

доходов и некоторых статей расходов. При опросе респондентами сознательно занижается уровень доходов, а также такие статьи расходов, как расходы на алкоголь, сигареты, общественное питание.

УДК 656.12

### **Особенности формирования экспортной стратегии предприятия**

Примшиц В.В.

Белорусский национальный технический университет

Белорусские предприятия, интегрирующие в мировую экономику, сталкиваются с возрастающей изменчивостью внешней среды. Определяя стратегию, предприятия пытаются найти и построить закономерности, как собственного развития, так и развития конкурентов. Множество внешних неопределенностей выливается в еще большее множество альтернатив развития. При этом все это выражается в трех типах стратегии: инновационной, обновления, постепенного совершенствования.

Подходы к формированию экспортной стратегии зависят в первую очередь от варианта активности предприятия за рубежом (случайная, косвенный экспорт, прямой экспорт, иностранное участие без инвестиций, иностранное участие с инвестициями, многонациональная деятельность).

Большинство аспектов конкурентной стратегии одинаковы как для национальных, так и для глобальных корпораций. Успех определяется степенью привлекательности отрасли и положением предприятия в отрасли. Важно отметить наличие или отсутствие конкурентных преимуществ, относящихся к характеристике товара (цена, условия хранения, качество обслуживание и др.) и относящихся к характеристике предприятия (финансовая политика, контроль качества, персонал и др.).

Важно определить перспективные конкурентные преимущества на том или ином рынке. Следовательно, рынок необходимо оценить с точки зрения конкурентоспособности данного предприятия, выходящего за рубеж.

При неопределенности будущей ситуации часто подход, при котором предприятие ограничивается только одним направлением и формирует прогноз на анализе эффективности данного направления, бывает недостаточно эффективным. Необходимо выделить четыре уровня неопределенности и действия предприятия для дальнейшего анализа (см. табл.).

Таблица. Действия предприятия на различных уровнях неопределенности

Уровни неопределенности	Действия по выбору стратегии	Стратегические позиции
будущее достаточно ясно	маркетинговое исследование, количественная оценка, выработка конкретной стратегии на рынке	адаптация на конкретном рынке
несколько вариантов развития ситуации	количественная оценка влияния факторов и наступления рисков, несколько сценариев	инвестирование для удержания конкурентных позиций
диапазон различных вариантов развития ситуации	определение главных факторов развития на внешнем рынке, количественная и качественная оценка	последовательное инвестирование для удержания конкурентных позиций
неопределенность велика	качественный анализ главных факторов развития, попытка влияния на внешнюю среду	контроль ситуации и упреждающее воздействие на внешнюю среду

Формирование экспортной стратегии предприятия имеет свою специфику, определяемую следующим:

- трудно просчитать уровень неопределенности внешнего рынка;
- различие в критериях качества на различных рынках;
- зависимость от национальной политики ценообразования;
- жесткая национальная налоговая политика и др.

Чаще всего предприятие не может воздействовать на внешнюю среду чужого рынка, а количественные характеристики не дают желаемых результатов. Возникает проблема – как ориентировать предприятие на выпуск конкурентоспособной продукции на внешнем рынке, какую стратегию применять?

Среди путей выхода на внешний рынок можно отметить такие, как создание международных альянсов и корпораций, а также горизонтальную интеграцию на начальном этапе. Данные действия предприятия позволят закрепиться на конкретном рынке, сформировать имидж.

Кроме различий есть и схожие моменты в формировании стратегии предприятия, соответственно и проблемы: отраслевой аспект, барьеры входа-выхода; недостаточность информации; различные методы позиционирования предприятия на рынке; необходимость разработки нескольких гибких сценариев.

Таким образом работу по формированию экспортной стратегии предприятия можно разделить на несколько этапов:

1. создание альянсов;
2. определение конкурентоспособной продукции;
3. формирование имиджа предприятия;
4. адаптация и резервирование хода;
5. формирование внешней среды.

УДК 676.49

### **Управление убыточными предприятиями в Республике Беларусь**

Дроздович Л.И.

Белорусский национальный технический университет

Институт несостоятельности (банкротства) является одним из ключевых элементов экономических рыночных систем, т.к. влияет на формирование макроэкономических пропорций в сфере занятости, социального обеспечения, уровня доходов населения.

Республика Беларусь имеет сравнительно небольшой опыт применения законодательства о несостоятельности. Первый закон, действовавший с 1991г. носил в основном