

При выходе на более высокий ценовой сегмент в коммуникационной политике необходимо сделать упор на повышенные стандарты производства, высокую эффективность косметических средств, а также на форму организации — белорусско-итальянское совместное предприятие, созданное при поддержке итальянской косметической компании «G.V.F.».

Одним из направлений совершенствования маркетинговой деятельности может также стать разработка линии косметики с самостоятельным брендом для высокого ценового сегмента, которая не будет в сознании у потребителей ассоциироваться с белорусским происхождением.

А.С. Смоляга

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ЛОГИСТИКИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Республика Беларусь располагает развитым строительным комплексом. В 2008 г. на долю промышленности строительных материалов приходилось 5,1 % ВВП, 2,1 % инвестиций в основной капитал, 5,5 % стоимости основных фондов промышленности.

В период 2002—2009 гг. наметился ряд позитивных тенденций в промышленности строительных материалов; отмечается рост объемов товарной продукции промышленности строительных материалов, повысилась рентабельность реализованной продукции и производительности труда. Тем не менее следует выделить ряд проблем, препятствующих динамичному развитию промышленности строительных материалов.

Уровень логистического управления на предприятиях промышленности строительных материалов не отвечает современным требованиям постиндустриальной экономики по причине нерациональной организации и низкого уровня регулирования потоковых процессов, пронизывающих логистическую цепочку поставок, вследствие нерациональной организации и низкого уровня регулирования потоковых процессов.

В сфере компетенций логистики возвратных потоков находится концентрация усилий на отработке механизмов решения отдельных экологических проблем за счет использования предприятиями отрасли отходов, образующихся на предприятиях других отраслей экономики, а также вовлечения в производство вторичных энергетических ресурсов.

В последнее время наблюдается рост в структуре строительных компаний числа организаций частной формы собственности (89 %) и численностью до 50 человек (малые предприятия). Данный факт свидетельствует о разукрупнении строительства, а следовательно, об увеличении количества контрагентов, занятых в строительной индустрии. С каждым годом возрастает актуальность реформирования системы взаимодействия

предприятий с потребителями стройматериалов, в роли которых могут выступать как организации-застройщики, так и физические лица. Применение логистического инструментария, включая аутсорсинг и другие механизмы, направлено на повышение эффективности взаимодействия на различных этапах предприятий стройиндустрии.

Отечественная промышленность строительных материалов в настоящее время ориентирована в основном на внутренний рынок из-за низкой конкурентоспособности как по отдельным подотраслям, так и по видам материалов. Большая доля отечественных кровельных и гидроизоляционных материалов уступает зарубежным по внешнему виду и долговечности; теплоизоляционных — по плотности, долговечности и токсичности; большинство отделочных материалов — по декоративности; санитарно-технические изделия — по ассортименту и дизайну. В целях повышения долговечности и качества строительной продукции, в том числе придания новых свойств и потребительских качеств выпускаемым строительным материалам и конструкциям, до 2020 г. планируется ускорить процесс обновления производственной базы предприятий, повысить эффективность использования основного капитала посредством использования системного подхода в организации логистической инфраструктуры.

Недостаточно высокий ассортимент стройматериалов, производимых посредством инновационных технологий, стимулирует импорт, что является негативной тенденцией. В части производственной логистики необходимо регулярно обновлять ассортиментную линейку отделочных материалов (сухие строительные смеси, изделия на основе гипса, керамические облицовочные плитки и керамогранит); расширять и модернизировать технологии бережливого производства высококачественных, быстротвердеющих, сульфатированных и безусадочных цементов крупногабаритного армированного настила, плоских окрашенных асбестоцементных листов, волокнистых изделий с заменой импортируемого асбеста природными и синтетическими волокнами, цементно-песчаной и керамической черепицы, кровельных материалов на негниющих основах с битумополимерным покрытием; организовывать выпуск крупногабаритного термически упроченного, тонированного полированное стекла, стеклопакетов и стекловолокна строительного назначения; продолжать разработку технологий производства гипсокартонных листов с повышенной огне- и влагостойкостью, кровельных материалов (гидроизол), кирпичных изделий с широкой цветовой гаммой.

Наиболее важными факторами, влияющими на потребительский выбор, являются качество стройматериалов и уровень логистического обслуживания потребителей. Концепция логистического сервиса призвана обеспечить своевременное материально-техническое обеспечение строительными материалами, изменить внутривладельческий механизм и систему взаимодействия с заказчиками, поставщиками, транспортными организациями и другими участниками процесса распределения и потребления строительных материалов, что позволит повысить

надежность, бесперебойность, оперативность логистического сервиса, а следовательно, и формирование долгосрочных отношений с потребителями.

Возрастает актуальность проблемы развития сети региональных распределительных центров, представленных торгово-логистическими центрами регионального значения, приближенных к непосредственным потребителям строительных материалов.

Перспективным направлением развития системы распределения строительных материалов может стать создание сети торгово-логистических центров регионального значения на основных транспортных путях, на расстоянии по окружности, позволяющем доставить строительные материалы доступным видом транспорта по приемлемой цене.

А.И. Субботенко

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФИНАНСИРОВАНИЯ САХАРНЫХ КОМПЛЕКСОВ

Организация доступного финансирования для отечественных сахаропроизводителей является наиболее сложной задачей при функционировании механизмов управления сахарными комплексами зарубежных стран. По характеру взаимоотношения кредитных организаций с предприятиями сахарного комплекса можно условно выделить две модели: модель «открытого рынка» и модель «корпоративного регулирования».

Механизм системы финансирования сахарного комплекса США представлен преимущественно первой моделью. Она характеризуется свободной рыночной конкуренцией кредитных организаций и предприятий сахарного комплекса. Они независимы друг от друга и имеют полную свободу выбора партнеров. В Японии функционирует преимущественно модель «корпоративного регулирования». Для нее присущи взаимосвязь и взаимозависимость определенных кредитных и производственных организаций, корпораций. Практически у каждой производственной корпорации, в том числе и сахарной, имеется свой основной банк.

Также как и в Японии, в странах Европейского союза преимущественно используется модель «корпоративного регулирования». Она характеризуется тем, что на рынке кредитных ресурсов в сахарном комплексе имеются, во-первых, специфические сельскохозяйственные кредитные организации, учреждения, созданные, как правило, на кооперативной основе, мобилизующие свободные фонды денежного рынка; во-вторых, кредитные союзы, сформированные на основе коллективной ответственности членов; в-третьих, специальные государственные программы регулирования кредитного рынка за счет средств государственного бюджета.