

является анализ среды функционирования (АСФ) (data envelopment analysis, DEA), уже достаточно широко используемый в практике западных компаний, но, к сожалению, не нашедший применения в РФ. В нашей стране эта технология до настоящего времени не использовалась и практически неизвестна.

Наиболее часто в качестве средства повышения эффективности сайта предлагается следование примеру успешным примерам. Достаточно распространены также и советы по улучшению дизайна, контента, и другие улучшения Интернет-ресурсов, следование которым должно обеспечить увеличение количества пользователей сайта, и, как результат, повышение эффективности электронной коммерции. Достоинством такого подхода является его простота. Однако, этот метод повышения эффективности обладает рядом недостатков, которые не позволяют достичь максимального результата. Такие инструкции стремятся к универсальности советов, вместо понимания потребностей посетителей конкретного ресурса. В результате следования успешным примерам может повыситься логичность подачи материала, повышается предсказуемость, простота использования интерфейса, но не достигаются цели посетителей конкретного ресурса.

Еще одним методом анализа сайтов и работ по повышению эффективности является анализ информации логов сервера. Анализ количества хитов (обращений к серверу) используется широко, так как позволяет подключить статистические методы анализа. Однако, и этот метод имеет ограничения, которые снижают эффективность его применения, что предполагает проведение дальнейших исследований.

ОТРАСЛЕВАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В ПРОЦЕССАХ МИРОВОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ

Т.И. Власенко

Научный руководитель – д.э.н., профессор *И.В. Новикова*
Белорусский государственный экономический университет

За последние десятилетия в отношениях мировой торговли произошли важные изменения. Доли рынка Японии и других азиатских стран увеличились за счет других стран. В то же время во многих европейских странах наблюдается замедление экономического роста и растущая безработица. Эти изменения обусловили повышение интереса экономистов и политиков к факторам, влияющим на конкурентоспособность, ведь речь идет о глобальной экономической конкуренции за право каждой страны занять достойное место в системе мирового хозяйства.

Анализ результатов современных исследований свидетельствует о том, что проблему конкурентоспособности страны сменила проблема конкурентоспособности отдельных отраслей. Известный экономист М. Портер одним из первых высказал мнение о том, что термин «конкурентоспособная страна» не имеет большого самостоятельного значения для процветания государства, так как цель государства в экономике – обеспечить гражданам высокий (и повышающийся) уровень жизни. А конкурентоспособность национальной экономики обеспечивают конкретные предприятия, производящие товары и услуги.

С другой стороны, в условиях жесткой конкуренции на мировом рынке успеха отдельного предприятия недостаточно, чтобы обеспечить конкурентоспособность страны. Предприятие с уникальной технологией может совершить прорыв, но удерживать конкурентное преимущество в дальнейшем возможно, лишь имея надежных национальных поставщиков и сильных конкурентов. В настоящее время на мировом рынке конкурируют кластеры и отрасли.

В своей теории М. Портер представил также модель стадий экономического развития. Согласно этой модели, экономика на первой стадии развития опирается на факторы производства, обеспечивающие преимущества по издержкам, на второй стадии – на инвестиции, обеспечивающие эффективность производства, а на третьей – на инновации, создающие уникальную стоимость. Таким образом, Портер указал на важность инноваций для

конкурентоспособности, однако рассматривал их лишь как один из источников конкурентоспособности. Исследователи же из Норвегии и Швеции утверждают, что именно инновации являются источником экономического роста и успешной торговли, так как значительно увеличивают конкурентоспособность и влияют на отраслевую специализацию. Данное утверждение верно как для больших, так и для малых стран и для всех отраслей, а не только для высокотехнологичных. Кроме того, специализация в технологически отсталых секторах может привести к снижению экономического роста в стране. В свете этих выводов особенно тревожно выглядят результаты анализа, проведенного экспертами белорусского института приватизации и менеджмента. Они показывают, что по группе из 203 средне- и высокотехнологичных товаров, традиционно экспортируемых из РБ, снижение конкурентоспособности за последнее время произошло по 112 товарам. При этом только 12 товаров являются конкурентоспособными на мировом рынке.

Проблема конкурентоспособности, в последнее время приобретающая все большую актуальность, переместилась на уровень отраслей. Именно конкурентоспособность отдельных отраслей обеспечивает конкурентоспособность национальной экономики на мировом рынке.

БИЗНЕС-ПЛАН КАК ОСНОВА ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

Е.В. Галай

Научный руководитель – д.э.н., профессор *А.В. Бондарь*
Белорусский государственный экономический университет

Едва ли не каждая белорусская компания хотя бы раз занималась составлением бизнес-плана. В подавляющем большинстве случаев к этому вынуждает желание привлечь внешние (как правило, иностранные) инвестиции. Характерно, что в подавляющем же большинстве случаев такие попытки бывают безуспешными. Известно, что в число составляющих инвестиционного климата входит и бизнес-планирование, причем в отличие от более глобальных проблем этот вопрос находится в компетенции руководства каждой отдельной компании. И на первый план выступает свойство бизнес-плана, о котором обычно говорят гораздо меньше: это важнейший инструмент внутрифирменного управления. Между внешней и внутренней функциями бизнес-плана существует тесная связь. Например, опыт показывает, что если начинать не с первой, а со второй, то инвесторы потом приходят сами.

Содержание внутрифирменного планирования как функции управления компанией состоит в обоснованном определении основных направлений и пропорций развития производства с учетом материальных источников его обеспечения и рыночного спроса. Сущность планирования проявляется в конкретизации целей развития всей фирмы и каждого подразделения в отдельности на установленный период времени; определении хозяйственных задач, средств их достижения, сроков и последовательности реализации; выявлении материальных, трудовых и финансовых ресурсов, необходимых для решения поставленных задач.

Работа по бизнес-планированию, по привлечению финансовых инвестиций – это не простые проекты, они требуют позиции, знания предмета. Инвестор отчетливо понимает, что если вы не можете сделать нормальный бизнес-план, то уж дело вы тем более не сможете поставить. Итак, цель бизнес-плана – убедительно показать, каким образом деньги или иные ресурсы инвестора превратятся в еще большие деньги для того же инвестора. Иными словами, инвестор должен увидеть прибыль не после, а до того, как истратит деньги на предлагаемый проект. Возможности консультантов в привлечении инвестиций под бизнес-план ограничены из-за неготовности отечественных руководителей квалифицированно управлять реализацией проекта. Люди, которые делают инвестиции, должны иметь гарантии прежде всего прав собственности, и никто не будет вкладывать деньги в стране, где не умеют управлять, считать прибыль. По сравнению с директивным планированием бизнес-планирование означает "больше плана" – планирование не только производства, но всех сторон деятельности компании

Бизнес-план – это продукт внутренней управленческой деятельности, хотя потребителем