

конъюнктуры рынка, внедрение информационных технологий и другое.

Для формирования и развития добросовестной рыночной конкуренции в трансформационный период необходимо отказаться от проводимой антимонопольной политики, разработать стратегию и тактику конкурентной политики, принять систему законодательных, экономических и административных мер, основанных на принципах обоснованности, экономической целесообразности и эффективности. Следует принять закон о конкуренции, обеспечивающий становление такой экономической среды, в которой бы складывались естественные товарно-денежные отношения, развивался предпринимательский сектор экономики, пресекалась недобросовестная конкурентная практика.

*Сверлов А.С., БГЭУ (Минск)*

## **ВЫХОД ПРЕДПРИЯТИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА НОВЫЕ МИРОВЫЕ РЫНКИ СБЫТА ПРОДУКЦИИ**

Хозяйственная деятельность предприятий электронной промышленности предполагает построение и дальнейшее развитие различных связей с зарубежными партнерами. Прежде всего это связано с созданием экспортно ориентированного производства и с получением выгод от интеграции в мировое хозяйство. В Республике Беларусь ведущим производственным объединением в электронной промышленности является НПО «Интеграл». Увеличение достигнутого им уровня объемов реализации в торговле с другими странами мира является одной из первоочередных задач, предполагающих не только увеличение доли рынка, на котором уже функционирует предприятие, но и завоевание новых рынков сбыта. В данном случае возникает необходимость оценки периода построения устойчивых хозяйственных связей. Поскольку предприятия подвергаются риску понести значительные убытки и экономическая составляющая играет ключевую роль, то от величины вышеуказанного промежутка времени зависит объем финансирования, который необходим для бесперебойного функционирования предприятия в период его становления. Очевидно, что основной характеристикой в этом анализе будет состояние рынка сбыта до вхождения нового предприятия и после. Так как одними из основных характеристик рынка являются цена и объемы продаж, то в качестве количественной оценки состояния целесообразно воспользоваться методологией определения «точки безубыточности», которая предполагает сопоставление объемов реализации с затратами за определенный период времени и определение минимально необходимого объема продаж для достижения окупаемости предприятия электронной промышленности на конкретном рынке. Предполагается, что период становления предприятия на мировом рынке в определенном регионе будет равен промежутку времени, в котором начальная точка характеризует период окупаемости до момента появления на рынке нового предприятия, а конечная точка характеризует точку окупаемости с учетом нового предприятия, но с количественными характеристиками начальной точки. Обоснованием этого тезиса является то, что условием стабильности работы предприятия является достижение последним средних показателей эффективности ведения хозяйственной деятельности на данном рынке.