

регулирующие отдельные его элементы в зависимости от преследуемой цели (завышение или занижение прибыли).

Владея средствами ведения балансовой политики, можно оказывать целенаправленное воздействие на актив и пассив баланса, "выстроить" его структуру в требуемом условиями хозяйствования порядке в рамках налогового законодательства. Созданная картина финансового положения может решить текущие проблемы организации (привлечение кредитных ресурсов, приобретение (продажа) неиспользуемых внеоборотных активов, начисление денежных выплат и т.д.), укрепить ее имидж, улучшить конкурентные позиции на рынке.

Т.И. Власенко, БГЭУ (Минск)

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ОТРАСЛЕЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ПРОЦЕССЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Наиболее существенными тенденциями мировой экономики в начале XXI века можно назвать *глобализацию, регионализацию (как проявление глобализации) и инновационную направленность*. В этих условиях главной задачей предприятий, отраслевых объединений и государств стало извлечение наибольшей выгоды из этих процессов. Конкурентоспособность отраслей национальной экономики имеет особое значение в виду того факта, что на мировом рынке конкурируют в основном не отдельные предприятия, а их объединения, кластеры и целые отрасли.

Несмотря на продолжающуюся полемику по поводу трактовки термина «глобализация» и влияния этого процесса на жизнь общества, на очевидно, что это объективно обусловленный этап развития человеческого общества. А само понятие, первоначально характеризовавшее процесс стирания национальных границ в интересах транснациональных корпораций (ТНК), часто трактуют широко, связывая ее с качественно новыми уровнями интегрированности, целостности и взаимосвязи мира. В то же время глобализация на данном этапе не приводит к ослаблению роли государства. Существенное влияние на успех в конкуренции оказывает разница в структуре национальных хозяйств и шкале ценностей, государственных учреждениях и истории стран. Кроме того, все ТНК – «главные» субъекты глобализации - имеют национальное базирование, и в их становлении непосредственное участие принимало государство. Глобализации сопутствует усиление конкуренции на мировом рынке. Включение в конкурентную борьбу новых участников - стран Восточной Европы, Юго-восточной Азии и других ужесточили ее, в результате чего конкурентная борьба ведется на уровне кластеров и отраслей.

Системы критериев, позволяющей определить степень вовлеченности национальной экономики и ее отдельных отраслей в процессы глобализации, не существует. О степени глобализованности экономики страны свидетельствует количество национальных ТНК и расположенных на ее территории филиалов зарубежных ТНК, а также показатели, характеризующие их деятельность. Кроме того, косвенно на уровень глобализованности

указывает степень открытости экономики и объемы прямых иностранных инвестиций (ПИИ).

Мощь национальной экономики на мировой арене во многом определяется наличием крупных корпораций, транснациональных по размаху деятельности и общенациональных по социально-экономической значимости. Государства стремятся поддерживать развитие таких фирм, прежде всего в отраслях своей экономики, которые определяют направления современного научно-технического прогресса. Отраслевой анализ ТНК показывает их региональную специализацию: в странах Центрально – Восточной Европы практически нет крупных компаний в сфере наукоемкого производства, высоких технологий и коммуникаций. В этих отраслях, а также в автомобилестроении, производстве электроники и электронного оборудования, фармацевтической промышленности и производстве продуктов питания лидируют ТНК из промышленно развитых стран.

Из ста крупнейших ТНК мира в РБ представлены две: Coca-Cola (42-место) и McDonalds (63-е). Из десяти крупнейших инвесторов в Республике Беларусь четыре осуществляют инвестиции в пищевую промышленность и сферу общественного питания, еще четыре - в промышленные предприятия, и по одному - в строительство и в услуги связи. С 1996 г. началось создание межгосударственных финансово-промышленных групп (МФПГ), совместно с промышленными предприятиями Российской Федерации и стран Балтии было организовано 10 таких корпоративных объединений.

Отрасль - это один из уровней (мезоуровень) экономики. И справедливо утверждение о том, что отрасль может быть конкурентоспособной лишь при условии конкурентоспособности составляющих её предприятий с одной стороны, и наличии макроэкономических условий, благоприятных для ее развития, с другой.

Однако в то же время можно говорить о том, что в последние десятилетия наиболее конкурентоспособные отрасли играли несколько другую роль. Из «областей» реализации конкурентных преимуществ (согласно теории сравнительных преимуществ и теореме факторных пропорций) наиболее конкурентоспособные отрасли превратились в «инструменты» их создания и удержания.

Предприятия промышленно развитых стран ищут пути эффективного взаимодействия в условиях «новой конкуренции» - ведущейся не в терминах максимизации прибыли в расчете на определенное сырье, продукт, процесс или организационный метод, а основанной на поиске конкурентных преимуществ путем постоянного повышения качества продукта, процесса производства и организации. Новая конкуренция – это организация бизнеса, которая следует стратегии непрерывного совершенствования. В этих условиях невозможно игнорировать взаимосвязь между процессами на микро- и макроуровнях экономики. Это связано с необходимостью сочетать современную технологию с (относительно) неиерархической системой управления и наймом рабочей силы универсальной квалификации. В условиях новой конкуренции конкурентоспособной может быть как крупное предприятие, так и малое при

определенным допущением этот подход можно принять для производственных организаций, где выпуск товара рыночной новизны действительно может оказать влияющее значение на конкурентоспособность. В то же время, на деятельность торговых организаций с достаточно схожим ассортиментом, влияют и другие элементы комплекса маркетинга (выбор каналов реализации, реклама, стимулирование сбыта, сервис и т.д.). Иногда решающее значение в конкурентной борьбе имеет престиж торговой марки. Кроме того, чтобы быть конкурентоспособным в перспективе, нужно улучшать качество товара, не увеличивая издержки, обеспечивая прибыль, достаточную для развития. Таким образом, возможность организации конкурировать на определенном товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности выполняемых функций, направленных на достижение результата.

При этом важно помнить о различии субъектов оценки конкурентоспособности товара и организации, что приводит к различию критериев оценки. Оценку конкурентоспособности продукции дает потребитель, которого интересует полезный эффект от товара, расходы по приобретению и дальнейшей эксплуатации (социальная эффективность), а не технологическая или экономическая сторона хозяйственного процесса. Оценку конкурентоспособности организации дает собственник, решающий, выгодно ли ему в конкретных условиях ситуации на рынке заниматься производством или реализацией того или иного товара (экономическая эффективность).

Противоречивые интересы производителя и потребителя указывают на диалектический характер взаимосвязи понятий «конкурентоспособность организации» и «... товара». С одной стороны, для эффективного функционирования капитала и поддержания его конкурентоспособности организации нужен конкурентоспособный товар. С другой, повышение полезного эффекта товара, способствующее росту его конкурентоспособности, может существенно повысить издержки и снизить рентабельность, что отрицательно повлияет на конкурентоспособность организации.

Таким образом, для обеспечения конкурентоспособности организация должна постоянно работать над оптимизацией качества, своих затрат по его обеспечению и цен реализации, добиваясь преимуществ по эти показателям перед основными конкурентами и оценивая результаты своей деятельности с позиций потребителя, т.к. его мнение решающее. Это позволяет дать следующее определение конкурентоспособности организации: «Конкурентоспособность — это реальная или потенциальная способность и возможности организации проектировать, производить и сбывать в тех условиях, в которых ей приходится действовать, товары и услуги по своим ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательные для покупателя, чем товары конкурентов с целью максимизации прибыли».

Достоинством данного подхода к определению конкурентоспособности организации является то, что он учитывает многообразие форм и методов конкуренции и, прежде всего, существование реальной и потенциальной. Кроме того, конкурентоспособность рассматривается во взаимосвязи объектно-субъектных отношений на рынке, с учетом факторов (возможностей), которые

условии, что оно является элементом системы объединений предприятий. Конкурентное преимущество заключается в сочетании индивидуальных институтов с институтами кооперации.

Возрастание роли информации и знаний в мировых масштабах породило возникновение феномена «экономики, основанной на знании». Большинство национальных экономик стремятся быть ориентированными на инновации. В большинстве стран ОЭСР все большая доля ВВП приходится на наукоемкие отрасли, телекоммуникации, компьютерные и информационные услуги, финансы, страхование и другие услуги. Список наиболее динамичных товаров в мировой торговле, составленный специалистами ЮНКТАД, возглавляют электронные товары, телекоммуникационное оборудование, продукция автомобилестроения, фармацевтические товары, химическая продукция. Объемы выпуска наукоемких отраслей увеличиваются быстрее, чем других отраслей, а также занимают все большую долю в торговле промышленно развитых стран.

Высокотехнологические отрасли Республики Беларусь, признанные одним из приоритетов развития, слабо интегрированы в мировую экономическую среду, а доля высокотехнологической продукции в экспорте республики невелика.

Для того, чтобы отрасли Республике Беларусь стали инструментом извлечения выгоды из процессов глобализации, в республике предстоит решить ряд проблем. Важнейшей из них является обновление основных фондов, которые на отдельных предприятиях не соответствуют современным требованиям. Для модернизации необходимы значительные финансовые ресурсы, которые следует привлечь как со стороны белорусских, так и зарубежных инвесторов. Кроме того, источниками конкурентных преимуществ для предприятий могут стать усиление связей между предприятиями отраслей, а возможно и их интеграция при соблюдении принципа сочетания конкуренции и кооперации.

Е.Ф. Волонцевич, БГЭУ (Минск)

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА В МЕХАНИЗМЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Существование и развитие конкуренции, которая является одним из важнейших свойств рынка и основой механизма его деятельности, возводит в ранг важнейших проблем обеспечение конкурентоспособности субъектов рынка.

В самом общем виде конкурентоспособность представляет собой относительную оценку преимуществ организаций, фирм, товаров и услуг, которая позволяет им с большей эффективностью удовлетворять потребности потребителей.

В основу определения конкурентоспособности товара положен подход со стороны рынка, потребителя. Считается, что на рынке конкурентоспособность организации проявляется через конкурентоспособность товара. С