяўляць сваю этнічную прыналежнасць, грамадзянскасць і патрыятызм. Для аптымізацыі гэтага працэсу неабходна спалучаць розныя бакі моўнай, культуралагічнай, прафесійнай падрыхтоўкі.

#### Спіс выкарыстаных крыніц

1. Губкіна, А. В. Беларуская мова. Эканамічная лексіка: вучэб. дапам / А. В. Губкіна, В. А. Зразікава. – Мінск, 2009.

*Е. В. Майсюк*

(Беларусь, Барановічы)

## МОДЕРНИЗАЦИЯ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

В последнее время в нашей стране очень много говорится о необходимости модернизации. Что же подразумевается под этим понятием?

И в научном обороте, и в повседневном обиходе термин «модернизация» очень распространен, в общепринятом значении – это «изменение, усовершенствование, отвечающее новейшим, современным требованиям» (от фр. *moderne*).

Теперь речь идет не только о технической модернизации (закупка новых технологий, оборудования, производство новых видов товаров и услуг), а о комплексном подходе – это и техническая, и экономическая модернизация, которая предусматривает «внедрение самых совершенных форм управления предприятиями и отраслями, решение вопросов повышения экспортных возможностей и конкурентоспособности экономики».

По мнению А. Г. Лукашенко, экспорт и модернизация должны быть тем локомотивом, который динамично потянет всю экономику. Модернизация должна быть всегда – это постоянный процесс, и этот процесс должен касаться всех, – отметил Глава государства.

Приоритет модернизации отдан не случайно. В условиях постоянно возрастающей конкуренции на мировых рынках, вступления основных государств-партнеров Беларуси во Всемирную торговую организацию, вхождения Республики Беларусь в состав ТС, ЕЭП и ЕАЭС вопросы повышения конкурентоспособности продукции становятся решающими.

Повышению конкурентоспособности продукции в Беларуси уделяется особое внимание: обновляются производственные фонды, внедряются передовые технологии, реализуются инновационные и инвестиционные проекты.

Примером может быть агропромышленный комплекс (таблица 1). Сегодня белорусское продовольствие и продукция перерабатывающей промышленности успешно поставляются во многие страны мира и приносят в бюджет валютные доходы. При этом обеспечен продовольствием и внутренний рынок.

*Таблица 1*

**Производство и экспорт мясной и молочной продукции в Республике Беларусь за 2008–2012 гг. (тысяч тонн) [1, с. 109, 114, 184]**

Наименование	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Производство</b>					
Мясо и мясные субпродукты	619,9	699,2	745,5	830,4	912,1
Молоко и молочная продукция	1331,7	1305,7	1494,8	1642,9	1775,8
<b>Экспорт</b>					
Мясо и мясные субпродукты	99,8	149,5	204,9	229,7	280,1
Молоко и молочная продукция	430,0	525,4	604,3	645,0	862,5

Анализ статистических данных показал, что в 2012 г. экспорт мяса и мясных субпродуктов в общем объеме экспорта составил 2,18 % (для сравнения: в 2008 г. – 1,08), молока и молочной продукции – 4,11 % (в 2008 г. – 3,5). В 2012 г. мяса и мясных субпродуктов было экспортировано на сумму 1005,3 млн долл. США (2008 г. – 353,3), молока и молочной продукции – на 1894,3 млн долл. США (2008 г. – 1140,4).

Потребителями мясной продукции стали страны СНГ (Казахстан, Российская Федерация, Украина), молочной – как страны СНГ (Азербайджан, Армения, Казахстан, Республика Молдова, Россий-

ская Федерация, Туркменистан, Украина), так и вне СНГ (Венесуэла, Грузия, Монголия, Канада, Объединенные Арабские Эмираты).

Можно предположить и дальнейшее наращивание экспорта мясной и молочной продукции, так как увеличиваются производственные мощности, проводится модернизация и реконструкция ферм, что влечет за собой увеличение поголовья скота и птицы (таблица 2).

Таблица 2

**Динамика поголовья скота и птицы в хозяйствах всех категорий  
(на начало года) [2, с. 86, 88]**

Вид	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Крупный рогатый скот, тыс. голов	4131	4151	4151	4247	4367
в том числе коровы, тыс. голов	1452	1445	1478	1477	1521
Свиньи, тыс. голов	3704	3782	3887	3989	4243
Птица, млн голов	31,2	34,1	37,5	39,9	42,4

Развитие животноводства, в свою очередь, требует увеличения производства зерна и, соответственно, его переработки.

Республика Беларусь является достаточно самообеспеченной зерном страной. По показателю среднедушевого производства зерна (975 кг – в 2012 г.) Беларусь опережает ряд крупнейших мировых производителей, включая Россию (643), Германию (510), Польшу (673 кг) и др.

Что касается зернопереработки, то по данным Национального статкомитета в последние годы наметилась тенденция к увеличению объемов производства продукции зерноперерабатывающими предприятиями.

Анализ деятельности зерноперерабатывающих предприятий показал, что в 2012 г. ими произведено: муки – 771,8 тыс. тонн (темп роста к 2008 г. – 114,8 %); добавок кормовых и кормов готовых для сельскохозяйственных животных – 6285,2 тыс. тонн (165,7 %), из них премиксы – 63,7 (146 %), добавки белково-витаминно-минеральные – 128,5 (136 %). Тенденция роста объемов производства обусловлена, с одной стороны, наращиванием производственных мощностей, с другой – возрастающим рыночным спросом.

Произведенная мукомольно-крупяная продукция и готовые корма для животных частично экспортируются. Так, в 2012 г. экспортировано продукции мукомольно-крупяной промышленности на сумму 64,8 млн долл. США, готовых кормов для животных – на 58,8 млн долл. США, что в общем объеме экспорта составило 0,14 % и 0,13 % соответственно. В 2008 г. продукции мукомольно-крупяной промышленности – на 54,0 млн долл. США (в общем объеме экспорта – 0,17 %), готовых кормов для животных –

на 4,5 млн долл. США (в общем объеме экспорта – 0,01 %). Потребителями такой продукции стали Российская Федерация и Украина.

Продукция, не реализованная на внешнем рынке, используется для собственных нужд: мукомольная – для продажи населению, в хлебопечении, производстве макаронных изделий, а комбикормовая – на корм скоту, птице и т. д.

Ритмично работают те предприятия, которые выпускают комбикорма требуемого ассортимента и качества, обеспечивающие максимальные привесы и продуктивность. А это, в свою очередь, позволяет наращивать объемы производства и экспорта мясной и молочной продукции.

Все вышеизложенное позволяет говорить о тесном взаимодействии отраслей национальной экономики и о необходимости дальнейшего развития во всех отраслях.

Основными направлениями их развития должны стать:

- обновление основных производственных фондов;
- модернизация производства на основе внедрения современных технологий, машин и оборудования;
- энергосбережение;
- повышение производительности труда;
- грамотное управление;
- создание новых для Беларуси организационных форм хозяйствования (холдингов, кластеров и др.);
- доведение качества продукции до международных стандартов;
- производство в достаточном количестве аналогов импортных товаров, т. е. увеличение выпуска импортозамещающей продукции;
- грамотное продвижение продукции на внешний рынок.

Таким образом, инновационное развитие наряду с модернизацией экономических отношений и повышением конкурентоспособности национальной экономики позволит достичь главной цели социально-экономического развития Республики Беларусь – роста благосостояния и улучшения условий жизнедеятельности населения.

#### Список использованных источников

1. Промышленность Республики: стат. сб. / редкол.: В. И. Зиновский [и др.]. – Минск, 2013.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. / редкол.: В. И. Зиновский [и др.]. – Минск, 2013.