

На основании исследования, проведенного Центром аграрной экономики, было выявлено, что наиболее экономически целесообразным является экспорт пшеницы, мясопродуктов, молока и молокопродуктов, яиц и картофеля. По этим товарным группам объем производства внутри страны больше объема потребления на внутреннем рынке при наличии спроса на внешнем рынке.

Наращивание экспорта невозможно без повышения конкурентоспособности продукции. Важнейшим направлением повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на внешних рынках является углубление специализации регионов Беларуси при производстве определенных видов сельскохозяйственной продукции в направлении более полного соответствия природным и экономическим условиям.

Приоритетными направлениями в дальнейшем развитии и совершенствовании внешней торговли сельскохозяйственной продукции должно быть: расширение экспорта предприятий агропромышленного комплекса на основе повышения конкурентоспособности продукции; создание импортозамещающих производств; внедрение высокоэффективных технологий; привлечение финансовых и других организаций к кредитованию и инвестированию сельскохозяйственных предприятий; формирование эффективной сбытовой инфраструктуры.

Развитие стратегий конкурентной борьбы фирм на мировых рынках

Черченко Н.В., РИВШ

В настоящее время развитие стратегий конкурентной борьбы обуславливают глобальные стандарты эффективности функционирования корпораций в таких сферах, как качество, стоимость или продолжительность производственного цикла, либерализация международной торговли, компьютерные и телекоммуникационные технологии, современное мировое хозяйство в целом.

Фирмы, участвующие в международном экономическом соперничестве, как правило, развивают свою конкурентную стратегию в направлении глобальной стратегии, суть которой состоит в едином подходе к реализации тех или иных видов своей продукции (услуг) в разных странах. Отсутствие такой стратегии влечет за собой потерю фирмой своих конкурентных преимуществ.

Реализация глобальной стратегии фирмы предполагает использование тех или иных конкурентных преимуществ страны базирования для выпуска продукции (услуг) в расчете на ее реализацию в разных странах. Впоследствии фирма начинает создавать предприятия в других странах, то

есть осуществляет прямые иностранные инвестиции. Если же фирма ориентируется на относительно узкий сегмент рынка, то сохраняется экспортная стратегия.

Фирмы, следующие глобальной стратегии, имеют ряд отличительных черт. Речь идет, к примеру, о планетарном видении рынков и дележе последних с немногими такими же глобальными фирмами; координации действий сети своих филиалов на основе новых сетевых информационных технологий, адаптивности и гибкости всей организационной структуры корпораций, единообразной организации бухучета и аудита; интеграции структурных подразделений в единую международную корпоративную сеть управления; осуществлении экономического и политического влияния на государства, в которых размещен бизнес корпорации.

Средством реализации глобальной стратегии становится создание стратегических альянсов, которые представляют собой межфирменные союзы, создаваемые для совместного решения ориентированных на глобальный рынок конкурентных задач в той или иной области, но вместе с тем не означающие прекращения соперничества в других сферах.

Корпорации, реализующие глобальную конкурентную стратегию, становятся рыночным субъектом, степень независимости которого от национальных государств растет.

Особое место в развитии конкурентных стратегий фирм в современных условиях занимает диверсификация. Примером может служить корпорация «Боинг», производящая как самолеты для коммерческих клиентов, так и вооружение, и космическое оборудование для оборонных целей. О диверсификации «Боинга» свидетельствует приобретение в 2000 году права на производство коммерческих спутников, а также предлагаемые корпорацией на мировых рынках услуги по обслуживанию и ремонту своих самолетов.

Успех в конкурентной борьбе сопряжен с постоянным совершенствованием характеристик продуктов и услуг хозяйственных процессов, деятельности персонала, в первую очередь – с точки зрения потребителя.

Развитие экономической состязательности диктует необходимость выработки представлений о будущей конкурентной позиции фирмы на мировых рынках на основе глубоких и постоянно обновляемых знаний о рыночной конъюнктуре и предполагает умение своевременного отхода от устаревших стереотипов деятельности. Ключевой момент состоит в том, что развитие конкурентной стратегии открывает на рынке следующий, подчас более мощный, раунд соперничества.