

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-

сификации сельскохозяйственного производства главным образом состоит в том, что малые предприятия способны быстро решать многие вопросы стабилизации потребительского рынка, чего не могут сделать крупные перерабатывающие предприятия.

Цехи средней и малой мощности по переработке мяса, создаваемые на базе существующих колхозов, госхозов, животноводческих комплексов являются экономически целесообразными в условиях существующего положения сельскохозяйственного производства, так как способствуют: обеспечению занятости сельского населения, снижению сезонности труда; росту доходности животноводческих предприятий, в результате чего уменьшается потребность в кредитных ресурсах; гибкому изменению ассортимента, ориентации на конечный качественный продукт, т. е. оперативной реакции на конъюнктуру рынка; снижению потерь животноводческого сырья за счет сокращения транспортных операций; росту мотивации труда за счет включения ко всей технологической цепочке “производитель-потребитель”.

В Беларуси накоплен определенный опыт по созданию мясоперерабатывающих производств на базе колхозов и госхозов. В частности, совхоз “Буцевичи” Минского района открыл свой минимясокомбинат, агрофирма “Малеч” Брестской области — производство колбасных изделий, и многие другие предприятия идут по пути диверсификации производства.

Нами определена оптимальная программа развития типового хозяйства, имеющего свиноводческий комплекс проектной мощностью 1000 тонн свинины в живом весе в год. Расчет предполагал два пути: первый — определение оптимального сочетания отраслей колхоза с возможным освоением проектной мощности свиного комплекса; второй — исходя из принципа диверсификации производства просчитать эффективность организации цеха малой мощности по комплексной и глубокой переработке животноводческого сырья.

Согласно расчетам, оптимальная программа развития хозяйства с учетом вышеперечисленных направлений предусматривает: производство кормов на закрепленных землях с самообеспечением животных грубыми, сочными и зелеными кормами, причем в потреблении комбинированных кормов 65,7 % составляют концентраты из давальческого зенофуража; проектное освоение мощностей с ростом реализации свиней на убой в 2,16 раза по сравнению со среднегодовыми показателями за последние шесть лет; выпуск новых видов продукции на миниперерабатывающем модуле с последующей самостоятельной реализацией через сеть фирменной торговли (100 % всего производства мяса фасованного и ценных субпродуктов), а также по рыночным каналам сбыта колбасных из-

делий и копченостей (соответственно 28 % и 47,7 % общего объема производства).

Определение оптимальной программы в направлении диверсификации производства на примере типового хозяйства, имеющего свиноводческий комплекс, обусловлено совокупностью следующих естественных, социальных и экономических факторов:

- ведет к увеличению числа источников поступления доходов сельскохозяйственного предприятия;
- вовлекает в сферу переработки увеличивающийся объем производства животноводческой продукции в личных подсобных, крестьянских и фермерских хозяйствах;
- устраняя потери сырья, местная переработка предлагает широкий выбор мясных продуктов, создавая конкуренцию на рынке пищевых товаров;
- позволяет решить проблему более полного и производительного использования трудовых ресурсов на селе.

Особенность диверсификации в агропромышленном производстве проявляется в способности хозяйств быстро и эффективно реагировать на изменения внешних рыночных условий, страховать себя от рисков, налаживать безотходное производство.

А. А. Конецкий

Гродненский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ИНТЕРАКТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ

Информационная интерактивная услуга — это деятельность по предоставлению информационных продуктов и ресурсов, а также средств поиска, обработки, представления и выдачи данных с применением новых информационных технологий в режиме диалога.

Основными информационными продуктами в данном случае являются базы данных (БД), доступ к которым осуществляется при помощи специальных программных и технических средств. О соответствующих технологиях говорят как о диалоговых, или интерактивных (on-line). Основные их виды — автоматизированные банки данных, ИПУ на технических носителях, видеотекс.

Автоматизированные банки данных (АБД) являются наиболее развитой и перспективной интерактивной технологией из-за значительных для пользователя преимуществ и возможностей.

Маркетингу в сфере интерактивных услуг присущ ряд особенностей. Во-первых, информационная услуга дополняет информационный товар.