

$$U(R) = \begin{cases} 1, & \text{если } R + W \geq 0 \\ 0, & \text{если } R + W < 0. \end{cases}$$

Стремление инвестора к максимизации ожидаемой полезности побуждает его к поиску таких решений, которые дают максимум вероятности неразорения.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ РАЗРАБОТКЕ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

О.К. Дунько

*Филиал УО «Белорусский государственный
экономический университет» в г. Пинске*

Развитие рынка и усиление конкуренции в белорусской экономике вынуждают предприятия искать конкурентные преимущества, которые может обеспечить либо внутренняя производственная эффективность, либо лучшая по сравнению с конкурентами ориентация на рынке.

В современном мире в борьбе за клиента предприятия используют множество конкурентных стратегий. При разработке уникальной стратегии предприятия, в зависимости от своего размера и возможностей, могут использовать следующие информационные технологии:

1. *Statistica, Excel*. При использовании этих технологий сначала производится оценка факторов, формирующих базовые конкурентные стратегии. Затем степень выраженности каждого фактора у конкретного предприятия оценивается баллами, которые впоследствии суммируются по каждой стратегии. В заключение полученные результаты сопоставляются с матрицей-классификатором, и выбирается наиболее приемлемая стратегия. При помощи данных технологий могут разрабатываться конкурентные стратегии малых предприятий, так как они отличаются простотой применения, не требуют значительных временных и материальных затрат и высокой квалификации кадров.

2. *Database Marketing* (маркетинг, основанный на базах данных), включающий модули Data Mining и Self-Organizing Map. Данные технологии используются при разработке конкурентных стратегий крупных корпораций, так как требуют значительных материальных затрат

на приобретение и наличие развитой инфраструктуры (информационных баз данных). При помощи модуля Data Mining (нейронные сети) пользователь дает запрос системе по интересующим его параметрам рыночной конъюнктуры, корпоративная информационная система обрабатывает запрос и из большого массива данных либо данных ранее неизвестных, выбирает соответствующий блок, подлежащий дальнейшей обработке. Затем с помощью модуля Self-Organizing Map (нейронные алгоритмы) происходит кластеризация стратегических факторов, обозначение их соответствующим цветом, интенсивность которого зависит от степени выраженности данного фактора у предприятия, и воспроизведение полученных результатов на карте, наподобие пчелиных сот. В завершение происходит сопоставление полученной палитры с палитрами соответствующих базовых стратегий и выбор стратегии наиболее приемлемой для предприятия. Технология Database Marketing очень эффективна и наглядна, активно используется в США, Великобритании, Японии, особенно при разработке маркетинговых стратегий;

3. *Assistant Choice u Clientele* - технологии, основанные на работе экспертов, которые оценивают конкурентные преимущества предприятия по средством присвоения им соответствующего ранга важности. Затем система обрабатывает поступившую информацию и выбирает наиболее подходящую конкурентную стратегию для предприятия. Экспертные технологии не очень дорогостоящие, однако требуют высокой квалификации кадров.

Таким образом, использование на предприятиях информационных технологий при разработке конкурентных стратегий позволит повысить эффективность их деятельности и даст больше шансов выстоять в борьбе за «место под солнцем». Особенно это важно для Республики Беларусь, так как в переходный период белорусским предприятиям со своей продукцией сложно конкурировать с захватившими рынок товарами иностранных фирм.

Для ускорения процесса применения информационных технологий при разработке уникальных конкурентных стратегий предприятиям необходимо оказывать помощь в области консалтинга, подготовки высококвалифицированных специалистов-аналитиков по маркетингу, менеджменту, учету и логистике.