

особый вид товаров, разнообразное производство которого крупные фирмы не готовы освоить и предложить потребителю. Тем самым малые предприятия содействуют ликвидации диспропорций на потребительском рынке, активизируют структурную перестройку экономики, увеличивают экспортный потенциал. В результате малое предпринимательство оперативно реагирует на постоянно изменяющуюся конъюнктуру рынка.

Кашанская И.П., БГЭУ (Минск)

СТАБИЛИЗАЦИЯ ОТРАСЛИ КАРТОФЕЛЕВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Отличительной особенностью развития картофелепродуктового подкомплекса является сокращение объемов закупок картофеля, и как следствие этого, происходит сокращение площадей под ним в общественном секторе. С уменьшением доли государственных закупок перед производителями стоят проблемы со сбытом своей продукции. Неуверенность в гарантированном сбыте, отсутствие маркетинговых служб не позволяют руководству предприятий проводить целенаправленную работу по наращиванию урожайности картофеля и по дальнейшему развитию этой отрасли.

При сложившейся ситуации в картофелеводстве первоочередной становится задача о стабилизации отрасли картофелеводства и определении различных организационно-экономических направлений, которые способствовали бы эффективности развитию отрасли.

Актуальные проблемы развития картофелеводства требуют практического осуществления мер, обеспечивающих рост производства и повышения его эффективности. Для этого необходимо:

- выращивание картофеля строго по товарно-хозяйственному назначению (семенной, продовольственный и технический);
- реализацию клубней проводить по сортовым признакам с указанием вкусовых, технологических и качественных параметров;
- углубить переработку сырья;
- усилить и расширить маркетинговые исследования, позволяющие определить уровень конкурентоспособности каждого вида картофельной продукции на рынке товаров и вести тщательное отслеживание ценового механизма, связанного с производством и поставкой на рынок готовой продукции;

* решение проблем отрасли картофелеводства в специализированных хозяйствах.

Кашникова И.В., Юферева О.Д., БГЭУ (Минск)

МАТЕМАТИЧЕСКИЙ АППАРАТ ВЫБОРА КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ

Теория принятия решений активно использует методы философии, математики, психологии, информатики. В то же время она имеет ярко выраженную прикладную направленность.

Трудность выбора методики для решения конкретных задач анализа рыночной ситуации обусловлена разнообразием известных подходов. Отсутствие четких определений и детальных описаний создает сложности для анализа информации, необходимой для выбора конкурентных стратегий.