

номистам. Основной целью на современном этапе “тепличных” экономических условий целесообразно поставить задачу перед белорусскими производителями: укрепление позиций на внутреннем рынке через построение финансово сильного бренда. Сильные позиции бренда на рынке (лояльность потребителя, доля рынка, капитализированная стоимость марки) позволят товаропроизводителям, с одной стороны, иметь гарантированный “домашний” капитал, а с другой — создать предпосылки для распространения этого бренда по географическим регионам (например, в форме франчайзинга, лицензирования).

Динамизм внешней среды оказывает существенное влияние на направление развития современной организации, на построение организационных структур, отношения организация — персонал, организация — поставщик, организация — клиент. Очевидно, что построение устойчивой, растущей и функционирующей организации невозможно без адаптации ее к условиям внешней среды.

Для финансово слабых предприятий интересной является модель прямого бизнеса. Она обозначает бизнес без посредников. В условиях сильной модификации рынков, сокращения жизненного цикла товаров эта модель приобретает все большую актуальность. Основным ресурсом, обеспечивающим конкурентное преимущество, в данной модели является информация. Наличие полной и своевременной информации от потребителя позволяет вести бизнес, практически не создавая запасов ни готовой продукции, ни комплектующих и сырья как на складах, так и в каналах товародвижения. Прямая модель бизнеса требует высокой стратегической культуры предприятия и снижает риск потери ликвидности бизнеса в результате устаревания технологий, положенных в основу произведенной продукции.

Для белорусских предприятий привлекательными выглядят две описанные модели: *прямой бизнес* и *брендинг товара*, поскольку они не требуют серьезного привлечения финансового и технологического капитала. Они требуют высокой творческой культуры персонала. Таким образом, преодоление финансового кризиса возможно посредством внедрения новой модели бизнеса, не используемой прямыми конкурентами на данном рынке.

Ю.Б. Вашкевич

БГЭУ (Минск)

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ГОСУДАРСТВА

В период глобализации, когда любой товар (либо услуга) получает возможность свободного выхода на международный рынок, они неизбежно сталкиваются с опасностями жесткой международной конкуренции. В такой ситуации существенным элементом повышения конкурен-

тных позиций национальных производителей может оказаться организационный фактор, связанный с региональным объединением производителей. В этом случае на международный рынок выходит не отдельное предприятие, а региональный промышленный комплекс, который имеет возможность существенно сокращать свои транзакционные издержки благодаря совместной технологической кооперации компаний.

Указанный подход предполагает организацию кластеров, сформированных на территориях из предприятий, выполняющих разные функции, но объединенных одним технологическим процессом, результатом которого является конечный продукт, созданный усилиями всех участников процесса от науки и подготовки кадров до технологов, упаковщиков, транспортников и дилерской сети.

Следует отметить, что за рубежом реализация кластерного подхода имеет уже многолетнюю историю. Так, Европа уже в 1968 г. создала в рамках ЕС Генеральный директорат по региональной политике. В 1975 г. был создан Европейский фонд регионального развития, в 1988 г. Европарламентом была принята Хартия регионализма, начал функционировать Совет региональных и местных сообществ. В тот же период в США были начаты разработки федеральных программ по кооперации снабженческих фирм, маркетинга и коммерции, труда и образования.

В 1983 г. в Японии принят закон, утверждающий концепцию технополисов. Последующая практика их функционирования показала, что темпы их роста по сравнению со средними по стране оказались существенно выше, особенно по показателям промышленных поставок, товарооборота наукоемкой продукции и занятости. В 2002 г. Министерство по экономике, торговле и промышленности Японии выступило с новой инициативой, направленной на укрепление предприятий промышленности и повышение занятости посредством стимулирования создания кластеров. На данные цели было выделено 29,4 млрд японских йен (позже сумма была увеличена до 52,2 млрд).

Обобщая опыт, полученный за последних пятнадцать лет развития кластерных систем, можно отметить, что они дали значительный импульс развитию регионам тех стран, которые применили их принципы, а таких оказывается все больше с каждым годом. В одном из своих последних исследований "отец" кластерного подхода, американский ученый Майкл Портер выделил 833 наиболее крупных кластера, размещенных в 47 странах. Во многих из этих стран кластеры обеспечивали существенную часть экспорта.

Так, в Дании еще в 1992 г. 60 % экспорта обеспечивалось 40 % всех фирм страны, участвовавших в кластерах. Высокая конкурентоспособность продукции, производимой в рамках кластеров в Индии, также характеризуется значительным (86,23 %) удельным весом экспортируемой продукции. Здесь особого внимания заслуживают успехи страны в развитии кластера информационных технологий (ИТ) и Интернет-систем. Опыт активного содействия предприятиям ИТ кластера на законодательном и организационном уровнях является особенно актуальным

для Беларуси, столкнувшейся с объективной необходимостью интенсивного развития своего технологического потенциала.

В данном направлении начала двигаться уже и Россия, объявившая о создании четырех технопарков, технологического университета, а также венчурного фонда, работающих в сфере ИТ. Кроме того, Россия намерена осуществить ряд административных реформ, направленных на либерализацию деятельности субъектов хозяйствования в рамках указанных парков.

Не ограничиваясь примером образования кластерных структур в сфере ИТ, хотелось бы отметить значительный потенциал Республики Беларусь в кластеризации и других сфер хозяйственной деятельности, например, таких как косметическая, деревообрабатывающая, пищевая и пр. Так, структура косметического кластера может быть представлена производителями косметики (Белита/Витэкс, Белкосмекс, Белордизайн и др.), производителями пластмассовой упаковки для косметической продукции (Миран, Митра, Громин, Болисбел), научно-исследовательской и образовательной базой (МГМУ, БГТУ), широкой сбытовой сетью.

Формирование сконцентрированных подходов к совершенствованию условий взаимодействия между предприятиями отдельных кластеров способно существенно повысить конкурентоспособность конечной продукции кластера и тем самым сформировать устойчивые конкурентные преимущества государства на международном уровне.

А.В. Владыко

БГЭУ (Минск)

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ БАЛАНС КАК ЭЛЕМЕНТ СТРУКТУРНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СУБЪЕКТОВ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА

Проблема структурного управления с позиции единения российской и белорусской экономик должны решаться как на макро-, так и на микроуровне. Когда данный процесс носит “встречный” характер, то методологический регулятор воздействует на практические формы применения, вырабатывая тем самым механизм реализации конкретных коммерческих решений.

Одной из областей такого взаимодействия выступает механизм управления финансово-экономической деятельностью на микро- и макроуровне, а именно: методы, применяемые для оценки финансового состояния исследуемого субъекта, и обеспечивающие сопоставимость показателей по отрасли и экономике в целом в белорусской и российской практике народного хозяйства.

Методологической базой для их проведения служат фундаментальные понятия системы национальных счетов, которая широко применя-