

Обычно больные анорексией добиваются потери веса двумя способами. Первый способ – ограничительный, для которого характерно ограничение больным себя в приеме пищи, при этом пациент практически никогда не наедается до чувства насыщения, после приема пищи искусственно провоцирует рвоту.

Второй способ – очистительный. Его отличие в том, что анорексик постоянно наедается до чувства насыщения, после чего провоцирует рвоту, опорожнение кишечника (путем приема слабительных препаратов), пользуется мочегонными средствами и проч. Люди с очистительным типом нервной анорексии обычно много едят (больше, чем здоровый человек схожей комплекции), поскольку у них нет внутреннего контроля над приемом пищи.

Общая черта всех анорексиков – заниженная самооценка, которая ведет к негативному образу самого себя, особенно к искаженному восприятию образа своего тела. С самого начала анорексия становится средством контроля над жизнью, а не только над телом. Часто все начинается с безобидной диеты, которая призвана повысить самооценку и контроль. Вообще, контроль – ключевое слово для многих психических расстройств. Больные анорексией представляют, что их жизнь вышла из-под контроля и стала хаотичной, с чем связаны все неудачи, а утерянный контроль можно вернуть с помощью строгой регуляцией питания и веса. И этот контроль становится навязчивой идеей. Даже после экстремальной потери веса, когда тело выглядит далеко не как у модели с рекламного щита, а скорее как жертвы концентрационного лагеря, больные анорексией все еще видят себя «толстыми» и недостаточно идеальными. В семьях проблема часто обнаруживается слишком поздно, когда уже требуется врачебное вмешательство и даже госпитализация. Экстремальную худобу анорексики пытаются скрыть за мешковатой одеждой и даже в жару носят объемные свитера с длинными рукавами.

Основные симптомы анорексии помимо радикальной потери веса следующие: потеря аппетита; прекращение менструального цикла (у женщин); постоянная усталость и головокружение; запор и боли живота; чувствительность к холоду; выпадение волос на голове; лицо и тело покрывается пушковыми волосами. При продолжительном отказе от еды организм начинает использовать свои собственные ткани для поддержания жизни (мышцы, кости), понижается кровяное давление, биение сердца становится аритмичным.

Поскольку анорексия – психическое заболевание, которое влечет за собой устойчивые патологические нарушения питания, лечение анорексии идет по двум направлениям: терапия нарушения физического здоровья, а также терапия при помощи депрессантов и транквилизаторов состояния депрессии и тревожности больных. При гормональных нарушениях, симптомах ранней менопаузы, больной назначается гормональная терапия.

Первым шагом лечения должно стать убеждение больного в его необходимости. Сделать это не просто, т. к. больные не могут объективно оценить всю серьезность положения. Без посторонней помощи очень трудно преодолеть это заболевание. Большое значение в лечении анорексии имеет поддержка семьи, и друзей, доверительные отношения с близкими людьми, понимание с их стороны и большое желание помочь. Также важно и доверие к врачу, чтобы назначаемое им лечение выполнялось, не как наказание, а как помощь в излечении.

Лечение анорексии занимает всегда продолжительное время: чтобы восстановить деградирующий организм, порой уходят долгие годы. Самое опасное, если у больной анорексией начались необратимые изменения в организме: разрушение костей, атрофия мышц и нервной ткани. Такие больные, даже понимая, что тяжело больны, не могут уже жить и питаться по-другому, их организм уже просто не воспринимает и отвергает пищу, как яд.

Иногда на полное излечение могут потребоваться годы. Большая часть пациентов при правильном лечении прибавляют в весе. Но нужно знать, что через несколько месяцев обычно наступает рецидив анорексии. Больному снова нужна будет госпитализация. Полностью излечиваются далеко не все. Но почти все достигают состояния, позволяющего работать и вести нормальную жизнь.

Грань между худой и истощенной фигурой оказывается слишком тонкой, перейти её легко, а вот вернуться обратно, почти невозможно – психика ломается, а на голодание люди подсаживаются так же, как на алкоголь или наркотики.

Анорексия – это не приговор! В моду возвращается естественная красота и пропорции тела. Главное – это внутренняя гармония. Чтоб тебя полюбил весь мир, сначала полюби себя! Красота недолговечна, а вот здоровье можно и не вернуть.

УДК 339.564:67/68

## НАПРАВЛЕНИЯ УСИЛЕНИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА

## ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОБУВИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Ст. преп. Левшицкая О.Р.*

*Витебский государственный технологический университет*

Развитие экспортных возможностей белорусских организаций в современных условиях хозяйствования является одним из приоритетных направлений их деятельности, поскольку именно производство экспортной продукции и ее успешная реализация позволяют отечественным товаропроизводителям выйти на качественно новый уровень функционирования и повысить эффективность своей деятельности.

Таким образом, особое значение приобретает развитие экспортного потенциала отечественной производственной сферы, в том числе обувной промышленности, который является комплексным фактором эффективности деятельности промышленной организации.

Основные приоритеты развития экспорта в Республике Беларусь определяются с учетом заданных в Основных положениях Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы концептуальных подходов и прогнозных параметров развития внешнеэкономической деятельности. Результатами должны стать увеличение экспорта товаров и услуг к 2015 году по сравнению с 2010 годом в 2,18-2,22 раза и достижение положительного сальдо внешней торговли товарами и услугами в размере 0,5-0,6% к ВВП.

Важным направлением в развитии экспорта является освоение новых рынков сбыта. Учитывая объективную сложность освоения новых рынков промышленными организациями Республики Беларусь, связанную с большими временными и материальными затратами, в среднесрочной перспективе в качестве важнейшего приоритета экспортной политики необходимо рассматривать удержание традиционных рынков наряду с диверсификацией географии поставок.

Также необходимо проводить работу по вхождению на рынки не только развивающихся, но и экономически более развитых стран, на которых потребителями предъявляются намного более жесткие требования к качеству продукции. Ориентация на эти требования обеспечит эволюционную модернизацию и повышение конкурентоспособности производимой продукции.

В целях поиска новых рынков сбыта и расширения традиционных должна осуществляться комплексная деятельность, а именно:

- исследование и прогнозирование емкости зарубежных рынков;
- сегментация внешнего рынка для проникновения и расширения сбыта продукции, разработка товарных линий;
- исследование конкуренции и изучение практики деятельности конкурентов;
- ориентирование ассортиментной политики организаций, исходя из потребностей рынка страны сбыта продукции;
- постоянный анализ продаж продукции, не пользующихся спросом, с выяснением причин для решения о снятии с производства и замене новым ассортиментом продукции;
- реализация гибкого ценообразования, основанного на применении стратегий скидок;
- совершенствование материального стимулирования работников внешнеэкономических служб и служб маркетинга, предусматривающее вознаграждение за выполнение установленных и повышенных объемов поставок продукции на экспорт, за рост и своевременное получение валютной выручки, за расширение географии экспортных поставок и другое.

Наиболее сложный вопрос (продвижение продукции на рынки новых стран) необходимо решать совместно с загранучреждениями Республики Беларусь. А именно, активно проработать вопрос с выездом представителей подведомственных организаций на места, организовать презентации белорусской продукции и обеспечить пробные экспортные партии (для изучения рынка сбыта).

В условиях ужесточения конкуренции все большее значение для организаций легкой промышленности Республики Беларусь, в том числе кожевенно-обувной отрасли, приобретает конкурентоспособность продукции.

Вопросам повышения конкурентоспособности в настоящее время уделяется достаточно большое внимание. Утвержден План совместных действий Правительства и Национального банка по структурному реформированию и повышению конкурентоспособности экономики страны. Соответствующее решение закреплено в совместном постановлении № 895/15 от 10 октября 2013 года. Отдельный блок мероприятий направлен на стимулирование экспорта, формирование единой промышленной политики на территории ЕЭП.

Повышение конкурентоспособности продукции, производимой белорусскими организациями, в частности, кожевенно-обувной отрасли – ключевая задача их деятельности.

Также, в соответствии с Планом, предполагается реализация гибкой ценовой политики, применение системы скидок к отпускным ценам, проведение уценки товаров на основании конъюнктуры внешних рынков в целях разгрузки складов и поставки продукции на экспорт.

Одним из путей продвижения отечественной продукции за рубежом и увеличения объемов экспорта является проведение работ по развитию товаропроводящей сети (ТПС), в том числе монобрендовых торговых сетей, что особенно актуально для организаций по производству обуви. Среди обувных организаций Республики Беларусь несомненных успехов в этом достигли такие организации, как СООО «Марко», СООО «Белвест». Субъекты ТПС открыты в России, Украине, Казахстане и Литве. Необходимо активно развивать совместное использование уже существующих ТПС несколькими организациями, производящими обувь, для расширения ассортимента поставляемой в их адрес продукции. Важно активное использование косвенных субъектов товаропроводящей сети (дилеры, дистрибьюторы, представительства).

Важным вопросом в деятельности большинства промышленных организаций является вопрос снижения зависимости от импортируемых ресурсов (материалов, сырья, комплектующих). Особенно остро данный вопрос стоит перед обувным производством, где, импортируемая продукция превышает экспортируемую. Развитие кожевенного производства, внедрение новых технологий обработки кож – один из путей решения данного вопроса.

Основные направления развития ассортиментной политики организаций по производству обуви концерна «Беллепром» в ближайшие годы изложены в Комплексной программе развития легкой промышленности Республики Беларусь на 2011-2015 годы с перспективой до 2020 г. Так, в кожевенном производстве за счет освоения новых технологий планируется разработка и выпуск кож с лаковым покрытием; производство кож для верха обуви с улучшенными свойствами и с различными эффектами; гидрофобных кож; шлифованных кож с отделкой компактным пленкообразователем; выпуск галантерейных кож с художественным тонированием; мебельных, одежных кож.

Развитие кожевенного производства позволит организациям по производству обуви во-первых, совершенствовать ассортимент выпускаемой продукции, а во-вторых, максимально использовать внутренние ресурсы сырья и материалов, что позволит уменьшить импортную составляющую в готовой продукции.

В соответствии с Комплексной программой, в производстве обуви кожаной на ближайшую перспективу планируется: расширение ассортимента женской и мужской обуви за счет создания эксклюзивных моделей класса "Люкс" с применением новых фасонов колодок и подошв, автоматизированного раскроя материалов; использование инновационных разработок в производственных процессах, применяемых материалах и технологическом оборудовании для производства обуви различного назначения.

Проводимая работа по расширению ассортимента выпускаемой продукции позволит расширить взаимодействие с торговыми организациями всех форм собственности, увеличить объемы продаж. В целях увеличения продаж должно расширяться применение, в том числе совместно с торговыми организациями республики, таких мер стимулирования потребительского спроса, как проведение ярмарок, выставок-продаж, расширенных продаж, сезонных и праздничных распродаж, дисконтных продаж, школьных базаров, и иных форм.

В целях популяризации производимой продукции и увеличения ее продаж как на внутреннем, так и на внешних рынках республики, производителями должно быть предусмотрено расширение применения различных видов рекламы: реклама в СМИ, реклама в объектах торговли и обслуживания, изготовление эффективной рекламно-сувенирной продукции, реклама в сети Интернет; рекламное оформление продукции и другое.

Создание и продвижение новых и уже существующих торговых марок и брендов отечественными производителями будет способствовать продвижению производимой продукции на рынке республики, внешних рынках.

В настоящее время многие белорусские организации, производящие обувь, недостаточно времени и средств уделяет рекламным мероприятиям, а также мероприятиям по стимулированию продаж на внешнем рынке.

Таким образом, основными направлениями повышения эффективности использования экспортного потенциала белорусских производителей, в том числе производителей обуви, являются:

- повышение конкурентоспособности белорусской продукции за счет:
  - обновления и расширения ассортимента производимой продукции (не менее 70-80%);
  - проведения работ по полной сертификации систем управления качеством, в т.ч. на соответствие международным стандартам и требованиям таможенного союза;

- снижения материальных затрат на единицу выпускаемой продукции за счет использования местных видов сырья, широкой внутриотраслевой кооперации, внедрения новых энергосберегающих технологий.

- диверсификация рынков сбыта продукции;
- создание и развитие собственной товаропроводящей сети за рубежом;
- снижение импортной составляющей в производстве продукции за счет реализации импортозамещающих проектов;
- снижение материальных затрат в производстве продукции с целью повышения ценовой конкурентоспособности продукции за счет: внедрения новых энергоэффективных технологий; увеличения использования местных видов сырья, материалов, топлива, вторичных энергоресурсов;
- участие белорусских организаций в Национальных выставках и экспозициях Республики Беларусь за рубежом, а также в специализированных международных семинарах.

Функционирование Таможенного союза и создание ЕЭП открыли для организаций легкой промышленности Республики Беларусь принципиально новые перспективы. В связи с принятием единых правил технического регулирования и применения санитарных мер, отсутствием таможенных пошлин и упразднением всех видов государственного контроля на внутренних границах ЕЭП производителям не нужно «подстраиваться» под требования каждого рынка в отдельности.

Белорусские организации, производящие обувь смогут занять соответствующее место в нише мирового рынка товаров легкой промышленности, решив задачу существенного повышения конкурентоспособности отечественной продукции.

УДК 65:338.242

## НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧТУП «СПЕЦТЕХНОРЕЗЕРВ»

*Студ. Ермоленко В.А., к. э. н., доц. Квасникова В.В.*

*Витебский государственный технологический университет*

Развитие рыночных отношений, динамика научно-технического прогресса постоянно определяют появление новых проблем, требующих научного исследования, поэтому анализ и обоснование направлений совершенствования коммерческой деятельности весьма актуален в современных условиях для торговой организации.

Анализ литературных источников по проблеме позволил определить основные этапы исследования коммерческой деятельности торговой организации, а именно анализ коммерческой деятельности по закупке и по продаже товаров; рейтинговая оценка поставщиков; конкурентный анализ; анализ информационно-рекламной деятельности.

Основным видом деятельности ЧТУП «СпецТехноРезерв» является оптовая и розничная торговля автомобильными запчастями и комплектующими к ним. ЧТУП «СпецТехноРезерв» является эффективной и динамично развивающейся организацией. Так за исследуемый период товарооборот организации вырос более чем в 2 раза, при этом расходы на реализацию товаров росли более медленными темпами – всего 136,4 %. Это обусловило увеличение прибыли от реализации в 3,85 раз и чистой прибыли – в 4,2 раза. Рентабельность продаж за I п. 2013 года составила 21,83 %.

Источниками поступления товаров в организации являются как оптовые организации, так и предприятия-изготовители (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ состава и структуры закупок товаров в ЧТУП «СпецТехноРезерв» за II п. 2012 – I п. 2013 г.

Источники закупок товаров	II п. 2012 г.		I п. 2013 г.		Отклонение		Измен. уд. веса, п.п.
	млн. руб.	уд. вес, %	млн. руб.	уд. вес, %	абсол.	относ.	
Оптовые организации	44	84,6	515,8	89,1	471,8	1172,3	4,5
Предприятия – изготовители	8	15,4	63	10,9	55	787,5	-4,5
Всего	52	100	578,8	100	526,8	1 113	-