

2. Как считают специалисты, необходимо восстановить высокие школьные и вузовские стандарты обучения математике, естественнонаучным и особенно техническим дисциплинам, предоставляя возможность местным территориальным властям и работодателям адаптировать программы обучения под потребности территориальных инновационных систем. Ведь эффективность развития экономики инновационного типа зависит не только от уровня развития науки и промышленности, но и важнейшего компонента инновационного цикла — системы образования. Традиционная подготовка специалистов, ориентированная на формирование только знаний, умений и навыков в предметной области, отстает от современных требований. Различия между традиционной и инновационной системами обучения определяются, прежде всего, целевой установкой. Целью образования инновационного типа является не только усвоение содержания учебной дисциплины, но и овладение креативными способами мышления и деятельности.

Особенности инновационного образовательного процесса объективно обуславливают необходимость разработки и внедрения в учебный процесс современных образовательных технологий.

3. В Беларуси началась новая волна технологического перевооружения учебных заведений, финансирования, и подготовка кадров приобретает все более выраженный целевой характер. Система подготовки квалифицированных кадров, финансируемые республиканским и местными бюджетами, а также бизнесом, должны обеспечивать доступность профессионального образования. В настоящее время западные страны стремительно наращивают программы подготовки квалифицированных инженерных кадров, способных проектировать, управлять и поддерживать сложные технологические процессы.

4. В современных условиях при высокой инфляции, девальвации белорусского рубля и роста цен необходимо повышение уровня оплаты труда преподавателей всех уровней образования и особенно школьного учителя. Законодательно оформить «социальный формат», приравнять ученых и преподавателей по статусу к государственным служащим.

Изложенные в статье мысли не исчерпывают полностью тех проблем, которые имеют место при обучении студентов-экономистов и их трудоустройства. Однако сам факт наличия проблем обучения, воспитания и трудоустройства студентов требует от преподавателей поиска путей преодоления нерешенных вопросов исходя из условий рыночной экономики. Развитие системы образования является очень важным для Беларуси, так как резко расширяются возможности для нового технологического рывка и повышения стандартов жизни населения.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ ПТИЦЕВОДЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ МИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Н.В. Ефременко, к.э.н., доцент, Е.Ю. Быкова, аспирант

Работа над стратегией любой коммерческой организации должна начинаться со всестороннего изучения ее рыночного потенциала, возможностей и угроз, с которыми она может столкнуться в ходе своей деятельности на рынке. В качестве инструмента стратегического анализа для этого может быть использована SWOT-матрица. Ее применение рассматривается как отправная точка для выявления конкурентных преимуществ предприятий и идентификации направлений стратегического развития.

В таблице 1 приведена матрица анализа рыночных позиций птицеводческих предприятий Минской области.

Из данных таблицы видно, что, несмотря на достигнутые результаты, предприятия сталкиваются с рядом проблем, обусловленных влиянием экономических факторов макросреды. Степень приоритетности влияния отдельных факторов на рыночную деятельность предприятий отрасли была получена в результате проведения корреляционно-регрессионного анализа по статистическим данным за период 2007–2009 годы, критерияльным показателем которого выступила прибыль как показатель наиболее тесно связанный с понятием «эффективности деятельности».

Таблица 1 – Матрица SWOT-анализа птицеводческих предприятий Минской области

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Более низкие цены (в сравнении с импортными товарами) • Опыт в области продвижения товара • Расширенный рекламный пакет • Высококвалифицированный персонал • Удобное месторасположение предприятий 	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие четкой стратегии развития предприятий • Устаревшее оборудование • Использование «ушедших» технологий • Отсутствие новинок переработки птицеводческой продукции • Не соответствие продукции международным стандартам • Отсутствие высокопродуктивных кроссов • Высокие издержки • Текучесть кадров • Проблемы финансирования
<i>Потенциальные угрозы</i>	<i>Потенциальные возможности</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Болезни птиц • Падение продуктивности • Повышение цен на корма и лечебно-профилактические препараты • Узкий ассортимент продукции • Государственное регулирование цен • Неблагоприятное изменение курсов валют или торговой политики иностранных правительств • Снижение спроса в связи с изменением потребностей населения 	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение спроса на птицеводческую продукцию как наиболее дешевый белковый продукт питания населения • Привлечение иностранных инвестиций • Выход на новые иностранные рынки • Создание фирменных магазинов с ценой от производителя • Расширение ассортимента продукции • Использование инновационных технологий производства и ноу-хау • Совершенствование государственных мер по развитию отрасли • Сотрудничество с предприятиями пищевой и легкой промышленности по вопросу переработки отходов • Создание экологически чистых и высококачественных товаров

Итоговая модель формирования прибыли от реализации птицеводческой продукции имеет вид:

$$\begin{aligned}
 Y_x = & -3,61 - 0,94\bar{a}_1 + 0,96\bar{a}_2 + 0,59\bar{a}_3 + 0,51\bar{a}_4 + 0,11\bar{a}_5 + 0,21\bar{a}_6 - 0,96\bar{a}_7 + \\
 & + 0,24\bar{a}_8 - 0,41\bar{a}_9 - 0,31\bar{a}_{10} - 0,32\bar{a}_{11} + 0,34\bar{a}_{12}
 \end{aligned}
 \quad (1)$$

$R=0,96$ $R^2=92\%$ $F=23,2$

где \bar{a}_1 — себестоимость продукции птицеводства; \bar{a}_2 — цены на птицеводческую продукцию; \bar{a}_3 — продуктивность птицы; \bar{a}_4 — производительность труда; \bar{a}_5 — оплата труда; \bar{a}_6 — инвестиции в производство; \bar{a}_7 — сумма налогов; \bar{a}_8 — среднегодовое поголовье птицы; \bar{a}_9 — уровень расхода кормов; \bar{a}_{10} — стоимость ветпрепаратов; \bar{a}_{11} — стоимость кормов; \bar{a}_{12} — среднегодовая стоимость ОПФ.

Множественные коэффициенты корреляции R находятся в пределах допустимых значений ($-1 \leq R \leq 1$) и свидетельствуют о наличии тесной зависимости итогового показателя от перечисленных выше факторов. F -критерий равен 23,2, который говорит о существенности взаимосвязи.

Первоочередными по степени важности для повышения эффективности деятельности, а, соответственно, и конкурентоспособности птицеводческих предприятий, являются устанавливаемые цены (как со стороны государства, та и непосредственно предприятием), общие затраты на получение продукции и налогообложение (налог на прибыль, на недвижимость, НДС и т.п.). Повышение продуктивности птицы (яйценоскости и среднесуточного привеса) и производительности позволяют снизить издержки производства, которые, как отмечалось выше, являются непосредственным фактором роста эффективности предприятий. Это может быть обеспечено использованием высокопродуктивных кроссов птиц. Немаловажным фактором выступает и материальная заинтересованность работни-

ков предприятий. В то же время наименьшим влиянием в краткосрочном периоде на исследуемый итоговый фактор обладает инвестируемость птицеводческих организаций, то есть суммарное количество материальных вложений в конкретные отрасли и проекты. Ее влияние логичнее рассматривать в привязке к конкретным инвестиционным проектам. Следует осознавать при этом, что именно инвестициями обеспечиваются обновление имеющегося оборудования и совершенствование технологического процесса, что является залогом успеха на рынке.

Одним из важнейших методов стратегического анализа является матрица БКГ-матрица «рост – доля рынка», разработанная ведущей консалтинговой компанией Boston Consulting Group (Бостонская консалтинговая группа или БКГ). Матрица БКГ акцентирует внимание на движении наличности, потребности в инвестициях и прибыльности продукта, а также на выгодах о перераспределении финансовых ресурсов с целью оптимизации хозяйственного портфеля. Стандартный анализ проводится по видам товаров. В нашем случае анализ проведен по видам птицы с учетом двух позиций — мясного и яичного направления. В данной схеме относительная доля рынка и темпы роста характеризуются лишь двумя значениями — низкие и высокие. Границей, позволяющей судить о темпе роста рынка, служит величина в 10 %. Так, при темпе роста свыше установленной границы получают быстрорастущий рынок. Определение относительного долевого участия на рынке обусловлено сравнением объемов продаж птицеводческой продукции (на основе статистических данных). Рыночная позиция стратегических бизнес-единиц исследуемых предприятий характеризуется их следующим положением в матрице БКГ (табл. 2).

Таблица 2 – Матрица БКГ для птицеводческих предприятий Минской области

Темп роста рынка	Высокий	<p>«Вопросительные знаки»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мясо уток • Яйца уток • Мясо гусей • Яйца гусей • Мясо перепелок • Мясо страусов 	<p>«Звезды»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мясо бройлеров • Куриные яйца • Яйца перепелиные
	Низкий	<p>«Собаки»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Яйца индеек • Яйца цесарок • Мясо цесарок 	<p>«Дойные коровы»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мясо индеек
		Низкое	Высокое
Относительное доленое участие на рынке			

В данной матрице каждой группе стратегических бизнес-единиц присваивается определенное название. В нижнем левом углу располагаются стратегические бизнес-единицы соответствующие званию «Собаки». Это продукты с низким уровнем рентабельности, падающим спросом и зыбкими перспективами, неспособные к дальнейшему развитию и не дающие ожидаемых прибылей. В эту группу вошла продукция цесарок и яйца индеек, производство которых осуществляет РУП «ППЗ Белорусский». Руководству данной птицефабрики следует немедленно предпринять кардинальные меры по совершенствованию производства. В обратном случае товары станут приносить значительные убытки, что подорвет само существования данных предприятий. Согласно подходам, предлагаемым БКГ, наиболее приемлемой стратегией может рассматриваться уход с рынка.

В состав «Дойных коров» вошло мясо индеек, так называемая «вчерашняя звезда». Нахождение в данном квадрате обусловлено переходом спроса в данной отрасли в стадию зрелости. Данная продукция является лидером на рынке с низким темпом роста. РУП «ППЗ Белорусский», являясь единственным производителем данной продукции, благодаря успешной работе, значительному опыту и стабильному положению имеет большую свободу в вопросах установления цен и объемов производства. Наиболее приемлемой стратегией в данном случае может рассматриваться максимизация прибыли, в том числе и за счет оптимизации и активизации комплекса маркетинговых средств.

Самый проблемный квадрат — это «Вопросительные знаки». Данной группе товаров при высоком темпе роста рынка присуще низкое доленое участие. В отношении этой

группы возможен переход либо к «Звездам» или к «Дойным коровам». В состав этого квадрата вошли гусеводческая и утководческая продукции, а также мясо перепелок и страусов. При усиленной работе и активных продажах последние могут перейти в квадрат «Звезд». Остальные же находятся в ослабевающей позиции с угрозой перемещения в квадрат «собак». В этом случае руководству птицефабрик необходимо выбрать соответствующую стратегию: либо агрессивно инвестировать и превращать их в «звезды»; либо направлять ресурсы на надежные перспективные товары.

Рыночными лидерами являются «Звезды». Они находятся на стадии развития и имеют все шансы стать еще более успешными. Стабильные позиции месторасположения в данном квадрате присущи наиболее экономически выгодным товарам с соответствующим качеством. Это, в первую очередь, мясо бройлеров и яйца кур. Перепелиные яйца в последние два-три года, благодаря расширению рекламной деятельности предприятий, установило свои права на принадлежность к «звездному» Олимпу. Наиболее приемлемая стратегия в данном случае - сохранение лидерства.

Исходя из анализа, проведенного с помощью метода БКГ, можно сделать вывод о том, что птицеводческие предприятия Минской области и находятся на стадии устойчивого роста, однако степень неопределенности их развития достаточно высока. Большинство выпускаемых продуктов имеют низкую долю на рынке, обеспечиваемую, соответственно, и небольшим объемом производства. Переход в лидирующий квадрат возможен только при совершенствовании производства и активной маркетинговой деятельности. Новый для отечественного покупателя продукт — страусиное мясо, при правильно сформированном комплексе маркетинга, с легкостью может войти в область звездности. Существенные сложности отмечены у утководческой и гусеводческой отраслях, которые находятся в стадии неуверенного и низкого развития.

Проведенный стратегический анализ позволяет сделать выводы о том, что для предприятий птицеводческой отрасли становится актуальной выявление своих конкурентных преимуществ и разработка стратегий развития. Среди основных стратегических направлений развития птицеводческой отрасли должны рассматриваться:

- привлечение иностранных и отечественных инвесторов с помощью активной деятельности руководства и менеджеров (участие в выставках, конференциях, тендерах и т.п.);
- закупка высокопродуктивных кроссов птиц с последующим их разведением;
- ориентация на потребителя с учетом его предпочтений и материальных возможностей (проведение опросов, форумов и анкетирования);
- совершенствование организационной структуры предприятий на основе постоянной переподготовки и обучения персонала, мониторинга и перераспределения должностей в целях эффективного управления организацией;
- анализ существующих и потенциальных поставщиков (кормопроизводителей и ветеринарных станций) и крупных заказчиков (мясокомбинаты, предприятия легкой промышленности) в целях оптимизации сбыта;
- постоянная активная маркетинговая деятельность с акцентом на уникальность продукции птицеводства;
- расширение ассортиментного ряда производимой продукции, в том числе полуфабрикатов;
- экологизация производственной деятельности и конечного продукта;
- расширение инновационной деятельности, обеспечивающей реализацию вышеназванных стратегических направлений.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ИХ РОЛЬ В СНИЖЕНИИ ИЗДЕРЖЕК

В.С. Ионин, к.т.н., доцент, О.А. Исаева, М.В. Ничипарчук

Мировой опыт показал, что важнейшим фактором экономического роста является формирование логистической системы, охватывающей различные сферы деятельности в государстве. В индустриально развитых странах логистика давно поставлена на службу