

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:

1. Проведена оценка состояния предприятия;
2. Разработан алгоритм внедрения системы менеджмента;
3. Предложены мероприятия по внедрению системы менеджмента безопасности пищевых продуктов в соответствии с СТБ ИСО 22000 и рассчитана экономическая эффективность данного проекта.

Для проведения исследования выбрано ОАО «ГМЗ № 2» г. Минска – один из лидеров молочной отрасли Республики Беларусь.

В ходе проделанной работы выявлена целесообразность создания и внедрения системы менеджмента безопасности пищевых продуктов, определены необходимые материальные затраты равные 98,150 млн р. Также доказано, что внедрение системы менеджмента безопасности пищевой продукции оказывает значительное влияние на финансовое состояние предприятия. Так с использованием корреляционно-регрессионного метода определена степень влияния различных факторов, в том числе внедрения стандартизированной системы менеджмента на финансовое состояние ОАО «ГМЗ №2». На основании данных построена корреляционная матрица и определена теснота связи между различными показателями. В результате получены следующие выводы: рентабельность продукции на 95,31 % зависит от объема чистой прибыли, которая в свою очередь тесно взаимосвязана с объемом экспорта. А объем экспорта на 97,11 % определяется объемом произведенной сертифицированной продукции. В итоге объем произведенной сертифицированной продукции на 92 % определяет показатель рентабельности продукции.

Таким образом, очевидно, что внедрение на предприятии системы менеджмента безопасности пищевых продуктов по СТБ ИСО 22000 обеспечит управляемость и прозрачность на любом этапе жизненного цикла продукции, доступ на международные рынки, конкурентное преимущество, доверие потребителей, имидж предприятия.

©БГЭУ

ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА И ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «АЛСТРОНГ»)

В.И. СЛОНИМСКАЯ, Н.А. САМАРА

This article is about an innovative system of payment, which includes a ranking system of higher education, pay for performance and program recognition. The possibility of application of the model in the enterprise

Ключевые слова: фонд заработной платы, рейтинг университетов, программа «признание», оплата по результату

Заработная плата играет важную роль в системе стратегического управления предприятием. Она является одним из главных мотивов эффективной трудовой работы каждого работника и всего коллектива в целом.

Разработанная система организации оплаты труда включает в себя ряд программ: систему ранжирования учебных заведений, чьи выпускники являются специалистами данной организации; оплату по результату; программу признания.

В соответствии с системой ранжирования учебных заведений уровень заработной платы зависит от рейтинга университета, который окончил специалист.

Ранжирование университетов применяется во многих странах, однако, в Республике Беларусь целесообразно использовать опыт Казахстана в данной области.

Критерии и показатели ранжирования подобраны таким образом, чтобы приоритетное развитие в вузах получали именно ключевые факторы, характеризующие университет мирового класса

Общий рейтинг вуза определяется в виде суммы рейтинговых баллов по всем показателям ранжирования. Учебное заведение, набравшее максимальную сумму баллов, занимает первое рейтинговое место. Последующие места распределяются по мере убывания суммы рейтинговых баллов. Таким образом, для каждого учебного заведения будет определен свой рейтинг, от которого будет зависеть размер доплаты каждому специалисту.

Система «оплата по результату» широко распространена в США и является очень эффективной, поскольку способствует росту мотивации персонала.

В начале года на предприятии устанавливаются определённые плановые задания, которые в конце периода сравниваются с фактическими показателями деятельности и работники получают вознаграждение за труд в виде премий, доплат, льгот и т.д. Также определяется ряд критериев формирования ежемесячного или ежеквартального премиального фонда подразделения организации, для которых устанавливаются пороговое и целевое значение, а также возможное перевыполнение плана. На основе