

работы и продукции, но и достичь значительных успехов в современной конкурентной среде.

М.В. Молохович

БГЭУ (Минск)

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОВОЩЕВОДСТВА

Рыночная экономика ставит перед хозяйствующими субъектами новые задачи. Ни одно предприятие не может гарантировать для себя стабильности рыночных позиций, если оно не имеет научно обоснованной стратегии деятельности.

Стратегия — это такое сочетание ресурсов и навыков организации, с одной стороны, и возможностей и риска, исходящих из окружающей среды — с другой, действующее в настоящем и будущем, при котором организация надеется достичь основной цели.

Значение выработки стратегии, позволяющей предприятию выживать в конкурентной борьбе, в долгосрочной перспективе чрезвычайно велико. В условиях жесткой конкуренции и быстро меняющейся ситуации на рынке очень важно не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел организации, но и вырабатывать стратегию, которая позволила бы ей успевать за изменениями, происходящими во внешней среде. Разработка стратегии деятельности предприятия осуществляется посредством стратегического планирования, которое выступает по существу единственным способом прогнозирования будущих проблем и возможностей.

В настоящее время на рынке овощной продукции происходит обострение конкуренции за счет как экспансии зарубежных производителей, так и ужесточения условий экспорта белорусских овощей. Поэтому достижение сильного конкурентоспособного положения является первоочередной задачей отечественных товаропроизводителей. Для поддержания такого положения важно, чтобы руководство хозяйств выбрало благоприятную стратегию в сферах производства и сбыта овощной продукции. Одной из возможностей выбора является обеспечение перспектив для стратегии в области технологии. Овощеводческое предприятие, обладающее передовой технологией, сможет достичь высоких производственных результатов и в итоге будет иметь преимущества перед конкурентами по таким показателям, как количество и качество выращенной продукции, себестоимость и цена.

Однако данная стратегия требует больших затрат финансовых средств и многие хозяйства не могут себе этого позволить. Наиболее приемлемыми для белорусских овощеводов являются: стратегия наращивания объемов производства; стратегия в области ассортимента; стратегия низких издержек. Стратегия низких издержек состоит в достижении конкурентных преимуществ за счет более дешевого производ-

ства и сбыта продукции. Особого внимания заслуживает стратегия диверсификации, предполагающая разработку новых товаров и освоение новых рынков. Примером ее использования может служить организация производства грибов и пряно-вкусовых растений. Но это — одна из самых дорогих и рискованных стратегий и реализовать ее могут только финансово устойчивые предприятия.

Прибыльные хозяйства могут также использовать стратегию лидерства, заключающуюся в придании продукту особых качеств, отличных от конкурирующих товаров, и обеспечивающих ему повышенный спрос на рынке. Придание овощной продукции особых потребительских свойств осуществляется прежде всего за счет повышения ее качества. Более слабые предприятия, как правило, избирают стратегию следования за лидером.

К основным рыночным стратегиям относятся: стратегия поддержания уровня сбыта; интенсификация усилий на рынке; корректировка целевого рынка; создание новых рынков; свертывание производства (уход с рынка для неконкурентоспособных товаров). В ряде случаев целесообразным может быть использование стратегии кооперации и взаимного проникновения, хотя она и не является популярной среди отечественных производителей овощей.

Таким образом, существует огромное количество различных видов стратегий деятельности овощеводческих предприятий. Выбор той или иной стратегии зависит от конкретной ситуации с учетом особенностей каждого хозяйства. Правильный выбор способствует максимальному повышению долгосрочной эффективности деятельности организации.

А.Н. Наумова
БГЭУ (Минск)

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

С целью создания благоприятных условий для развития новых и высоких технологий в нашей стране, модернизации производства и повышения конкурентоспособности продукции 22 сентября 2005 г. был подписан Декрет Президента Республики Беларусь “О Парке высоких технологий”, в котором уже с конца января 2006 г. возможна регистрация проектов и резидентов. Главной задачей Парка является проведение НИОКР, разработка технологий и их экспорт за рубеж, привлечение инвестиций в данную сферу. Парк призван разрешить проблему “утечки умов” из нашей страны, легализировать доходы компаний, занимающихся программированием для иностранных заказчиков.

Потенциал нашей страны в данной сфере впечатляет. Белорусский экспорт в сфере информационных технологий уже сегодня составляет от 50 до 100 млн дол. Белорусские фирмы выигрывают тендеры на разработку программного обеспечения не из-за дешевизны и низкой зар-