

маслосемян оставались цены на сою. Их рост в 2008 г. к уровню 2000 г. составил 2,5 раза, в то время как на подсолнечник цены выросли в 3,17 раза. Падение мировых цен на масличном рынке началось во втором квартале 2008 г. и продолжилось до января 2009 г. Анализ динамики изменения цен на рапс на европейском рынке показывает, что основной его рост наблюдался в период с марта 2007 г. по март 2008 г. (рисунок 4).

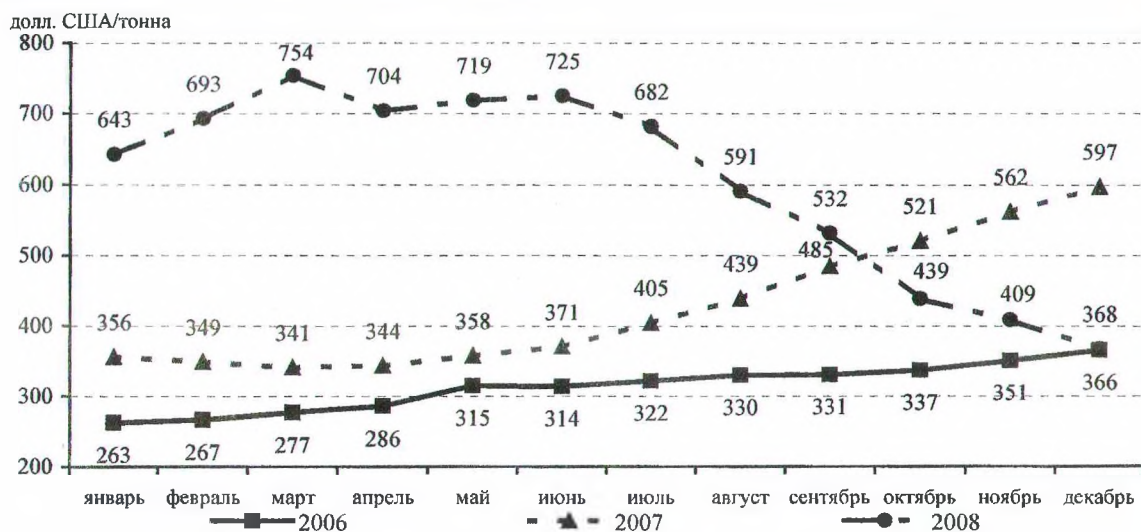


Рисунок 4 – Динамика изменения цен на маслосемена рапса в ЕС-25 в 2006–2008 гг., долл. США/тонна

Основной рост цен на рынке рапса в странах ЕС наблюдался в период с марта 2007 г. по март 2008 г.. В рассматриваемом временном интервале, цены на рапс выросли в 2,2 раза, достигнув своего максимума в марте 2008 г., однако в дальнейшем, к декабрю 2008 г., их падение составило 204,9 %. Аналогичная ситуация наблюдалась и по другим масличным культурам.

В текущем маркетинговом году прогнозируется рост мировой торговли рапсом. Так, согласно имеющимся оценкам, ожидается увеличение поставок рапса в ЕС в 4,3 раза и более чем в 2 раза – в Китай, значительно возрастут поставки рапса в Мексику, Японию и ОАЭ. В подтверждение этого следует отметить рост поставок рапса на экспорт в 12,5 раза Украиной. Так, в январе-феврале 2009 г. Украина экспортировала 187 тыс. тонн рапса, из которых 164 тыс. тонн были поставлены в ЕС. Импорт рапса и канолы Китаем также значительно увеличился. Так, за период с октября 2008 г. по февраль 2009 г. этот показатель составил 930 тыс. тонн против 279 тыс. тонн в предыдущем году.

Наиболее высокие цены на рапс ожидаются на Европейском рынке. Их рост прогнозируется на уровне 6,4 %. Рост цен на поставку рапса по фьючерсным контрактам, заключаемым на Канадской бирже, составляет только 2,2 %. В целом, исходя из складывающейся ценовой ситуации на мировых биржах в 2009 г., не следует ожидать существенного увеличения мировых цен на рапс, равно как и их падения.

Таким образом, проведенные исследования позволяют сделать вывод, что производство масличных культур активно развивается как за счет увеличения посевных площадей, так и роста урожайности культур. На мировом рынке семена масличных культур востребованы, на них предъявляется стабильно высокий спрос. За 2000–2008 гг. посевная площадь рапса увеличилась на 25 % и его доля общем объеме масличных семян в 2008 г. составила 14 %.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛОРУССКИЕ ОБОИ»)

Каштелян Т.В., Царук О.С. (Минск)

Сегодня конкурентоспособность любого предприятия, его устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются возможностями производить и реализовывать конкурентоспособную продукцию. Как на уровне определенной производственной структуры, так и на уровне рыночном (продуктовом), на конкурентоспособность выпускаемой продукции влияет

достаточно много различных факторов – организационных, технико-технологических и др. Среди Продуктовый уровень позволяет выделить два основных – цены и качество. При этом качество продукции в связи с возрастающими требованиями потребителей постепенно выходит на передовые позиции на многих рыночных сегментах. К примеру, исследователями установлено, что в Беларуси каждый пятый метр обоев, покупаемый нашими потребителями – импортный [1, с. 11].

Особое место в системе технико-технологических и организационных факторов занимают: внедрение новых технологий, модернизация оборудования, применение автоматизированных систем технического и организационного управления. Достижение улучшения качества возможно в условиях организации системы управления известной как «всеобщее управление качеством».

Всеобщее управление качеством (Total Quality Management) – концепция, предусматривающая всестороннее целенаправленное и хорошо скоординированное применение систем и методов управления качеством во всех сферах деятельности от исследований и разработок до послепродажного обслуживания при участии руководства и служащих всех уровней и при рациональном использовании технических возможностей. Эффективность всеобщего управления качеством зависит от трех ключевых условий: высшее должностное лицо на предприятии энергично выступает за повышение качества; инвестиции вкладываются не только в оборудование, но и, прежде всего, в людей – работников предприятия; организационные структуры преобразуются или создаются специально под всеобщее управление качеством. Примеры эффективного задействования этих факторов при производстве и реализации, например, печатной, бумажно-беловой и другой продукции имеются в отечественной практике, один из таких – предприятие «Белорусские обои».

Инструментом для реализации намеченных целей является проверенная в мировой и отечественной практике система менеджмента качества организаций на базе стандартов ИСО 9001. Разработанные в Международной организации по стандартизации ISO стандарты ИСО 9001 устанавливают не сами требования к качеству продукции, а способность предприятия обеспечивать выпуск качественной продукции. В основу функционирования системы менеджмента качества ИСО 9001 положен процессный подход и управление взаимосвязанными процессами: производство – реализация продукции – спрос потребителя.

Система менеджмента качества разработки и производства обоев на ОАО «Белорусские обои» сертифицирована Белорусским государственным институтом стандартизации и сертификации (БелГИСС) на соответствие требованиям СТБ ИСО 9001-2001 в НСС РБ. Учитывая передовой зарубежный опыт, предприятие ОАО «Белорусские обои» применяет новейшие технологии с использованием высококачественной бумаги, сырья и материалов, белорусских и зарубежных производителей. Продукция соответствует требованиям ГОСТ 6810-2002 (ЕН 233-89). Система менеджмента качества разработки и производства обоев и система управления окружающей средой соответствует требованиям международных стандартов ИСО 9001 и ИСО 14001. Это является подтверждением способности предприятия к выпуску качественной продукции, значительно повышает доверие и престиж предприятия, усиливает его позиции на рынке, создает экономические и организационные условия, способствующие продвижению выпускаемой продукции на рынки ближнего и дальнего зарубежья [2].

Однако важнейшим вопросом для предприятия является техническое перевооружение, вследствие чего основные направления его деятельности в современных условиях – установка нового современного оборудования и модернизация существующего, внедрение новых технологий с применением новых современных материалов для организации выпуска продукции, пользующейся повышенным потребительским спросом. В 2007 году на предприятии выполнен ряд мероприятий, позволивших улучшить качество и расширить ассортимент выпускаемой продукции, повысить ее конкурентоспособность, более полно удовлетворить запросы покупателей: смонтирована, модернизирована и введена в эксплуатацию ОПМ «Пламаг-7» для производства пенообоев с двумя цветными пенами и двумя видами блесков; модернизирована и запущена технологическая линия фирмы «Юльхаваара» для выпуска водостойких обоев; приобретена и введена в эксплуатацию дозирующая станция для смешения красок на участке ОПМ «Фишер-Крекке», что позволило улучшить условия и увеличить производительность, повысить качество продукции, снизить отходы, более точно воспроизводить наработанные колористики.

С 2008 года продолжается работа по техническому перевооружению, реконструкции и модернизации обоепечатного производства. Одной из ее основных задач является приобрете-

ние секции трафаретной печати и модернизация оборудования с целью ее установки, освоение технологии трафаретной печати. Установка секции ротационной трафаретной печати компании "Stork Prints" на ОПМ «Пламаг-7» позволит производить новые виды пенообоев, расширит их ассортимент и качество. Кроме того, данное мероприятие предлагает эффективный способ нанесения пенопаст, имеющий многочисленные преимущества перед другими технологиями и дающий высокую результативность. Вспененные реактивы по сравнению с пастами содержат меньше воды. Это обеспечивает экономию энергии на 50% и двойное увеличение производительности продукции на печатных линиях со стандартными сушильными устройствами. Микропроцессорный контроль подачи вспененных реактивов минимизирует количество отходов и снижает производственные затраты.

Несмотря на то, что проводится большая работа в части перевооружения производства, инвестиции предприятия, в первую очередь, направляются на развитие творческого потенциала сотрудников. В первую очередь быстроокупаемыми признаются вложения в тот персонал, который вносит предложения по повышению потребительских свойств продукции. Изменение взглядов, принципов, получение новых знаний – самая главная задача предприятия на сегодняшний день. Руководство старается в максимально доступной и приемлемой форме донести политику в области качества до каждого члена коллектива. Набор средств экономического и морального стимулирования обеспечивает качество труда и развитие потенциала самих работников. На предприятии создается такой климат, благодаря которому конкурентоспособности продукции является не только формальной целью деятельности, но и настолько увлекает коллектив, что становится главной ценностью для каждого работника.

По ценовому фактору предприятие «Белорусские обои» повышает конкурентоспособность за счет применения скидок. На предприятии действует «Порядок о применении скидок», способствующий увеличению объемов отгружаемой продукции и наращиванию экспортного потенциала, так как функционирующие скидки строятся на правилах развитой оптовой торговли (установлены в зависимости от объемов продаваемых партий). Скидки же могут устанавливаться по разным критериям. В мировой практике известны и применяются скидки по срокам оплаты или так называемая система «спонтанного финансирования». Политика заключается в следующем: если покупатель оплатит товар до истечения определенного срока, он сможет воспользоваться дополнительной скидкой с цены. После этого срока он платит, например, только с учетом скидки по объему или сполна, укладываясь, разумеется, в договорный срок платежа.

Торговая политика любого предприятия, в т.ч. рассмотренного, должна проводиться с пониманием того, что без развитой инфраструктуры продаж и устойчивых систем товародвижения невозможно осуществить серьезное повышение конкурентоспособности продукции и предприятия. Поэтому нужно постоянно заинтересовывать покупателей, особенно в инновационной продукции, другими словами показывать преимущества новинок, предлагать сервис и т. д. Значительный вклад в решении данных вопросов может внести и электронная торговля. Внедрение последней одновременно с гибкой системой скидок позволит не задерживается продукции на складах – ускорит оборачиваемость средств за счет выхода на новые рынки сбыта и других преимуществ.

- 1 Мясникович, М. В. Экономическая безопасность и макроэкономическая стабильность РБ в современных условиях // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития : матер. докл. междунар. науч. конф., 2–3 окт. 2003 г. / НИЭИ Минэкономки Республики Беларусь. – Мн., 2003. – Т. 1. – С. 17–45.
- 2 Электронный ресурс: <http://oboi.by/ru/>

ЭФФЕКТИВНАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК УСЛОВИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Ковалев В.В. (Могилев)

Экономическое развитие регионов в современных условиях зависит от их научно-технического и инновационного потенциала, который определяется уровнем материально-технических, трудовых, информационных и финансовых ресурсов. Кроме того, перспективы научно-технического развития регионов во многом определяются их возможностями и способностью создавать и использовать новые технологии.