

ЛИТЕРАТУРА

1. Цифровая повестка ЕАЭС до 2025 года: перспективы и рекомендации [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ictsd.org/bridges-news/мосты/news/цифровая-повестка-еаэс-до-2025-года-перспективы-и-рекомендации8>. – Дата доступа: 25.11.2019.
2. Электронная коммерция в Республике Беларусь: основные тенденции и проблемы развития [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ictsd.org/bridges-news/мосты/news/электронная-коммерция-в-республике-беларусь-основные-тенденции-и-проблемы>. – Дата доступа: 20.11.2019.
3. Объем E-commerce в Беларуси превысил 1,5 млрд рублей [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <https://officelife.media/news/the-volume-of-e-commerce-in-belarus-exceeded-1-5-billion-rubles/>. – Дата доступа: 24.11.2019.
4. Интернет-торговля набирает обороты: в стране хотят создать ассоциацию электронной коммерции [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/s-klikom-po-zhizni-internet-torgovlya.html>. – Дата доступа: 24.11.2019.
5. Исследование gemiusAudience: аудитория белорусских e-commerce сайтов в марте 2019 года [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <https://belretail.by/news/issledovanie-gemiusaudience-auditoriya-belarussskih-e-commerce-saytov-v-marte-goda>. – Дата доступа: 24.11.2019..

УДК 330.342.22

АЛГОРИТМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПО РАЗВИТИЮ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В. С. Громова, БГУ, г.Минск; канд. экон. наук И. С. Полоник, ФММП БНТУ, г.Минск

Резюме - в статье рассматриваются разработанные автором ключевые этапы развития инновационного потенциала Республики Беларусь, представляющие собой циклический алгоритм.

Ключевые слова: инновационный потенциал, свободные экономические зоны, оценка эффективности.

Введение. В Республике Беларусь ведется постоянная работа по совершенствованию экономического механизма социального и экономического развития. Ежегодно разрабатывается прогноз социально-экономического развития, основные направления денежно-кредитной политики, государственный бюджет, инновационно-инвестиционная программа Республики Беларусь. Изучается опыт совершенствования экономического механизма в странах ЕАЭС, ЕЭС, Китайской Народной Республике.

Следует отметить, что успешное решение проблем создания и функционирования СЭЗ во многом зависит от гибкой государственной экономической политики, функционирующего хозяйственного механизма и иностранных инвестиций. С их помощью правительство предполагает решить ряд существенных проблем, которые возникают в процессе перехода от командно-административной системы к рынку.

Основная часть. Свободные экономические зоны – это институты инновационного развития, точки их роста. Опыт множества стран показал, что в зависимости от организации их функционирования, созданных условий ведения бизнеса на данных территориях разный экономический эффект. Например, основу национальной инновационной инфраструктуры в Китае составляет Китайско-Сингапурский индустриальный парк «Сучжоу», принципы управления которым распространены на всю страну.

Поэтому первым этапом на пути к развитию инновационного потенциала СЭЗ должно быть переосмысление цели их существования. СЭЗ – это территории экспериментального характера с более активным проведением реформ по приоритетным для страны направлениям с целью определения возможности проведения их в масштабах страны. Для Республики Беларусь на данный момент это отправная точка для перехода к инновационной экономике.

В целях проведения политики развития территорий необходимо грамотно оценить текущее экономическое состояние. В настоящее время согласно Постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 27.09.2006 №1264 «О критериях оценки эффективности деятельности резидентов свободных экономических зон на территории Республики Беларусь» критериями оценки эффективности деятельности резидентов свободных экономических зон являются: привлечение инвестиций в сроки и размерах, предусмотренных в бизнес-планах инвестиционных проектов; осуществление производственной деятельности в соответствии со сроками, определенными в бизнес-планах инвестиционных проектов; создание рабочих мест в количестве, определенном в бизнес-планах инвестиционных проектов.

Также согласно Постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 15.03.2007 №330 «Об утверждении Положения о порядке проведения оценки результатов реализации инвестиционных проектов резидентов свободных экономических зон на территории Республики Беларусь и внесении дополнений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 августа 2005 г. №891» администрация СЭЗ представляет пояснительную записку о ходе результатов реализации инвестиционного проекта, где отражаются: объем привлеченных инвестиций по каждому году реализации инвестиционного проекта, в том числе объем инвестиций в основные средства; ежегодный объем выручки от реализации продукции собственного производства; объем экспортных поставок (по итогам каждого года реализации инвестиционного проекта); количество созданных рабочих мест.

Для полноценной оценки внешней торговли показатели экспорта необходимо рассматривать в соответствии с показателями импорта, т.е. анализу должен подвергаться показатель сальдо внешней торговли. Для оценки финансового состояния анализу должны подвергаться как притоки так и оттоки денег, т.е. необходимо рассматривать показатель чистой прибыли (убытков).

Поэтому автором предлагается заменить показатель выручки показателем чистой прибыли (убытков); показатель экспортных поставок показателем сальдо внешней торговли; определять количество созданных рабочих мест путем прироста их численности; добавить в перспективе дополнительный показатель: оценки инновационной деятельности.

Также автором разработана методика оценки эффективности СЭЗ Республики Беларусь, основывающаяся на комплексном показателе на базе интегрального:

$$Эсэз_j = \sum_{i=1}^n \left(\sum_{l=1}^L \frac{P_{li}}{N_{ji}} \times V_p \right),$$

где Эсэз_j – эффективность деятельности свободной экономической зоны;

$\sum_{i=1}^n$ – интегральный показатель эффективности деятельности резидентов СЭЗ, где n – количество резидентов;

L – количество показателей эффективности;

i – резидент;

PL – критерий/показатель эффективности деятельности резидента СЭЗ;

NJ – норматив, предусмотренный в бизнес-плане инвестиционного проекта резидента СЭЗ;

VP – коэффициент весомости отдельного показателя.

Особенностью данного показателя является использование интегральных индексов (показателей), которые представляют собой совокупность наиболее важных частных показателей, что позволяет комплексно и всесторонне дать оценку деятельности отдельных СЭЗ и их резидентов с учетом их особенностей, выявить приоритетные направления дальнейшего их развития.

Для определения тенденций развития, мониторинга и планирования дальнейших стратегий используется методика оценки инновационного потенциала СЭЗ, состоящая из 4 групп показателей: человеческий капитал, показатели финансовой устойчивости организаций, макроэкономическая среда и инновационная система сопоставляющихся в итоговой формуле с эталонами.

После оценки состояния и перспектив развития следует построение и внедрение модели инновационного развития СЭЗ. Авторская модель инновационного развития СЭЗ Республики Беларусь состоит из 7 элементов: развитие цепочки взаимодействия «университет-СЭЗ-рынок», создание и развитие свободных медицинских зон, создание международных университетов, льготы для производств по принципам циркулярной экономики и эко-производства, льготы и преференции для инновационного производства, принцип «упрощение, унификация и эффективность» в управлении, принцип электронного «одного окна». Такие элементы модели как развитие цепочки взаимодействия «университет-СЭЗ-рынок», создание и развитие свободных медицинских зон, создание международных университетов являются перспективными. Льготы для производств по принципам циркулярной экономики и эко-производства, льготы и преференции для инновационного производства, принцип «упрощение, унификация и эффективность» в управлении, принцип электронного «одного окна» требуют текущего внедрения. макроэкономическая среда и инновационная система сопоставляющихся в итоговой формуле с эталонами.

Заключение. Алгоритм реализации программы по развитию инновационного потенциала СЭЗ представляет собой непрерывный цикл 4 этапов: определение сущности и цели функционирования СЭЗ; утверждение критериев оценки эффективности резидентов СЭЗ; оценка инновационного потенциала СЭЗ; построение и внедрение модели инновационного развития СЭЗ. Содержание предложенного алгоритма необходимо совершенствовать по мере прохождения этапов инновационного становления и развития. Применение данного механизма способствует многовекторному, непрерывному развитию инновационного потенциала свободных экономических зон.

ЛИТЕРАТУРА

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15.03.2007 №330 «Об утверждении Положения о порядке проведения оценки результатов реализации инвестиционных проектов резидентов свободных экономических зон на территории Республики Беларусь и внесении дополнений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 августа 2005 г. №891». [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.newsby.org/belarus/postanovsm5/sov854.htm>. – Дата доступа: 15.10.2017.
2. Громова, В.С., Полоник, И.С. Комплексная оценка эффективности свободных экономических зон Республики Беларусь / Беларусь 2030: государство, бизнес, наука, образование : материалы 4-ой МНК (26 октября 2017 г., г. Минск) / БГУ. – Минск: Право и экономика, 2017. – С. 45-47.
3. Громова, В.С., Полоник, И.С. Модель инновационного развития Республики Беларусь на основе опыта Китайско-Сингапурского индустриального парка Сучжоу // Новая экономика. – 2018. – №2 – С.43-52.
4. Громова, В.С., Полоник, И.С. Оценка инновационного потенциала свободных экономических зон Республики Беларусь // Новая экономика. – 2019. – №1 – С.30-34.

5. Громова, В.С., Полоник, И.С. Оценка экономической эффективности функционирования свободных экономических зон Беларуси // Новая экономика. – 2018. – №1 – С.5-11.

УДК 339.5

МОДЕЛЬ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ БЕЛОРУССКИХ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ О ПРОНИКНОВЕНИИ НА РЫНОК ЦЕЛЕВОЙ СТРАНЫ

Т.А.Проц, д-р экон. наук, профессор А.В.Данильченко, ФММП БНТУ, г. Минск

Резюме - В статье описано поэтапное выполнение маркетингового исследования предприятия для реализации внешнеэкономической деятельности мясоперерабатывающих предприятий. Разработан механизм проведения анализа внешнего рынка и матричная схема оценки факторов и рисков внешней среды.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, внешнеэкономическая деятельность, факторы маркетинговой среды, стратегия выбора зарубежного рынка.

Введение. Объем мировой торговли сельскохозяйственной продукцией имеет постоянную тенденцию к росту. По данным белорусского статистического комитета товарная структура экспорта в 2018 году свидетельствует об увеличении доли продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в общем экспорте по сравнению с 2017 годом и составляет 108,6%, удельный вес в общем объеме – 15,4%, уступая по доле экспорта только минеральным продуктам (25,8%), продукции химической промышленности (19%) и машинам, оборудованию и транспортным средствам (16,4%).

Конкуренция на внутренних и внешних рынках среди мясоперерабатывающих предприятий достаточно велика. Насыщенность внутреннего рынка и производственные возможности стимулируют белорусские предприятия искать новые экспортные рынки за рубежом. Внешняя торговля играет важную роль в экономике Беларуси. Выбор правильной стратегии и зарубежного рынка для реализации внешнеэкономической деятельности первостепенная задача для современного предприятия. Необходимо отметить, что выбор рынка сбыта, не возможен без осуществления ряда маркетинговых мероприятий.

Основная часть. Для определения стратегии выхода на новый зарубежный рынок нужно провести анализ по двум основным направлениям: изучить международную маркетинговую среду, в которой предприятие намерено осуществлять внешнеэкономическую деятельность и проанализировать факторы возможностей и рисков, для выбора наиболее подходящих рынков.

Под международной маркетинговой средой понимается совокупность факторов, определяющих возможности и угрозы, которые влияют на ведение внешнеэкономической деятельности предприятия. Часть факторов внешней среды предприятие изменить не в силах, по этой причине к этой группе необходимо приспособиться, со второй группой факторов можно взаимодействовать, но нет возможности их контролировать, и оставшаяся часть факторов – это те, которые предприятие может сформировать самостоятельно и осуществлять полный контроль над ними. По этой причине, первоочередной задачей маркетологов, которые занимаются международной деятельностью целесообразно маркетинговую среду изучать на трех уровнях: макроуровне, мезо- и микроуровнях. Организационно-экономический механизм проведения анализа внешнего рынка представлен в таблице 1.

Наиболее трудоемким и важным является изучение и анализ факторов макро и мезоуровней. Сбор необходимой информации осуществляется посредством проведения маркетинговых исследований. Исследование целесообразно начинать с вторичной информации, т.е. с ранее существующих данных (кабинетные исследования). Далее, при недостаточности вторичной информации и не достижении целей исследования, необходимо дополнительно собрать первичные данные. Различия при исследовании отечественного рынка и зарубежного заключаются в том, что внутренний рынок целесообразно исследовать, используя метод опроса, то для внешних рынков данный метод является дорогостоящим и более рационально применять метод наблюдения.

Далее проводится оценка факторов возможностей и рисков, которую предлагается проводить подобно SWOT-анализу. Методика оценки с использованием матричного метода показана в таблице 2.

По предложенной схеме строится матрица «возможности риски», в которой совмещаются противоположные факторы нескольких исследуемых рынков (стран) и определяется страна или группа с наибольшим количеством привлекательных факторов и наименьшим числом рисков. Далее проводится следующий этап маркетинговой деятельности в ВЭД – международная сегментация рынка. Сегмент, наиболее соответствующий необходимым требованиям, будет целевым рынком предприятия. При проведении сегментации маркетологи могут столкнуться с ситуацией, при которой, целевой рынок предприятия имеет несколько сегментов. Тогда для проникновения на новые рынки используются: дисперсный метод или «метод метания стрел». Выход на максимально возможное количество сегментов рынка, с тем чтобы впоследствии осуществить отбор наиболее оптимальных; метод концентрации или «метод муравья».