

Суть маркетинговой деятельности отражает условия развития рынка, который перестает напоминать хаос и попадает под регулирующее воздействие хозяйственных связей, где ведущая роль принадлежит покупателям. Покупатель предъявляет свои требования к товару, его количеству, качеству, срокам поставки, чем создает предпосылки для распределения рынка между производителями.

Заключение. Маркетинг как организационная функция, а также набор процессов формирования, продвижения и предоставления продукта или услуги потребителям и руководство взаимоотношениями с ними с выгодой для компании. Маркетинг считается руководством к управлению, планированию, действию в условиях рыночной экономики. В этой связи необходимо разобраться в философии маркетинга в сопоставлении с философией сбыта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Маркетинг : учеб. пособие / Ю. Ю. Сулова, Е. В. Щербенко, О. С. Веремеенко, О. Г. Алешина. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018
2. КонсультантПлюс: учимся на примерах. Учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлению «Экономика». – М.: ООО «Консультант:АСУ»,2020.
3. Зиннуров У.Г. Стратегическое маркетинговое планирование и управление на предприятии: учеб. пособие. – М.: Изд-во МАИ, 2018. – С. 34.

УДК 633.63

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*А. А. Куралович, студент группы 10508120 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Пономарёва Н. П.*

Резюме – в статье рассмотрены особенности развития сельскохозяйственной отрасли Республики Беларусь, а именно вопрос ее субсидирования и возможности использования созданного потенциала.

Resume – the article considers the peculiarities of the development of the agricultural sector of the Republic of Belarus, namely the issue of its subsidization and the possibility of using the created potential.

Введение. Одной из приоритетных отраслей для Беларуси является сельское хозяйство. Доля ВВП на отрасль составляет около 6 %. Доля государственной собственности в отрасли высока, осуществляется сильное регулирование, инвестирование и субсидирование отрасли.

Основная часть. Сельскохозяйственная отрасль преимущественно представлена крупными государственными предприятиями, для нее характерна интеграция горизонтального характера (сочетание растениеводства,

животноводства и молочной отрасли). Государство определяет объемы производства основных видов сельскохозяйственной продукции для программы государственных закупок. Для повышения рентабельности крупные агропромышленные комплексы также занимаются производством продуктов питания.

В последние годы субсидии по аграрному сектору составили 9 и 12 % ВВП (это компенсация части процентов по кредитам, госгарантии, перекрестное субсидирование, прямые инвестиции освобождение от налогов). Примерно 10–15 % всех инвестиций в основной капитал пришлось на сельское хозяйство, что, в свою очередь, привело к развитию сельскохозяйственной инфраструктуры. Последнее десятилетие государство вложило значительные средства в основные сельскохозяйственные активы: молочные фермы, птицефермы, свинофермы, овощекартофельные склады и т. д. При этом острой проблемой являлся размер долга, который необходимо реструктурировать. Можно выделить следующие возможности использования созданного потенциала сельскохозяйственной отрасли. Извлекать пользу из имеющейся инфраструктуры, повышая ее эффективность путем реструктуризации, введения высокоэффективных технологий. Внедрять новые продукты и выходить на новые рынки. В частности, обратить отдельное внимание на продукцию с более высокой добавленной стоимостью (овощи, мелкий скот и т. д.), выйти на новые рынки (например, осуществлять продажу зеленого корма на Ближний Восток). Модернизировать и стимулировать частное фермерство. Например, за последние 10 лет участие сельскохозяйственных организаций в структуре сельскохозяйственного производства возросло с 64,4 % в 2010 году до 81,1 % в 2020 году, при этом доля домашних хозяйств в структуре производства снизилась соответственно с 34,6 % в 2010 г. до 16,3 % в 2020 г., а доля крестьянских (фермерских) хозяйств в общем объеме выпуска продукции находится на низком уровне – около 2 % (2,6 % в 2020 г.).

Заключение. Последнее десятилетие государство вложило значительные средства в развитие сельскохозяйственной отрасли. Использовать созданный потенциал можно следующим образом: повышая эффективность путем реструктуризации, введением новых технологий; внедрением новых продуктов, открытием новых рынков, модернизацией частного фермерства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беларусь в цифрах. Статистический справочник, 2021 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь редкол. И. В. Медведева [и др.]. – Минск: 2021. – 73 с.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija->

ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf. — Дата доступа: 14.04.2022.

3. Сельское хозяйство Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://aw.belal.by/russian/prof/prof.htm>. – Дата доступа: 14.04.2022.

УДК 339.97

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И ЭКСПОРТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ

*А. В. Лавринович, студентка группы 10507217 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель Т. К. Савко*

Резюме – в статье рассмотрены основные преимущества и недостатки двух политик, на основании которых выделяется наиболее выгодная для внедрения. Приведена сводная таблица анализа политики импортозамещения и экспортно-ориентированной индустриализации.

Resume – the article discusses the main advantages and disadvantages of the two policies, on the basis of which the most profitable for implementation is allocated. The summary table of the analysis of the policy of import substitution and export-oriented industrialization is given.

Введение. Большинство развивающихся стран стремились к индустриализации при этом, развивающиеся страны должны выбрать между индустриализацией через импортозамещение и экспортно-ориентированной индустриализацией. Например, страны Латинской Америки сделали выбор в пользу импортозамещающей политики, а Южная Корея применила политику экспортно-ориентированной индустриализации.

Основная часть. Стратегия, ориентированная на внутренний мир, является попыткой отказаться, по крайней мере в краткосрочной перспективе, от полноценного участия в мировой экономике. В этой стратегии особое внимание уделяется импортозамещению, т. е. производству товаров внутри страны, которые в противном случае были бы импортированы. В отличие от этого, стратегия, ориентированная на внешний мир, подчеркивает участие в международной торговле, поощряя распределение ресурсов в ориентированных на экспорт отраслях без искажений цен [2].

Стратегия импортозамещения. По различным причинам многие отрасли игнорируют стратегии роста, основанные на первичном экспорте, в пользу стратегий развития импортозамещения. Эта политика направлена на содействие быстрой индустриализации и, следовательно, развитию путем возведения высоких барьеров для иностранных товаров в целях стимулирования внутреннего производства [1].

Стратегия экспортно-ориентированной индустриализацией [1]. Эта политика предполагает государственное таргетирование секторов, в кото-