

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
В СФЕРЕ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ

Наиболее ярким результатом белорусско-китайского сотрудничества в области автомобилестроения является создание в 2013 г. СЗАО «БелДжи». Предприятие осуществляет сборку автомобилей «Geely», конкурирующих на белорусском и российском рынках с недорогими седанами и внедорожниками («Renault», «Volkswagen», «Nissan», «Kia»). Развитие предприятия осуществляется в рамках долгосрочной стратегии трансформации компании «Geely», которая предполагает решение следующих задач:

- переориентацию с низких затрат на инновационные решения;
- переориентацию с преимуществ в цене на высокотехнологичную качественную продукцию, повышение безопасности и удобства в эксплуатации;
- наращивание конкурентоспособности компании благодаря увеличению качества продукции.

Перспективы развития СЗАО «БелДжи» во многом обусловлены конкурентными позициями компании «Geely» на мировом рынке. SWOT-анализ компании показал, что сильными сторонами компании являются: способность реагировать на условия рынка и предпочтения покупателей; сильная конкурентная позиция; высокий уровень производства и технологический опыт; способность к изменениям и нововведениям; широкий ассортимент автомобилей. Вместе с тем, слабой стороной компании являются запутанность покупателя в вопросе образа марки и жесткие корпоративные правила. Отсюда вытекают угрозы и проблемы развития СЗАО «БелДжи», важнейшими из которых являются: необходимость больших инвестиций в создание развитой дилерской сети во многих городах Беларуси и Российской Федерации, сильная конкуренция со стороны других производителей недорогих автомобилей, подверженность валютным рискам и изменчивой окружающей среде.

Основными направлениями повышения конкурентоспособности продукции СЗАО «БелДжи» являются: планирование производства автомобилей «Geely» в зависимости от потребностей рынка; повышение уровня информированности потребителей о продукте; исследование мнения потребителей; внедрение более привлекательных кредитных условий, собственной программы утилизации старых автомобилей; повышение качества продукции за счет усиления контроля на всех стадиях производства; совершенствование комплектации автомобилей в соответствии с требованиями корпоративных клиентов; поиск альтернативных поставщиков материалов и комплектующих, снижение издержек и повышение качества поставляемых комплектующих; оптимизация себестоимости новых моделей за счет унификации узлов

и агрегатов; увеличение контроля над рынком автомобильных запчастей или организация продаж через собственные торговые точки; развитие дилерской сети.

Е. Таркан

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ

В современной международной торговой деятельности широко распространены информационные технологии (ИТ). Их повсеместное применение способствует повышению эффективности внешнеторговых операций как предприятий, так и целых стран. В настоящее время они стали неотъемлемой частью экономики любого государства. Это один из ключевых факторов экономического развития, влияющий на конкурентоспособность субъектов рынка государств в мировой экономике.

Информационные технологии существенно расширяют возможности торговли. Они позволяют обслуживать клиентов по всему миру, внедряться на новые рынки, которые раньше были недоступны, найти новые потоки дохода, способствуют сокращению сроков внедрения новой продукции и многое другое. Таким образом, электронная торговля стала одной из главнейших тенденций развития мировой экономики.

Согласно исследованиям 2017 г. наиболее успешно происходит развитие и внедрение ИТ в экономическую деятельность в Китае, США, Японии и Республике Корея. Это стало возможным благодаря активной государственной поддержке, в которую входят создание соответствующей законодательной базы и внесение своевременных реформ; а также инвестирование и широкое содействие развитию сектора информационных технологий и последующей их интеграции.

Роль информационных технологий и их значение для торговли как в государственных, так и в частных предприятиях в Республике Беларусь значительно выросла. Организации всё чаще задействуют информационно-коммуникационные технологии в своей деятельности для осуществления электронной торговли. Так, ЗАО «Атлант», ОАО «Белшина», ОАО «Керамин», ОАО «Элема» имеют свои собственные экспортно-ориентированные Интернет-магазины. В 2017 г. одними из самых популярных и крупнейших Интернет-магазинов являлись: книжный магазин oz.by, 21vek.by, Интернет-магазин одежды, обуви и аксессуаров lamoda.by, Интернет-магазин бытовой техники и электроники 5element.by, а также wildberries.by, euroopt.by. Кроме того, в Беларуси существуют популярные электронные торговые площадки: Kupi.tut.by, shop.by, onliner.by, deal.by и другие.

Однако в Республике Беларусь существует ряд факторов, негативно сказывающихся на внедрении ИТ и развитии электронной торговли: недостаточный уровень инвестиций, несовершенство нормативно-правовой базы,