

производства продукции, формируется технологическая схема производства, проводится ее технико-экономическая оценка, определяются возможности организации производства либо на собственной технологической базе, либо с привлечением потенциальных партнеров. На данном этапе решается вопрос о необходимости технологического перевооружения производства.

В ходе разработки новых товаров большое значение следует придавать дизайну товара, т.к. качество продукции формируется как функциональными признаками и потребительскими свойствами товара, так и его внешним видом: формой, цветом, используемыми материалами. Одновременно с воплощением идеи о товаре в товар должен обязательно решаться вопрос создания или подбора упаковки.

*Сандомирский Г. Н.  
БГЭУ (Минск)*

<http://edoc.bseu.by>

### **РИСКИ В АГРАРНОЙ СФЕРЕ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ СНИЖЕНИЯ**

При разработке маркетинговых программ деятельности предприятий агропромышленного комплекса нужно уделять особое внимание обеспечению их эффективности, рентабельности и материальной заинтересованности в результатах труда.

Следует учитывать и оценивать рисковые ситуации, которые могут возникнуть в период реализации агромаркетинговых программ, и связаны с неблагоприятными погодными условиями, биологическими угрозами, а также с вероятностью пожаров, аварий автотракторной и другой техники, травмами работников и т.д.

В отличие от крупных промышленных проектов, где необходим тщательный просчет рисков с использованием сложного математического аппарата, в данном случае зачастую достаточен анализ риска с помощью экспертных методов. Главным здесь является не сложность расчетов, а умение маркетологов предугадать типы рисков, возникновение которых возможно, момент и источники их возникновения, а затем разработать меры по возможному исключению этих рисков и минимизации потерь, которые они могут вызвать.

Спектр возможных рисков достаточно широк: от пожаров и аварий до конфликтов с персоналом и забастовок, изменений в ценовом и налоговом регулировании, колебаний валютных курсов. От маркетологов в данном случае требуется оценить, какие риски наиболее вероятны и каков возможный ущерб от их проявления.

Для уменьшения рисков и потерь необходимо, во-первых, указать организационные меры по их профилактике; во-вторых, разработать программу страхования от них, а именно:

- выявить и описать вероятные источники ущерба;
- провести экономический анализ различных методов снижения риска;
- определить, от каких рисков следует застраховаться в обязательном порядке в связи с тем, что они могут принести наибольший ущерб;
- оценить, какие страховые компании являются наиболее надежными;
- определить лиц, ответственных за страхование;
- разработать мероприятия по предотвращению потерь;
- при необходимости получить консультации специалистов.

Эффективность разрабатываемых мер зависит во многом от правильной классификации рисков, разделения их на группы по определенным признакам.

Следует составить исчерпывающий перечень рисков каждой группы; определить удельный вес каждого из них во всей совокупности; оценить вероятность наступления события, относящегося к каждому риску.

Организация маркетинговой работы предприятий агросектора с учетом выше указанных особенностей обеспечит их более эффективное функционирование в условиях конкуренции.

<http://edoc.bseu.by>

*Санько Г. Г.  
БГЭУ (Минск)*

## **ПОЛИСТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОИСК ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ**

В настоящее время фирмы стремятся не только к монополизации рынка товаров, но и к интеграции своей деятельности в единый процесс путем кратко- и долгосрочного сотрудничества с другими фирмами. В этом заключается сущность современной конкурентной стратегии, названной полистратегическим поиском. Крупнейшие транснациональные корпорации (ТНК) мира, контролируя развитие наукоемких отраслей, не ограничиваются созданием производств с конечным циклом в отдельных странах, а стремятся специализировать предприятия глобальной сети на наиболее рациональном производстве какого-либо компонента (узла) для выпуска конечной продукции там, где это выгоднее. В результате формируется глобальная сеть производства и сбыта.

Факторами глобализации производства и финансовой деятельности являются: технический прогресс, обеспечивающий устойчивое сни-