

ствию на него внешних и внутренних факторов; исследованию международных рынков сбыта; формированию экспортно-сбытовой политики; разработке международной стратегии предприятия и т.д. Кроме того, пока еще не сложилась общепризнанная методика оценки экспортного потенциала, которая должна быть в основе любого управления.

При разработке экспортных стратегий маркетинга целесообразно использовать методологию и методики выделения факторов и расчета показателей (количественных и качественных) конкурентоспособности экономических систем и, как следствие, продуктов их деятельности. При этом под продуктами в соответствии с новыми методологическими положениями и исходя из основополагающих положений общей теории систем и теории факторов производства следует понимать не только результативную (в различных вариантах оценки: точечных и интервальных), но ресурсную штрих-составляющую. В этом случае маркетинговая стратегия будет предполагать не только реализационно-сбытовую продуктовую направленность, но и возможность осуществить в ее рамках разработку и реализацию концепции ресурсных аутсорсинговых услуг отечественного агропромышленного комплекса, что позволит через интеграционно-кооперационные связи значительно повысить конкурентоспособность отечественного АПК в самой ближайшей перспективе. Учитывая тесную взаимосвязь ресурсной эффективности и конкурентоспособности продукции, предполагается разработка нелинейной модели указанного влияния с определением количественных и качественных ее характеристик.

Вместе с этим предполагается гипотеза о возможности формирования на основе конкурентных требований высококонкурентных рынков посредством реализации принципа обратной связи сбалансированных производственно-маркетинговых структур с заданными параметрами ресурсной обеспеченности и сбалансированности.

Кроме того, разработка критериев и показателей оценки существующего потенциала маркетинга действующих субъектов внешнеэкономической деятельности на основе синтеза теории конкурентных преимуществ и теории потенциалов позволяет идентифицировать и определить (количественно и качественно) уровень синергетического эффекта взаимного влияния ресурсных факторов на повышение конкурентоспособности.

*М.В. Молохович, магистр экон. наук
БГЭУ (Минск)*

ПЛАНИРОВАНИЕ В МЕХАНИЗМЕ ГАРМОНИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ УЧАСТНИКОВ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР

Современные тенденции развития отечественных предприятий и мировой экономики обуславливают необходимость интеграции как

важнейшего условия обеспечения последовательного экономического роста на основе синергетического эффекта от совместной деятельности участников корпоративных объединений. Вместе с тем синергетический эффект достигается лишь при наличии четко налаженной системы всестороннего учета и гармонизации интересов участников корпоративных формирований, обеспечивающей равновыгодные отношения между всеми партнерами кооперативно-интеграционных процессов. В свою очередь гармонизация интересов достигается не просто за счет благоприятного сочетания ресурсов, она требует разработки комплекса мероприятий по обеспечению единства целей всех элементов системы, построения прочной и логически непротиворечивой иерархии интересов участников объединения, их одновекторной направленности. Обеспечить же сбалансированное по времени и ресурсам взаимодействие всех бизнес-единиц и сохранить устойчивость корпоративной структуры не представляется возможным без выработки механизмов планирования деятельности интегрированных компаний. Именно корпоративное планирование как целенаправленная хозяйственная деятельность позволяет рассматривать одновременно множество взаимосвязанных экономических, социальных, организационных, инновационных, инвестиционных, управленческих и других проблем и задач как целостную систему. Оно обеспечивает наилучшее использование возможностей корпорации за счет слаженной работы предприятий—членов объединения, наиболее эффективного сочетания ресурсов, повышения гибкости и адаптивности к изменениям внутренней и внешней среды, координации и целевой ориентации всех видов деятельности.

В настоящее время основными проблемами, возникающими в ходе создания и развития корпоративных структур в аграрном секторе республики, являются несбалансированность плановых решений с возможностями фирм-участников, отсутствие корпоративных бюджетных механизмов реализации плановых решений, несоблюдение экономических пропорций и соотношений при планировании темпов экономического роста, слабый учет неопределенности при принятии плановых решений, отсутствие стратегического контроллинга процессов развития. Все это не способствует достижению отношений взаимной выгоды, исходя из приоритета общих интересов, и обуславливает необходимость создания единой ориентированной как на отдельные секторы, так и на объединение в целом системы корпоративного планирования.

В качестве основных элементов системы корпоративного планирования следует выделить: принципы планирования, определяемые существующей формой организации производства и формулируемые с учетом развития экономического потенциала объединения; методы корпоративного планирования, представляющие собой совокупность способов и приемов, посредством которых обеспечиваются разработка и обоснование планов; функции и структуру плановых служб, с помощью которых аппарат управления компанией организует деятельность по планированию экономического потенциала предприятий — участников

интеграционного процесса; совокупность показателей, норм и нормативов, имеющих специфические особенности своего выражения в конкретных условиях деятельности корпорации; экономические рычаги и стимулы; оценку результатов планирования с точки зрения наиболее эффективного выполнения поставленных задач. Оптимальное сочетание и правильное соблюдение данных элементов создаст определенные предпосылки для организации эффективной плановой работы, что в свою очередь позволит обеспечить баланс интересов всех членов корпоративной структуры.

Таким образом, планирование играет первостепенную роль при создании благоприятных условий для взаимоувязки экономических интересов участников интеграции, наиболее полного их удовлетворения. Его недооценка или некомпетентное осуществление в современных условиях хозяйствования способно привести к большим экономическим потерям или кризисному состоянию компании.

*Е.В. Паценко, аспирант
БГЭУ (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ТРУДА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Отношение человека к труду, его поведение в процессе трудовой деятельности во многом определяют конечные производственные результаты работы предприятий. Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и целей организации чрезвычайно динамичен. От метода «кнута и пряника» до применения содержательных и процессуальных теорий мотивации, от применения командно-административных методов до рыночных методов мотивации прошло не так уж много времени. В период глобализации экономики темпы изменения методов мотивации будут происходить еще быстрее. В этой связи построение мотивационного механизма, адекватного требованиям времени, представляется актуальным и практически необходимым.

Общие теоретические принципы мотивации труда применимы в управлении любым производственным предприятием. И в то же время практические механизмы реализации эффективной мотивации труда должны строиться с учетом конкретной отрасли экономики. В частности, известно, что в сельском хозяйстве существуют несколько иные, чем в других отраслях, методы организации процесса бизнеса.

Процесс агробизнеса характеризуется территориальной рассредоточенностью, природно-климатической и биологической обусловленностью. Это связано с тем, что главным средством производства является земля, а в качестве предметов труда выступают живые организмы и растения. Они развиваются на основе биологических, а не экономиче-