

стям в ней потенциальных покупателей, так как содержит следующие данные:

- на какой территории или в каком месте ожидается спрос на интересующие торговое предприятие товары и каков его объем;
- где реализация тех или иных товаров обеспечит наилучший показатель рентабельности и прибыль предприятию;
- какое место размещения и размер предприятия обеспечат необходимую интенсивность покупательских потоков.

Кроме указанного выше, маркетинговые исследования позволяют принять решения (особенно для вновь открывающихся магазинов), касающиеся товарного ассортимента (маркетинговая стратегия формирования ассортимента), формы и методы продажи товаров, управления товарными запасами, рекламы и стимулирования продажи. Все эти факторы определяют успешность деятельности торгового предприятия на рынке особенно в условиях насыщения рынка товарами.)

Наконец, результаты маркетинговых исследований исключают непредсказуемость последствий от проводимого развития розничной торговой сети, чего нельзя ожидать при отсутствии глубокого и всестороннего анализа складывающихся ситуаций на рынке товаров. Кроме этого, они гарантируют устойчивое положение предприятий и объединений торговли на рынке и их финансовое благополучие.

В. И. Колеснев

Белорусская сельскохозяйственная академия

ЦЕЛЕВЫЕ ОРИЕНТИРЫ ПРИ ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В НОВЫХ ФОРМИРОВАНИЯХ РЫНОЧНОГО ТИПА

Период адаптации предприятий агропромышленного комплекса к рыночно-регулируемой экономике выдвигает на первый план цели финансового вида — максимизация прибыли, рост товарооборота, сохранение ликвидности, увеличение паевого капитала. Для успешного их выполнения каждому самоуправляемому производственному подразделению необходимо достижение ряда локальных целей, т. е. наращивание урожайности и продуктивности для соблюдения договорных отношений (с учетом количественных и качественных параметров) по производству и сбыту продукции.

Одной из важных целей сельскохозяйственных предприятий и коллективов, вносящих изменения в производственные отношения, является получение экономической независимости, которая предполагает хозяйственную самостоятельность и сосредоточение всех полномочий по принятию решений на основе выбранной рыночной концепции. Это

накладывает моральную и материальную ответственность на отдельных руководителей за количество и качество труда в условиях возникающего производственного риска. Поэтому для аграрных формирований нового типа главной функцией становится обеспечение надежности и повышение устойчивости производства. Основной задачей стабилизации хозяйственной деятельности является создание механизма, направленного на постоянное исследование рыночной конъюнктуры цен и затрат, ожидаемых внешних и внутренних экономических условий. В такой ситуации гарантия получения стабильных доходов может быть достигнута только в том случае, если сельскохозяйственные товаропроизводители учтут при разработке своей стратегии и тактики следующие направления:

- расширение ассортимента набора, т. е. ввод новых видов конкурентоспособной продукции на рынки продовольственных товаров при минимальной потребности во внутренних и внешних инвестициях;
- нахождение новых каналов реализации продукции, т. е. осуществление на основе управленческой активности целенаправленной маркетинговой политики для проникновения на неосвоенные рынки;
- планомерное проведение диверсификации производства, связанное с дополнительным получением внесельскохозяйственных доходов. Такой вариант предусматривает ориентацию на выполнение определенного перечня работ и выпуск производимых продуктов с выходом на новые рынки сбыта, которые могут и не находиться в прямой взаимосвязи с агробизнесом.

Е. П. Колеснева

Белорусская сельскохозяйственная академия

К ВОПРОСУ О ДИВЕРСИФИКАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

При сложившейся экономической ситуации в агропромышленном комплексе производители сельскохозяйственной продукции стоят перед дилеммой: продавать свою продукцию перерабатывающим предприятиям и другим государственным заготовительным организациям или перерабатывать на месте и реализовывать самостоятельно. Это вызвано тем, что сельскохозяйственные предприятия, реализуя свою продукцию по государственным закупочным ценам, зачастую несут убытки, а другие участники процесса товарооборота, получают прибыль. Особенно это характерно для животноводческой продукции.

Многие хозяйства республики используют стратегию диверсификации производства для того, чтобы предприятие не стало чересчур зависимым от одного канала реализации продукции. Преимущество дивер-