

ЗЕРКАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ЕГО КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА

Ф.В. Тугбаева

Научный руководитель – к.э.н., доцент **И.Н. Юхневич**
Белорусский государственный экономический университет

Позитивный корпоративный имидж предприятия - неотъемлемый компонент делового успеха предприятия. Он в немалой степени повышает конкурентоспособность предприятия на рынке, поскольку привлекает потребителей и партнеров и открывает доступ к информационным, финансовым, материальным и человеческим ресурсам. Известно, что корпоративный имидж формируется по-разному для различных групп общества и представляет собой синтез представлений о предприятии, присущих этим группам. При этом, одной из особенностей корпоративного имиджа предприятия представляется то, что он нуждается в особой специальной разработке и постоянной оценке и коррекции с целью превращения реального имиджа предприятия в позитивный. Работа над корпоративной идентичностью столь важна, что нередко ведет к структурным изменениям, к смене управляющих или репозиционированию организации, стремящейся обслуживать другие рынки.

Наряду с такими составляющими корпоративного имиджа как имидж предприятия у потребителей, его бизнес-имиджем, социальным, внутренним имиджем и имиджем предприятия для госструктур, можно выделить также "зеркальный" имидж – представление руководства предприятия об имидже данного предприятия.

Здесь необходимо отметить, что инициатива обеспечения работы по формированию позитивного имиджа предприятия находится прежде всего в руках самого руководства и, следовательно, генеральной задачей должно быть сближение зеркального имиджа предприятия с его реальным имиджем, и затем, превращение зеркального имиджа в позитивный имидж, который усилит рыночный успех предприятия.

Оценка корпоративного имиджа часто проводится на основе экспертного опроса представителей соответствующих групп восприятия и сотрудников предприятия. Методы экспертного оценивания в данном случае, как и для широкого круга других не поддающихся формализации проблем в различных сферах человеческой деятельности, представляются эффективным и единственным средством их решения. Зеркальный имидж предприятия также оценивается по результатам экспертного опроса высшего руководства предприятия. Как показала практика проведения маркетинговых аудитов, на большинстве российских предприятий зеркальный имидж заметно отличается от реального в сторону приближения к позитивному имиджу, хотя итоговые оценки по структурным составляющим корпоративного имиджа у экспертов и руководства предприятий совпадают.

Итак, формирование позитивного корпоративного имиджа предприятия, постоянная забота о слиянии зеркального имиджа предприятия с его реальным имиджем, является длительным и многосторонним процессом, требующим больших усилий. Однако, только такая позиция может привести к реальному и прочному успеху.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БЕЛОРУССКОЙ ПРОДУКЦИИ.

В.С. Вертинская

Научный руководитель – к.э.н., доцент **Е.В. Гурина**
Белорусский национальный технический университет

Основными факторами, сдерживающими рост объемов производства промышленной продукции и потребительских товаров, являются снижение спроса на отечественную продукцию на внутреннем и внешнем рынках из-за низкой конкурентоспособности, сложное финансовое положение промышленных предприятий и острый недостаток в оборотных

средствах для возобновления очередных производственных циклов. Низкая конкурентоспособность белорусской продукции обусловлена также отсталостью технологической базы производства (из более чем 6 тыс. базовых технологий лишь 5,2% относится к высоким), запредельным моральным и физическим износом основных фондов, прежде всего оборудования. Все это ведет к увеличению числа убыточных предприятий и организаций, рост сумм их убытков. На 1 августа 2003 года 36,7% от общего числа предприятий. Для полноценного обновления активной части основных фондов предприятий в 2004г. необходимо инвестировать более 230 млн. USD. Но ситуация с инвестициями достаточно плачевная. В то время как западные соседи каждый год привлекают все больше иностранного капитала примерно 2300\$ с 1989 -- 2001г. прямых иностранных инвестиций на душу населения, в РБ это 132\$ на человека, почти половина из которых - российские деньги. Основными причинами являются: ограниченные инвестиционные возможности предприятия в связи с ухудшением их финансового положения, недостаточно привлекательный для иностранного капитала климат, чрезмерное бюрократическое вмешательство госструктур в экономическую деятельность предприятия и др.

Для решения этих проблем на уровне предприятия приводится реструктуризация по следующим направлениям: совершенствование технологической структуры промышленности и системы управления качеством; развитие научных, технологических, интеграционных процессов, включая развитие внешнеэкономических отношений, поиск и освоение новых рынков сбыта продукции.

Принимаются меры и на уровне государства. Программой социально-экономического развития РБ на 2001-2005гг. определены следующие приоритеты развития: информационные технологии, микроэлектроника, приборостроение, точное машиностроение, техника для сбыта и здравоохранения, биологические и тонкие химические технологии, новые материалы различного назначения, высокоточная техника и технологии для оборонной промышленности.

В качестве главных средств реализации приоритетов определены: активизация структурной перестройки экономики; ускоренное развитие наукоемких, ресурсосберегающих отраслей, а также развитие сферы услуг; государственная поддержка инноваций и важнейших инвестиционных проектов, обеспечивающих повышение уровня конкурентоспособности экономики; внедрение эффективного механизма инвестирования в экономику, в т.ч. в новую амортизационную политику, концентрацию ресурсов на приоритетных направлениях.

Стоит лишь дать импульс, ведь приобретенный опыт переходного периода, контакты и опыт отношений с другими странами, стремление перехода к западным стандартам, выгодное территориальное положение, высококвалифицированный персонал дают возможность для эффективных преобразований в экономике Республики Беларусь.

ПРОМЫШЛЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ

М.В. Минько

Научный руководитель – к.э.н., доцент *Е.В. Гурина*
Белорусский национальный технический университет

Трансформация экономики республики связана с развитием высокотехнологичных отраслей. В решении задач структурной перестройки экономики Республики Беларусь при ограниченных сырьевых и энергетических ресурсах, первостепенная роль принадлежит промышленной собственности, способной обеспечить непрерывное обновление технологической базы производств, освоение и выпуск принципиально новой или модифицированной конкурентоспособной продукции. Поэтому промышленная собственность, как и вся в целом интеллектуальная собственность, стала играть роль ценнейшего стратегического актива, орудия конкурентной борьбы.

Это обусловлено тем, что возможности повышения конкурентоспособности производства и продукции традиционными методами ограничены. Здесь оказывает влияние значительная