

обязательных курсов повышения квалификации в МГВЛТК или Учебном центре повышения квалификации и переподготовки авиационного персонала (УЦПА). Авиационные специалисты, не прошедшие своевременно курсы, к выполнению своих должностных обязанностей не допускаются.

Приведенный принцип непрерывного образования авиационных специалистов включает в себя не только профессиональные, но и экономические аспекты. Сравнительный анализ стоимости образовательных услуг показывает несомненные экономические преимущества при подготовке, повышении квалификации и переподготовке авиационного персонала в учебных заведениях Госкомавиации Республики Беларусь по сравнению с аналогичными учебными заведениями стран СНГ. Так, подготовка авиационных инженеров в МГВЛТК дает ежегодную экономию финансовых средств в размере 120 тыс. долларов США. Экономия финансовых средств при подготовке авиационных техников эксплуатационного профиля наземного обеспечения полетов и диспетчеров по управлению воздушным движением составляет около 500 тыс. долларов США.

Ежегодно в МГВЛТК и УЦПА проходят повышение квалификации, переучивание на новые типы воздушных судов и подготовку к выполнению полетов на международных авиалиниях около 2 тыс. авиаспециалистов. Только прямые расходы, связанные с их обучением примерно, на 30% меньше по сравнению с их обучением в Российской Федерации и в Украине. При этом годовая экономия финансовых средств предприятий составляет свыше 300 тыс. долларов США, а с учетом командировочных расходов эта сумма значительно возрастает.

С целью дальнейшего повышения экономической эффективности непрерывного образования авиационных специалистов проводится модернизация учебно-материальной базы и реформирование образовательных и организационных структур учебных заведений Госкомавиации с учетом производственной потребности и экономической возможности авиапредприятий.

ПРЕСТИЖ ОБРАЗОВАНИЯ - КЛЮЧ К УСПЕХУ

Курчевский В. И., аспирант.

Белорусский научно-исследовательский институт МСХ РБ

Благосостояние населения любой страны, ее экономическое развитие определяется уровнем образованности граждан. Примером этому достаточно много. Так, стремительное развитие Японии стало возможным благодаря

высокому уровню образования, отсюда и научные достижения, и профессиональные умения. Распространение образования в этой стране началось в эпоху Мэйдзи в 1868 году и является одним из важнейших направлений государственной политики. Так, по словам Мори Аринори - первого министра просвещения эпохи Мэйдзи, "каждый учитель должен помнить, что все, что делается в сфере народного просвещения, делается не ради детей, а в интересах государства".

Рассматривая сельское хозяйство Беларуси, следует отметить, что данная отрасль занимает по важности далеко не последнее место в республике. Развитие сельского хозяйства определяется уровнем интеграции науки, образования и производства. К сожалению, сельское хозяйство претерпевает глубочайший кризис невозможно. Попытаемся рассмотреть его причины: одна из главных причин - заниженная в десятки и сотни раз стоимость основных фондов предприятий сельского хозяйства. Это в первую очередь занижает себестоимость продукции, делая невозможным восстановление основных фондов - истощая ресурс машинно-тракторного парка, оборудования животноводческих ферм. При этом сельскохозяйственные предприятия имеют определенный невысокий уровень рентабельности. В сельском хозяйстве эффективность производства определяется своевременностью выполнения всех технологических операций в агротехнические сроки. В условиях необновления основных фондов это главное и обязательное условие не выполняется. В результате урожайность и продуктивность снижаются в несколько раз от потенциально-возможного уровня. Это делает продукцию неконкурентоспособной по причине чрезмерно высоких накладных издержек.

В данных условиях сельское хозяйство не развивается, а занимает догоняющую позицию. Кризисное положение усугубляется еще и тем, что труд людей, занятых в этой отрасли, не оплачивается должным образом. Это резко понижает заинтересованность работников в результатах своего труда, практически исключает ответственность, делает труд людей малоэффективным.

В сложившихся условиях возникает необходимость не только обновления основных фондов, но и реконструкции сельского хозяйства в целом. Возникает необходимость внедрения в производство новых интенсивных и альтернативных технологий. Это требует наличия высококлассных специалистов сельскохозяйственного профиля, особенно в сфере научных разработок и управления производством. Этим должны заниматься настоящие профессионалы, труд которых необходимо оплачивать должным образом. В противном случае не избежать некомпетентности, и как следствие - отсталости в развитии.

При этом далеко не достаточно просто иметь в наличии учебные заведения для подготовки специалистов. Необходимо сделать образование престижным, предоставить выпускникам перспективы совершенствования их профессионального уровня, создать условия, в которых действительно грамотные, заслуживающие доверия специалисты смогут реализовать свои стремления, занять положение в обществе, соответствующее их уровню интеллектуального развития. В этом случае будет сделан шаг к разрешению не только личных, но и общественных запросов.

ИЗУЧЕНИЕ ПРИНЦИПОВ УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВОЙ МАРКОЙ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Хорошун Н. В., ст. препод.

Белорусский государственный аграрный технический университет

При изучении специальной дисциплины "Маркетинговая деятельность предприятий" весьма мало внимания уделяется изучению принципов управления торговой маркой. Вместе с тем знание этих вопросов весьма необходимо будущим специалистам АПК. Студенты должны четко уяснить, что на безмарочном рынке закупочную цену определяет оптовик, который «проталкивает» одинаковый товар в розницу. На марочном рынке цену же определяет производитель, владелец торговой марки, поскольку именно ее требует потребитель. При этом оптовик теряет контроль над ценами, он вынужден брать популярный товар по той закупочной цене, которую назначил производитель.

Процесс создания и продвижения торговой марки на рынок называют brand building solutions (дословный перевод решения строительства торговой марки). Хотя английский термин «бренд» используется чаще, чем русское словосочетание «товарная марка», термин «бренд билдинг» еще мало известен.

Жизнь товарной марки начинается с названия. Однако любые креативные идеи, не имеющие под собой серьезного обоснования, как правило, нежизнеспособны. Поэтому предшествовать всему должна кропотливая исследовательская работа по изучению ситуации на рынке: определение объема рынка, тенденций его изменения, конкурентное окружение, сегментация потребителей и т.д. Целью этих мероприятий является формирование общей стратегии продвижения продукта на рынок и его позиционирование.

Тем не менее, именно название торговой марки задает основные ориентиры для развертывания процесса бренд билдинга. Для того чтобы