

1. образование "казенных" государственных корпораций. Речь идет о корпоративных структурах, продукция которых признается наиболее приоритетной с точки зрения обеспечения национальной безопасности и которые призваны задействовать уникальные технологии

2. формирование корпораций с вхождением унитарных предприятий, основанных на праве хозяйственного ведения, в целях поддержания научного, производственного и экспортного потенциала на всех технологических направлениях, по которым достигнут мировой уровень конкурентоспособности изделий. Определенный опыт создания и функционирования подобных корпораций имеется в оборотной промышленности и заслуживает особого рассмотрения.

3. более широкое распространение акционированных корпораций с преобладающей долей государственной собственности. Они могут быть в виде закрытого акционерного общества с решающим удельным весом государства в уставном капитале либо с "золотой акцией" и в виде открытого акционерного общества с контрольным пакетом акций у государства. Экономической целью таких корпораций является повышение заказов государства при максимизации прибыли и снижении издержек производства.

8. Особенности структуры экономики Республики Беларусь таковы, что большая часть ее промышленности, а соответственно и предприятий, материало- и энергоемкие, что в условиях 96 % импорта сырья и ресурсов является величайшим тормозом развития на средние и долгосрочную перспективу.

Мировая практика рыночного хозяйствования свидетельствует о необходимости радикальных преобразований в этом случае: отказаться от надежды эффективного реанимирования материало- и энергоемких производств, направить усилия на создание новых, наукоемких производств и высококачественных сфер обслуживания.

<http://edoc.bseu.by/>

Ли Чон Ку, профессор
Гродненский государственный университет

Факторы внешнеэкономической стратегии белорусского предприятия

Стратегия внешнеэкономической деятельности белорусского предприятия предполагает исследование альтернативных вариантов долгосрочных целей в сфере внешнеэкономической деятельности для последующего обоснования принятия решения. В современных условиях цели, используемые в стратегии внешнеэкономической деятельности, должны способствовать выживанию предприятий, что в практическом менеджменте получило название "рост прибылей":

перемещение капитала из затухающих или менее экономически эффективных отраслей мировой экономики в развивающиеся или более экономически эффективные отрасли и сферы мирового хозяйства

осуществление прямых и портфельных капиталовложений за рубежом
создание международных финансово-промышленных групп
активное использование лизинга в финансировании различных внешнеэкономических операций.

Успешное достижение целей внешнеэкономической деятельности предприятия обусловлено влиянием внешних и внутренних факторов.

К внешним факторам следует отнести:

1. Национальная внешнеэкономическая политика Республики Беларусь.
внешнеторговая политика (субсидирование государством экспортера, осуществление таможенных, административных, нетарифных ограничений и процедур)

налоговая политика (платежи и льготы)
валютная политика (регулирование валютного курса)

2. Международные экономические отношения и тенденции их развития.
участие в международных экономических и торговых организациях
изучение конъюнктуры мирового и регионального рынка
поиск предпочтительных сегментов (ниш) на мировом рынке
изучение мирохозяйственного опыта внешнеэкономической стратегии
выбор методов финансирования экспортно-импортных операций
определение способов осуществления международных платежей

3. Ситуация на рынке конкретной страны.

политическая
экономическая
социальная
организационно-правовая
культурные и религиозные традиции

Оценка внутренних факторов, оказывающих влияние на стратегический потенциал предприятия должна осуществляться по следующим направлениям:

организационная структура управления предприятием
организация службы управления внешнеэкономической деятельностью
уровень квалификации менеджеров и специалистов данной службы
уровень и степень достоверности внешнеэкономической информации
мотивация персонала, занятого в сфере внешнеэкономической деятельности предприятия

Учет внешних и внутренних факторов влияния на выбор стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия позволит избежать непростительных ошибок при реализации выбранного варианта, а также осуществить поэтапную выработку стратегии белорусского предприятия на внешнем рынке.

*Н.Н. Борисевич, доцент
БелНИУФиЭ*

Планирование производства продукции в условиях рынка

В условиях развития рыночных отношений каждое предприятие должно определить, что производить, какого качества и объем выпуска продукции. Для планирования работы предприятия от проекта продукции и освоения ее в производстве до реализации ее потребителю и обслуживания продукции в эксплуатации необходим тщательный анализ требований рынка. Именно рынок определяет требование и спрос на продукцию, ее "жизненный цикл", цену на нее и тем самым эффективность ее производства и реализации.

Планирование деятельности предприятия на основе требований рынка получило название "планирование маркетинга". Для целей проектирования работы предприятия, разработки плана, эталона поведения его как системы следует определить маркетинг как планирование всех сторон деятельности предприятия в условиях рынка, т.е. подчинить его работу нуждам потребителей. Оно должно охватывать создание, производство, реализацию и использование продукции, выпускаемой предприятием, во взаимосвязи с финансовыми, сырьевыми, кадровыми и другими его возможностями, обеспечивая прибыльную деятельность.

Первым условием прибыльности является деятельность производственной системы, что означает степень достижения поставленных целей. Отсюда следует, что производственная система *с*, дет действенной лишь в