

эффект внедрения проекта, который обусловлен увеличением выпуска сопутствующих отраслей.

2. При оценке эффективности бюджетных инвестиций. Как правило, эти проекты направлены на развитие инфраструктуры и вообще не имеют прямого эффекта в связи с чем оцениваются весьма слабо.

3. При оценке эффективности решений в сфере налоговой политики. Эти задачи возможно решать путем внедрения в таблицы RIMS II налоговых переменных, что позволит оценить влияние этих переменных на изменение выпуска, спроса, дохода и занятости в отраслях экономики региона.

Массовому использованию данной системы должен предшествовать тщательный анализ ограничений данной системы и выбор источников исходных данных, позволяющих получить наиболее достоверные результаты. Эти вопросы могут являться предметом дальнейшего исследования в данной сфере.

Список использованных источников

1. Гранберг, А. Г. Основы региональной экономики / А. Г. Гранберг. – Москва : ГУ ВШЭ, 2001.
2. U.S. Department of Commerce. Regional Multipliers. A User Handbook for the Regional Input-Output Modeling System (RIMS II). - 3rd edition. - Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1997.

УДК 338.439.224(476)

ПРОБЛЕМЫ РЫБОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Студ. Мартынова А.С., ст. преп. Селезнева Ю.М.

УО «Витебский государственный технологический университет»

В последнее десятилетие практически во всем мире идет переориентация с промыслового рыболовства на искусственное разведение рыбы. В Беларуси речной промысел сосредоточен в основном в южных регионах на участках рек Днепр, Припять, Сож, Березина и их притоках. В водоемах и реках Беларуси обитает около 56 видов рыб, но промысловое значение имеют не более 20. Анализ статистических данных промыслового вылова из озер, рек и водохранилищ за последние пять лет показал, что около 75 % уловов приходится на три вида – плотву, леща и карася. На долю сиговых рыб приходится не более 0,2 %, угря – 1,9 %, крупных хищников (щука, сом, судак, жерех) – 4,4 %.

О пользе рыбы знают все: и то, что по питательности она соперничает с лучшими сортами мяса, и то, что быстро и легко усваивается организмом, и то, что содержит большое количество полезных веществ. Несмотря на это, рыболовство в стране по-прежнему остается нерентабельным. Эксперты не только констатируют недостаточное потребление белорусами этого продукта, но и отмечают другую проблему: выращенная в рыболовных хозяйствах страны прудовая рыба остается неконкурентоспособной по цене в сравнении с импортной мороженой.

Производство рыбы в Беларуси за последние пять лет выросло в 3,7 раза. В 2004 г. в республике производилось всего 4 тыс. т продукции, в 2009-м – 14,8 тыс. т. По итогам нынешнего года будет выращено около 17,7 тыс. т озерай, речной и

прудовой рыбы. Максимальный объем производства рыбы в Беларуси был достигнут в 1988 г. и составил 20,6 тыс. тонн.

Постепенно снижается в поставках в розничную сеть доля карпа (с 95 % до 83 %), увеличено выращивание таких ценных пород рыб, как пестрый толстолобик, белый амур, щука, сом, стерлядь.

Ежегодная потребность внутреннего рынка в рыбе и рыбопродуктах составляет 160 – 170 тыс. тонн и удовлетворяется в основном за счет импорта. Согласно рекомендациям Минздрава Беларуси, нормы потребления рыбы для жителей страны составляют 16-24 кг в год. По итогам 2009 года каждый житель республики съел 13,2 кг рыбы (пресноводной всего 1,4 кг).

Благодаря реализации Республиканской программы развития рыбной отрасли на 2006 – 2010 годы рыбоводство в Беларуси развивается, сократился импорт, увеличилось потребление рыбы населением. Сейчас принята новая программа развития отрасли. Ее основная цель – повысить эффективность ведения рыбоводческих хозяйств. Вместе с тем сделать это не так-то просто. Основным препятствием для появления отечественной рыбы на столах белорусов является ее дороговизна. Сегодня более 50 % в себестоимости килограмма рыбы занимают расходы на ее питание. В начале 2011 года при сложившейся конъюнктуре цен на комбикорма, нефтепродукты, с учетом уплаты организациями кредитов и других расходов средняя розничная цена на рыбу составила 7100 бел. руб., а у торгующих организаций – 7800 бел. руб. за килограмм. В то же время килограмм мороженой потрошеной импортной рыбы уже дешевле – 7000 бел. руб.

Сегодня отечественное рыбоводство является высокзатратной отраслью: оно основано на карповодстве, которое практически не может быть самокупаемым. Так, в 2010 году рыбхозы страны реализовывали продукцию в убыток. По-прежнему существуют проблемы и с розницей: далеко не все торговые организации готовы сегодня работать с живой рыбой, а потому более 80 % продукции реализуется с машин. Покупателю килограмма карпа, с учетом хотя бы 10 % рентабельности торговли, придется выложить из своего кошелька не менее 8074 бел. руб. Рентабельность при продаже карпа всего 5 – 7%. Но в настоящее время по ряду условий карп не может быть реализован по цене выше 6600 бел. руб. за килограмм. А потому в ведомстве считают: рыбхозам необходима господдержка за частичную компенсацию затрат по доставке и реализации прудовой рыбы. Кроме того, сегодня в департаменте видят необходимость расширения ассортимента выпускаемой продукции за счет увеличения производства таких видов, как форель, осетровые, сомовые, поскольку рынок сбыта прудовой рыбы (в основном карпа) в стране ограничен. Да и мировая практика показывает, что производство этих видов рыбы является экономически выгодным делом: рентабельность таких хозяйств достигает уровня 20 – 30 %.

В следующую пятилетку основное внимание в республике будет уделено именно выращиванию ценных видов рыб, таких как форель, осетровые, сом. В ближайшие 5 лет в Беларуси планируется построить 11 специализированных форелевых хозяйств. Предполагается, что их суммарная мощность будет 1,5 тыс. т рыбы в год. Источниками финансирования определены долгосрочные льготные кредиты банков, рассматривается возможность привлечения иностранных инвестиций. Кроме того, особое внимание будет уделено селекционно-племенной работе, выращиванию рыбопосадочного материала лососевых, осетровых рыб, развитию садкового, фермерского рыболовства. В развитие отрасли в ближайшую пятилетку предусмотрено вложить 577 миллиардов бел. руб.

Список использованных источников

1. Герасимов, Ю. Л. Основы рыбного хозяйства : учебное пособие / Ю. Л. Герасимов. – Москва : Изд-во "Самарский университет", 2003.
2. Скляр, Г. А. Рыбоводство / Г. А. Скляр. – Москва : Изд-во Феникс, 2011.
3. Рыбоводство в Беларуси [Электронный ресурс]: fish-rb.ucoz.ru. Дата доступа: 16.04.2011.

УДК 339.138

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ» НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

Студ. Дернова Н.В., ст. преп. Рудницкий Д.Б.

УО «Витебский государственный технологический университет»

В настоящее время внешнеэкономические связи становятся все более заметной составной частью хозяйственной деятельности белорусских предприятий и организаций. Возрастает их интерес к участию в экономическом, производственном и научно-техническом сотрудничестве с партнерами из зарубежных стран. Это обуславливает необходимость адаптации отечественных предприятий к деятельности в условиях жесткой конкуренции с зарубежными фирмами на внутреннем и внешнем рынках.

ОАО «Витебские ковры» является предприятием смешанной формы собственности без иностранного участия с преобладающей долей государства (51 %) в уставном фонде. В состав ОАО «Витебские ковры» входят три структурных подразделения: 1) ткацко-отделочная фабрика (ТОФ); 2) фабрика прошивных ковровых изделий (ФПКИ); 3) фабрика нетканых материалов (ФНМ). Основным видом деятельности предприятия является производство и реализация ковров и ковровых изделий. ОАО «Витебские ковры» выпускает 3 основных вида ковровых изделий: жаккардовые ковры и дорожки, аксминстерские ковры и дорожки, прошивные ковровые изделия.

Основное стратегическое направление в сбыте продукции ОАО «Витебские ковры» – постоянный поиск крупных оптовых покупателей, охват большего количества регионов Российской Федерации, Казахстана, Украины, Молдовы, Туркменистана и стран Балтии. Одновременно идет сотрудничество со средними и более мелкими партнерами из этих стран.

К сдерживающим факторам сбыта ковровой продукции ОАО «Витебские ковры» за пределы Республики Беларусь в первую очередь необходимо отнести: 1) конкуренцию со стороны других крупных производителей (производители Бельгии, ОАО «Ковры Бреста», российские производители); 2) невысокую покупательскую способность населения, что налагает серьезные ограничения по формированию отпускной цены; 3) высокие расценки на рекламу в российских средствах массовой информации (в частности, на телевизионную рекламу).

Несмотря на все трудности, связанные с выходом на внешние рынки, разработка международной стратегии сбыта продукции является необходимым условием успеха современного предприятия в условиях жесткой международной конкуренции. Принимая решения о выходе на внешние рынки в форме экспортной, импортной или иной зарубежной хозяйственной деятельности, руководство предпри-