# Реферат

Международные компании, конкуренция, конкурентоспособность, новая экономика

Объектом исследования являются процессы возникновения и формирования международной компании. Предмет исследования – экономические отношения, отражающие конкурентоспособность международных компаний в новой экономике.

Цель работы состоит в выработке рекомендаций механизма конкурентоспособности международной компании в новой экономике.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки:

1. раскрыты методологические предпосылки построения теории международных компаний;

– проанализированы теоретические подходы к комплексному исследованию международной компании как самоорганизующейся неравновесной системы и разработать адаптационную модель ее конкурентоспособности;

– определены понятия международной окружающей среды бизнеса и ее факторов, обусловленных развитием информационных технологий;

1. выявлены основные факторы конкурентоспособности международных компаний в метасреде новой экономики;
2. разработаны предложения по формированию и развитию конкурентных преимуществ белорусских компаний в условиях новой экономики.

Областью возможного практического применения являются предложения по формированию и развитию конкурентных преимуществ белорусских компаний в условиях новой экономики.

**Введение**

Развитие международных экономических отношений на современном этапе характеризуется усилением процесса глобализации. Его важнейшими проявлениями являются транснационализация предпринимательской деятельности фирм и стремительное развитие информационных технологий, во многом определяющих конкурентоспособность субъектов мирового хозяйства.

Многие национальные предприятия становятся международными в силу, как своей конкурентоспособности, так и конкурентоспособности экономики страны, что определяет статус последней в мировом хозяйстве. Особое значение приобретают проблемы обеспечения и повышения конкурентоспособности фирм. Их решение важно как для Республики Беларусь в целом, так и национальных экспортоориентированных предприятий. В настоящее время необходимо объективно исследовать конкурентоспособность международной компании (МК) с точки зрения воздействия информационных технологий и Интернет на характер ее деятельности. Вышеперечисленные положения обусловливают актуальность темы курсовой работы.

Таким образом, цель работы состоит в выработке рекомендаций механизма конкурентоспособности международной компании в новой экономике.

Для достижения поставленной цели было необходимо:

1. раскрыть методологические предпосылки построения теории международных компаний;

– проанализировать теоретические подходы к комплексному исследованию международной компании как самоорганизующейся неравновесной системы и разработать адаптационную модель ее конкурентоспособности;

– определить понятия международной окружающей среды бизнеса и ее факторов, обусловленных развитием информационных технологий;

1. выявить основные факторы конкурентоспособности международных компаний в метасреде новой экономики;
2. разработать предложения по формированию и развитию конкурентных преимуществ белорусских компаний в условиях новой экономики.

Объектом исследования являются процессы возникновения и формирования международной компании. Предмет исследования – экономические отношения, отражающие конкурентоспособность международных компаний в новой экономике.

# 1. Международная компания и конкурентоспособность как экономическая категория

Существуют разные подходы к оценке экономического состояния государства. Однако на данном этапе многие количественные показатели, такие как ВНП, весь ВВП, ВВП на душу населения, представляются недостаточно эффективными, а подчас даже и устаревшими, так как не включают многие важные аспекты, которые сами люди считают неотъемлемым элементом своего благосостояния. Это относится к вопросам состояния окружающей среды, личной безопасности, образования и т.д. Современное понятие устойчивого экономического роста включает в себя некоторые из этих аспектов. Стремясь к росту в современных условиях необходимо учитывать влияние наших действий на будущие поколения. Следовательно, необходим комплексный анализ, включающий в себя как количественные, как бы лежащие на поверхности факторы, так и широкий спектр качественных критериев, оценить и учесть которые гораздо сложнее. Именно такой анализ и является сутью понятия международной конкурентоспособности, которому уделяется все большее внимание экономистов в современном мире. На сегодняшний день это понятие становится основным, определяющим уровень развития отдельного государства. Но тем не менее не следует забывать, что попытки определения конкурентоспособности предпринимались и раньше.

В своей оценке конкурентоспособности наций классики опирались на изучение факторов производства: земли, капитала, природных ресурсов и труда. В соответствии с этой теорией развитие международной торговли основывается на различии абсолютных издержек, т.е. в ее основе лежит тезис о том, что следует импортировать товары из страны, где издержки абсолютно меньше, а экспортировать те товары, издержки которых ниже у экспортеров. Эту идею впервые высказал А. Смит, а затем эти положения были дополнены Д. Рикардо в его теории сравнительных издержек, которую можно считать ранней попыткой понять, почему и как конкурируют между собой страны. Согласно его теории, стране выгодно специализироваться на производстве товаров, по которым она имеет сравнительно более низкие затраты труда и капитала.

Впоследствии экономисты пришли к выводу, что не все можно объяснить факторами производства. В частности, важный элемент, определяющий экономическое развитие, – социально-экономическая среда, существующая в той или иной стране.

На протяжении всего XX в. многие ученые внесли свой вклад в изучение понятия конкурентоспособности. Джозеф Шумпетер особо отмечал роль предпринимательства как двигателя экономического развития (позднее Питер Друкер применил ту же теорию к менеджменту). Нобелевский лауреат Роберт Солоу изучал факторы роста американской экономики между 1948 и 1982 гг. В своей работе он подчеркивал колоссальное значение технологических инноваций и ноу-хау в экономике. Майкл Портер написал книгу «Конкурентоспособность наций», в которой на основе статистического анализа 100 отраслей восьми промышленно развитых стран он создал теорию «национального ромба». М. Портер выделил систему факторов, определяющих конкурентоспособность: традиционные факторы (труд, земля, капитал, предпринимательская способность), ресурс знаний (сумма научной, технической и рыночной информации), инфраструктура (транспортная система, система связи, почтовые услуги, система здравоохранения, обеспеченность населения жилым фондом и др.). Впоследствии все большее значение придается так называемому фактору знаний.

В 1965 г. два американских ученых, Р. Фармер и Б. Ричмэн, предприняли попытку охарактеризовать конкурентоспособность с помощью использования матрицы. Для этого они выделили четыре группы факторов:

– политические и правовые;

– образовательные;

– социально-культурные;

– экономические.

Это явилось попыткой определения международной конкурентоспособности по принципу, которого придерживаются экономисты и по сей день.

Существует достаточно большое количество определений и различных способов оценки конкурентоспособности. В самом общем смысле конкурентоспособность – это способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей. Различают конкурентоспособность товаров, компаний, стран и даже целых регионов. При этом все эти понятия тесно взаимосвязаны и дополняют друг друга.

Конкурентоспособность страны или региона зависит от способности создавать эффективную, способную к инновациям систему производства товаров и услуг, и тем самым обеспечивать высокие стандарты жизни.

Под конкурентоспособностью товара понимается сочетание его потребительских свойств, обеспечивающее ему успех на рынке по сравнению с аналогичными товарами других компаний. Конкурентоспособность товара определяется следующими основными факторами: ценой, качеством, уровнем послепродажного обслуживания, эффективностью рекламы, системой сбыта, сроками и технологией производства, объемом продаж.

Конкурентоспособность компании – это способность использовать свои сильные стороны и концентрировать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующие позиции на внутреннем и внешнем рынках. К основным факторам, определяющим конкурентоспособность компании, относятся: стратегия фирмы, наличие материальных, трудовых и финансовых ресурсов, инновационный потенциал, доля рынка, эффективность менеджмента.

Субъекты хозяйствования в мировой экономике различаются по организационно – правовым формам, видам деятельности, масштабам и сферам приложения капитала. В экономической и правовой литературе нет устоявшейся, четко определенной терминологии, характеризующей субъекты хозяйственной деятельности. В связи с этим предлагается уточнить сущность, признаки и критерии категории данного исследования.

В различных экономических источниках нет четких различий между понятиями «предприятие», «фирма» и компания. Так компания чаще всего рассматривается как корпоративное предприятия, которое является юридическим лицом и, в отличии от его участников, функционирует как самостоятельная единица или акционерная форма организации правового субъекта, созданного для «осуществления коммерческой или производственной деятельности».

Исходя из выше сказанного, можно выделить основные параметры дифференциации терминов «предприятие», «фирма» и «компания» – производственный, организационный и правовой.

Понятие «компания» является более обобщающим и верным для определения субъектов мирового хозяйства и может включать все три элемента. Предлагается следующее определение: компания – хозяйствующий субъект, осуществляющий коммерческую и производственную деятельность в качестве юридического лица в конкретной организационно-правовой форме.

Компания – это экономическая категория, выражающая отношения между работниками, предприятием его различными структурными звеньями, предприятием и государством, проявляющиеся в самостоятельном хозяйственном и правовом взаимодействии. Понятие «фирма» и «предприятие» можно считать конкретными организационно-правовыми формами компании. Это обеспечивает их категорийную соподчиненность.

В современной немецкой экономической литературе обоснованны следующие критериальные признаки международной компании:

– одновременная деловая активность за границей и в стране базирования материнской компании;

– разработка глобальной предпринимательской стратегии. При этом материнская компания является высшим центром принятия решений, а дочернее общество функционирует в рамках определенных материнской компании направлений;

– количественные критерии включают: количество стран, в которых имеются филиалы;

– ориентация предпринимательской политики предприятия (продуктовой, ценовой, коммуникационной) на зарубежный рынок;

– контроль экономической деятельности более чем в одной стране;

– использование компанией преимуществ стран (географических, ресурсных);

– направленность организационной структуры фирмы на заграничную деловую активность в различных формах: экспорт товаров, передача лицензий, франчайзинг, управление по контракту и др.;

– специализация персонала и структурных подразделений в международном бизнесе.

К международным компаниям относят те компании, сфера коммерческой и производственной деятельности которых распространяется на зарубежные страны. При этом, оценивая конкурентоспособность такой компании, необходимо учитывать основные факторы конкурентоспособности ее продукции, самой компании и страны базирования. Обобщая вышеизложенное, можно сказать, что конкурентные позиции международной компании в стратегическом плане базируются на таких основных компонентах микро- и макроуровня, как ресурсы и возможности самой компании, конкурентные условия отрасли, национальные факторы.

В последнее десятилетие достижение конкурентных преимуществ международными компаниями увязывается с глобализацией хозяйственной жизни. Это выражается в дерегулировании рынков и либерализации осуществления предпринимательской деятельности в различных отраслях экономики. Процесс глобализации сопровождается усилением конкуренции, что приводит к созданию различных стратегических альянсов между компаниями, а также к увеличению слияний и поглощений. Причем современный мировой рынок характеризуется размыванием границ между отраслями, сокращением жизненного цикла товара, тенденцией к унификации спроса, а также повышением внимания к экологическим проблемам. Для международных компаний процесс глобализации хозяйственной жизни дает возможность диверсификации, специализации, использования преимуществ дерегулирования посредством осуществления крупных инвестиций на любых рынках, привлечения различных финансовых средств, снижения издержек производства за счет выпуска стандартизированной продукции и экономии на масштабах, использования более тесных деловых связей с другими предприятиями, банками для создания предпринимательских сетей и т.д. Все это неизбежно ведет к повышению конкурентоспособности таких компаний. Для того, чтобы использовать преимущества глобализации, компании прежде всего необходимо знать степень глобализации отрасли, в которой она осуществляет свою деятельность. К основным критериям оценки степени глобализации отрасли относятся такие показатели, как однородность спроса, использование международного разделения труда, экономия на масштабах производства, конкуренция в мировом масштабе, высокая доля расходов на научные исследования и разработки, международные альянсы, слияния и поглощения.

Так, к глобальным отраслям можно отнести автомобильную промышленность, авиаперевозки, производство компьютеров, телекоммуникации. К многонациональным относятся такие отрасли, как производство искусственных волокон, научных и медицинских приборов, удобрений, переработка пищевых продуктов и т.д.

Международная компания, работающая в какой-либо области производства и реализации товаров и услуг, должна знать основные факторы достижения конкурентоспособности. При этом необходимо учитывать, что конкурентные условия в различных отраслях промышленности на мировом рынке не одинаковы. Например, при производстве технически сложной продукции важнейшими факторами, определяющими успех компании, являются использование принципиально новой технологии и передовых методов организации производства. В производстве потребительских товаров длительного пользования определяющей является монопольная и олигопольная конкуренция. Производство относительно простой продукции требует детального изучения потребностей потребителя.

**Национальные факторы**

Исторически конкурентоспособность страны определялась наличием сырьевых ресурсов. Так, страны, обладающие богатыми запасами природных ресурсов, по сравнению со своими конкурентами располагали большим капиталом, тем самым имея возможность использовать передовую технологию и более квалифицированную рабочую силу. Все четыре фактора (сырье, финансовые и трудовые ресурсы, технология), а также эффективный менеджмент определяли успех компаний данной страны.

С развитием научно-технического прогресса и государственной системы регулирования предпринимательской деятельности значение этих четырех факторов существенно изменилось. Наличие природных ресурсов перестало иметь определяющее значение. Технологические разработки новых продуктов стали играть меньшую роль по сравнению с созданием новых технологий производства. Основным фактором, определяющим конкурентоспособность страны, а следовательно и международной компании, все больше и больше в настоящее время становится уровень образования и квалификации трудовых ресурсов.

Необходимо отметить, что для обеспечения конкурентных позиций компании на мировом рынке ей прежде всего необходимо обладать конкурентными преимуществами на национальном рынке. Компания должна обладать прочным положением на внутреннем рынке, умело использовать все его ресурсы и возможности.

Конкурентоспособность компании на международных рынках также во многом зависит и от поддержки и содействия со стороны государства путем предоставления различных льгот, кредитов, субсидий, обеспечения необходимой информацией о конъюнктуре рынков.

Традиционно считается, что на мировом рынке наиболее конкурентоспособной страной в области производства промышленной продукции (компьютеры, промышленное оборудование) является Япония, в области высоких технологий – США, химической и автомобильной промышленности – Германия, в области дизайна (легкая промышленность, мебель) – Италия, в инженерных разработках – Великобритания.

**Ресурсы и возможности компании**

Конкурентоспособность международной компании определяется и ее внутренними характеристиками. Для этого необходимо оценить сильные и слабые стороны компании, определить ресурсы, а также ее возможности и инновационный потенциал. Таким образом анализируются материальные и финансовые активы, технологические, производственные и сбытовые возможности компании. Полученные результаты используются при формулировании и разработке стратегии компании. При этом необходимо учитывать преимущества международного разделения труда (человеческие ресурсы, месторасположение производственных мощностей, каналы сбыта, финансирование и кредитование подразделений), начиная со стадии закупок и заканчивая реализацией продукции.

Важное значение для повышения конкурентоспособности международной компании имеет постоянный анализ издержек производства и реализации, оценка соотношения издержек собственного производства и затрат на закупку аналогичной продукции. Для достижения оптимизации издержек производства необходимо использовать внутрифирменный расчет между подразделениями компании, являющимися центрами прибыли.

Еще одним важным фактором конкурентоспособности международных компаний в настоящее время является минимизация ущерба окружающей среде. Экологический фактор становится одним из важнейших компонентов затрат компании, поэтому уже на стадии разработки продукта необходимо учитывать существующие требования принимающей страны в области защиты окружающей среды.

Достижение эффективности производства, оптимизации издержек, а также эффективности в области рыночной деятельности связано с повышением требований к внутрифирменной системе управления.

В настоящее время большинство международных компаний использует децентрализованную структуру управления с предоставлением хозяйственной самостоятельности своим подразделениям. Характерной чертой таких компаний является исчезновение четких границ между основными функциональными областями, такими, как маркетинг, планирование, контроль. При этом основой такой системы является стратегическое управление. Осуществление управления в международной компании должно также опираться на единую систему учета и контроля с использованием новейшего программного и компьютерного обеспечения.

Другой фактор успеха международной компании – создание информационной системы, обеспечивающей принятие эффективных и своевременных решений. Этого можно достичь в результате использования информационной и коммуникационной технологий, которые дают возможность быстрого получения и обмена информацией в рамках всех подразделений компании.

Что касается управления персоналом, то можно отметить постепенное исчезновение четких разграничений между различными категориями работников. Интеллектуализация трудовой деятельности, непрерывное обучение становятся важнейшим средством повышения эффективности деятельности фирмы. Большое внимание уделяется формированию и управлению культурой компании, проблемам управления конфликтами.

Особые требования, предъявляются к менеджерам международных компаний. На первый план выдвигается коммуникабельность, способность учитывать культурную специфику персонала. Важное значение имеет способность менеджера увязывать глобальные цели предприятия с его национальными интересами, способность к культурной интеграции, владение несколькими языками, способность к обучению, а также мобильность.

Глобализация хозяйственной жизни, ослабление государственного регулирования, либерализация условий осуществления предпринимательской деятельности, создание региональных хозяйственных систем создают новые условия для осуществления операций на мировом рынке международными компаниями. Сегодня все большее количество отечественных компаний осуществляет операции за пределами внутреннего рынка. Поэтому перед белорусскими предприятиями встает проблема изучения конкурентных условий мирового рынка. В XXI веке конъюнктуру рынка будут определять крупные международные компании, характеризующиеся высокой инновативностью, сумевшие использовать все факторы успеха для повышения своей конкурентоспособности.

Рассматривая понятие международной конкурентоспособности на современном этапе, нужно прежде всего отметить, что существует множество определений понятия международной конкурентоспособности и множество подходов к оценке конкурентоспособности отдельной страны. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) дает следующее определение международной конкурентоспособности: «Конкурентоспособность – это умение в условиях свободного и справедливого рынка производить товары и услуги, соответствующие стандартам международных рынков, и в то же время поддерживать и повышать уровень реальных доходов своих граждан в долгосрочном периоде».

Конкурентоспособность международной компании позволяет судить и о рейтинге страны базирования в глобальной экономике, и о конкурентоспособности производимой на мировом рынке продукции.

Исходя из приведенных определений, речь идет о различных субъектах конкуренции (товаропроизводителях). Товар или услуга – пассивные компоненты рынка, выступающие опосредованным носителями свойств конкурентоспособности. Свойства, обеспечивающие субъектам конкурентной борьбы преимущества на конкурентном поле и позволяющие достичь равновесного состояния системы, рассматриваются как факторы конкурентоспособности.

Факторы конкурентоспособности предлагается понимать внешние условия и внутренние свойства системы, позволяющие ей достичь конкурентных преимуществ и выйти на новую точку равновесия (конкурентоспособности).

Внешняя среда компаний, действующих на международном уровне, отличается повышенной сложностью, обусловленной уникальной совокупностью факторов, характеризующих каждую страну. Экономика, культура, количество и качество трудовых и материальных ресурсов, законы, государственные институты, политическая стабильность, уровень технологического развития разных стран отличается.

Под сложностью окружающей среды понимается число факторов, на которые фирма обязана реагировать, а также уровень вариативности каждого фактора. Компания вынуждена учитывать давление различных государственных постановлений, конкурентов и ускоренных технологических изменений. Сложность системы усугубляется ее подвижностью.

Говоря о международной конкурентоспособности в целом следует выделить два наиболее авторитетных источника информации. Это Доклад по глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Report), предоставляемый Всемирным экономическим форумом (World Economic Forum), и Ежегодник мировой конкурентоспособности (World Competitiveness Yearbook), выпускаемый Международным институтом менеджмента и развития (International Institute for Management and Development).

Оба ежегодных издания представляют собой исследование нескольких десятков стран на основе изучения целого ряда критериев, призванное определить степень конкурентоспособности каждой из этих стран и классифицировать рассматриваемые государства в соответствии с полученными результатами, Несмотря на явное сходство цели. Доклад по глобальной конкурентоспособности и Ежегодник мировой конкурентоспособности отличаются по методам сбора информации и обработки данных, что приводит к определенным различиям в полученных результатах [1].

**Jornal «Euromoney».** Журнал «Euromoney», ежегодно публикующий рейтинги 180 стран мира, рассматривает конкурентоспособность как их экономическую возможность расплачиваться за полученные заемные средства. Уровень конкурентоспособности рассчитывается по 100-балльной шкале. При проведении итоговых расчетов авторы рейтинга рассматривают несколько факторов, в том числе:

– политический риск – показатель, включающий в себя возможность неплатежей по поставкам товаров и оказанию услуг, невыплаты по займам, (финансовым обязательствам, дивидендам, невозможность репатриации вложенных капиталов);

– экономические перспективы страны, определяемые на основе прогнозов развития экономики на последующие два года;

– показатель внешней задолженности, учитывающий отношение суммарного долга страны к ВВП, отношение долга к сумме экспорта и сальдо платежного баланса по текущим операциям в ВВП;

– долг в связи с дефолтом или в связи с реструктуризацией долга;

– кредитный рейтинг, или рейтинг платежеспособности по кредитным долгам, основанный на данных, предоставленных ведущими мировыми рейтинговыми компаниями (Moody's, Standard and Poor's, Fitch);

– доступ к банковским ресурсам – процентное отношение частных, долгосрочных, негарантированных займов к ВНП;

– доступ к краткосрочным финансовым ресурсам (известных банков США, Великобритании);

– доступ на рынки капиталов;

– предоставление форфетинговых услуг [1].

На основании изложенного материала можно сделать вывод о том, что существует достаточно большое количество определений и различных способов оценки конкурентоспособности. В самом общем смысле конкурентоспособность – это способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей. Различают конкурентоспособность товаров, компаний, стран и даже целых регионов. При этом все эти понятия тесно взаимосвязаны и дополняют друг друга.

Только собрав воедино все факторы, влияющие на конкурентоспособность фирм, мы можем судить об их уровне в мировой экономике.

**2. Внешние и внутренние факторы конкурентоспособности фирмы**

Конкурентоспособность отдельной фирмы (предприятия), с одной стороны, зависит от конкурентоспособности национальной экономики в целом, а с другой стороны определяет ее конкурентоспособность.

Общеизвестна заслуга М.Е. Портера в исследовании этой важнейшей проблемы. На основе анализа обширных статистических материалов отраслей промышленности восьми промышленно развитых стран он выявил наиболее важные причины успехов и неудач в конкурентной борьбе фирм этих стран. Им предложена оригинальная концепция конкурентного преимущества страны. Основу этой концепции составляет идея так называемого «национального ромба», раскрывающего четыре свойства (детерминанта) страны, формирующих конкурентную среду, в которой действуют фирмы этой страны. «Национальный ромб» характеризует систему детерминантов конкурентного преимущества. Компоненты которой (как и в любой системе, находясь во взаимодействии, создают эффект эмерджентности (целостности), то есть усиливают или ослабляют потенциальный уровень конкурентного преимущества фирм этой страны.

**Параметры факторов.** Факторы представляют собой материальные (вещественные) и нематериальные условия, необходимые для формирования конкурентного преимущества в самом производственном процессе фирмы, а также в стране ее базирования. В зависимости от конкретных значений (параметров) этих факторов фирма может получить либо благоприятные, либо неблагоприятные для создания и поддержания конкурентного преимущества условия производства.

**Стратегия фирм, их структура и соперничество**

Здесь речь идет о конкурентной борьбе на «центральном ринге», где акции и контракции фирм-соперников приводят к созданию новых условий функционирования фирм.

**Параметры спроса**

К ним, в первую очередь, относятся такие, как требовательность покупателей к качеству товаров и услуг; эластичность спроса по цене, уровню дохода, перекрестная эластичность; степень осознания различными социальными группами актуальности той или иной потребности, национальные традиции и обычаи; фазы жизненного цикла спроса и другие параметры, характеризующие спрос, величину спроса и их динамику.

**Родственные и поддерживающие отрасли**

Наличие в национальной экономике развитых родственных и поддерживающих отраслей, то есть отраслей, обеспечивающих фирму необходимыми материалами, полуфабрикатами, комплектующими изделиями и другими материальными средствами и необходимыми информационными объектами, является непременным условием создания и поддержания конкурентного преимущества каждой отдельной фирмы в стране по сравнению с фирмами других стран.

Родственные отрасли могут выступать в качестве мощных конкурентов, выводя на рынок товары-субституты. Поэтому их можно считать стимуляторами научно-технического прогресса в отраслях и фирмах, которые они обслуживают.

В общую систему детерминантов М.Е. Портер включает еще и «случайные события», и «действия правительства», которые могут либо усиливать, либо ослаблять конкурентное преимущество страны.

**Роль случайных событий**

Случайными в рассматриваемом контексте являются события, которые имеют мало общего с условиями развития экономики страны, и влиять на которые часто не могут ни фирмы, ни правительство. К наиболее важным событиям такого рода можно отнести:

– изобретательство;

– крупные технологические сдвиги (прорывы);

– резкие изменения цен на ресурсы (например, нефтяной шок);

– значительные изменения на мировых финансовых рынках или в обменных курсах;

– всплески мирового и местного спроса;

– политические решения местных и зарубежных правительств;

– войны и другие форсмажорные обстоятельства.

Случайные события могут изменить позиции соперничающих фирм. Они могут свести на нет преимущество старых конкурентов и создать потенциал для новых фирм, способных заменить старые по достижении необходимого уровня конкурентоспособности в новых, изменившихся условиях.

Однако следует заметить, что для того или иного «случайного» события в стране должны созреть благоприятные условия. Это означает, что детерминанты «ромба» такие условия способны создать. Так, способность изобретения или идеи превращаться в конкурентное преимущество на мировом уровне в большей мере зависит от этого «ромба».

**Роль правительства**

Действительная роль правительства (имеются в виду законодательная и исполнительная ветви власти) в формировании национальных преимуществ заключается в оказании влияния на все четыре детерминанта. Правительство может влиять и подвергаться влиянию – как позитивному, так и негативному – всех четырех детерминантов. На параметры производственных факторов воздействует денежно-кредитная, налоговая, таможенная политика правительства. Оно устанавливает различные нормы и стандарты, инструкции и другие нормативные акты, влияющие на поведение производителей и покупателей, для части отраслей само правительство является покупателем.

М. Портер обратил внимание на то, что наиболее конкурентоспособные в международных масштабах фирмы одной отрасли обычно не бессистемно разбросаны по разнообразным государствам, а имеют свойство концентрироваться. Концентрация сильных фирм при этом обычно не ограничивается одной отраслью, а затрагивает несколько смежных.

Такое положение является не случайностью, а следствием того, что достигнутая одной или несколькими фирмами высокая конкурентоспособность имеет свойство распространяться на ее ближайшее окружение:

– поставщиков;

– потребителей;

– конкурентов.

В свою очередь, успехи окружения оказывают положительное влияние на дальнейший рост конкурентоспособности данной компании. В итоге формируется кластер – сообщество фирм тесно связанных отраслей, взаимно способствующих росту конкурентоспособности друг друга.

Для национальной экономики кластеры выполняют роль точек роста внутреннего рынка и базы международной экспансии. Вслед за первыми в экономике часто образуются новые кластеры, и международная конкурентоспособность страны увеличивается. Высокая конкурентоспособность страны держится именно на сильных позициях отдельных кластеров, тогда как вне их даже самая развитая экономика может давать весьма посредственные результаты.

Возникновение кластеров исследователи объясняют передачей по технологическим цепочкам товаров с высокой потребительской ценностью, а также иных преимуществ высокой конкурентоспособности фирмы-родоначальницы кластера (или группы фирм, если их было несколько) к предприятиям-смежникам. Конкурентоспособность распространяется вверх и вниз по технологической цепочке, взаимоотношения же с прямыми конкурентами складываются более сложным образом. Рост конкурентоспособности лидера для его соперников в первую очередь означает угрозу вытеснения с рынка. Но если им удалось справиться с ситуацией (полное вытеснение конкурентов обычно невозможно), то это означает, что уже на внутреннем рынке они приобрели опыт успешного противостояния сильнейшей фирме мира, создали продукты конкурентоспособные в сравнении с ее изделиями. Тем самым закладывается фундамент международных успехов. Поэтому ожесточенная конкуренция фирм кластера на внутреннем рынке, за рубежом часто выливается в совместную экспансию.

# 

# 3. Конкурентоспособность Беларуси на мировом рынке

Проблема конкурентоспособности фирм, отраслей, стран – одна из наиболее актуальных и динамичных в мировой экономике, ибо на ее анализ влияют многие факторы, прежде всего изменения темпов экономического роста стран, уровень безработицы, место страны или фирмы в мировой экономике и т.п. Исследованием этой проблемы занимаются как мировые институты (Всемирный банк, ИКАО, МОТ, ОЭСР), так и отдельные зарубежные и отечественные ученые. Значимость этой проблемы особенно возрастает в условиях растущей глобальной экономической конкуренции за право каждой страны занять достойное место в системе мирового хозяйства. Конкурентоспособность неразрывно связана сегодня с глобализацией, ибо она неопределима вне данного контекста [4].

Беларусь придает конкурентоспособности своих товаров и услуг приоритетное значение [5]. Завоевание подобающего места в мировой экономике в современных условиях необходимо для обеспечения устойчивого развития страны, роста благосостояния ее граждан, расширения взаимовыгодного сотрудничества в мире.

Анализ результатов современных исследований свидетельствует о том, что в современных условиях на первый план выдвинулась проблема конкурентоспособности отраслей и предприятий. Известный экономист М. Портер показал, что термин «конкурентоспособная страна» не имеет решающего самостоятельного значения для процветания государства, так как цель последнего в экономике – обеспечить гражданам высокий (и повышающийся) уровень жизни. Конкурентоспособность национальной экономики обеспечивают конкретные предприятия, производящие товары и услуги, а предприятие должно прежде всего добиваться основных конкурентных преимуществ – минимизации затрат и дифференциации продукта [6].

В условиях жесткой конкуренции на мировом рынке успеха отдельного предприятия недостаточно для того, чтобы обеспечить конкурентоспособность страны. Отдельному предприятию даже с уникальной технологией трудно удерживать конкурентное преимущество, ибо оно зависит от надежных национальных поставщиков и сильных конкурентов. В настоящее время на мировом рынке конкурируют кластеры взаимосвязанных отраслей. Поэтому белорусская конкурентоспособность по сути зависит от конкурентоспособности основных отраслей ее экономики.

Научный подход к проблеме конкурентоспособности предполагает адекватное теоретико-методологическое ее решение, а именно – выбор приоритетов, соответствующих национальной политике Беларуси, ее основным ориентирам в социально-экономическом развитии. При разработке внешнеэкономической стратегии и политики страны определяющей должна являться базовая национальная стратегия, обращенная к гражданам и предприятиям самой страны. В этой стратегии должны быть сформулированы принципиально важные для субъектов национальной экономики ориентиры деятельности, содержащие непротиворечивый образ будущего хозяйства и социальной сферы страны.

В Республике Беларусь разработана и реализуется Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь до 2020 года, в рамках которой генеральной целью устойчивого развития Беларуси определено обеспечение стабильного социально-экономического развития при сохранении благоприятной окружающей среды и рациональном использовании природно-ресурсного потенциала для удовлетворения потребностей нынешнего и будущего поколений [10]. Основные принципы устойчивого развития, использованные при разработке Национальной стратегии, закреплены в Повестке дня на XXI век, принятой на международной конференции в Рио-де-Жанейро. Данный документ содержит 27 принципов интеграции экологической, экономической и социальной политики в единую политику.

Как отмечается в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г., для экономики переходного периода принципиальное значение имеет выбор институциональной направленности преобразований, касающихся, в частности, такого коренного элемента экономической системы, как институт предпринимательства. Признано, что к основным направлениям осуществления государственной политики в сфере малого предпринимательства относятся, в частности, повышение эффективности функционирования и дальнейшее развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства [10].

Национальная конкурентоспособность – это способность страны производить и реализовывать товары и услуги на внутреннем и внешнем рынках и обеспечивать на этой основе высокий уровень доходов населения. Республика Беларусь, активно участвуя в процессах глобализации, сумела на национальном уровне минимизировать ее негативные последствия и добиться стабильного экономического роста.

По моему мнению, к основным конкурентным преимуществам Беларуси можно отнести выгодное экономико-географическое положение; развитая система транспортных коммуникаций и производственная инфраструктура в целом; значительные земельные, водные и лесные ресурсы; наличие ряда полезных ископаемых; значительный научно-технический потенциал; многоотраслевой промышленный комплекс; высокий общеобразовательный уровень населения и др.

В Республике Беларусь разработана и в июне 2003 г. Президиумом Совета Министров принята Программа структурной перестройки и повышения конкурентоспособности экономики (далее – Программа), действующая до 2010 г. [11]. В целом Программа представляет собой целевой комплекс мер, предназначенных обеспечить своевременный поворот социально-экономической политики белорусского государства к новым внешним и внутренним реалиям. Программа направлена на более эффективное использование факторов, обеспечивающих рост конкурентоспособности экономики преимущественно на макроуровне. Разработка и реализация рассматриваемой Программы важна вследствие того, что сводный индекс уровня конкурентоспособности Беларуси пока еще ниже российского, не говоря о западных странах, и составляет 0,564 (для сравнения: России – 0,678; Польши – 0,633; Нидерландов – 1,145) согласно рейтингу стран по сводному индексу уровня конкурентоспособности, индексу развития человеческого потенциала и производства реального ВВП на душу населения [12].

Целью Программы является выработка основных направлений и приоритетов структурных преобразований экономики, системы мер и механизмов модернизации производства, обеспечивающих создание и максимально эффективное использование конкурентных преимуществ Беларуси, повышение уровня ее конкурентоспособности. В целом реализация конкурентных преимуществ в Беларуси сдерживается, в частности, следующими факторами: неразвитостью инновационной инфраструктуры; низким уровнем менеджмента, подготовки и переподготовки кадров для работы в рыночных условиях; отсутствием развитой конкурентной среды на внутреннем рынке товаров и услуг, капиталов и рабочей силы.

Данная цель реализуется через завершение процессов развития институтов переходного периода в институты, отвечающие требованиям современной рыночной экономики и мировым тенденциям. Одной из приоритетных задач структурной перестройки и повышения конкурентоспособности экономики в рассматриваемой сфере является снижение трансакционных издержек деятельности предприятий за счет, в частности, формирования инфраструктуры поддержки предпринимательства.

Необходимо отметить, что в настоящее время разработаны и выбраны рациональные направления в сфере повышения конкурентоспособности. В частности, такое конкурентное преимущество, как развитый научно-технический потенциал, планируется расширять посредством создания комплексных научно-производственных центров по разработке и освоению прорывных технологий и налаживанию новой конкурентоспособной продукции. Данное направление включает бюджетную поддержку науки и инноваций, поддержку малого инновационного предпринимательства. Приоритеты структурной перестройки с учетом данного преимущества отдаются развитию производств, основанных на технике и технологии, обеспечивающих выход на мировой рынок и обуславливающих рост доли добавленной стоимости.

Целесообразно выделить стратегические приоритеты структурной перестройки и повышения конкурентоспособности экономики Республики Беларусь во внешнеэкономической сфере:

– четкая регионально-страновая ориентация и экономическая выгода от внешней торговли;

– выход на новые международные рынки и диверсификация структуры экспорта на традиционных рынках;

– перевод методов государственного регулирования внешней торговли в Республике Беларусь на систему принципов и механизмов ВТО с использованием протекционистских мер в соответствии с международной практикой;

– защита интересов и обеспечение равных условий функционирования на мировом рынке;

– увеличение в производимой продукции добавленной стоимости путем снижения ресурсо-, энерго- и материалоемкости и рационального импортозамещения;

– улучшение правовых условий, механизмов привлечения и эффективного использования иностранных и внутренних инвестиций для повышения конкурентоспособности экспортного потенциала.

Таким образом, совершенствование макроэкономических условий внешнеэкономической деятельности будет зависеть от решения вопросов, направленных на повышение эффективности отечественных предприятий и конкурентоспособности белорусских товаров.

Повышение международной конкурентоспособности белорусских товаропроизводителей может быть обеспечено за счет:

– совершенствования механизма стимулирования эффективного использования предприятиями прироста валютной выручки на закупку новых технологий и «ноу-хау» из высокоразвитых стран;

– привлечения инвестиций для модернизации технологий и снижения энергоемкости и материалоемкости производства;

– развития экспорта национального капитала и корпоративных связей с ведущими мировыми фирмами и участия в реализации транснациональных проектов;

– развития конкурентоспособной транспортной системы на международном рынке транспортно-экспедиционных услуг;

– упрощения процедур во внешней торговле в соответствии с принципами международных организаций, в том числе порядка таможенного оформления грузов на пограничных пропускных пунктах и электронного обмена данными;

– улучшения качества управления предприятиями, в том числе путем поиска эффективного собственника;

– обеспечения соответствия белорусской экспортной продукции международным стандартам путем создания на предприятиях систем управления качеством на базе международных стандартов серии ИСО 9000;

– развития систем сертификации и качества экспортной продукции, признанных в мире, установления требований к ее потребительским и экологическим характеристикам, а также безопасности применения; разработки государственных стандартов в области экологической сертификации продукции и производств на базе международных стандартов серии ИСО 14000;

– создания дополнительных условий для стимулирования производства экспортной продукции с использованием опережающих технических идей и решений, наукоемких, энерго- и ресурсосберегающих технологий, в том числе в рамках льготного кредитования проектов за счет средств Фонда поддержки экспорта, Инновационного фонда и др.; проведения научно-технической политики и разработки инновационных механизмов с целью повышения технологического уровня, наукоемкости и эффективности производств на предприятиях;

– обеспечения правовой защиты технических решений и патентной чистоты объектов экспортных поставок на основе осуществления патентования отечественных разработок.

В то же время, среди факторов, сдерживающих экономическое развитие и повышение конкурентоспособности, необходимо назвать изношенность производственных фондов, устаревшие технологии, низкий уровень менеджмента, высокую налоговую нагрузку, отсутствие конкурентной среды, несовершенство нормативно-правовой базы.

Таким образом, анализ результатов теоретических исследований и приоритетных направлений экономического развития Беларуси позволяет сделать вывод о том, что наиболее важными факторами роста конкурентоспособности Беларуси являются рост доли частного сектора в ВНП и создании новых рабочих мест; внедрение инноваций; разработка политики, нацеленной на защиту потребителей и поддержку конкуренции на рынке; развитие институциональной системы (законодательные и социальные институты) в рыночном направлении; улучшение организации и управления предприятиями; рост производительности труда, особенно в сфере производства; приток капитала на предприятия, включая прямые иностранные и внутренние инвестиции; расширение внутреннего и внешнего рынка.

В современных условиях конкурентоспособность учитывает не только макроэкономические факторы, но и качество рабочей силы, ее способность практически внедрять инновации. Высокий уровень образования – важный двигатель национальной экономики, который (наряду с другими факторами) должен быть широко использован в процессе перевода белорусской экономики на инновационный путь и повышения ее конкурентоспособности.

# Заключение

На основании изложенного материала можно сделать следующие выводы.

Существует достаточно большое количество определений и различных способов оценки конкурентоспособности. В самом общем смысле конкурентоспособность – это способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей. Различают конкурентоспособность товаров, компаний, стран и даже целых регионов. При этом все эти понятия тесно взаимосвязаны и дополняют друг друга.

Только собрав воедино все факторы, влияющие на конкурентоспособность фирм, мы можем судить об их уровне в мировой экономике.

Факторы представляют собой материальные (вещественные) и нематериальные условия, необходимые для формирования конкурентного преимущества в самом производственном процессе фирмы, а также в стране ее базирования. В зависимости от конкретных значений (параметров) этих факторов фирма может получить либо благоприятные, либо неблагоприятные для создания и поддержания конкурентного преимущества условия производства.

Конкурентоспособность отдельной фирмы (предприятия), с одной стороны, зависит от конкурентоспособности национальной экономики в целом, а с другой стороны определяет ее конкурентоспособность.

Анализ результатов теоретических исследований и приоритетных направлений экономического развития Беларуси позволил сделать вывод о том, что наиболее важными факторами роста конкурентоспособности международных компаний Беларуси являются рост доли частного сектора в ВНП и создании новых рабочих мест; внедрение инноваций; разработка политики, нацеленной на защиту потребителей и поддержку конкуренции на рынке; развитие институциональной системы (законодательные и социальные институты) в рыночном направлении; улучшение организации и управления предприятиями; рост производительности труда, особенно в сфере производства; приток капитала на предприятия, включая прямые иностранные и внутренние инвестиции; расширение внутреннего и внешнего рынка.

В современных условиях конкурентоспособность учитывает не только макроэкономические факторы, но и качество рабочей силы, ее способность практически внедрять инновации. Высокий уровень образования – важный двигатель национальной экономики, который (наряду с другими факторами) должен быть широко использован в процессе перевода белорусской экономики на инновационный путь и повышения ее конкурентоспособности.

В настоящее время в Беларуси созданы объективные условия для экономического роста и повышения уровня жизни населения. Эти успехи позволяют надеяться на успешное решение задач по росту конкурентоспособности международных компаний и страны в целом.

# Список используемых источников

1. Гаршенина Е.Л. Востоковедный сборник (выпуск второй). М. 2001. 374 с.
2. Говорова Н. Конкурентоспособность – основной фактор развития современной экономики // Проблемы теории и практики управления. 2006. №4. С. 5
3. Давыденко Е.Л. Международные экономические отношения. Минск: Изд-во Белорус. Гос. Ун-та, 2001. 87 с.
4. Дементьева А.Г. Конкурентоспособность международных компаний // Маркетинг. 2000. №3. С. 64–67.
5. Климович Л.А. Конкурентоспособность международной фирмы/ БелИСА. Мн., 1998. 81 с.
6. Кругман П.Р., Обстфельд М. Международная экономика: Теория и политика – М.: Экон. Фак. Моск.гос. ун-та: ЮНИТИ, 1997. 769 с.
7. Мовсеян А.Г., Огнивцев С.Б. Интернет-экономика // Экономика XXI века. 2000. №8. С. 109–122.
8. Молоток Е.Н. Принципы маркетингового исследования конкуренции на рынке. М., 2002. 251 с.
9. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Беларуси на период до 2020 года. Мн: «Юнипак», 2004. 167 с.
10. Новикова И.В. Глобализация и рынок: Поиски стратегии экономического развития в ХХI веке. Мн. Изд-во Акад.упр. при Президенте респ. Беларусь, 2001. 167 с.
11. Черченко Н.В. Этапы формирования конкурентоспособности национальной экономики // Вестник БГУ. Сер. 3. 2005 №3 с 72–75.
12. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Экон. наука, 2005. 167 с.
13. Поретр М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран. М.: Международные отношения, 1993. 898 с.