

входящие в круг исполнительских задач работников, руководители не доступны для решения оперативных проблем);

- неумение проводить аналитическую и прогнозную оценку ситуационного положения предприятия на рынке.

На многих предприятиях реализуются лишь частные информационные задачи и соответствующие маркетинговые мероприятия и исследования, чаще всего связываются с информационно-рекламными задачами и сбытом готовой продукции и услуг. Решаются информационно-поисковые задачи, связанные со снабжением, закупками, заказами. Наименьшее применение имеют информационно-аналитические задачи, связанные с оценкой и анализом текущего состояния, определением положения предприятия на рынке, изучением конкурентов, потребителей, прогнозированием перспективного состояния, возможностей, оптимизацию различного рода рисков.

О.Л. Балабова

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия (Горки)

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ПОЛОЖЕНИЯ АГРАРНОЙ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ГЕРМАНИИ

Основные положения национальной политики объединенной Германии существенно изменились за последние годы и в будущем эта тенденция представляется неизбежной. Среди определяющих условий формирования национальной политики выделяют усиление мирохозяйственных связей, интернационализацию рынков, быструю европейскую интеграцию, а также глобальные преобразования, определенные Агендой 21. Данные требования касаются как улучшения процесса сохранения и защиты экологических систем, производственных ресурсов, так и повышения жизненных стандартов всего населения.

В течение всего своего президентства в Европейском Союзе в первой половине 1999г. правительство ФРГ прилагало большие усилия с целью своевременного принятия реформы основных областей Агенды 2000. В итоге к марту 1999г. были достигнуты политические соглашения об утверждении новой среднесрочной финансовой программы ЕС на 2000-2006гг., совершенствовании структурной политики, основательном реформировании общей аграрной политики ЕС (GAP). При этом стремились найти оп-

тимальные решения в условиях планируемого принятия новых стран в члены ЕС, а также с учетом положений, выдвигаемых на переговорах в рамках ВТО.

Таким образом, при обсуждении Агенды 2000 речь шла о продолжении процесса реформирования, начатого в 1992 г., а также о создании новой европейской сельскохозяйственной модели, которая должна развиваться в направлении повышения своей конкурентоспособности, доходности и мультифункциональности. Мультифункциональность означает, что сельское и лесное хозяйства - наряду с производством продуктов питания и промышленного сырья - обеспечивают сохранение и защиту природной среды, вносят значительный вклад в поддержание жизнедеятельности сельскохозяйственных регионов. Они также должны быть способными удовлетворять требования потребителей относительно качества и надежности продуктов питания, способов производства продукции и требований по защите животных.

Правительство ФРГ также выступает за поддержку конкурентоспособных, не наносящих экологического вреда аграрных предприятий. При этом оно опирается на предприимчиво думающих и действующих людей, осознающих свою ответственность за здоровье потребителей, состояние животных и окружающей среды. Эталоном становится предприятие, которое является рыночно ориентированным, рационально использует производственные ресурсы, ведет современный способ производства, обеспечивающий высокую конкурентоспособность на рынке продовольствия, сырья или оказания услуг; способствует защите окружающей среды, сокращая применение наносящих ей вред средств, более эффективно используя энергию, повышая плодородие почв, достойно обращаясь с используемыми в сельскохозяйственном производстве животными; обеспечивает возможность самостоятельной ответственной деятельности занятых в процессе производства работников, получение ими соизмеренного дохода, а также защиту их общественных интересов.

Улучшается профилактическая работа по защите здоровья потребителей, недопущению ложной информации о продукции. С целью обеспечения высокого качества и чистоты аграрной продукции проводится непрерывное уточнение и совершенствование требований к продовольствию, прежде всего в отношении точного обозначения содержащихся в нем веществ, способа производства и происхождения. Лишь с помощью прозрачности и открытости информации представляется возможным завоевать доверие потребителя.

С целью обеспечения большего числа альтернативных видов деятельности в сельскохозяйственных регионах и защите этих районов от негативных структурных

изменений федеральное правительство разрабатывает интегральную региональную структурную политическую стратегию. Подчеркивается, что аграрная политика по-прежнему остается для фермеров и их семей центральным инструментом защиты от последствий больших финансовых рисков, планирования структурных изменений в сельском хозяйстве.

М.И. Балашевич, В. В. Несон

БГЭУ (Минск)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ – ОСНОВА УСПЕХА НА ЗАРУБЕЖНОМ РЫНКЕ

Современный мировой рынок характеризуется обострением конкурентной борьбы между фирмами разных стран. Это обострение определяется рядом тенденций. Наиболее общими из них являются следующие.

Во-первых, за последнее десятилетие произошел значительный рост участников внешнеэкономической деятельности вследствие ускорения международного разделения труда, распада экономического союза восточно-европейских государств во главе с СССР и распада самого Советского Союза, снятия ограничений на внешнеэкономическую деятельность в постсоветских странах массового появления малых и средних предприятий и их выхода на мировой рынок.

Во-вторых, под влиянием научно-технического прогресса значительно ускорились исследования, разработка и производство новых видов продукции, а современный маркетинг позволяет быстро продвигать эти продукты на новые рынки.

В-третьих, конкурентная борьба производителей на мировых рынках развертывается на двух уровнях. На первом находятся мощные транснациональные корпорации разных, в основном высокоразвитых, стран, которые располагают товарами с высоким конкурентным потенциалом. На рынках таких товаров доминирует неценовая конкуренция. На втором уровне находятся фирмы многих развивающихся стран, которые выходят на мировые рынки с товарами массового спроса относительно невысокого качества. На таких рынках доминирует ценовая конкуренция.

В-четвертых, в последние годы среди специалистов сформировалось представление, что конкурентоспособный товар может как правило создать конкурентоспособная фирма в конкурентоспособной стране.