

- Социально-экономические характеристики экономики Беларуси, что в первую очередь определяется развитием предпринимательского климата.

Результаты исследований Института приватизации и менеджмента по социально-экономическим условиям деятельности иностранных инвесторов в Беларуси показывают, что на сегодняшний день Беларусь является аутсайдером среди стран Центральной и Восточной Европы по объему привлеченных прямых иностранных инвестиций, а это значит, что необходимо все большее внимание уделить созданию более благоприятных условий для инвесторов.

Первые шаги в этом направлении уже сделаны – 9 Сентября 2001г. издан “Инвестиционный кодекс”, представляющий собой свод законов необходимых для возникновения условий для привлечения инвестиций. Создание правовой базы будет гарантировать законодательную стабильность для инвесторов.

## **ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ РЫНОЧНОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ОЦЕНКА ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

*Ю.Э. Дирко*

Научный руководитель – *И.В. Торская*

*Белорусский национальный технический университет*

За последние десятилетия усиление конкуренции отмечено фактически во всем мире. Эта тенденция справедлива и для отрасли машиностроения, которая явилась объектом проведенного исследования. Машиностроение является одной из крупнейших отраслей промышленности, однако, как свидетельствует статистика, здесь наметились негативные тенденции по основным показателям, характеризующим работу отрасли, а также наблюдается тенденция вытеснения машиностроительных предприятий с ряда рынков и, в первую очередь, с рынка стран СНГ. В сложившейся ситуации необходимо провести тщательные исследования в области выбора эффективной для предприятия рыночной стратегии, которая позволила бы ему добиться конкурентных преимуществ на национальном и международном рынках. Для реализации этой цели были поставлены такие задачи, как изучение процесса формирования и выбора оптимальной рыночной стратегии, поиск конкурентных преимуществ, оценка конкурентоспособности промышленных предприятий. Детальному анализу подверглась деятельность ЗАО “Атлант”. Для поиска оптимальной позиции предприятия в отрасли были использованы портфельные методы: SWOT-анализ, многофакторная матрица McKinsey. Для определения конкурентного статуса предприятия и его соперников был проведен факторный анализ рыночных долей с построением конкурентной карты, использован метод оценки устойчивости предприятия, произведен расчет емкости рынков, оценена привлекательность рыночных сегментов и способность функционирования предприятия на них.

На основе проведенных исследований были получены следующие результаты:

- на основе SWOT-анализа выявлены сильные и слабые стороны предприятия, его позиция в отрасли, а также те шансы и угрозы, которые возникают при взаимодействии с внешней средой, на основе чего была выбрана оптимальная стратегия деятельности предприятия;
- на основе построения матрицы McKinsey по критериям привлекательность и конкурентоспособность товарного портфеля предприятия, было выявлено перспективное направление дальнейшего развития завода – стратегия выборочного развития, для которой рекомендуется вложение средств в товары с высокой прибылью и меньшим риском и специализация на перспективных товарах;
- факторный анализ рыночных долей, проведенный на российском рынке для предприятия и его основных конкурентов, выявил ухудшение положения ЗАО “Атлант” на рынке России вследствие улучшающейся позиции импортных изготовителей, а также сильнее конкурента – Стинола;

- однако анализ динамики устойчивости предприятия, проведенный за 2001-2002г.г. на основе таких составляющих, как показатель эффективности рабочего капитала, эффективности накопленного капитала, рентабельности производства, задолженности, эффективности активов, позволил сделать вывод об улучшении устойчивости предприятия, несмотря на активные действия конкурентов:  $Z_{2001}=3,166$ ;  $Z_{2002}=4,450$ .
- анализ привлекательности российского рынка и способности функционирования ЗАО "Атлант" на нем показал, что из-за значительной привлекательности данного сегмента для конкурентов, чувствительности покупателей к изменению уровня цен привлекательность рынка России является средней, равно как и способность эффективного функционирования предприятия на нем в основном из-за возможности выбора покупателями других продавцов.

#### **Литература**

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы. М.: Тип "Новости", 2000.
2. Балабанова Л.В. SWOT-анализ – основа формирования маркетинговых стратегий предприятия. Донецк, 2001.
3. Дэй Дж. Стратегический маркетинг. М.:ЭКСМО-Пресс, 2002.
4. Портер М. Конкуренция. Спб.- М.- Киев: изд. дом "Вильямс", 2000.
5. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: изд. дом "ИНФРА-М", 2000.

## **АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ПРОГРАММЫ «ЭЛЕКТРОННАЯ БЕЛАРУСЬ» НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕСПУБЛИКИ**

*Е.Ю. Бирина, А.С. Мичелева*

Научный руководитель – *О.А. Лавренова*

*Белорусский национальный технический университет*

В декабре 2002 года в Республике Беларусь утверждена программа «Электронная Беларусь», основной целью которой является формирование в республике единого информационного пространства как одного из этапов перехода к информационному обществу. Применение ИКТ имеет решающее значение для повышения конкурентоспособности экономики, расширения возможностей ее интеграции в мировую систему хозяйства, повышения эффективности государственного управления и местного самоуправления, поэтому большое количество развитых и развивающихся стран становятся на путь развития и распространения ИКТ.

В качестве первоочередного мероприятия "Электронная Беларусь" предусматривает создание общегосударственной автоматизированной информационной системы - единого национального информационного ресурса и соответствующей инфраструктуры, которые обеспечат реализацию прав граждан и юридических лиц республики на свободное получение открытой информации из этой системы.

Наибольшее внимание уделяется информатизации сектора реальной экономики, развитию систем электронной торговли и логистики. На первый взгляд может показаться, что лишь два из девяти основных направлений "Электронной Беларуси" напрямую затрагивают интересы промышленных предприятий в целом. Шестое направление программы: "Развитие процессов информатизации в секторах реальной экономики, в т.ч. создание системы электронной торговли и логистики". И третье направление - "Развитие и совершенствование информационно-коммуникационных технологий и формирование экспортно-ориентированной отрасли ИТ-индустрии".

Одним из важнейших направлений распространения ИКТ является развитие процессов информатизации непосредственно в сфере производства, что должно обеспечить совершенствование управления предприятиями на основе автоматизации соответствующих функций. Внедрение ИКТ в данном направлении позволит сократить издержки, в том числе, за счет высвобождения части технического персонала.