

вид высокой зависимости от других стран от импорта урана и т.д. Существуют также опасения по захоронению тех самых отходов, а также причисление Беларуси к странам, владеющие ядерными технологиями.

В целях повышения энергетической безопасности страны Беларусь в 2006-2010 гг. инвестирует в модернизацию основных энергосистемы около 2,5 млрд. долл. Источники финансирования столь масштабной программы - инновационный фонд амортизационные отчисления, прибыль и заемные средства.

Что касается 2007 года, то на реализацию заданий государственной научно-технической программы «Энергетическая безопасность» из бюджета выделено 1,5 млрд. рублей.

В заключение следует отметить, что энергосбережение является задачей государственной важности. Однако считать, что эту проблему должны решать лишь государственные органы, предприятия и учреждения, - ошибочно. Энергосбережение - это дело каждого гражданина Республики Беларусь. К сожалению, еще далеко не все граждане понимают это. Вспомним впусую горящий свет в квартирах, незакрытые краны, неутепленные окна и т. д. Отсюда - простой вывод: каждый из нас может внести свой вклад в решение проблемы энергосбережения и тем самым способствовать развитию и процветанию родной Беларуси.

Литература

1. Демонопользация белорусской энергетической отрасли и формирование конкурентного оптового рынка электроэнергии. // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. - 2006. - № 10 - С. 4-10
2. Анализ влияния цен на экономику Республики Беларусь. // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. - 2006. - № 4 - С. 80-85
3. ИСПИ при Администрации Президента Республики Беларусь. Информационный материал № 7 (32). // Мн. - 2006. - С.3-8
4. <http://news.tut.by/economics/85381print.html>
5. http://news.tut.by/economics/85383_print.html
6. <http://ucpb.org/?lang=rusopen=2246>

УДК 693.22.004.18

Лебакина Я.И.

Научный руководитель: ст. препод. Четырбок Н.П.

СТРАТЕГИЯ ДОСТИЖЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА МИРОВОМ РЫНКЕ НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ М. ПОРТЕРА

Объяснение конкурентного преимущества страны происходило до конца прошлого века с использованием теорий, которые подробно изучались в мировой экономике.

Основоположником изучения преимуществ в мировой торговле является А.Смит, согласно мнению которого страна будет экспортировать те товары, в производстве которых она обладает абсолютным преимуществом.

На смену этой теории приходит теория Д.Рикардо, который утверждал, что необязательно наличие абсолютных преимуществ. Страна экспортирует те товары, в производстве которых она обладает сравнительными преимуществами (т.е. производит с меньшими относительными издержками).

Теорию Рикардо сменила теория Хекшера-Олина, которая основана на обеспеченности страны факторами производства. В этой теории усомнился Леонтьев, проверив ее эмпирическим путем. Так, например, Америка в послевоенные годы, обладая в большом

объеме таким фактором капитала экспортировала трудоемкие товары, а импортировала капиталоемкие.

Американские ученые пытались объяснить парадокс Леонтьева, коррелируя труд и капитал, т.е. основная часть капитала расходуется на оплату высококвалифицированных кадров.

На современном этапе экономическое развитие характеризуется постиндустриальным типом производства, когда уже не эффект масштаба играет роль, а на передний план выходит технология. Развитие технологий позволяет фирмам компенсировать недостаток тех или иных факторов (например, автоматизированные производства сокращают потребность в узкоспециализированных кадрах). Также это позволяет сократить потребление материалов и электроэнергии. Во многих отраслях наличие высоких технологий становится более важным, чем владение ресурсами.

Вследствие несовершенства классических теорий возникла необходимость найти ответ на вопрос «Почему страны добиваются конкурентного преимущества в тех или иных отраслях?». Для этого Майклом Портером было предпринято четырехлетнее исследование десяти стран, занимающих ведущее положение на мировом рынке. В ходе этих исследований была сформулирована новая теория конкурентных преимуществ.

Майкл Портер утверждает, что на международном рынке конкурируют не страны, а фирмы, их поведение – неотъемлемая часть теории конкурентного преимущества стран. [1 с.51]

Успех страны на международном рынке в той или иной отрасли можно объяснить четырьмя свойствами страны, т.е. детерминантами конкурентного преимущества государства:

1. Факторные условия, т.е. факторы производства, необходимые для успешного функционирования предприятия.
2. Условия спроса, т.е. внутренний уровень спроса на продукцию в данной отрасли.
3. Родственные и поддерживающие отрасли, т.е. наличие и уровень конкурентоспособности этих отраслей на мировом рынке.
4. Стратегия фирмы, ее структура и конкуренты, т.е. условия создания и функционирования фирм, характер внутренней конкуренции в отрасли.

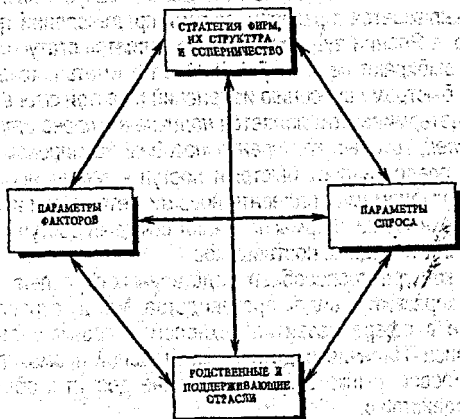


Рис.1 Детерминанты конкурентного преимущества [1 с.93]

Чем более благоприятный характер имеют данные факторы в стране, тем наибольшие шансы на успех на мировом рынке есть у государства. Т.е. именно в этой отрасли страна может получить конкурентное преимущество.

Теперь рассмотрим эти детерминанты более конкретно.

Параметры факторов. Наделенность теми или иными факторами влияет на конкурентное преимущество фирм страны, о чем свидетельствует быстрый рост производства в странах с низкой зарплатой (Тайвань, Таиланд).

По теории М. Портера, к общеизвестным факторам, таким как труд, земля, капитал и предпринимательские способности также относятся ресурс знаний, инфраструктура. Но, даже не обладая факторами, необходимыми для функционирования успешной экономики, их можно создать. Примером является Япония, которая в послевоенные годы не имела благоприятствующих факторов производства, но благодаря инновациям, вышла на мировой рынок бытовой техники.

Исходя из этого, М. Портер подразделяет факторы на основные и развитые. Основные факторы – это такие, как природные ресурсы, климатические условия, географическое положение страны.

К развитым факторам относятся современная инфраструктура обмена информацией, высококвалифицированные кадры, исследовательские отделы университетов. Основные факторы достаются стране «даром». Развитые же приходится создавать на протяжении длительного времени и с помощью капиталовложений.

Второй детерминант национального конкурентного преимущества в какой-либо отрасли – *спрос на внутреннем рынке* на товары или услуги, предлагаемые этой отраслью. Спрос на внутреннем рынке влияет на характер и скорость внедрения новаций, вводимых фирмами страны. Спрос характеризуется тремя важными чертами: внутренней структурой, характером и объемом и механизмами, с помощью которых предпочтения на внутреннем рынке передаются на зарубежные рынки.

Структура спроса определяет то, как фирмы улавливают потребности потребителей, сталкиваются и реагируют на них. Страны получают конкурентное преимущество в тех отраслях, где спрос на внутреннем рынке дает местным фирмам представление о потребностях покупателей раньше и точнее, чем зарубежным конкурентам. Страны получают также конкурентное преимущество, если местным фирмам в результате покупательского давления приходится вводить новации быстрее и добиваться конкурентных преимуществ более высокого порядка, чем это делают зарубежные конкуренты. Покупательское давление выражается в разборчивости и предъявлении требований к товарам и услугам. Например, в Японии аудиоаппаратура является статус-символом и покупатели очень тщательно выбирают ее и непременно хотят иметь последние, наилучшие модели, что приводит к быстрому внесению изменений и частой смене модельного ряда.

Третьим важным детерминантом является *наличие в стране отраслей-поставщиков или смежных отраслей*, которые конкурентоспособны на мировом рынке. Наличие постоянных партнеров предоставляет быстрый доступ к самым необходимым ресурсам. Поставщики позволяют фирмам овладевать новыми методами и возможностями применения современных технологий. Фирмы получают быстрый доступ к информации, новым идеям и воззрениям, к инновациям поставщиков.

Наличие в стране конкурентоспособных родственных отраслей часто ведет к возникновению новых высокоразвитых видов производства. Между отраслями может происходить взаимодействие в сфере развития технологий, производства, распространения маркетинга или сервиса. Наличие родственных отраслей промышленности, способных конкурировать на мировом рынке открывает стране доступ к обмену информацией и техническому взаимодействию.

Четвертым важным детерминантом, определяющим конкурентоспособность отрасли является тот факт, что фирма создается, организуется и управляется в зависимости от характера *конкуренции на внутреннем рынке*. То, как развивается соперничество на внутреннем рынке, играет большую роль в процессе внедрения новшеств и в обеспечении перспектив международного успеха. Фирмы, достигшие успеха на мировом уровне

энергично конкурируют внутри страны и таким образом принуждают друг друга совершенствоваться и внедрять новшества. Внутренняя конкуренция не только укрепляет позиции фирм на местном рынке, но и заставляет их пробиваться на мировой уровень в поисках возможностей для дальнейшего роста.

Теория М.Портера нашла свое практическое применение во многих странах. Например, Германия специализируется на производстве автомобилей, химреактивов, типографских машин; Италия – керамической плитки, обуви; Япония известна как производитель кондиционеров, аудиоаппаратуры, бытовой техники; Корея – это автомобили, одежда; Швейцария – банковские операции, шоколад, часы; США – программное обеспечение для компьютеров.

Для формирования экономики в соответствии с современными тенденциями необходимо сконцентрировать усилия на достижении конкурентного преимущества в нескольких отраслях.

В Республике Беларусь в сфере машиностроения для этого есть предпосылки.

Одними из крупнейших предприятий являются: Белорусский металлургический завод, Минский тракторный завод, Минский автомобильный завод.

Если рассматривать данную отрасль с позиции Майкла Портера, то можно прийти к следующим выводам:

1. Есть необходимые факторные условия. Основным фактором являются ресурс знаний, т.е. сумма научной, технической и рыночной информации. Запас знаний сосредоточен в университетах, государственных НИИ, частных исследовательских учреждениях, государственной статистической службе, деловой и научной литературе. Еще во времена СССР Беларусь являлась «сборочным цехом» различной техники для всего союза, что дало преимущество Беларуси в подготовке квалифицированных кадров. Поэтому с тех времен в стране осталась база научно-исследовательских институтов, высших учебных заведений.

2. Условия спроса. Для рассмотрения рынков быта и спроса покупателей рассмотрим небольшой сегмент рынка – продукцию МТЗ. Беларусь – аграрное государство, поэтому спрос на современную сельскохозяйственную технику очень велик. По всей Беларуси создаются агрогородки, осуществляются программы по привлечению молодых специалистов в небольшие населенные пункты, что показывает, что спрос на сельскохозяйственную технику будет только расширяться. Растущий спрос на внутреннем рынке предъявляет к продукции МТЗ все новые требования, что позволяет предприятию совершенствовать продукцию.

Также у предприятия есть выход на мировые рынки, где спрос на подобную технику тоже очень высок, т.к. ни одно государство не может игнорировать такой важный сегмент экономики, как сельское хозяйство. МТЗ продает до 95% продукции на экспорт. Причем в натуральном выражении этот показатель увеличился за прошлый год на 16%. [2]

3. Родственные и поддерживающие отрасли. Машиностроительная отрасль представлена широким рядом предприятий. Это достаточно развитые предприятия, которые свободно функционируют не только на внутреннем, но и на внешнем рынках. В производственное объединение МТЗ входят такие предприятия как: Бобруйский завод тракторных деталей и агрегатов, Витебский завод тракторных запчастей, Минский завод специнструмента и технологической оснастки, Минский завод шестерен; Лепельский электромеханический завод; Смолевичский завод шестерен; Гомельский завод «Гидропривод»; Завод гидроаппаратуры в г.Хойники; Наровлянский завод гидроаппаратуры; Мозырский машиностроительный завод. Также в Беларуси функционируют следующие предприятия: Минский завод колесных тягачей, Минский моторный завод, ОАО Белшина, Могилевский металлургический завод.

Развитая инфраструктура отрасли позволяет быстро обмениваться необходимой информацией, новостями, инновациями.

4. Конкуренция. В Республике Беларусь достаточно велико соперничество в машиностроительной отрасли. В стране функционируют несколько крупнейших предприятий по производству грузовых автомобилей, которые активно конкурируют друг с другом. Более сильные местные фирмы, закаленные внутренней конкуренцией, способны добиться успеха и за границей.

Таким образом, хотелось бы еще раз подчеркнуть, что согласно теории М.Портера на мировом рынке конкурируют не страны, а фирмы. И для успешного функционирования этих фирм, в отрасли должны соблюдаться некоторые условия. В мировой теории есть примеры, когда мы видим, что эта теория действительно работает. Так, Германия специализируется на производстве автомобилей, химреактивов, типографских машин; Италия – керамической плитки, обуви. Япония известна как производитель кондиционеров, аудиоаппаратуры, бытовой техники.

Исходя из положительного опыта этих стран в использовании теории М. Портера, можно выработать стратегию достижения конкурентных преимуществ РБ на мировом рынке. Мною была рассмотрена машиностроительная отрасль. Мы видим, что в Беларуси есть предприятия, способные конкурировать на мировом рынке (МТЗ, МАЗ, БелАЗ) и что самое главное, есть предпосылки для дальнейшего завоевания конкурентных преимуществ.

Литература

1. М.Портер Международная конкуренция. Москва, «Международные отношения», 1993.
2. <http://tractors.com.by/> Официальный сайт Минского тракторного завода.

УДК 330.341.1

Облоухова М.Н.

Научный руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

Со сложностью и неоднозначностью оценки интеллектуальных ресурсов сталкиваются многие экономисты мира. Но необходимость оценки существует. Это и необходимость контроля и оценки с целью поглощения или продажи бизнеса, и отчеты заинтересованным лицам, и поддержка принятия управленческих решений, а также визуализация скрытой стоимости (изучение компании).

В рамках экономической теории, формировавшейся от Адама Смита до Карла Маркса, заложивших основы понимания товарно-денежных отношений, существуют две известные схемы:

- А) схема воспроизводства товара Т-Д-Т;
- Б) схема воспроизводства финансового капитала Д-Т-Д.

Эти схемы подразумевают, что за товародвижением и финансовыми потоками, обозначенными в этих схемах, стоят люди с их интеллектом. Этот человеческий фактор до сих пор в них не включался ввиду того, что по своей сути он несопоставимо сложнее, чем первые два. Все его достоинства и недостатки, важные для общественного воспроизводства, нематериальны. Культура обращения с нематериальными ценностями стала появляться лишь в конце XX века [2].

Идеи, как главный продукт общественной деятельности интеллектуалов, управляющих производством и обновляющих его, из нематериального состояния преобразуются в материальное. И только после этого начинает вступать в действие традиционная схема марксовского капитала.