

Инфраструктурное обеспечение на макроуровне представлено институциональной и производственной составляющими. Институциональная составляющая инфраструктуры проявляется как в государственном управлении, определяющем правовые условия функционирования экономических субъектов и осуществляющем регулирование их деятельности, так и через деятельность специализированных учреждений, создающих определенные условия либо осуществляющих поддержку в развитии экономической деятельности субъектов хозяйствования (ТПП, бизнес-инкубаторы). Производственная составляющая инфраструктуры представляет собой совокупность отраслей и подотраслей, оказывающих производственные услуги, необходимые для обеспечения функционирования народного хозяйства. Степень их развития определяет эффективность экономической деятельности субъектов и в большой мере влияет на конкурентоспособность продукции.

На микроуровне рассматривается отдельное предприятие в качестве субъекта экономических отношений. В данном случае на первый план выдвигается качество организации его инфраструктурной деятельности, включающей комплекс мер по обеспечению воспроизводственного процесса, в том числе организацию производства и обращения продукции. Особое значение это приобретает при выходе предприятия на внешний рынок.

Представляется, что маркетинговая деятельность предприятия является составной частью его инфраструктурных отношений. Эффективность ее напрямую отражается на развитии предприятия.

Таким образом, для дальнейшего развития внешней торговли Республики Беларусь необходимо комплексное развитие инфраструктурного обеспечения на всех его уровнях. Результатом реализации данных мероприятий станет повышение конкурентоспособности отечественной продукции не только на внутреннем, но и на внешних рынках, а также рост инвестиционной привлекательности государства и деловой активности в целом. Это становится тем более актуально в связи с приближением границ ЕС к границам Республики Беларусь.

*П.П. Кут
БГЭУ (Минск)*

ОПЫТ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА: ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В условиях формирования глобальных рынков политика государственной поддержки крупнейших предприятий-экспортеров приобретает решающее значение, позволяя "национальным лидерам" занимать ведущие места среди мировых производителей. В разных странах такая политика принимает различные формы, включая такие средства, как налоговые и таможенные льготы, госзаказы, субсидии и т. п.

В Европейском союзе (ЕС) одной из основных форм укрепления глобальных позиций ведущих производителей стало содействие процессу концентрации промышленности. Слияния, поглощения, а также различные формы кооперации между европейскими компаниями существовали задолго до создания единого рынка. Однако концепция объединенной Европы объясняет те стремительные перемены, которые происходят во многих промышленных отраслях ЕС с середины 1980-х годов. Создание единого европейского рынка и последовавшие вслед за этим процессы ограничения государственного регулирования экономики и согласования разнообразных промышленных и технических стандартов предоставили производителям хороший шанс воспользоваться преимуществами эффективных крупномасштабных операций, а также открыли простор для развития совместной деятельности во многих отраслях промышленности.

Перемены затронули и европейскую автомобильную промышленность. Развитие технологий требовало крупномасштабных операций и кооперации внутри потенциально глобальной отрасли, в которой европейские производители были способны занять если не ведущее, то по крайней мере достаточно прочное положение. Процесс концентрации автомобильной промышленности согласовался со стоящей перед Европейским союзом целью достижения более высокой конкурентоспособности в мировых масштабах. Поэтому слияния и поглощения автопроизводителей в пределах ЕС рассматривались Европейской комиссией по конкуренции как необходимый этап в развитии так называемых “еврокомпаний”, имеющих требуемые размеры и обладающих необходимыми ресурсами для конкурентной борьбы с крупнейшими мировыми корпорациями. Так, к примеру, в 1970 г. в Западной Европе насчитывалось 53 независимых производителя грузовых автомобилей, спустя несколько лет — 20, а в 2003 г. их осталось всего 6.

Образование ЕС вместе с открытием границ привело к вытеснению (чаще всего в форме поглощения) с рынка более слабых компаний, которые до этого существовали в пределах национального рынка и были защищены от внешней конкуренции высокими таможенными пошлинами или ограничениями на импорт. Например, на рынке Испании в начале 1970-х годов действовало множество протекционистских мер: высокие таможенные тарифы (81 % — на готовые автомобили, 30 % — на комплектующие), местная составляющая производства не должна была быть меньше 95 %, доля иностранного капитала не могла превышать 50 % совокупного капитала компании. Однако после вступления в ЕС Испания вынуждена была отказаться от подобной протекционистской политики, и крупнейший производитель грузовых автомобилей страны фирма Eпasa Pegaso перешла под контроль итальянской IVECO — грузового отделения концерна Fiat.

Создание Европейского союза стало и причиной ужесточения различных требований к техническим, экологическим и другим характеристикам автомобилей. Усиливающееся беспокойство по поводу загряз-

нения атмосферы, вызванного автомобильным транспортом, привело к введению в странах-членах ЕС специальных мер по снижению шумового, газового и других видов загрязнений (типичный пример — последовательное введение в Европейском союзе экологических стандартов Евро-1, Евро-2, Евро-3). Для автопроизводителей все это означало увеличение требований к технологическому и производственному процессам и значительному сокращению их по времени.

Технологические нововведения и усовершенствование автомобилей в плане топливной эффективности, эргономики, электроники и другого, а также необходимость сокращения жизненного цикла моделей привели к резкому повышению стоимости разработок, росту коммерческих рисков на освоение новых проектов. В результате многие национальные производители европейских стран столкнулись с серьезными трудностями при производстве и реализации своей продукции. Этими трудностями и воспользовались крупнейшие европейские автомобильные компании.

Например, стратегическая цель уже упоминавшейся компании IVECO заключалась в достижении выпуска всего диапазона грузовых автомобилей полной массой от 6 до 72 т. Используя значительные финансовые возможности концерна Fiat, IVECO в течение 1980-х годов последовательно берет под контроль итальянские OM и Astra, французский Unik, германский Magirus, испанский Enasa Pegaso и грузовое отделение Ford в Великобритании. Все эти ранее независимые предприятия стали частью панъевропейского проекта IVECO, получившего название "Euro", результатом которого стал выпуск на рынок в течение трех лет (1991—1993 гг.) 4 абсолютно новых моделей с унифицированными платформами — развозного и строительного грузовиков EuroCargo и EuroTrucker и магистральных тягачей для международных перевозок EuroTech и EuroStar. Стратегия IVECO была построена таким образом, чтобы использовать производственные мощности поглощенных компаний для организации оптимального объема выпуска всей гаммы автомобилей "Euro". Так, например, в Испании вместо Enasa Pegaso выпускаются EuroTrucker и EuroTech, в Германии вместо Magirus — EuroStar, а в Италии, Франции и Великобритании вместо OM, Unik и Ford — EuroCargo.

Заметим, что подобная форма сотрудничества, с одной стороны, привела к утрате национальных торговых марок и финансовой самостоятельности поглощенных компаний, с другой, она позволила новым партнерам IVECO обеспечить максимальную загрузку имеющихся производственных мощностей и сделать производство грузовых автомобилей рентабельным. Кроме того, у объединенной компании появилась дополнительная возможность экономии финансовых ресурсов, поскольку при такой политике общая стратегия, включая маркетинг и разработку новых технологий, моделей, узлов и агрегатов.

Еще один крупнейший представитель грузового автомобилестроения ЕС германский концерн MAN придерживается стратегии, которая, по своей сути, практически аналогична стратегии IVECO. В течение

последних 10 лет концерном была создана производственная и сбытовая сеть в пределах Западной и Центрально-Восточной Европы. В концерн вошли ранее независимые производители из Австрии (Steyr и OAF), Турции (Manas), Великобритании (ERF) и Польши (Star). Реорганизовав производство, MAN сконцентрировал разработку технологий и изготовление наиболее современных грузовиков в Германии, передав выпуск прежних моделей своим партнерам, превратившимся, так же как и в случае с IVECO, в его зарубежные производственные филиалы. Такая политика позволила MAN существенно обновить производственную программу выпускаемых автомобилей и значительно усилить положение на глобальном рынке. Например, в 2001 г. MAN впервые вошел в пятерку крупнейших мировых производителей грузовиков полной массой выше 15 т, а его доля на рынке тяжелых грузовиков ЕС составляла уже около 15 %, тогда как в 1996 г. она равнялась лишь 8 %.

Проведенный анализ развития европейской автомобильной промышленности является хорошим подтверждением тому, что в условиях глобализации, интеграция и межфирменное сотрудничество предприятий являются естественными и необратимыми процессами. Именно поэтому единственная возможность для дальнейшего успешного развития белорусского автомобилестроения заключается в активном участии в международном разделении труда и включении в международную межфирменную кооперацию, ориентированную на современные тенденции развития мировой экономики. А поскольку белорусская автомобильная промышленность является стратегическим сектором национальной экономики и находится в собственности государства, то лучшим, на наш взгляд, способом развития отрасли могло бы стать взаимодействие с зарубежными партнерами в рамках стратегических альянсов, позволяющих быстро и эффективно использовать механизмы межфирменного сотрудничества без потери партнерами собственной специализации и независимости.

*Н.М. Ковалевич
БГЭУ (Минск)*

МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Наряду с США и Австралией Западная Европа является традиционным центром миграции рабочей силы. На протяжении нескольких столетий с момента открытия европейцами новых земель за океанами жители Старого Света активно осваивали новые территории. Так, только из Великобритании в период с 1847 по 1889 г. выехало на работу в США более 5 млн человек. Эмиграция из стран Западной Европы была характерна и в периоды политической напряженности в регионе (особенно до и после второй мировой войны).

Но европейские страны были и реципиентами трудовых ресурсов. Колониальные державы активно использовали труд иммигрантов зави-