

- 
- разработку и изучение в производстве современной конкуренто-способной импортозамещающей продукции с техническими характеристиками на уровне мировых аналогов;
  - удовлетворение потребности населения Беларуси в современной, обладающей высокими потребительскими свойствами, продукции бытового назначения;
  - формирование производственного и технологического потенциала предприятия, масштабное техническое перевооружение с целью расширения технических возможностей освоения и выпуска новой сложной наукоемкой продукции;
  - определяющее развитие работ по созданию и освоению изделий оптического направления, как наиболее сложного и наукоемкого, обеспечивающего высокие соотношения стоимости к трудозатратам, включая затраты на материалы и энергоресурсы.

В соответствии с задачами и основными направлениями развития на предприятии планируется существенное расширение и обновление номенклатуры производимых изделий оптического и оптико-электронного профиля, что обусловлено растущей конкуренцией и постоянным повышением требований по данным направлениям техники.

Освоение указанной продукции на предприятии обеспечило производство в Республике Беларусь импортозамещающих изделий широкой номенклатуры и гарантировало потребности предприятий МАЗ, БелАЗ, Амкор, Белкоммунмаш, МТЗ и др. в изделиях данного направления, которые конкурентоспособны по качеству и цене в сравнении с аналогичными изделиями, выпускаемыми специализированными предприятиями, такими, как РААЗ (г. Рославль, РФ), ПААЗ (г. Полтава, Украина), «WABCO», «Knorr-Bremse» (Германия). При этом объем производства пневмоаппаратов вырос с 30 тыс. \$ в 1994 году до 13,8 млн долларов в 2009 году, т.е. вырос в 400 раз.

Предприятие серийно производит четыре типоразмера бытовых счетчиков газа (G1,6, G2,5, G4, G6), имеющих наилучшие показатели по точности измерения при работе в системе газоснабжения малого давления. Статус импортозамещающей продукции изделия получили в конкурентной борьбе с производителями таких ведущих стран мира, как Франция, Германия и Россия. Объемы поставки потребителям Республики Беларусь только за последние 5 лет выросли в 4 раза (с Br 2,4 млрд руб. в 2004 году до Br 9,8 млрд руб. в 2009 году). Начиная с 1996 года в мире произведено 2,7 млн счетчиков на сумму более 75 млн \$. Объем производства вырос с 160 тыс. \$ до 9,1 млн \$, в том числе в Беларуси – 4,6 млн \$.

В настоящее время на этом предприятии разрабатывается и изготавливается большая номенклатура, относящихся к импортозамещаемым светотехническим изделиям и товарам народного потребления для нужд населения нашей республики.

Выполнение всех перечисленных мероприятий на исследуемых предприятиях должно способствовать замедлению экономического кризиса не только на данных объектах, но и содействовать решению этой проблемы всеми отечественными предприятиями, которые получают импортозамещаемую продукцию от исследуемых предприятий. Это позволит найти определенные пути для улучшения инновационной деятельности в Беларуси, получить дополнительные резервы, которые будут способствовать решению многих экономических проблем нашей Республики в ближайшей перспективе.

## **ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УЧАСТНИКОВ РЫНКА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ**

**А.А. Красноруцкий, Т.Н. Квятко**

*Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства им. Петра Василенко,  
г. Харьков, Украина  
krasnorutskyy@mail.ru*

Успешное обеспечение продовольственной безопасности государства предполагает создание условий, стимулирующих эффективное производство и распределение на внутреннем рынке товаров продовольственного назначения, что в современных условиях транзитивной отечественной экономической системы не является достижимым без формирования развитого внутреннего рынка сельскохозяйственной продукции, как основной составляющей рынка продовольствия. Отсутствие баланса интересов участников коммерческих процессов на рынке, а также существующее несовершенство их хозяйственных связей актуализируют необходимость поиска путей гармоничного развития всех его субъектов. Как известно, в рыночной среде формируются отношения предприятия с потребителями

---

---

продукции, с одной стороны, предприятиями-поставщиками субпродуктов для создания своей продукции, с другой стороны, и, с третьей стороны, – предприятиями, которые производят близкую или аналогичную продукцию. Формой отношений первого рода является переход прав собственности на продукцию от поставщика к покупателю, второго рода – сотрудничество и кооперация, третьего рода – конкуренция. При этом наличие отношений конкуренции является основным условием и движущей силой развития субъектов рыночной активности, обуславливающей формирование их экономической стратегии.

Ситуация, сложившаяся на сегодняшний день на украинском рынке сельскохозяйственной продукции, характеризуется неопределенностью отраслевой структуры рынка в условиях современных тенденций глобализации, деформацией конкурентных отношений между субъектами всех уровней системы распределения продукции на рынке. Указанные обстоятельства ограничивают возможности эффективного развития рынка агропродовольственной продукции, а также пропорциональной реализации интересов его субъектов, прежде всего, ведущих деятельность в сфере производства. Усиление конкуренции между производителями продовольственных товаров и, прежде всего, их сырьевых компонентов, на фоне растущего количества операторов-производителей на рынке приводит к снижению эффективности их деятельности, что пагубно сказывается на распределении интересов между различными уровнями операторов рынка, создавая условия для углубления ценовой конкуренции. Разрешение указанных противоречий требует всесторонней теоретической, методологической и методической проработки.

Проблемы формирования рациональной конкурентной среды на рынке товаров и услуг традиционно рассматриваются в исследованиях отечественных и зарубежных ученых-экономистов. Исследованиям природы конкуренции и формирования конкурентоспособности субъектов экономической активности, структур и отраслей посвятили такие ученые, как М. Портер, Д. Росс, Й. Шумпетер, Л.Н. Качалина, И.А. Поддубный, П.Т. Саблук, Л.И. Поддубная, В.Н. Краснов и многие другие. При этом одни авторы фактически развивают расширенный вариант поведенческой концепции конкуренции А. Смита, а другие совершают попытку методологического обновления современной теории конкурентоспособности. Сложившаяся на сегодняшний день ситуация в сфере научного развития теории конкурентоспособности не способствует созданию, апробации и внедрению адекватных современному состоянию субъектов товарного рынка дееспособных методик и подходов повышения их конкурентоспособности и требует дальнейшей теоретической и практической разработки данного круга вопросов.

Современное состояние украинского рынка агропродовольственной продукции можно рассматривать как довольно стабильное. Об этом свидетельствует положительная статистика объемов производства основных товаров и достаточно высокая инвестиционная привлекательность данных отраслей экономики, особенно пищевой и перерабатывающей промышленности. Следует отметить, что функционирование рынков продовольственной и сельскохозяйственной продукции независимо от объектов рыночных процессов характеризуется определенными общими признаками и характеристиками. К ним принадлежат: использование сходных систем распределения продукции, тип конкурентной ситуации, динамика спроса и предложения и др. Указанные характеристики рынка агропродовольственной продукции, а также результаты проведенных исследований позволяют выделить и структурировать основные актуальные на сегодняшний день проблемы его функционирования. На наш взгляд, к таким проблемам относятся: 1) фактическое отсутствие интеграционных связей между сферами обращения и производства на продовольственном рынке и рынке сельскохозяйственной продукции; 2) разнонаправленность интересов товаропроизводителей и субъектов сферы обращения в условиях функционирования существующей структуры рынка; 3) недостаточное развитие инфраструктурной составляющей продовольственного рынка и рынка сельскохозяйственной продукции; 4) характер конкуренции на большинстве продуктовых рынков не оказывает содействия гармоничному функционированию их субъектов на всех уровнях рыночной инфраструктуры; 5) изменение позиции субъекта рынка в структуре канала распределения продукции является фактически невозможным или определяется характеристиками и эффективностью разовой операции по купле-продаже партии продукции; 6) несовершенство систем государственного регулирования рынка, в которых преобладает применение нетарифных методов влияния на рыночные процессы, а тарифные методы в течение последних лет используются далеко не для поддержки внутреннего производства.

На уровне товаропроизводителя рынки продовольствия и сельскохозяйственной продукции являются достаточно ярко выраженными рынками покупателя, что способствует олигополизации деятельности торгово-закупочных предприятий и крупных оптовых посредников. Последнее приводит

---

к смещению основных центров формирования прибыли из сферы производства в сферу обращения, усиливая ценовую конкуренцию производителей. В свою очередь, процессы децентрализации производства, происходившие на протяжении последних 15 лет и особенно активизировавшиеся в период 1999-2003 годов, привели к возникновению достаточно большого количества производителей продовольственной продукции и сельскохозяйственного сырья, что затрудняет развитие тенденции к концентрации производственного капитала. На более высоких уровнях маркетинговой инфраструктуры, на сегодняшний день, сложилась обратная ситуация, которая позволяет характеризовать рынки продовольственной и сельскохозяйственной продукции уже как рынки продавца, а по типу конкурентной ситуации также относить их к олигопольным. Подтверждением данного факта является практика установления долговременных связей оптовых посредников с крупными потребителями, переработчиками, экспортерами и предприятиями розничной торговли, которые и составляют потребительскую аудиторию оптовиков.

Таким образом, внутренний рынок продовольствия является одним из наиболее сложно организованных компонентов товарного рынка, состояние которого является определяющим для обеспечения продовольственной безопасности страны. По типу сложившейся конкурентной ситуации его можно классифицировать как рынок олигопсонии, а в масштабах локальных рынков даже монопсонии. При этом конкурентоспособность операторов-производителей на внутреннем рынке продовольствия определяется: благоприятностью ценовой политики с позиций покупателя; возможностями обеспечения стабильного уровня качества продукции в течение достаточно длительного времени; гибкостью управления объемами производства; адекватностью товарной политики. В свою очередь, конкурентоспособность субъектов маркетинговой инфраструктуры рынка определяется: стабильностью состава поставщиков; возможностями формирования партий продукции стандартного качества; адекватностью ценовой политики.

## **МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Н.А. Бударина**

*Центр системного анализа и стратегических исследований НАН Беларуси, г. Минск, Беларусь  
beverly2006@rambler.ru*

Инновационное развитие – залог конкурентоспособности государства на мировом рынке. Республика Беларусь, обладая достаточно мощным научным потенциалом, может напрямую участвовать в процессе создания и накопления новых знаний. Однако для этого необходима своя инновационная модель развития, позволяющая нашей стране активно сотрудничать в этой области, отстаивая при этом национальные интересы.

Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2010 гг., утвержденная Указом Президента Республики Беларусь от 12.06.2006 № 384, а также Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г., одобренная Президиумом Совета Министров Республики Беларусь (протокол от 22.06.2004 № 5) в числе приоритетов предусматривают переход страны на инновационный путь развития и построение инновационной экономики, основанной на знаниях, внедрении современных технологий. Для решения стоящих перед государством задач и активизации инновационной деятельности необходима ориентация на создание правовых, экономических и организационных условий, которые обеспечили бы дальнейшее становление национальной инновационной системы. Но одной из центральных проблем по-прежнему остается проблема стимулирования инновационной деятельности.

В Республике Беларусь около 20 нормативных правовых актов затрагивают вопрос стимулирования инновационной и научно-технической сферы. Среди них можно выделить нормативные правовые акты в сфере налогообложения, предоставляющие определенные налоговые льготы субъектам, осуществляющим инновационную деятельность (Особенная часть Налогового кодекса, Декрет Президента Республики Беларусь «О парке высоких технологий» от 22 сентября 2005 г. № 12 и др.); национальные нормативные правовые акты, направленные на стимулирование мотивации труда работников научно-инновационной сферы (Закон Республики Беларусь «Об основах государственной научно-технической политики» от 19 января 1993 г. № 2105-ХІІ, Указ Президента Республики Беларусь «О некоторых мерах по стимулированию инновационной деятельности в Республике Беларусь» от 9 марта 2009 г. № 123, Указ Президента Республики Беларусь «О дополнительных мерах по сти-