

- стратегия дифференциации (пациентная стратегия) — придание продукту отличительных черт и свойств;
- стратегия концентрации (фокусирования) — удовлетворение спроса определенного круга покупателей за счет сосредоточения внимания на выбранном сегменте рынка;
- эксплорентная (пионерская) стратегия — радикальное преобразование старых сегментов рынка, поиск революционных решений.

Выбор стратегии в овощеводстве закрытого грунта основывается на сложившейся ситуации на рынке тепличных овощей, поведении конкурентов, пожеланиях потребителей. Рассматривая ситуацию на рынке тепличных овощей, целесообразно отметить применение стратегии лидерства по издержкам. Данная стратегия поддерживает свою актуальность посредством своей беспроблемности, так как при малых издержках предприятию удастся добиваться прибылей; создает предприятию благоприятные условия для соперничества. По тем не менее излишняя концентрация на снижении издержек делает предприятие более уязвимым перед новыми технологиями. Данная стратегия в меньшей мере, чем стратегия дифференциации позволяет в кратчайшие сроки достичь более высокого уровня дохода.

Актуальность стратегии дифференциации в тепличном овощеводстве характеризуется повышением узнаваемости продукции, приданием ему оригинальности, обеспечивая тем самым интерес потребителей. В основе стратегии лежит творческий подход к вопросам реализации тепличной продукции, придании ей узнаваемости.

На рынке, в магазине сложно определить отечественное предприятие — производитель овощей. Недостаточная информированность о производителях в местах распространения свидетельствует об актуальности стратегии дифференциации в подотрасли, позволяет находить креативные решения для продвижения не только продукции, но и торговой марки. Предложения, которые характеризуются яркими отличительными чертами, способны стимулировать спрос, обеспечивая тем самым предприятию получение больших экономических выгод и преимуществ.

*О.С. Гаргарина, канд. с.-х. наук
Н.А. Казакевич, ст. преподаватель
БГСХА (Горки)*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРАВА ГРАЖДАН НА ВЕДЕНИЕ ЛИЧНОГО ПОДСОБНОГО ХОЗЯЙСТВА

В законе «О личных подсобных хозяйствах граждан» впервые дано определение личного подсобного хозяйства граждан — это форма хозяйственно-трудовой деятельности граждан по производству сельскохозяйственной продукции, основанная на использовании земельных участков,

находящихся в частной собственности, пожизненным наследуемом владении, переданных им в аренду для ведения личного подсобного хозяйства.

Личные подсобные хозяйства граждан играют существенную роль в решении вопросов продовольственной безопасности страны.

На данный момент отмечается объективный факт того, что масштабы производства сельскохозяйственной продукции в личных подсобных хозяйствах в последние годы продолжают снижаться.

В целях стимулирования развития личных подсобных хозяйств граждан, увеличения в них производства сельскохозяйственной продукции был принят Указ Президента Республики Беларусь № 302 от 14 июня 2010 г. «О предоставлении кредитов гражданам, осуществляющим ведение личных подсобных хозяйств».

Данный документ предусматривает в 2010—2011 гг. выделение Белагропромбанком кредитных средств в общей сумме до 100 млрд р. Кредиты на развитие личных подсобных хозяйств будут выделяться на срок до 7 лет в сумме до 60 млн р. на одно хозяйство. Процентная ставка за пользование кредитом — льготная, 5 % годовых.

Кредит выдается на приобретение удобрений, средств защиты растений, семян сельскохозяйственных культур, а также оплату услуг по внесению удобрений, средств защиты растений и посеву семян сельскохозяйственных культур, на приобретение сельскохозяйственных животных и птиц, многолетних насаждений плодово-ягодных культур, парников, теплиц, строительных материалов для строительства парников, теплиц сельскохозяйственных, хозяйственных построек, а также оплату работ (услуг) по их строительству, на приобретение сельскохозяйственной техники, машин и оборудования отечественного производства для ведения сельскохозяйственных работ.

В будущем изменения будут происходить как во внутренней структуре семейного производственного сектора, так и в его взаимоотношениях с внешним рынком и другими секторами национальной экономики. В частности, можно ожидать замедление темпов роста, и даже свертывания производства в личных подсобных хозяйствах. Так как они почти исчерпали возможности развития в рамках натурального и полунатурального производства. Ограниченность потребности семьи становится тормозом, задерживающим движение вперед. Выход семейных хозяйств на рынок для реализации излишков продукции сопровождается резким увеличением издержек производства, в силу неразвитости производственной и рыночной инфраструктур, а также из-за ограниченности производственных возможностей и незначительности объемов продаж. Это ведет в свою очередь к снижению отдачи от вложенных в них средств труда. Переориентация семейного производства на рынок требует изменения способа хозяйствования таким образом, чтобы он обеспечивал постоянное снижение совокупных издержек, приходящихся на единицу реализуемой продукции. Это возможно лишь при условии развития конкуренции, обеспечивающей свободный перелив ре-

сурсов, в частности земли, от неэффективных хозяйств к эффективным, от нежизнеспособных хозяйственных структур к перспективным и осуществляющей, таким образом, своего рода «естественный отбор» среди семейных хозяйств. Выдержат это испытание лишь те хозяйства, которые сумеют перерасти в семейные фермы, т.е. в сельскохозяйственные предприятия рыночного типа.

*А.А. Гец, ассистент
БГЭУ (Минск)*

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНТЕГРИРОВАННОЙ ОЦЕНКИ УРОВНЯ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ СТРАНЫ В МОЛОКЕ И МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТАХ

В обеспечении продовольственной безопасности населения Республики Беларусь приоритетное значение принадлежит молочным продуктам, занимающим по калорийности 30 % рациона питания человека. Для оценки потенциальной способности молокопродуктового подкомплекса Беларуси обеспечивать потребности населения в молоке и молокопродуктах собственного производства следует рекомендовать систему показателей, включающую коэффициент нормативного потребления, коэффициент удовлетворения фактического спроса, коэффициент обеспечения нормативной потребности и коэффициент экономической доступности.

Изменение значений рекомендуемых коэффициентов в динамике за ряд лет показывает, что потребительский рынок молока и молокопродуктов в Республике Беларусь характеризуется превышением предложения над спросом. Несмотря на то что объем производства молока на душу населения в 2009 г. составил 93 % к уровню 1990 г., он более чем в три раза превышает его фактическое потребление населением страны (коэффициент удовлетворения фактического спроса — 3,04) и в 1,7 раза выше нормативных потребностей (коэффициент обеспечения нормативной потребности — 1,73). Это свидетельствует о наличии потенциальных экспортных ресурсов молочной продукции в республике.

Апробация методики расчета рекомендуемых коэффициентов оценки потенциальной способности молокопродуктового подкомплекса обеспечивать потребности населения в молоке и молокопродуктах за счет собственного производства позволила заключить следующее:

- во-первых, в Республике Беларусь созданы условия для устойчивого роста удовлетворения рекомендуемого и фактического спроса населения. Это явилось следствием реализации эффективной аграрной политики в рамках Государственной программы возрождения и развития села на 2005—2010 годы, обеспечившей почти вдвое рост продуктивности молочного скотоводства, повышение производительности труда работников отрасли на основе технико-технологической модернизации