

продовольственной безопасности предполагает переориентацию системы производства, распределения и реализации на предложение продовольственных товаров, удовлетворяющих потребности конкретных групп потребителей

*Санько Д. В., БГСХА (Горки)*

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БЕЛОРУССКОГО КАРТОФЕЛЯ**

Проблема неконкурентоспособности сельскохозяйственной продукции отечественного производства ощущается достаточно остро. Диспаритет цен на продукцию первой и второй сфер АПК, а также трудоемкость возделывания некоторых культур обуславливают высокую себестоимость производства сельскохозяйственной продукции.

Республика Беларусь является одним из ведущих производителей и поставщиков картофеля на рынке СНГ: на ее долю приходится 13-15% производства среди стран СНГ. В мировом производстве доля Беларуси составляет 4-6%. Годовое производство картофеля составляет 8-10 млн. тонн, соответственно на душу населения в год приходится около 1 тонны произведенного картофеля.

Несмотря на популярность этого вида сельскохозяйственной продукции в нашей стране, по-прежнему остается ряд нерешенных проблем, связанных с производством, реализацией картофеля, формированием рынка и развитием отрасли в целом.

Выход на мировой рынок предполагает в первую очередь соответствие мировым стандартам по технологическим параметрам.

Для этого необходимо:

- изыскать пути снижения себестоимости производства через повышение урожайности картофеля, как минимум, в среднем до 200-250 ц/га, применение ресурсосберегающих технологий, оптимизацию затрат трудовых ресурсов, а также концентрацию посевных площадей;
- организовать производство собственного семенного картофеля высокого качества;
- организовать хранение и первичную обработку продукции с постоянным контролем качества;
- усовершенствовать систему сбыта продукции в целях сохранения качества;
- развивать производственную кооперацию по технологической цепочке;
- постепенное внедрение и развитие маркетинговой деятельности в аграрном секторе (в данном случае речь идет о картофеле).

Порог экономической целесообразности производства картофеля определяется урожайностью 120-140ц/га. Ниже этого уровня урожайности возделывание культуры нецелесообразно из-за высокой себестоимости производства.

*Саршор Т. Л., БГЭУ (Минск)*

## **ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ПОТРЕБКООПЕРАЦИИ**

Потребительская кооперация представляет собой сложный многоотраслевой хозяйственный комплекс, выполняющий важную роль в экономике и социальном развитии страны. Главной ее стратегической задачей является содействие государственному курсу на улучшение условий жизнедеятельности сельского населения. От степени ее решения во многом зависит реализация программы возрождения белорусского села и в целом – повышение эффективности всего агропромышленного комплекса Беларуси.

Выполнение потребкооперацией своей миссии требует преломления тех негатив-

ных экономических тенденций, которые сложились в деятельности всех звеньев системы и коренных преобразований в управлении отраслью.

Система потребкооперации не смогла адаптироваться к рыночным условиям хозяйствования и значительно ухудшила свои ранее неплохие позиции.

Отрицательная динамика в торговле берет начало с оптового звена, которое во многом утратило свое организующее значение в отрасли.

Структура оптовой торговли представлена в республике шестнадцатью межрайонными предприятиями и двумя унитарными предприятиями Белкоопсоюза. Их задачей является формирование на базах необходимых объемов товарных ресурсов и снабжение ими обслуживаемых районов. По Программе Белкоопсоюза такие поставки должны составлять не менее 15% розничного товарооборота. Однако они едва достигают 10%, что говорит о том, что межрайбазы не выполняют своего предназначения.

В объемы централизованных закупок в основном входят товары, не производимые в Беларуси или производимые в недостаточном количестве, в том числе товары «критического импорта». Поставки крупных партий указанных товаров для всей системы позволяют получать у поставщиков максимальные скидки, формировать собственные отпускные цены ниже, чем у коммерческих структур, и иметь при этом существенный валовый доход.

Однако межрайбазы вместо закупа товаров из-за пределов республики по прямым контрактам с поставщиками практикуют их получение от коммерсантов-посредников, теряя при этом в значительной мере свою долю доходов.

При утвержденном Белкоопсоюзом объеме поставок товаров в торговую сеть по сформированным отпускным ценам в размере не менее 90% их поставляется только около 56%. Остальную долю требуемого ассортимента районные потребительские общества вынуждены закупать самостоятельно, в том числе по завышенным ценам.

Таким образом, инициатива в развитии оптовой торговли в системе потребкооперации, а, соответственно, и доходы от этой деятельности уходят к конкурентам.

Оптовая торговля потребкооперации имеет большие резервы неиспользуемых складских мощностей, которые могли бы быть задействованы при рациональной организации взаимоотношений с промышленными предприятиями республики.

Промышленность более гибко адаптировалась к рыночным условиям хозяйствования и успешно применяет различные варианты организации продаж выпускаемой продукции. Она согласна поддерживать с потребкооперацией обоюдовыгодные коммерческие взаимоотношения на условиях договоров комиссии. При дефиците оборотных средств у оптовых организаций потребкооперации вариант осуществления торговли на условиях комиссии выглядит приемлемым. Однако и он не принесит должного эффекта из-за несвоевременных расчетов с поставщиками товаров. Потери валовых доходов Белкоопсоюза по этой причине составляют около 70%, в результате средний процент комиссионного вознаграждения, полученный оптовыми предприятиями, составляет около 5,3%.

Оптовая торговля в результате плохого менеджмента не использует своих потенциальных возможностей и конкурентных преимуществ на сельском сегменте товарного рынка страны. Поэтому основным вектором ее дальнейшего развития должно стать реформирование всей системы управления отраслью с применением методов и технологий организации продвижения товаров, выработанных мировой практикой.

Задачами потребкооперации являются: переориентация хозяйственного механизма управления оптовой торговлей с административных методов на рыночные на основе увязки спроса и предложения товаров; создание прогрессивной инфраструктуры оптовых продовольственных рынков; изыскание источников инвестиций в развитие отрас-

ли; стимулирование привлечения частного капитала; обеспечение условий для развития кооперации со средним и малым предпринимательством в обеспечении продовольственного снабжения сельского населения.

Многоотраслевой хозяйственный комплекс потребкооперации имеет высокую степень экономической самодостаточности. В нем под единым управлением сконцентрированы закупки сельхозпродукции, переработка, оптовая торговля, транспортировка, розничная и рыночная торговля, общественное питание и другие виды деятельности. При значительном уровне интеграции процессов производства, снабжения и реализации товаров в данной системе задача сводится к совершенствованию механизма ее функционирования, в составе которого оптовая торговля должна выступать в качестве координирующего звена, обеспечивающего согласованную стратегию развития всех остальных звеньев с ориентацией их на удовлетворение потребностей покупателей.

*Сви́рский Д. Н., ВГТУ (Витебск)*

## **КОНЦЕПЦИЯ МНОГОАГЕНТНОЙ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ**

Организация и управление эффективным производством требует согласованной параллельной работы большого коллектива исполнителей. Параллельная работа по организации, подготовке и управлению производством проходит в форме «виртуального круглого стола», который реализуется через локальную компьютерную сеть. Концептуальной моделью для автоматизации процесса информационного взаимодействия внутри этого производственного коллектива может служить система тензорных преобразований *ei* профессиональных семантических пространств его субъектов при переходе от одного образного представления продукции к другому на всех этапах производственного цикла. Конфигуратор как формальная модель определенного субъекта производственной деятельности положена в основу формирования соответствующего «интеллектуального агента» – т.е. программной сущности, способной действовать в интересах достижения целей, поставленных перед ним владельцем и/или пользователем.

Многоагентные системы – это новая парадигма современной информационной технологии, ориентированная на совместное использование научных и технических достижений и преимуществ, которые дают идеи и методы искусственного интеллекта, современные локальные и глобальные компьютерные сети, распределенные базы данных и распределенные вычисления, а также аппаратные и программные средства поддержки этой распределенности и открытости. Информационным ядром многоуровневой архитектуры интеллектуальной системы поддержки параллельной кооперативной работы является модель среды деятельности, в которой сквозь оболочку профессиональных «миров» виртуально актуализируется реальная (или будущая) деятельность предприятия и среды его функционирования.

*Селезнева Ю. М., ВГТУ (Витебск)*

## **ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА**

Обоснованная методика определения конкурентоспособности региона должна обеспечить объективность оценки и помочь в решении основных задач: измерение фактической величины внутренних возможностей (потенциала) региона; оценка перспектив и направлений его саморазвития; выявление направлений экономической деятельности и вложения инвестиций, наиболее соответствующих целям развития региона; оценка эффективности работы местных органов власти; сравнительная оценка экономичес-