

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Белорусский государственный экономический университет

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ:
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ, ИННОВАЦИОННОСТЬ,
УСТОЙЧИВОСТЬ**

**Материалы
IX Международной научно-практической конференции**

Минск, 19–20 мая 2016 г.

Том 2

Минск 2016

УДК 338(476)
ББК 65.9(4Бей)
Э40

Редакционная коллегия:

В. Н. Шимов (ответственный редактор), *Г. А. Королёнок* (зам. ответственного редактора), *И. Л. Акулич*, *А. В. Бондарь*, *Ю. Н. Бохан*, *А. А. Быков*, *Е. Б. Дорина*, *М. К. Жудро*, *И. Н. Жук*, *Е. Ф. Киреева*, *Л. С. Климченя*, *И. М. Микулич*, *Л. Н. Нехорошева*, *Д. А. Панков*, *А. А. Праневич*, *В. В. Садовский*, *Т. С. Таранова*, *Г. О. Читая*, *О. С. Шимова*, *Я. С. Яскевич*

Утверждено Редакционно-издательским советом БГЭУ

Э40 **Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы IX Международ. науч.-практ. конф. (Минск, 19–20 мая 2016 г.) :**
в 2 т. — Минск : БГЭУ, 2016. — Т. 2. — 329 с.

ISBN 978-985-564-095-1.

УДК 338(476)
ББК 65.9(4Бей)

ISBN 978-985-564-098-8 (Т. 2)
ISBN 978-985-564-093-7

© Белорусский государственный
экономический университет, 2016

*Ю. А. Рыбалко, магистр экон. наук
БГЭУ (Минск)*

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ СТРУКТУР В АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Существует достаточно много подходов, позволяющих оценить эффективность интегрированных структур. Так, например, многие авторы приводят различные методики оценки эффекта синергии, полученного при осуществлении деятельности в холдинге и вне холдинга. Синергизм проявляется тогда, когда результат совместной деятельности объединенной компании превышает суммарный показатель

самостоятельной деятельности хозяйствующих субъектов, входящих в объединение. Выделяют три основных источника создания синергетического эффекта:

- получение синергетического эффекта в результате совместной деятельности за счет эффекта масштаба. В данном случае происходит экономия за счет сокращения трансакционных издержек;
- наличие уникальных компетенций, объединение усилий в научных разработках, в создании инновационных продуктов. Всего этого можно достичь в рамках интеграционной структуры гораздо меньшими усилиями, если бы объединившиеся компании дополнили друг друга в различных сферах деятельности;
- использование «эффекта имиджа», когда объединившиеся компании под единым брендом осуществляют деятельность намного эффективнее, нежели по отдельности.

Исследованиями установлено, что эффект взаимодействия позволяет наиболее полно определить эффективность экономических взаимоотношений в продовольственной компании.

В результате исследований разработана методика экономической оценки эффективности функционирования продовольственных компаний, включающая систематизацию критериев интеграционных взаимодействий. В основу данной методики положены факторы эффективного функционирования интеграционных взаимодействий в агропродовольственной сфере, включающие приоритетные и нейтральные признаки группировки, объединенные в следующие блоки: правовые (внешнеэкономические отношения, государственное регулирование); организационно-управленческие (организационно-производственная структура, инфраструктурное обеспечение, маркетинг); социально-экономические (экономическое стимулирование, уровень социального развития, подготовка и переподготовка кадров); рыночные (потребительский спрос, объем рынка сбыта); природно-климатические (агроклиматическая характеристика, территориальное размещение); экономико-географические (специализация сельхозпроизводства, освоенность территорий); социально-культурные (этнонациональная система социально-духовных характеристик, национальная культура).

Предлагаемая формула расчета интегрированного индекса эффективности интеграционных структур выглядит следующим образом:

$$I_{\text{эф}} = \sqrt[3]{K_x \cdot K_{\text{зпр}} \cdot K_{\text{из}}},$$

где $I_{\text{эф}}$ — интегрированный индекс эффективности интеграционных структур; K_x — коэффициент эффективности интеграционных взаимодействий в процессе производства; $K_{\text{зпр}}$ — коэффициент эффективности продаж; $K_{\text{из}}$ — коэффициент измерения затрат.

Таким образом, методика в отличие от существующих включает систему критериев интеграционных взаимодействий, что позволяет оценить эффективность функционирования продовольственных компаний.