

небольшие различия качественных характеристик с продуктами конкурентов;

цена является реальным фактором, влияющим на поведение покупателей и объем продаж;

небольшой интервал между самой высокой и самой низкой ценой на одном рынке.

Л.Г. Гоцкая
БГЭУ (Минск)

ИНФОРМАЦИЯ О СОСТОЯНИИ РЕГИОНА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА

Инвестиционная привлекательность региона в целом и предприятий, функционирующих на его территории, сильно детерминирована доступностью и доброкачественностью информации о его социально-экономическом положении. Регионы могут выиграть соревнование за инвестора, если будут умело конструировать и предоставлять необходимые инвестору сведения о состоянии и потенциале развития инфраструктуры региона, экономики и социальной сферы. При анализе опыта Германии в этой области нами сделаны следующие обобщения.

1. Местные власти и предприниматели имеют общий интерес, состоящий в том, чтобы привлечь в регион новые инвестиции, для чего информируют потенциальных инвесторов с помощью специального информационного комплекса, разнообразных, детальных и доступных сведений о состоянии региона.

2. Как правило, этот информационный комплекс готовится частными консалтинго-сервисными предприятиями на основе официальной статистической отчетности и имеет форму специальной книги, которая помещается в Интернет и имеет объем около 2,5—3 Кбайта.

3. Материал структурирован так, чтобы его разделы информировали о следующих областях интересов: история области и климат; население; здания и жилище; занятость; ремесло и сельское хозяйство; финансы; образование, здоровье и социальная сфера, персонал и общественное управление; выборы; окружающая среда; транспортная сеть и туризм.

4. Наличие в данном документе консалтинговых фирм с их адресами и контактными телефонами позволяет облегчить заинтересованным лицам получение дополнительных сведений, не содержащихся в данном документе.

Таким образом, потенциальные инвесторы могут сравнительно просто получить необходимые им для принятия решения сведения как в отношении состояния инфраструктуры и тенденций ее изменения, так и квалифицированные советы от властей и частных консалтинговых фирм. Данный опыт особенно интересен для распространения в нашей стране с учетом остроты проблемы внешнего инвестирования, поскольку общепринятый на западе образец в случае, если он будет использован нами, даст нам дополнительные психологические преимущества в конкурентной борьбе за потенциальных инвесторов.

М.П. Лещиловская
БГЭУ (Минск)

АГРАРНАЯ РЕФОРМА И ЕЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ

Общеизвестно, что при осуществлении аграрной реформы многие проблемы в значительной степени регулируются и развиваются вне государственного участия. Однако в настоящий период преодоление трудностей возможно посредством комплекса взаимоувязанных государственных протекционных мер. В частности, размеры централизованного субсидирования сельского хозяйства должны соответствовать доли аграрного комплекса в формировании валового общественного продукта и национального дохода республики; рентабельность сельского хозяйства должна быть не ниже среднего банковского коммерческого процента по вкладам и ссудам (иначе бессмысленны инвестиции в аграрную сферу); налоги не превышать 20—22% общего объема получаемой прибыли.

В республике преобладают крупные сельскохозяйственные предприятия с соответствующей материально-технической базой, располагающие лучшими предпосылками рационального хозяйствования. Однако такие структуры, как акционерные общества, производственные кооперативы, товарищества, ассоциации, корпорации, концерны, крестьянские (фермерские) хозяйства, совместные и смешанные предприятия, функционирующие на основе различных форм собственности, способны обеспечить необходимые мотивы эффективного использования живого и овеществленного труда.

Особого подхода требуют крестьянско-фермерские хозяйства. С позиции экономической целесообразности развитие крестьян-