

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КООПЕРАЦИИ В СТРАНАХ ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ

Увеличение экономического веса в мировой экономике стран Латинской Америки — объективно неизбежный процесс. Крупнейшие компании США, ЕС, Китая в настоящее время внесли данный регион в свои планы развития как перспективный внешний рынок и важный объект для расширения международных кооперационных связей. Наряду с крупнейшими мировыми ТНК большое количество белорусских компаний планируют начать свою деятельность в данном регионе. Однако рынок стран Латинской Америки слабо изучен в Беларуси.

В большинстве стран Латинской Америки существует развитое законодательство в сфере иностранного инвестирования и международного сотрудничества, защиты частной собственности и инвестиций. Республика Беларусь также заключила различные межправительственные договоры с этими странами. Это позволяет белорусским компаниям осуществлять кооперирование по многим направлениям: производственная кооперация, кооперация в сфере услуг (разработка, координация, управление проектами сферы услуг), кооперация в сфере обращения товаров (закупка сырья, материалов, комплектующих изделий, сбыт и экспорт готовой продукции, техническое обслуживание), научно-техническая кооперация (фундаментальные исследования, НИОКР, совместное опытное производство). Для международной кооперации могут использоваться следующие формы: совместное производство, совместный маркетинг (совместное продвижение товаров и услуг в условиях высокой конкуренции), синергетическое развитие (поиск и комбинирование взаимодополняющих активов), франчайзинг, аутсорсинг, стратегический альянс, предпринимательская сеть, виртуальное предприятие, венчурная кооперация.

На начальном этапе выхода на рынок Латинской Америки необходимо действовать максимально осторожно и быть готовыми к сильной конкуренции как со стороны компаний США и Китая, так и со стороны преуспевающих локальных компаний с устойчивыми позициями местных брендов. Данные локальные компании создают сложные условия для вхождения в этот рынок иностранным компаниям. Однако имеющийся емкий рынок Латинской Америки и перспективы экономического роста латиноамериканских стран и внутреннего потребления ставят данный регион на одно из первых мест в списке приоритетов для Беларуси и белорусских компаний, заинтересованных в расширении международной кооперации на развивающихся рынках.

В настоящее время в Латинской Америке существует повышенный спрос на развитие совместного международного бизнеса в сфере военно-промышленного комплекса, информационных технологий, телекоммуникаций, услуг образования, медицины, инжиниринга, финансов, ресто-

ранного дела и др. Подробный анализ рынка конкретной латиноамериканской страны может способствовать активному развитию белорусских компаний в данном регионе. Для его успешного освоения необходимо серьезно подойти к адаптации бизнес-модели белорусской компании к местным условиям (учитывать чередование в экономике резких спадов и подъемов, политическую нестабильность, особенности менталитета и климата), определить собственные и кооперативные цели выхода на рынок Латинской Америки, выбрать подходящую форму международной кооперации, применять долгосрочные инвестиции и осуществлять постоянную образовательную, информационную, ресурсную поддержку местных компаний, участвующих в совместной международной деятельности.

*А.Н. Сошнев, канд. экон. наук, доцент
Е.Б. Сошнева, канд. экон. наук, доцент
СПбГУ (Санкт-Петербург, Россия)*

КОНКУРЕНЦИЯ КАК УСЛОВИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Соревновательность на всех уровнях общественного воспроизводства рассматривается как один из важнейших инструментов динамичного и устойчивого развития. Она обеспечивает отбор наиболее рациональных способов организации и управления производством, выбор целей для социальных агентов соответствующего уровня и, как результат, формирование социальной структуры, различие ее отдельных элементов по способности к конкуренции. Конкуренция характеризует воспроизводство в условиях дефицита ресурсов. Конкуренция за имеющиеся ресурсы и их рациональное применение совершается в рамках разнообразных ограничений, которые и определяют траекторию конкурентоспособности на данном уровне. Лишь отчасти можно согласиться с М. Портером, который выдвигает инноватику одним из главных инструментов конкурентоспособности. Инноватика предполагает востребованность ее результатов, она не должна быть самоцелью.

Рассматривая конкуренцию в условиях устойчивого развития, целесообразно найти критерии устойчивости. С точки зрения экономики, устойчивость характеризуется динамикой валового внутреннего продукта. Конечно, это важный показатель, но он не в состоянии охарактеризовать общество как социальную систему. Социальные отношения отличаются от экономических своей предметностью. Это отношения по поводу человека как ценности, которая определяется уровнем развития его потребностей.

Конкуренция как способ достижения целей предполагает и выбор этих целей, т.е. самих потребностей. Последние можно разделить на два блока: материальные и духовные. Материальные потребности представлены в виде образов, имеющих предметное воплощение. Духовные представляют собой систему ценностных норм, установок, которые организуют деятельность людей и институтов.