

с рациональными нормами.

Обеспечение развития опережающими темпами сельскохозяйственного производства возможно при обеспечении следующих условий:

– необходимо сформировать в масштабах государства региональное разделение труда в производстве продуктов питания;

– развитие отраслей, обеспечивающих структуру производства продуктов питания, машинами и оборудованием в соответствии с потребностями в продукции данных отраслей;

– создание условий для более интенсивного развития отраслей, потребление продукции которых не соответствует научно обоснованным нормам (мясо, молоко, овощи и т.д.);

– развитие отраслей по первичной переработке сельскохозяйственного сырья для обеспечения его сохранности;

– поддержание уровня цен в сельском хозяйстве для обеспечения доходов сельхозпроизводителей на основе макроэкономического роста и расширения базы налогообложения;

– на государственном уровне необходимо контролировать потребление продуктов питания по объемам и структуре в соответствии с научно обоснованными нормами и проводить программу поддержки потребления продовольствия собственного производства.

Механизм управления процессом изменения структуры производства продуктов питания должен включать совокупность мероприятий, направленных на перераспределение имеющихся материальных, финансовых, трудовых ресурсов и земли, а также изменение взаимосвязей между отдельными элементами продовольственного комплекса.

Костина Т. А., БГЭУ (Минск)

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА

Нередко понятие «конкурентоспособность товара» отождествляется с термином «качество». Однако эти категории нетождественны. Конкурентоспособность товара (услуги) определяется качеством как основным фактором ее достижения, а также ценой, затратами в сфере его потребления за нормативный срок службы и уровнем обслуживания. Кроме того, на конкурентоспособность товара влияют динамичные факторы времени, синергичности, неопределенности внешней среды предприятия и неэтичности партнеров.

С точки зрения использования свойств товара, следует различать понятия «качество» и «полезный эффект». Качество – это потенциальная способность товара удовлетворять конкретную потребность, а полезный эффект – действительная способность товара удовлетворять конкретную потребность.

Понятие качества исходит из философии и, как правило, связано с объектом, охватывая его полностью и неотделимо. Понятие качества используется в термине «система качества», которая представляет совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для осуществления административного управления качеством. Существует практика расширительного понимания объекта приложения термина «качество», например, к мастерству, воспитанию, образованию, «качество жизни».

Глобальные изменения в рыночных отношениях, обострение конкуренции потребовали новых подходов к обеспечению качества товара. Привычное его определение

трансформировалось и стало применяться к предприятию в целом, его способности удовлетворять потребности и ожидания заказчика, обеспечить минимальный риск для заказчика при заключении контракта.

На современном этапе развития научно-технического прогресса качество товаров выдвигается в число ключевых проблем развития национальных экономик. Выработанные единые подходы, признанные специалистами всех стран, известны как принципы Всеобщего управления качеством (Total Quality Management – TQM). Однако система TQM не может быть рекомендована для внедрения на отечественных предприятиях в качестве глобальной системы. Она может использоваться как элемент в системе обеспечения конкурентоспособности (СОК) в силу ряда недостатков.

Определение TQM не в полной мере отвечает требованиям системности и комплексности. В нем не говорится о подсистемах TQM. Кроме того, комплексный подход предусматривает рассмотрение в единстве технических, экономических, организационных, психологических и других аспектов управления, а в определение TQM включены только технические аспекты.

Из 24 компонентов TQM 12 посвящено общим функциям управления, кроме таких функций управления, как учет, мотивация, регулирование, а также функций прогнозирования, функционально-стоимостного анализа.

Внимание уделяется приемам и средствам для управления только качеством, процессами, персоналом и ресурсами. Не рассматриваются информация, средства производства, финансы, отсутствуют конкретные методы анализа, прогнозирования, оптимизации, мотивации, управления персоналом.

С теоретической точки зрения, для комплексного охвата проблемы обеспечение конкурентоспособности товаров необходимо рассматривать одновременно в статике и динамике. Система обеспечения конкурентоспособности как структура – это система, состоящая из внешнего окружения предприятия и его внутренней структуры, нацеленная на обеспечение конкурентоспособности товаров. Система обеспечения конкурентоспособности как процесс – это процесс реализации взаимосвязанных научных подходов, принципов, методов, средств и мероприятий, разрабатываемых по всем функциям управления и стадиям жизненного цикла управляемых объектов по обеспечению конкурентоспособности товаров. Структура СОК является базовой для любых систем маркетинга и менеджмента, цели которых специфичны при единой направленности – обеспечении конкурентоспособности.

Кострюков С.П., ОАО «ФанДОК»

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ОАО «ФАНДОК»

Маркетинговые исследования рынка выступают как информационная основа достижения таких целей, как реализация определенного объема продаж, создание и выведение на рынок новых товаров, увеличение рыночной доли.

ОАО «ФанДОК» имеет достаточно стабильный и географически широкий рынок продаж своей продукции. Причем внутренний рынок является основным рынком сбыта, на втором месте – ближнее зарубежье, и в последние годы наметилась тенденция освоения рынков дальнего зарубежья.

На предприятии не применяется дифференцированный подход к рынкам сбыта. Используется стратегия массового охвата рыночных сегментов. Дифференциация имеет место только в ценовой политике.

Нет комплексного и системного подхода к маркетинговому исследованию рынков