

*В.С. Чеканов, канд. экон. наук, доцент**БГЭУ (Минск)*

ВЫБОР КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ АПК

Экономический успех предприятий АПК зависит от их стратегии хозяйственной деятельности на перспективу. Она должна определить главную цель, генеральную программу действий с выделением приоритетных направлений и важнейших ресурсов для ее достижения.

Важное место в стратегии агробизнеса отводится ограничениям хозяйственной деятельности (эффективные, неэффективные, активно действующие, слабо ограничивающие и т.д.). В условиях рыночных отношений предприятия АПК обязаны строить свою деятельность под воздействием покупательского спроса. На выбор стратегии оказывают влияние объем и принадлежащая предприятию доля рынка, возможность ее увеличения за счет доли конкурентов, улучшение факторов формирования конкурентной среды. Значит, формирование стратегии развития любой предпринимательской структуры зависит от ее позиции на рынке продукции и услуг.

При выборе стратегии развития каждый субъект хозяйствования должен учитывать свои возможности, результаты анализа окружающей среды, свои рыночные позиции, а также позиции и действия конкурентов. Это обусловлено тем, что существует реальная и прямая связь между выбранными стратегиями субъектов рынка и конкурентными условиями, в которых они функционируют. В то же время реализация конкурентных стратегий вызывает изменение рыночных позиций предприятий (фирм).

Исходя из разработок зарубежных и отечественных авторов, конкурентные стратегии субъектов хозяйствования можно сгруппировать:

- по виду конкурентного преимущества: стратегии дифференциации, эффективных и низких издержек, инноваций, моментального реагирования на потребности рынка;
- по характеру реализации: стратегия наступления (активная) и стратегия обороны (пассивная);
- по характеру новизны рынка: стратегия присутствия на рынке, стратегия проникновения на рынок;
- в зависимости от изменения объемов продаж: стратегия сокращения производства, стратегия роста производства;
- по привлекательности рынка: стратегия роста инвестиций, стратегия ограничения инвестирования;
- по отношению к действующим конкурентам: стратегия конфронтации, стратегия слияния (интеграции) субъектов;
- по отношению к новым конкурентам: стратегия продвижения торговой марки, стратегия лоббирования, стратегия контроля доступа к товаропроводящим сетям, стратегия эффекта масштаба.

Данная группировка позволяет предприятиям АПК выбрать наиболее конкурентную стратегию с учетом сложившихся условий и решения о сосредоточении усилий на приоритетных преимуществах. При этом выбранных стратегий может быть несколько.

Формирование и выбор конкурентных стратегий предприятиями АПК должны осуществляться на основе принципов (правил): научной обоснованности, избира-

тельности в связи с ограниченностью ресурсов, реальной выполнимости, конкретности, непротиворечивости, экономичности, возможности качественного назначения, взаимодополняемости, органичной увязанности между собой и с выбранными целями.

Деятельность предприятий АПК постоянно связана с риском. Поэтому при выборе стратегии им необходимо учитывать влияние природно-климатических условий, биологических особенностей животных и растений, изменение потребительского спроса на рынках продукции и т.д.

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.
□□□□□□□□.