

Второе неравенство (17) приводит к неравенству  $|c_{1j}| < c_{45}^{1-\eta}$ , а первое — к неравенству  $|c_{nj}| < c_{36}^{1-\eta}$ . Окончательно можно записать

$$|S_j(x)| < c_{47} Q^{-2}, |S_j'(x)| < c_{47} Q^{1-\nu}, H(S_j) < c_{47} Q^{1-\eta}. \quad (18)$$

Сейчас, как и при доказательстве утверждения 2 мы можем показать, что система неравенств (18) противоречива.

Рассмотрим теперь обобщение задачи на поле комплексных чисел. В этом случае мы придем к системе неравенств (16) с многочленом не второй, а третьей степени. Системы неравенств (17) и (18) получаются аналогично. Это приводит нас к следующей теореме.

*Теорема 2.* Обозначим через  $B_n(\gamma, Q)$  количество неприводимых полиномов из класса  $P(Q)$ , для которых хотя бы в одном комплексном корне  $\alpha_j$ ,  $|\operatorname{Im} \alpha_j| > \delta$  справедливо неравенство  $|P'(\alpha_j)| < Q^{1-\gamma}$ . Тогда при  $0 < \gamma < 1$  справедливо неравенство  $\# B_n(\gamma, Q) < c Q^{n+1-2\gamma}$ .

1. Спринджук В. Г. Проблема Малера в метрической теории чисел. — Мн.: Наука и техника, 1967. — 184 с.

2. Берник В. И., Совместные приближения нуля значениями целочисленных многочленов // Изв. АН СССР. Сер. физ.-мат. 1980. Т. 44, №1 Стр. 24 -- 45.

3. Baker R. C., Sprindzuk's theorem and Hausdorff dimension // Mathematika. 1976. 2 (23), P. 184-197.

4. Берник В. И., Применение размерности Хаусдорфа в теории диофантовых приближений // Acta Arithmetica. 1983. Т. 42, № 3. Стр. 219 — 253.

5. Пташник Б. И. Некорректные граничные задачи для дифференциальных уравнений с частными производными. — Киев: Наукова думка, 1984. — 264 с.

6. Wirsing E., Approximation mit algebraischen Zahlen beschränkten Grades // (German) J. Reine Angew. Math. 1960. N. 206. P. 67-77.

## ПРОБЛЕМАТИКА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

С. Н. Беликов, аспирант

Механизм ценообразования можно назвать коренным инструментарием формирования и регулирования потенциальной эффективности. Необходимо чтобы сельское хозяйство преобразовалось в прибыльную отрасль. Государство может устанавливать компенсационную адресную поддержку определенных групп населения на случай роста розничных цен на продовольствие, а также задействовать ряд других рычагов — повышение заработной платы, усиление самозанятости населения, расширение возможности зарабатываемости средств и другие. Также важно совершенствование финансово-кредитного обслуживания. Необходимо, чтобы функции банковского кредита были стимулирующими, в соответствии с чем эффективное и высококупаемое конкурентное производство должно претендовать на льготные и дополнительные кредиты под регрессивные проценты; упрощение системы кредитования, расширение возможности и доступности кредитов для различных категорий товаропроизводителей; восстановление роли и функций долгосрочного кредита под высококупаемые проекты и обоснованные бизнес-планы; предоставление кредитов под расчеты натуральной сельскохозяйственной продукцией; расширение практики ипотечного кредитования предприятий; создание совместных и смешанных предприятий и производств с привлечением банковских инвестиций, капиталом и с условием участия в прибылях; создание кооперативных финансовых структур путем объединения свободных средств предприятий в целях взаимного льготного кредитования, а также формирование обществ взаимного кредита по продуктовому или отраслевому признаку.

Наряду с решением вопроса о приоритетном оказании государственной поддержки сельскохозяйственным организациям, учитывая большой размер долгов, считается, что пе-

реход от безвозмездной бюджетной поддержки предприятий АПК на бюджетное субсидирование на возвратной основе в настоящее время приведет к еще большему росту различного рода финансовых обязательств. Немаловажную роль в этом играет система налогообложения, так как в Республике Беларусь средний уровень налоговой нагрузки в выручке сельхозпроизводителей, уплачивающих единый налог, составляет около 12 %, что является высоким показателем даже для развитых стран и оказывает отрицательное влияние на инвестиционный климат в АПК страны. Поэтому на данном этапе для повышения эффективности деятельности сельских товаропроизводителей можно предложить следующее:

1. Установить срок уплаты единого сельскохозяйственного налога — один раз в полгода. Анализ динамики налоговых поступлений от плательщиков единого налога за ряд лет показал, что в начислении и уплате единого налога значительно влияние фактора сезонности. Наибольший размер начисленных сумм единого налога, а значит и отраженной в учете выручки, приходится на сентябрь и октябрь каждого года. Изменение для сельхозпроизводителей налогового периода с месяца до полугодия позволит при неизменной величине налоговых изъятий увеличить обеспеченность сельхозпроизводителей оборотными средствами. В целом, в течение года сельскохозяйственные организации могут использовать дополнительно 1,2 млрд руб.

2. Снизить норматив отчислений в фонд социальной защиты населения. Целесообразно рассмотреть возможность осуществления платежей по ставке 12% от фонда оплаты труда. Такой норматив (максимальный) применяется в отношении сельскохозяйственных предприятий Российской Федерации - плательщиков единого налога. Выравнивание условий налогообложения способствовало бы развитию справедливой конкуренции производителей Беларуси и России.

3. По НДС установить наиболее приемлемым для сельскохозяйственных организаций в сложившихся условиях ставку 9 %. Проведенные расчеты показали, что при использовании 2-го варианта ставки налога на добавленную стоимость 9 %, по исследуемой совокупности сумма налога к уплате будет равна нулю. При более низких ставках налога потребуются возмещение уплаченного НДС из бюджета. Кроме этого позволит приблизить систему налогообложения производителей сельскохозяйственной продукции к системе, применяемой в Российской Федерации, что создаст условия для аграрного производства двух союзных государств.

В целом проведение отмеченных мероприятий приведет к снижению уровня налоговой нагрузки до 5 % и дополнительному высвобождению около 550 млрд руб. средств сельских товаропро-изводителей (по расчетам 2009 г.), которые они смогут направить на пополнение собственных оборотных средств, формирование фондов предприятия и погашение текущей задолженности.

В существующих условиях полный отказ от безвозмездной поддержки сельскохозяйственного производства приведет к снижению возможности товаропроизводителей финансирования текущей деятельности и осуществления процесса воспроизводства.

Учитывая все еще большие потребности сельскохозяйственных организаций в материально-техническом перевооружении, нельзя осуществить полное финансирование приобретения техники за счет бюджетных ссуд. Поэтому возможно покрытие около половины потребности в технике и оборудовании предлагаемыми ссудами, а оставшуюся часть предприятия должны приобретать за счет собственных средств, чему будет способствовать снижение налоговой нагрузки и улучшение финансового состояния. Оставшаяся часть будет финансироваться из бюджета на возвратной основе.

Важное значение для обеспечения стабильности внутреннего продовольственного рынка и повышения эффективности экспорта продукции сельскохозяйственного происхождения придается мерам регулирования внешнеэкономической деятельности. Основные предложения по совершенствованию регулирования внешнеэкономической деятельности:

1. Величины таможенных пошлин целесообразно устанавливать исходя из уровня «чувствительности» к импорту отечественной продукции, который следует определять на основе показателей самообеспеченности внутренних и импортных цен;

2. С точки зрения соответствия международным принципам использования механизма государственного регулирования в области поддержки сельского хозяйства должны быть: возможность применения мер поддержки, которые не станут оказывать неблагоприятное влияние на торговлю; необходимость определения допустимого уровня госу-

дарственной поддержки, целесообразность сдерживания во взаимной торговле применения экспортных субсидий, важность определения рациональных критериев использования компенсационных и ответственных мер.

Все названные механизмы и меры имеют приоритетный характер. Но если рассматривать задачи достижения нового качества аграрной экономики в рыночных условиях хозяйствования, то следует учитывать механизм стимулирования инновационного развития. Именно он призван обеспечить перевод всего АПК на научно обоснованные технологии и системы машин, внедрение методов адаптивной интенсификации, организацию и ведение производства в соответствии с критериями оптимальной эффективности.

## ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

О.В. Битель, аспирантка

Развитие Интернет несколько изменило современный взгляд на маркетинговые коммуникации. Сеть объединила в себе интерактивный характер коммуникации и возможности персонализации. Интернет является одновременно новой средой для общения и постоянно растущим рынком потенциальных клиентов, которые имеют высокий уровень доходов. От английского *integrated marketing communications* (IMC) — это совместное использование всех видов маркетинговых коммуникаций, исходя из единых целей. По своей сути — это процесс интеграции, т.е. создание системы рациональных взаимосвязей для решения определенных задач. Их правильная интеграция дает возможность синергетической связи и усиления действия друг друга. В основе этой концепции лежит использование четырех главных маркетинговых коммуникаций. Под основными маркетинговыми коммуникациями понимают такие методы, как реклама, PR, стимулирование сбыта и некоторые другие. Коммуникации при этом взаимодополняют друг друга. Возникает эффект синергии, который позволяет добиться эффективности, труднодостижимой при использовании отдельных видов маркетинговых коммуникаций.

Из определения Американской ассоциации рекламных агентств интегрированные маркетинговые коммуникации — это концепция планирования маркетинговых коммуникаций, которая отдает должное детальному плану, в котором оцениваются стратегические роли различных коммуникационных дисциплин: рекламы на широкую публику, прямого маркетинга, стимулирования продаж и связей с общественностью и комбинаций этих дисциплин, чтобы обеспечить ясность, последовательность и максимальное коммуникационное воздействие на потребителя.

Интегрированные маркетинговые коммуникации имеют ряд преимуществ:

- единство управления кампанией по продвижению продукта;
- единство планирования кампании;
- единство финансирования кампании.

В итоге такой подход оказывается значительно дешевле традиционного. С другой стороны, интегрированные коммуникации более трудоемки и интеллектуемки. Они предъявляют более высокие требования к квалификации сотрудников и качеству управления. Также имеется множество барьеров на пути реализации IMC. Во-первых, недооценка его эффективности (особенно среди высшего руководства), во-вторых, недостаток навыков и обучения, в-третьих, территориальная организация структур и систем. Обучение и приобретение опыта (и оценка его значимости) — очевидные предпосылки реализации IMC.

IMC позволяет повысить эффективность всей системы продаж компании, так как в отличие от всех остальных отдельных организационных форм объединяет различные ее подразделения и отделы под одним знаменем — имиджем марки. Единая система коммуникаций позволяет устранить местничество менеджеров и обратиться с правильными составленными обращениями к нужным покупателям в нужное время, в нужном месте.

В 1993 году Шульц, Танненбаум и Лаутерборн разработали модель IMC, в которой они, в отличие от классической коммуникационной модели, исходят из следующего: маркетинговые коммуникации должны начинаться с того, что *делает* потребитель на рынке,