

варя 2011 г. поставила мировой рекорд по одновременному пребыванию игроков на одном игровом сервере (91311 человек), включенный включено в раздел «Gamer's Edition» Книги рекордов Гиннеса. Однако в ней нет традиционного для рекламы продвижения какого-либо бренда. В этом плане показательны примеры рекламной активности автомобильных концернов. С каждым годом появляется целая серия игр рекламирующая определенный бренд: Mercedes-Benz World Racing и World Racing 2 (гоночные игры, прямо посвященные продукции компании Mercedes и спродюсированные ею), Need for Speed: Porsche Unleashed (торговая марка Porsche).

Видятся значительными и перспективы развития подкаст-рекламы. Компании PodTrac и Tns с 2006 г. по 2008 г. провели масштабное исследование, в результате которого сделали вывод, что реклама в подкастах (отдельный файл, либо регулярно обновляемая серия ресурсов в Интернете, актуализируемых в форме звуковых или видеопередач) в 3 раза более эффективна, чем реклама на сайтах потокового видео (например, на YouTube, когда перед нужным вам роликом показывают рекламный), и в 7 раз эффективнее телевизионной рекламы. Рынок рекламы в подкастах наиболее развит в США, где в 2007 г. составил 165 млн USD. По оценке eMarketer мировой рынок подкаст-рекламы к 2012 г. вырастет до 435 млн USD.

Таким образом, только комплексное использование современных рекламных форм и технологий, опора на местные деловые круги, учет национального менталитета и культуры позволит существенным образом изменить содержание и структуру рекламного рынка Беларуси, даст возможность развиваться отечественной рекламной традиции, расширит представительство белорусских товаров и услуг как на внутреннем, так и на внешнем рынках, поспособствует популяризации национальных брендов в мировом медийном пространстве.

ТЕНДЕНЦИИ ИНТЕНСИФИКАЦИИ КАРТОФЕЛЕПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА

В.М. Синельников, старший преподаватель

Анализ показателей характеризующих состояние картофелеводства показал, что в Беларуси предложение по картофелю превышает спрос, в среднем за последние пять лет в 1,8–2 раза. Страна в состоянии обеспечить себя картофелем собственного производства, а также осуществлять импорт части данной продукции. Превышение предложения над спросом позволяет говорить о том, что в картофелепродуктовом подкомплексе необходимо уделить внимание двум основным направлениям: рынку сбыта картофеля и его переработке на собственных перерабатывающих предприятиях. В Беларуси пришло время отказаться от производства картофеля «вообще» и четко определить и выращивать данный вид продукции, отвечающий конкретным требованиям, то есть товарный картофель соответствующий тому или иному назначению. Здесь на первый план выдвигается продовольственный картофель и предназначенный для технической переработки. Необходимо практически решить вопрос специализации и концентрации посевов картофеля, что позволит перерабатывающим предприятиям иметь его столько, сколько необходимо.

Исследованиями установлено, что наиболее удачно решить эти вопросы можно формированием в зонах перерабатывающих предприятий кооперативно-интеграционных структур (КИС). Формирование КИС представляет собой одно из инновационных направлений в развитии картофелепродуктового подкомплекса. Это направление является объективной закономерностью создания по продуктовому признаку своеобразных «гнезд» конкурентоспособных рыночных производств продовольственных товаров, объединяющих предприятия региона, работающих на внутренний и внешний рынок.

Понятие «кооперативно-интеграционная структура» сформулировано нами, как объединение двух и более коммерческих организаций между которыми существует экономическая и организационная зависимость в форме участия в уставном (паевом) капитале и управлении хозяйственной деятельностью, образованное в целях защиты общих интере-

сов, координации усилий в разрешении сложных проблем, реализации проектов и целевых программ, проводящее единую экономическую политику.

При создании и функционировании кооперативно-интеграционных структур необходимо выделить перечень критериев классификации, касающийся основных организационно-правовых форм кооперативных объединений как наиболее приемлемых в условиях рыночной экономики (рис. 1).

Углубленное исследование классификационных критериев кооперативно-интеграционных структур позволило выявить одну из важных причин их медленного внедрения в практическую работу предприятий картофелепродуктового подкомплекса, которая состоит

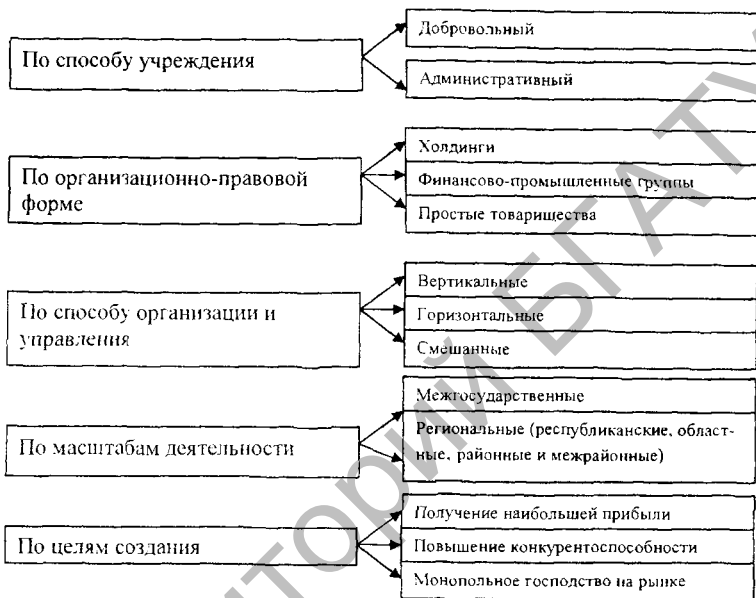


Рисунок 1 – Критерии классификация кооперативно-интеграционных структур

в существующей задолженности организаций этого подкомплекса государству равной 100–120 тыс. руб. в расчете на балло-гектар сельскохозяйственных угодий. Выходом из создавшегося положения и продвижения процесса становления кооперативно-интеграционных структур в картофелепродуктовом подкомплексе является разработка обоснованных бизнес-планов и на этой основе проведение государственной политики, заключающейся в реструктуризации на законодательной основе скопившихся долгов, или акционирование предприятий с долей государства в имуществе таких обществ, равной задолженности субъекта хозяйствования перед государством.

В силу ограниченности инвестиционных ресурсов направляемых в подкомплекс со стороны государства и других потенциальных инвесторов актуальной становится проблема выбора регионов для направления инвестиционных потоков.

Для решения этой задачи была разработана методика экономической оценки первоочередности вложения инвестиций в развитие региональных картофелепродуктовых подкомплексов, впервые предложенная нахождением рейтинга суммой баллов по показателям: размер вкладываемых инвестиций на единицу стоимости продукции; объем собственных вложений, кредитных ресурсов и средств, направляемых в отрасль; стоимость продукции картофелепродуктового подкомплекса на единицу площади посадки картофеля, позволяющая научно обосновать целесообразную последовательность проведения интеграционных процессов в исследуемом продуктовом подкомплексе. Регион,

набравший наибольшее количество баллов, является наиболее привлекательным в исследуемой группе.

Выполненные исследования показали, что наиболее привлекательными регионами для инвесторов в картофелепродуктовом подкомплексе являются Могилевский (22 балла), за ним следует Брестский, Гомельский, Минский, Гродненский и Витебский. Оценочный ряд баллов в системе региональных рейтингов, начиная с наибольшего и заканчивая наименьшим служит методической основой формирования очередности проведения интеграции в картофелепродуктовом подкомплексе.

ПРЕДПОСЫЛКИ СОЗДАНИЯ КЛАСТЕРОВ В МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ

И.И. Станкевич, ст. преподаватель

В последние годы молокоперерабатывающая промышленность характеризуется устойчивым развитием благодаря реализации мероприятий Программы развития мясомолочной промышленности на 2005–2010 годы, Государственной программы возрождения и развития села на 2005–2010 годы. Основными результатами развития отрасли являются:

- осуществление масштабного технического перевооружения перерабатывающих предприятий (мощности по производству сыра увеличились в 2 раза, сушке молока на 28 %, установлены современные технологические линии по производству глазированных сырков, творога, фасовочное оборудование для упаковки молока и кисломолочных продуктов);

- совершенствование системы управления качеством продукции (на начало 2011 года на молокоперерабатывающих предприятиях внедрение системы качества ИСО 9001 завершено, системы анализа рисков и критических контрольных точек на 48 предприятиях, системы управления окружающей средой на 11, системы управления безопасностью пищевых продуктов ИСО 22000 на 4, системы управления охраной и безопасностью труда СТБ 18001 на 16);

- активное использование маркетинговых приемов в производственно сбытовой деятельности (создание и продвижение торговых брэндов узнаваемых в республике и за ее пределами);

- формирование крупных организаций-лидеров (ОАО «Савушкин продукт», ОАО «Бабушкина крынка», ОАО «Слуцкий сыркомбинат», ГП «Гормолзавод №1» и ОАО «Березовский сыродельный комбинат»);

- значительное увеличение экспорта молочной продукции (экспорт молока и молочной продукции в 2000 г. составлял 87 тыс. т из них в страны СНГ — 65,9, вне стран СНГ — 21,1, а в 2010 г. составил 604,3 тыс. т, в страны СНГ — 592,6, вне стран СНГ — 11,7. Средняя цена реализации выросла с 1172 до 2533 USD за тонну);

- развитие научного обеспечения молочной отрасли (создание серии продуктов функционального назначения, организация промышленного производства бактериальных заквасок и др.).

Приоритетной задачей отечественного агропромышленного комплекса, а именно, молокоперерабатывающей промышленности, является дальнейшее повышение эффективности производства. В этой связи возникает необходимость использовать традиционные и новые методики экономического развития, одной из которых является создание интеграционных структур с использованием кластерного подхода.

Целью статистического кластерного анализа является группировка исследуемых объектов на основе сравнения конкретных описываемых параметров. Каждый объект включается только в один кластер. В статистике кластерный анализ классифицирует изучаемые объекты так, чтобы объекты одного кластера были схожи по описываемым параметрам, а объекты, принадлежащие различным кластерам, были также различны друг для друга. Это значит, что задача кластерного анализа сводится к группировке кластеров, которые соответствуют любым критериям оптимальности. Не менее важное значение имеет анализ промышленных кластеров, поскольку он позволяет:

- выявлять стратегические преимущества в потребностях клиентов, инновациях, информации;