

гом, который так же уплачивается физическими лицами в Республике Беларусь, можно заметить, что данный признак включения объекта в состав объектов, облагаемых по данному налогу, не практикуется, что вполне отвечает всем мировым стандартам и принципам налогообложения. Считаем целесообразным и полностью оправданным включение квартир, находящихся в собственности у физических лиц, в зависимости от их количества, в объекты обложения налогом на недвижимость.

Необходимо так же заметить, что данные изменения позволят значительно повысить доходы республиканского и местных бюджетов, учитывая тот факт, какова динамика увеличения частного городского жилищного фонда Республики Беларусь.

Так же одним из положительных эффектов введения данных изменений, возможно увеличение сумм, направляемых на строительство жилья для нуждающихся за счет средств республиканского и местных бюджетов, так как доля нуждающихся в жилье остается высокой.

Литература

1. *Миляков Н.В.* Налоги и налогообложение: Учебник для вузов / Н.В. Миляков – М.: ИНФРА-М. – 2006. – 515 с.
2. Налоговый кодекс Республики Беларусь. – Мн.: Амалфея. – 2012. – 736 с.

©БГСХА

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ СЕВЕРО-ВОСТОКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПОТЕНЦИАЛ ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОЙ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ

С.Г. САМОДЕДОВ, З.А. ТОБОЛИЧ

Objects of research are the enterprises of the dairy industry of the North-East of the Republic of Belarus. The work purposes are the analysis of the competitiveness of enterprises and development of the business plan of the joint trade company. As a result of research are actions on the studied enterprises

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, молочная отрасль, канал распределения

1. ВВЕДЕНИЕ

Первичным звеном экономики, определяющим потенциал ее развития, уровень и качество жизни населения является предприятия. Оно представляет собой субъект хозяйствования, предназначенный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг, а потому важным является обеспечение эффективности его функционирования на основе производства конкурентоспособной продукции. Для оценки успешности данной задачи в экономике используется понятие «конкурентоспособность организации».

2. МЕТОДИКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью настоящего исследования являлось изучение конкурентоспособности ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод», ОАО «Молочные горки» и ОАО «Оршанский молочный комбинат» и оценка на этой основе возможностей создания совместного торгового предприятия в городе Смоленске. Сбор информации осуществлялся путем использования литературных источников, статистических материалов и сети Интернет, а их анализ и теоретическое обобщение – с использованием приемов абстрактно-логического, расчетно-конструктивного и программно-целевого методов.

3. ОБЩИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ФАКТОРОВ ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ЕЕ

В отечественной и зарубежной литературе сложились многочисленные подходы к определению понятия конкурентоспособности предприятия, обусловленные как субъективным мировоззрением конкретных авторов, так и объективной сложностью и многоаспектностью данного явления.

На основе изучения литературных источников нами были сформулированы следующие свойства, определяющие сущность данного понятия как экономической категории:

- конкурентоспособность предприятия – понятие сложное, а это значит что оно отражает различные аспекты функционирования предприятия, касающиеся как производства, так и заготовление (снабжение) необходимыми материально-техническими ресурсами и реализации продукции;
- конкурентоспособность предприятия выступает относительной обобщенной характеристикой предприятия, то есть на основании имеющейся информации о конкурентоспособности предприятия мы можем дать косвенную оценку результативности его деятельности;
- конкурентоспособность предприятия обладает динамизмом, то есть с течением времени под влиянием внешних и внутренних факторов происходит изменение ее, как в сторону снижения, так и в сторону повышения, при этом в довольно длительных временных интервалах;

- основу конкурентоспособности предприятия составляет конкурентоспособность производимой им продукции: не производя конкурентоспособную продукцию предприятие не сможет обеспечить эффективность своего функционирования. Верно и обратное: не будучи конкурентоспособным, предприятие не сможет обеспечить выпуск такой продукции;

- внешним проявлением конкурентоспособности предприятия является эффективность функционирования организации, то есть получение финансового результата в виде прибыли, которая позволяет обеспечить дальнейший рост и развитие и удовлетворить экономические интересы работников предприятия и его собственников.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия является относительной обобщенной характеристикой предприятия, которая отражает его способность и возможность на основе производства конкурентоспособной продукции обеспечивать эффективное функционирование в условиях изменяющейся внешней и внутренней среды, решать социальные и экономические задачи, приспосабливаться к условиям рынка.

Конкурентоспособность предприятия формируется под влиянием ряда факторов, которые одновременно воздействуют на экономику предприятия. Источники конкурентоспособности делятся на внешние и внутренние, постоянные и временные, но наибольшее значение имеет их классификация на возникающие в сфере производства, в сфере обращения и иные:

- к факторам, определяющим конкурентоспособность предприятия в сфере производства, относят цену и качество производимых товаров. В настоящее время определилось важное направление повышения конкурентоспособности – это использование принципов логистики, позволяющее оптимизировать денежные расходы и затраты организации;

- в сфере обращения к факторам конкурентоспособности относятся конъюнктура рынка, сроки поставок, условия платежей, возможность рассрочки и получения кредитов, рекламная деятельность предприятия, сервисное и гарантийное обслуживание, наличие и число посредников и другие;

- другие факторы представлены экономической ситуацией в стране в целом и государственным регулированием экономики предприятия.

Данные группы факторов конкурентоспособности прямо и косвенно влияют на результаты деятельности предприятия, а это позволяет прогнозировать уровень конкурентоспособности предприятия на перспективу.

4. МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Конкурентоспособность предприятия, как уже отмечалось, понятие сложное. Наиболее широкое распространение получили финансовые показатели экономической эффективности. Это обусловлено тем, что данные показатели с одной стороны являются формой выражения экономического потенциала предприятия, а с другой – позволяют сопоставить предприятия различных отраслей при необходимости.

Для анализа конкурентоспособности нами была разработана следующая система показателей, которые были использованы для оценки исследуемых организаций:

- показатели финансового состояния предприятия, которые включают коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами и коэффициент обеспеченности финансовых обязательств. Использование их обусловлено необходимостью оценки вероятности его банкротства;

- показатели, характеризующие структуру источников капитала и структуру размещения капитала: коэффициент финансовой автономии, коэффициент финансовой устойчивости, коэффициент устойчивого финансирования и соотношение монетарных активов и пассивов;

- традиционными показателями стали показатели рентабельности. К ним относятся: рентабельность внеоборотных активов, рентабельность оборотных активов, рентабельность активов (пассивов), рентабельность собственного капитала, рентабельность инвестированного капитала, рентабельность заемного капитала;

- показатели, характеризующие эффективность производства и реализации продукции: рентабельность затрат, рентабельность продаж, удельный вес экспорта, материалоемкость, трудоемкость, фондоемкость;

- показатели, характеризующие эффективность использования внеоборотных активов: удельный вес основного капитала в структуре баланса, удельный вес капитальных вложений в структуре баланса, коэффициент годности основного капитала, коэффициент обновления основного капитала, отдача основного капитала;

- показатели эффективности оборотных активов при оценке конкурентоспособности предприятия: удельный вес оборотных производственных фондов в структуре баланса, удельный вес фондов обращения в структуре баланса, коэффициент оборачиваемости оборотных активов, время одного оборота оборотных активов, коэффициент загрузки оборотных активов.

Для оценки конкурентоспособности предприятий нами была использована методика скорингового анализа: разработаны шкалы для оценки значений показателей, а затем по конкретным значениям данных величин была предложена классификация предприятий по конкурентоспособности на пять групп.

5. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ТЕКУЩЕМ ПЯТИЛЕТИИ

В 2011–2015 гг. одним из приоритетов структурной политики Республики Беларусь определен агропромышленный комплекс. Программой деятельности Правительства предусмотрено что в 2015 г. экспорт сельскохозяйственной продукции должен составить примерно 7,2 млрд долл. США, а положительное сальдо от внешней торговли – не менее 4 млрд долл. США.

На мировом рынке сельскохозяйственной продукции наша страна известна как крупный производитель и экспортер молока и молочной продукции. При производстве 6,5 млн т молока (1,4 % мирового производства молока) экспорт молочной продукции составляет 5,7 % его мирового объема. В настоящее время порядка 54 % производимых молокопродуктов поставляется на экспорт, из них 90 % – экспорт в Российскую Федерацию.

Для развития молочнопродуктового подкомплекса характерными становятся интеграционные процессы. Это обусловлено тем, что амбициозные цели, поставленные перед отраслью, требуют крупных капитальных вложений, которые наиболее целесообразно осуществлять в крупные аграрные образования. Так в настоящее время уже создан агрохолдинг на базе ОАО «Бабушкина крынка».

В функционировании отрасли получило последовательное расширение применение инструментов маркетинга. Повышение конкурентоспособности молока и молочной продукции в настоящее время связывается не только с качеством товара, его сертификацией и соответствием стандартам, брендингом. Приобрела широкую известность и пользуется устойчивым спросом продукция под товарными марками «Савушкин продукт», «Бабушкина крынка», «Беллакт», «Здравушка», «Калинка», «Моя Славита» и другие, а торговая марка «Зроблена ў Беларусі» служит своеобразным знаком качества продукции.

Происходит непрерывное обновление ассортимента выпускаемой продукции: запланировано освоить производство глубоко замороженных бакконцентратов, ОАО «Молодеченский молочный комбинат» осваивает производство сыра с голубой плесенью типа рокфор и планирует освоение производства сыра типа моцарелла.

6. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ СЕВЕРО-ВОСТОКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

К предприятиям северо-востока Республики Беларусь, производящим молочную продукцию, относятся ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод», ОАО «Молочные горки» и ОАО «Оршанский молочный комбинат».

Сравнивая структуру реализованной продукции по предприятиям мы можем отметить, что по объему реализации молочной продукции наиболее крупным является ОАО «Оршанский молочный комбинат», на его долю приходится 52,4 % всего объема. Предприятие имеет четко выраженную специализацию: 56,3 % суммы реализации обеспечило масло, 16,1 % – сухое обезжиренное молоко и 10,9 % сыры жирные. Но в целом реализация молочной продукции по предприятию принесла убытки.

ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод» реализовал продукции на сумму 114,2 млрд. руб., его специализацию составили масло, сыры жирные и СОМ, на долю которых приходилось 42,0 %, 23,7 % и 29,5 %. Реализация молочной продукции принесла предприятию 22,6 млрд. руб. прибыли.

ОАО «Молочные Горки» – предприятие с суммой реализации молочной продукции 48,4 млрд. руб. и нечетко выраженной специализацией – в сумме реализации творог, цельное молоко и масло занимают 23,2 %, 22,4 % и 20,6 %. На долю таких высокодоходных видов продукции как СОМ и сыр приходится лишь 3,0 % и 14,7 % в структуре реализованной продукции.

Отдельные экономические показатели функционирования предприятий представлены в *таблице 1*.

На основании анализа показателей конкурентоспособности данные предприятия были отнесены к организациям со средним уровнем конкурентоспособности, которым необходимо последовательно развивать конкурентные преимущества. В качестве одного из путей повышения ее нами предложено создание совместного торгового предприятия по реализации молока и молочной продукции.

Таблица 1 – Сравнительная оценка экономических показателей молочных предприятий

Наименование показателей	Молочные Горки	Мстиславский маслодельно-сыродельный завод	Оршанский молочный комбинат
Стоимость основных средств, млн руб.	41701	21844	76473
Степень износа основных средств, %	23,7	53,1	38,6
Суммарные активы предприятия, млн. руб.	89566	169257	184897
Выручка от реализации продукции, работ, услуг, млн. руб.	103092	144319	285593
в т.ч. выручка, поступившая в валюте, млн. руб.	46619	70516	101252
Удельный вес выручки в валюте, %	45,2	48,9	35,5
Выручка от реализации в расчете на один рубль основных средств, руб.	2,5	6,6	3,7
Прибыль от реализации продукции, работ, услуг, млн. руб.	5751	27587	14660
Рентабельность продаж, %	5,6	19,1	5,1
Чистая прибыль, млн. руб.	1153	22602	7749

7. СОЗДАНИЕ СОВМЕСТНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПО РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ НА РЫНКЕ ГОРОДА СМОЛЕНСКА

Товаропроводящая сеть представляет собой совокупность дилеров, дистрибьютеров, торговых представительств, организаций оптовой и розничной сети, которые обеспечивают движение товаров от производителей до потребителей. Нами была изучена возможность создания торгового представительства ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод», ОАО «Молочные горки» и ОАО «Оршанский молочный комбинат» в городе Смоленске.

В результате проведенных нами маркетинговых исследований было установлено что на рынок города Смоленска и Смоленской области ежегодно поставляется 81,6 – 88,7 тыс. т белорусского молока. При этом было установлено, что наибольшим спросом пользуются творог, масло сливочное и маргарины, сыры и сгущенное молоко.

Нами был обоснован проект создания совместного торгового представительства вышеперечисленных предприятий по реализации молока и молочной продукции. Согласно нашим расчетам объем реализации в 2013 – 2015 годах молокопродуктов составит 9 – 15 тыс. т в год на сумму до 3 млн. российских рублей и получение чистой прибыли в размере около 250 тыс. российских рублей и обеспечит рентабельность оборота в 8,3 %.

Создание совместного торгового предприятия прогнозируется в форме общества с ограниченной ответственности с использованием арендуемых торговых площадей. Предполагается использование единой торговой марки, например «Белорусское молоко», «Молочные реки», «Молокошко». Рекомендуем в структуру товарного ассортимента включить 32,7 % сыров, 27,9 % сливочного масла, 14,5 % творога и творожной продукции.

8. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенных исследований было установлено, что конкурентоспособность предприятия представляет собой объективную категорию рыночной экономики, отражающую потенциал организации для дальнейшего развития. Одним из перспективных направлений развития конкурентоспособности предприятий молочной отрасли является формирование единых товаропроводящих сетей. Нами для предприятий молочной отрасли северо-востока Республики Беларусь предложено создание совместного торгового предприятия в Смоленске.

©БГЭУ

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКСПОРТА ТОВАРОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д.А. СИЛЬВАНОВИЧ, Г.В. ТУРБАН

The problem of the competitiveness of export goods is really important for the Republic of Belarus. After the whole analysis they can draw a conclusion that the competitiveness of export goods in the Republic of Belarus is based at a low level in comparison to other countries in the world. The most competitive goods in 2011 were such groups as products of chemical industry, woodwork, soft wares, processed products. The government needs to assume the measures in order to raise the competitiveness. The main objectives are decline of energy intensity, materials consumption, increase of the use of high technologies, production of goods with added value, greater diversification of products, mobilization of investment

Ключевые слова: конкурентоспособность, экспорт товаров, диверсификация