

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

Проблема конкурентоспособности экспорта товаров является весьма актуальной для Республики Беларусь, поскольку страна имеет высокую степень внешнеэкономической открытости вследствие узости внутреннего рынка. К основным проблемам, оказывающим существенное влияние на конкурентоспособность белорусской продукции, можно отнести следующие: высокую открытость экономики и зависимость от изменений, происходящих на мировых рынках; относительно низкую конкурентоспособность отечественной продукции; необходимость сохранения и расширения присутствия на мировых рынках; неэффективную отраслевую структуру производства; высокую импортоемкость экономики; низкую долю продаж инновационной, наукоемкой продукции с высокой долей добавленной стоимости. Поэтому особое значение приобретает формирование политики, направленной на повышение конкурентоспособности товаров национальных производителей.

Для проведения количественной оценки конкурентоспособности экспорта товаров Республики Беларусь за 2011 г. были использованы данные, ежегодно предоставляемые Международным торговым центром (ЮНКТАД) в разрезе 14 экспортных секторов [1]. В рамках данного исследования были проанализированы такие показатели, как доля экспортных секторов в мировой торговле, диверсификация продукции, диверсификация рынков, относительное изменение доли страны на мировом рынке, адаптационный эффект.

По результатам проведенного анализа было выявлено, что по большинству экспортных секторов продукция Республики Беларусь находится на невысоком уровне. Наиболее конкурентоспособной среди оцениваемых экспортных групп оказалась продукция химической промышленности, изделия из древесины, текстиль и переработанные продукты. Наименьшей конкурентоспособностью обладали такие товарные группы, как информационно-коммуникационные технологии и бытовая электроника, неэлектронное оборудование, компоненты электронного и транспортного оборудования.

Таким образом, в качестве основных мер, которые могут способствовать повышению конкурентоспособности экспорта товаров в стране, были предложены следующие: увеличение доли наукоемкой продукции в экспорте, с высокой долей добавленной стоимости; модернизация предприятий, снижение материало- и энергоемкости производств; сокращение потребления промежуточных товаров, импорта сырья и комплектующих; увеличение диверсификации продукции; открытие сборочных производств за рубежом; совершенствование политики привлечения инвестиций.

Литература

1. International Trade Centre / Интернет ресурс / Режим доступа: <http://www.intracen.org/menus/products.htm>.

©БГЭУ

МОДЕЛИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Ю.В. СИНЯВСКАЯ, Л.И. ПАНКРУТСКАЯ

The necessity of introduction of standardized management systems HACCP and ISO 22000 at the enterprise «Gor-molzavod № 2» was justified. The research results, the calculation of costs, necessary for the implementation of ISO 22000, the calculation of the efficiency and the model of substantiation of expediency of introduction of food safety management systems were presented

Ключевые слова: качество, безопасность, принципы HACCP, опасный фактор, критическая контрольная точка, система менеджмента безопасности пищевых продуктов, ISO 22000

Обязательным условием реализации пищевой продукции на экспорт в целях обеспечения рынка высококачественными и безопасными пищевыми продуктами и продовольственным сырьем является наличие сертификатов соответствия международным стандартам ISO 9001, HACCP, ISO 22000.

HACCP – концепция, предусматривающая систематическую идентификацию, оценку и управление опасными факторами, влияющими на безопасность продукции. Целью системы HACCP является обеспечение качества пищевой продукции и продовольственного сырья при их производстве, транспортировке, хранении и реализации.

Необходимость внедрения принципов HACCP на белорусских предприятиях связана с тем, что с 1999 г. в страны Европейского союза нельзя поставлять мясо-молочную и рыбную продукцию, не выполняя на предприятии требований системы HACCP; а с 2004 г. данное ограничение введено на всю пищевую продукцию.

Целью проведенного исследования стало моделирование системы менеджмента безопасности пищевых продуктов и обоснование целесообразности ее внедрения.

Для реализации поставленной цели были решены следующие задачи: