

лояльности потенциальных иностранных потребителей к указанным продуктам составляет 0,6;

- негативную «финансовую» востребованность белорусского продовольствия у иностранных потребителей. Так, у 74,5 % ответивших респондентов удельный вес расходов на приобретение белорусских продуктов питания составляет менее 10 %;

- высокую вариативность абсолютного значения интегрированного индекса востребованности белорусского продовольствия, которое находится в диапазоне от 0,084 (консервы овощные) до 0,443 (молоко и молочная продукция);

- низкий уровень репутации белорусских продуктов среди иностранных потребителей. Абсолютное значение индекса репутации по отдельным белорусским продуктам питания колеблется от 0,139 (маргариновая и майонезная продукция) до 0,256 (сыр).

На основе рейтинговой оценки ключевых факторов активизации позитивных покупательских предпочтений со стороны потенциальных иностранных потребителей установлено, что в качестве концептуальных направлений формирования эффективной маркетинговой деятельности белорусских экспортеров на высококонкурентных сегментах мирового рынка продовольственных товаров следует рассматривать следующие:

- во-первых, необходимо рекомендовать маркетинговым подразделениям белорусских экспортеров продовольствия основное внимание сосредоточить на сохранении и повышении его качественных характеристик. Об этом свидетельствует тот факт, что 94,5 % ответивших респондентов отдают предпочтение натуральному составу продуктов питания;

- во-вторых, экономически оправданно реформатировать существующую экспортную ценовую политику с целью формирования у потенциальных иностранных потребителей позитивного и адекватного представления о наличии пропорциональности между уровнем цен и конкурентными преимуществами у белорусских продуктов питания;

- в-третьих, активизация рекламной деятельности должна быть направлена на формирование не отдельных отраслевых продовольственных брендов, а стратегического национального корпоративного продовольственного бренда.

*Т.А. Гуринович, аспирантка
БГЭУ (Минск)*

К ВОПРОСУ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В БЕЛАРУСИ

Органическое сельское хозяйство в мире стремительными темпами набирает обороты, с каждым годом увеличивается количество земель, занятых под органическое земледелие. Сегодня органическое сельское

хозяйство практикуется в 170 странах мира. Около четверти мировых сельскохозяйственных угодий, занятых под органическое производство, и более 80 % производителей расположены в развивающихся странах и странах с формирующимся рынком. Методом органического земледелия производится около 10 % мировой сельхозпродукции.

Рынок органической продукции в Беларуси в настоящее время находится на этапе становления. Это обусловливается в первую очередь отсутствием необходимой информации об органическом производстве и органических продуктах, а также невозможностью идентифицировать органическую продукцию, отсутствием государственной поддержки и т.д.

Ввиду отсутствия собственного органа сертификации сертифицировать органическое производство в Беларуси возможно только в зарубежных фирмах, что повышает стоимость сертификации и делает ее труднодоступной для фермеров. Тем не менее некоторые фермеры уже получили сертификат, подтверждающий, что их производство является органическим или находится в переходном периоде.

Вместе с тем мировые тенденции развития рынка органической продукции и изучение потребительских предпочтений граждан Республики Беларусь указывают на необходимость ускорения развития органического сельского хозяйства. По результатам многочисленных исследований спрос на органическую продукцию в Беларуси есть.

Развитие органического производства целесообразнее всего начинать с государственной политики, выражающейся в соответствующих нормативных правовых актах, внедрения международных и национальных стандартов, а также финансовой поддержки производителей со стороны государства. Следует отметить положительную динамику в этой области: в Программе деятельности Правительства Республики Беларусь на 2011—2015 годы одним из направлений по охране окружающей среды отмечено формирование законодательной базы для ведения органического сельского хозяйства.

Переход на органическое земледелие целесообразнее всего начинать с малых форм хозяйствования: крестьянских (фермерских) хозяйств, личных подсобных хозяйств, субъектов агротуризма.

Следует отметить, что при формировании рынка органической продукции в Беларуси необходимо принимать во внимание некоторые особенности. Органическая продукция ориентирована на определенный сегмент потребителей, имеет место персонализированный спрос. Основными потребителями данной продукции выступают жители крупных городов с уровнем дохода выше среднего, не имеющие дачных участков. Данная особенность связана с более высокой ценой на органическую продукцию. Производство органической продукции ввиду ее специфических особенностей зачастую носит сезонный характер. Для фермерских хозяйств это означает получение нестабильного дохода. Успешность ведения органического хозяйства зависит от возможности использования производителями органической продукции механизма

кооперации. Кооперационные отношения, на наш взгляд, целесообразно устанавливать с субъектами агротуризма, учреждениями санаторно-курортного лечения, объектами материально-культурного наследия, учреждениями здравоохранения и образования, фермерами и другими сельскохозяйственными организациями.

В настоящее время на органическую продукцию имеется существенный спрос со стороны европейских государств. Беларусь может занять данную нишу, обеспечив реализацию своего экспортного потенциала. В связи с этим органическое сельское хозяйство имеет долгосрочную перспективу быть достаточно рентабельным и конкурентоспособным.

*М.К. Жудро, д-р экон. наук, профессор
БГЭУ (Минск)*

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В Беларуси комплексное исследование современного состояния и перспективного развития экономики предприятий агропромышленного комплекса становится особенно актуальным, поскольку результаты их деятельности сопровождаются как позитивными, так и негативными последствиями. Последнее затрудняет определение вектора развития этого важнейшего сектора национальной экономики, обоснование альтернативных вариантов построения будущей модели его экономики. Экономическая теория, к сожалению, к настоящему времени не дала исчерпывающего ответа относительно выяснения ключевых причин такого противоречивого развития экономики организаций АПК на современном этапе. Основная масса публикаций посвящена исследованию их потенциальных возможностей в условиях стабильного и пропорционального развития внешней среды, которые практически не востребованы в условиях турбулентности в мировой экономике.

В процессе исследования приоритетов эффективного функционирования предприятий в условиях турбулентности внешней среды установлено, что необходимо отдавать предпочтение разработке и использованию инструментов их выживания на основе реструктуризации собственности, бизнеса, диверсификации производственной деятельности и роста объемов продаж продукции с высокой добавленной стоимостью как на внутреннем, так и внешнем рынках Евразийского экономического пространства и других высококонкурентных сегментах мирового рынка с учетом специфики перспективного развития экономики Беларуси.

При этом важно сохранять активность формирования привлекательного инвестиционного климата, разрабатывать инвестиционные