

новятся реальным и эффективным ресурсом социально-экономического и духовного развития Республики Беларусь.

Н.В. Яцевич
БТЭУ ПК (Гомель)

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

На современном этапе развития экономики в условиях ужесточения конкуренции и необходимости постоянной адаптации предприятий к изменениям, происходящим во внешней среде, успешность их функционирования во многом определяется тем, насколько эффективно разработан стратегический план деятельности. Он позволяет определить приоритетные направления развития предприятий для повышения их эффективности и конкурентоспособности.

Важнейшей составляющей стратегии предприятия является конкурентная стратегия, которая представляет собой фундамент для получения конкурентных преимуществ и устойчивости предприятия. Данная стратегия позволяет ему эффективно работать в конкурентной среде, которая сегодня является объектом анализа и изучения, как часть внешней среды предприятия.

К наиболее влиятельным факторам, формирующим конкурентную среду, традиционно относят пять сил конкуренции, предложенных М. Портером: рыночная власть продавца, рыночная власть потребителей, угроза вторжения новых участников, угроза появления продуктов-заменителей или услуг-заменителей, соперничество среди существующих конкурентов. Эти факторы, по его мнению, определяют совокупный потенциал прибыльности отрасли. Г.Л. Азоев выделяет дополнительный фактор, формирующий конкурентную среду — государственную политику в области регулирования конкуренции.

С нашей точки зрения, в современных условиях количество факторов, формирующих конкурентную среду, может быть больше. В первую очередь, к таким факторам можно отнести развитие современных информационных технологий.

Активное использование уникальных возможностей сети Интернет, как опосредованной компьютерами гипермедийной среды, может являться значительным конкурентным преимуществом предприятий, поскольку постоянное усиление конкуренции, глобализация, сокращение жизненного цикла товаров (услуг) требует от них адекватного приспособления к радикальным изменениям в окружающей среде. При этом Интернет выступает как средство коммуникации, гипермедийный способ рекламы и предоставления информации, существенно отличающийся от традиционных средств массовой информации интерактивностью, гибкостью и масштабируемостью. Кроме того, Интернет представ-

ляет из себя глобальный виртуальный электронный рынок, не имеющий каких-либо территориальных или временных ограничений, значительно изменяющий возможности предприятий в продвижении товаров (услуг). Использование сети Интернет позволяет также эффективно проводить поиск нужной информации с помощью поисковых машин, web-каталогов, «желтых страниц», тематических web-серверов, проводить маркетинговые исследования с помощью анкетирования посетителей web-сервера, опроса в телеконференциях и использовать его в качестве одного из элементов брендинга, оказывающего значительное влияние на положительный имидж предприятия.

Таким образом, если предприятие целью своей конкурентной стратегии определяет достижение лидерства в области использования современных информационных технологий, а в качестве стратегической задачи — подавление конкурентов за счет активного использования возможностей глобальной сети Интернет, оно имеет реальные возможности усиления своих позиций на рынке и максимальной реализации этих конкурентных преимуществ. Интерактивность открывает предприятиям новые возможности развития, сбыта, коммуникации и рекламы, и при этом повышает их конкурентоспособности.

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□.
□□□□□□□□□□.
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.