



Факторы прямого воздействия внешней среды предприятия

Список литературы

1. Абчук, В.А. Менеджмент/ В.А.Абчук // Издательство Союз.– Спб., 2001 – С. 63-69.
2. Проблемы современной экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=952>. – Дата доступа: 12.03.2012.

О.В. Томчик

*УО «Гродненский государственный университет
имени Янки Купалы»
(Республика Беларусь, Гродно)*

НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Транспорт является одной из крупнейших базовых отраслей хозяйства, важнейшей составной частью производственной и социальной инфраструктуры. Он играет важную роль в социально-экономическом развитии страны. Транспортная система обеспечивает условия экономического роста, повышения конкурентоспособности национальной

экономики и качества жизни населения. Географические особенности Республики Беларусь определяют приоритетную роль транспорта в развитии конкурентных преимуществ страны с точки зрения реализации ее транзитного потенциала.

Развитие транспортной инфраструктуры с точки зрения инновационного варианта позволит решить следующие основные задачи:

- показатели мобильности населения приблизятся к уровню развитых стран, что будет одним из важнейших факторов повышения качества человеческого капитала в стране;
- снизится дифференциация в обеспечении доступности транспортных услуг для различных регионов и социальных групп общества;
- повысится конкурентоспособность отечественных товаров и услуг на мировых рынках вследствие сбалансированного развития транспортной системы страны;
- рост экономической эффективности пассажирских и грузовых перевозок позволит оптимизировать транспортные издержки экономики и повысить доступность транспортных услуг для населения.

При переходе к инновационному варианту требования к характеру и направлениям развития транспортной инфраструктуры и системы в целом в наибольшей степени определяют следующие фундаментальные факторы:

- усиление глобальной конкуренции, охватывающей рынки товаров, услуг, капитала, и других факторов экономического роста. Структурная перестройка мирового хозяйства, связанная с изменением баланса между экономическими центрами, возрастание роли региональных экономических союзов, ожидаемое распространение новых информационных, нано- и биотехнологий повлекут за собой изменение национальных и мировых грузо- и пассажиропотоков, повышение требований к качеству транспортного обслуживания;
- исчерпание источников экспортно-сырьевого типа развития, базирующихся на наращивании топливного и сырьевого экспорта, необходимость перехода к интенсивному инновационному развитию [1].

Как результат - встает вопрос о переходе от преимущественно экстенсивной к интенсивной модели развития транспортной системы на основе инновационных прорывных технологий, обеспечивающих повышение качества транспортных услуг.

Вторая важная тенденция - глобализация мировой экономики. Этот фактор вызывает усиление международной и внутриотраслевой конку-

ренности, что требует повышения конкурентоспособности транспортной отрасли страны.

Учитывая эти факторы и современное состояние белорусской транспортной системы, можно сделать вывод, что транспорт является приоритетной точкой роста национальной экономики. При переходе к инновационному варианту развития транспортной системы необходимо обеспечить [2]:

- развитие конкурентного рынка транспортных услуг;
- доступность транспортных услуг для населения;
- расширение номенклатуры и повышение качества транспортных услуг на основе применения современных транспортных, логистических и инфокоммуникационных технологий, развитие новых форм организации транспортного процесса и взаимодействия между видами транспорта;
- кратное повышение производительности труда и энергоэффективности на транспорте;
- активизацию деятельности отечественных организаций транспорта на мировом рынке транспортных услуг, транснационализацию их деятельности;
- интеграцию транспортной системы Республики Беларусь в евразийское транспортное пространство, развитие многовекторных транспортных связей с мировыми экономическими центрами;
- высокую территориальную мобильность населения;
- повышение инновационной активности транспортных компаний, кардинальное обновление транспортных и технических средств с учетом развития отечественного транспортного машиностроения, усиление роли научно-технического обеспечения в развитии транспортной отрасли;
- рост уровня профессиональной подготовки и квалификации работников транспорта, улучшение их материального и социального обеспечения, создание безопасных условий труда;
- обеспечение надежности и безопасности функционирования транспортной системы, в том числе в сфере экологии, снижение количества аварий и катастроф, травматизма и смертности в транспортных происшествиях;
- разработку и применение эффективных механизмов государственного регулирования функционирования и развития транспорта;
- улучшение инвестиционного климата в транспортной отрасли.

Литература:

1. Интернет-портал Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mintrans.by>. – Дата доступа: 03.04.2012.

2. Интернет-портал Центр дорожных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.road-market.ru> – Дата доступа: 05.04.2012.

С.Л. Тришина

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

Эффективная деятельность предприятий на внешнем рынке требует творческого и гибкого использования маркетинговых инструментов коммуникаций, учитывающих конъюнктуру, прогноз развития зарубежного рынка.

Осуществляя маркетинговую деятельность при сопровождении продукции на внешних рынках для начала следует тщательно изучить сам рынок. Изучение является более сложным и трудоемким процессом, что требует создания соответствующих исследовательских подразделений или использования услуг специализированных консультантов на зарубежных рынках.

В условиях рынка большинство организаций при наличии службы маркетинга и рекламы пользуются услугами рекламных агентств. Рекламные агентства позволяют рекламодателям экономить время и средства. Пользуясь услугами рекламных агентств организациям проще отслеживать и получать информацию, проводить рекламные мероприятия на зарубежных рынках.

Продвигая продукцию можно столкнуться с некоторыми факторами, которые оказывают влияние на разработку комплекса продвижения продуктов на внешний рынок [1]:

- языковые различия (языки различных стран, различные языки и диалекты в одной стране, лингвистические нюансы родного языка);
- экономические различия (различия в уровне экономического развития стран, в уровне развития их социально-экономической инфраструктуры, степень монополизации средств массовой информации);