

Стремление к улучшению условий труда формирует миграционные настроения у 18,8% респондентов.

Проведенные опросы подтверждают, что в отношении любых работников, достигших определенной стадии личностного развития, очень важным мотивом становится возможность самовыражения, которую содержит в себе та или иная трудовая деятельность.

Осознание того, что производство – это не только станки и продукция, а прежде всего люди (с их целями, устремлениями, проблемами), постепенно начинает преобладать в работе администраций промышленных предприятий республики. С целью повышения эффективности производственной деятельности предприятий руководителю необходимо научиться правильно и рационально воздействовать на те мотивы и применять те стимулы, которые в настоящее время у нас имеются.

УДК 339.133.017

К ВОПРОСУ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ПИВО-БЕЗАЛКОГОЛЬНУЮ ПРОДУКЦИЮ

С.С. Лабков

Могилевский технологический институт, Беларусь

Как известно, рыночная экономика предъявляет очень жесткие требования к предприятиям, которые хотят выжить и успешно существовать в ее условиях. В полной мере это относится и к предприятиям пивоваренной промышленности Могилевской области. Последние два года показали, что ни Могилевский завод напитков, ни ГПО "Могилевоблищепром" в дальнейшем, не в состоянии удовлетворить чрезмерный спрос населения возникающий летом. Однако, потребитель не мог удовлетворить свою потребность другими сортами пива других пивзаводов республики. Дело в том, что Могилевская область надежно защищала свой рынок, запретив основным торгующим организациям области, торговать привозным пивом. А пиво "Балтика", которое продавалось в коммерческих точках, конечно же, далеко не всем по карману. Является ли это положительной тенденцией? Конечно, для ГПО "Могилевоблищепром" это было хорошо. Без особых усилий, выпуская даже не всегда качественную продукцию, предприятие, тем не менее, легко выполняло план производства. Для области это также было хорошо, т.к. данное предприятие является существенным источником пополнения местного бюджета в форме акцизного налога. Единственным проигравшим в этой области оказался потребитель, которого лишили права выбора, нарушив тем самым один из принципов рыночной экономики, который гласит, что потребитель всегда прав. Получилось, что предприятие работало без учета требований потребителя. Почему так произошло? Дело в том, что фактически руками местных органов власти была создана искусственная

монополия. Работая в условиях монополии предприятие сосредоточилось только на своих внутрипроизводственных проблемах. Зачем думать о потребителе, когда управление торговли уже решило кому и сколько продукции вы должны отгрузить? Предприятие самоуспокоилось, потому что внешне все выглядело хорошо: темпы роста объема производства поддерживались, спрос на продукцию создавался. Однако, ГПО "Могилевоблищепром" должен был насторожить тот факт, что в это время экспорт на заводе снизился практически до нуля, что свидетельствовало о низкой конкурентоспособности продукции. Что же из этого вышло? ГПО "Могилевоблищепром" проиграло. Выиграли же предприятия, которые деятельность свою ориентировали на потребителя и были готовы к конкурентной борьбе. В итоге на прилавках города вы можете купить продукцию Лидского, Речицкого, Гомельского, Борисовского и других пивзаводов Республики Беларусь. То есть, выиграли те предприятия, которые в своей деятельности использовали маркетинговую, а не производственную концепцию. В условиях жесткой конкуренции предприятие, ориентирующееся только на собственное производство, только на снижение собственных издержек, как правило, обречено на провал. Ярким примером этого является то, что объем производства на ГПО "Могилевоблищепром" на данный момент снизился почти в 2 раза.

Помочь данному предприятию может организация службы маркетинга, а не коммерческого отдела, с привлечением высококвалифицированных специалистов. В обязанности данных специалистов должно входить: изучение требований потребителя, изучение сильных и слабых сторон товара по сравнению с товаром конкурентов, изучение конкурентов и их действия на рынке. Кроме этого, на предприятии необходимо пристальное внимание уделять разработке этикеток, с привлечением к этому специальной художественной комиссии. Также необходимо переходить на выпуск продукции с современным дизайном: с двумя этикетками, карьереткой и фирменной кроне-пробкой.

А главное, нельзя забывать один из основных принципов маркетинга: производить то, что продается, а не продавать то, что производится.

УДК 351.71

НАЛОГИ – ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ МЕТОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Ж.Ф. Низовцова

Могилевский технологический институт, Беларусь

Как мировой, так и отечественный опыт свидетельствует о преимуществах налоговой системы перед любой другой формой изъятия части доходов граждан и предприятий в государственный бюджет.

Одно из преимуществ – правовой характер налогов.

Фиксированный размер ставок и их относительная стабильность способствует развитию предпринимательской деятельности, т.к. облегчают прогнозирование ее результатов.