

В условиях внедрения маркетинговой концепции в процессе совершения вкладных и расчетных операций не бывает ситуации, чтобы сотрудник банка обслуживал безликую группу людей. Всегда конкретный работник обслуживает конкретного человека-клиента. Учитывая то, что многие клиенты — люди преклонного возраста, особое значение имеет доброжелательность, терпение, высокая внутренняя культура, а также профессионализм в решении возникающих вопросов. Все это в сочетании с широким спектром предлагаемых услуг и есть те составляющие, которые влияют на результаты деятельности и создают имидж солидного, современного, отвечающего требованиям времени банка.

В.С. ЗЕНЬКОВ, С.В. РАЗУМОВА

РОЛЬ ИННОВАЦИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА

В связи с переходом к формированию рыночных отношений отечественные товаропроизводители столкнулись с проблемой необходимости принятия решений. Смена командно-административной системы хозяйствования вызвала изменения в сознании, активизировала механизмы творческой активности, переосмысления способов и методов выживания, выработки самостоятельного поведения товаропроизводителей. Смена производственных ориентиров направлена на превращение среды хозяйствующих субъектов в среду высокой предпринимательской и конкурентной активности. Место и возможность развития каждого предприятия, фирмы сегодня обусловлены особенностями конкурентного взаимодействия на рынке. Свобода выбора и свобода принятия управленческих решений предполагают и высокую степень экономической ответственности за выбранные альтернативы. Большинство товаропроизводителей в рамках предоставляемой им экономической свободы по-прежнему стремятся упрочить свое положение на рынке за счет старых, сложившихся ранее монопольных преимуществ, зачастую не принимая во внимание изменения в рыночной среде.

*Таблица 1. Роль предприятий-монополистов
в производстве промышленной продукции [1]*

Отрасль промышленности	Число предприятий-монополистов			Удельный вес предприятий-монополистов, %					
				в общем числе предприятий			в общем объеме производства		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Всего	343	311	295	14,3	11,8	10,6	52,2	56,2	58,7
Топливная	1	1	1	2,5	2,5	2,5	28,5	20,7	15,9
Черная металлургия	4	2	2	21,1	10,5	9,5	87,1	86,2	86,5
Цветная металлургия	2	2	1	50,0	66,7	14,3	65,8	94,9	15,7
Химическая, нефтехимическая	33	32	32	41,8	34,0	29,9	94,9	92,1	46,2
Машиностроение, металлообработка	136	128	120	21,4	18,2	16,2	68,7	65,9	63,1
Легкая	56	54	47	12,1	11,0	9,5	67,3	63,9	58,9
Пищевая	29	29	29	59,8	5,5	5,9	24,7	26,3	26,3

Из табл. 1 видно, что несмотря на значительное снижение числа предприятий-монополистов происходит увеличение их доли в общем объеме производства. Наименьшее количество предприятий-монополистов насчитывают пищевая и топливная промышленность, наиболее монополизированными являются черная ме-

*Василий Семенович ЗЕНЬКОВ, кандидат технических наук, доцент, зам. декана факультета международных экономических отношений БГЭУ;
Светлана Васильевна РАЗУМОВА, аспирантка кафедры маркетинга БГЭУ.*

таллургия и отрасль машиностроения и металлообработки. Более наглядно данная тенденция представлена на диаграмме (рис. 1).

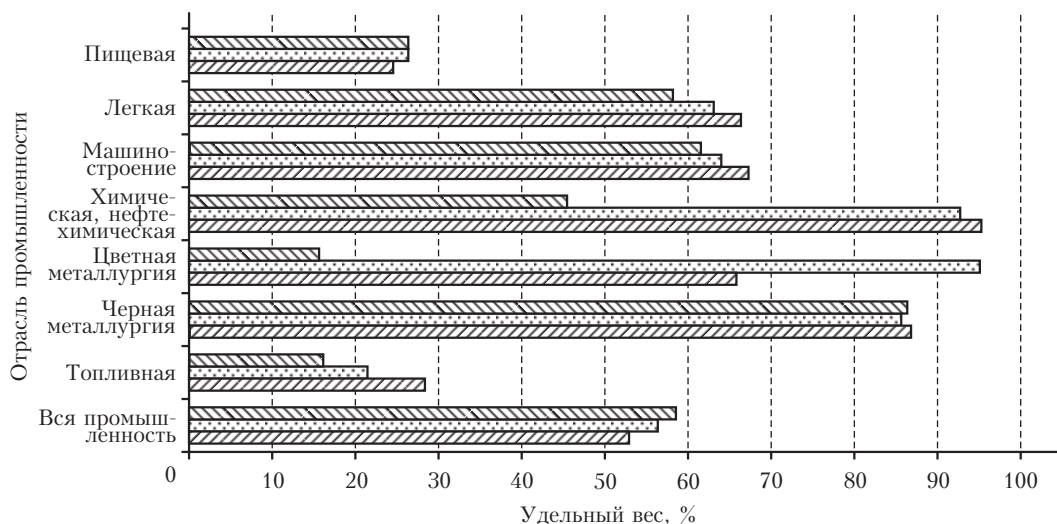


Рис. 1. Удельный вес предприятий-монополистов в общем объеме производства:

▨ — 1997; ▤ — 1998; ▩ — 1999

В отраженных на рис. 1 отраслях в целом наблюдается тенденция снижения уровня монополизации в 1999 г. по сравнению с 1997 г., происходящая, однако, медленными темпами. Доминирование отдельных предприятий черной металлургии, машиностроения, химической и нефтехимической промышленности объясняется политикой использования старых приоритетов общесоюзной специализации и концентрации производства.

Об уровне монополизации отечественной промышленности позволяет судить и уровень концентрации производства по отдельным отраслям (рис. 2). Наибольшим уровнем концентрации производства характеризуются следующие отрасли промышленности: цветная металлургия, черная металлургия, топливная промышлен-

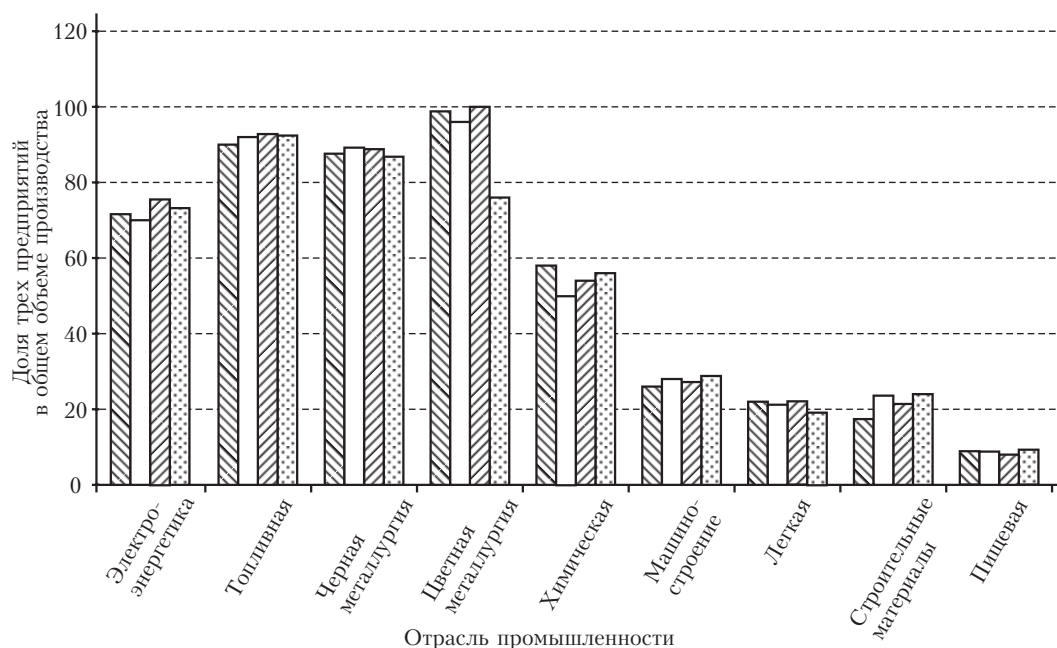


Рис. 2. Концентрация производства по отраслям промышленности

▨ — 1995; □ — 1997; ▨ — 1998; ▤ — 1999

ность, электроэнергетика. Доля трех ведущих предприятий этих отраслей составляет 95–100 % от общего объема промышленного производства. В отраслях с меньшей концентрацией производства наблюдаются тенденции ее увеличения. Тремя ведущими предприятиями здесь производится около 20 % общего объема продукции. Это объясняется снижением общих объемов производства в отрасли, обусловленным углублением экономического кризиса.

Высокий уровень монополизации связан с доминированием крупных промышленных предприятий над мелкими, дающими большую часть промышленного производства (табл. 2).

Таблица 2. Структура промышленного комплекса по численности работников [1]

Численность промышленно-производственного персонала на предприятии, чел.	Число предприятий	Объем продукции в ценах производителей	Среднесписочная численность промышленного персонала
Всего	100	100	100
В том числе:			
до 200	69,4	11,3	15,5
201–500	16,9	12,5	14,7
501–1000	6,5	12,6	12,6
1001 и более	7,2	63,6	57,2

В общем объеме промышленного производства наибольшую долю занимают предприятия с численностью производственного персонала от 1001 и более человек, несмотря на их незначительную долю в общем количестве предприятий. Положительной тенденцией является увеличение количества небольших и средних предприятий, а также их доли в общем объеме производства.

Происходят некоторые изменения и в отраслевой структуре производства по формам собственности (табл. 3).

Таблица 3. Отраслевая структура промышленного производства по формам собственности [1]

Форма собственности	Удельный вес в общем числе предприятий и производств, %		Изменение в 1999 г. по сравнению с 1995, п.п.	Удельный вес в общем объеме производства, %		Изменение в 1999 г. по сравнению с 1995, п.п.
	1995	1999		1995	1999	
Всего промышленность	100	100	–	100	100	–
В том числе по формам собственности:						
государственная	35,4	25,2	–10,2	70,3	53,9	–16,4
республиканская	21,1	16,9	–4,2	60,4	49,1	–11,3
коммунальная	14,3	11,3	–3,0	9,9	4,8	–5,1
негосударственная	64,6	71,8	7,2	29,7	46,1	16,4
Из нее:						
частная	1,4	4,0	2,6	0,2	0,9	0,7
коллективная	61,9	64,6	2,7	27,8	39,2	11,4

Несмотря на большую долю предприятий с государственной собственностью в общем объеме производства и в общем числе предприятий, произошло ее значительное снижение (на 16,4 и 10,2 п.п. соответственно) за период с 1995 по 1999 гг. В то же время все возрастающую роль играют предприятия с негосударственной формой собственности, в том числе и частные предприятия, доля которых в общем числе предприятий возросла на 2,6 п.п., а в общем объеме производства на 0,7 п.п. Кроме того, предприятия с государственной формой собственности и предприятия с коллективной формой собственности отличаются большими размерами, в то время как частные предприятия представляют собой небольшие предпринимательские структуры.

Анализ статистических данных позволил выделить некоторые особенности формирования конкурентной среды в условиях переходной экономики. К ним относятся: 1) ярко выраженное стремление к реализации имеющихся монопольных преимуществ в условиях снижающегося промышленного производства; 2) сохранение высокого уровня концентрации производства, обусловленного общесоюзной

специализацией и концентрацией производства; 3) выделение отраслей с более высоким уровнем конкурентной активности, что обусловлено наличием и появлением в них большего количества мелких и средних предприятий; 4) слабая дифференциация предприятий и фирм по формам собственности и доминирование субъектов хозяйствования с государственной и коллективной формами собственности; 5) появление и организация все большего количества предприятий с негосударственной формой собственности; 6) низкий уровень стратегических решений в товарной политике, являющийся причиной падения уровня производства; 7) слабость и неразвитость конкуренции, невозможность формирования эффективной конкурентной среды в рамках существующих институциональных норм.

Возрастание предпринимательской активности, возможное в условиях увеличения свободы предпринимательства, и, как следствие, предпринимательской ответственности преобразует конкурентное взаимодействие отечественных товаропроизводителей в более сложный процесс, сопряженный с необходимостью нахождения новых приоритетов, ориентированных на потребителя, достижения новых устойчивых конкурентных преимуществ.

Преобразование экономики возможно на пути повышения роли инноваций в обеспечении конкурентных преимуществ.

Выделенные М. Портером [2] конкурентные преимущества, не в полной мере отражающие смысл конкурентного поведения субъектов рынка, дополнены им же в работе “Конкуренция” [3], суть которой в выделении новой основы конкурентного преимущества, учитывающей различие между операционной эффективностью и стратегией. Операционная эффективность означает выполнение сходных видов деятельности лучше, чем это делают конкуренты, что выражается в увеличении производственной эффективности, снижении себестоимости выпускаемой продукции, увеличении производительности труда. Увеличение операционной эффективности позволяет достичь одного из видов конкурентного преимущества, однако она не обеспечивает его долговременной устойчивости. Новая технология, новый способ организации производства, внедрение нового товара могут быть скопированы конкурентами и быстро потерять свою актуальность. Идея конкурентной стратегии выражена в словах “быть непохожим”. Это означает продуманный выбор ряда видов деятельности, которые поддерживают друг друга и обеспечивают уникальную природу создаваемой ценности. Конкурентная стратегия предполагает создание уникальной позиции, базирующейся на “конкурентно-деятельном поведении” [4].

Для обеспечения конкурентно-деятельного поведения Т.П. Данько предлагает использовать концепцию маркетинга, включающую следующие аспекты: 1) активный, предусматривающий проникновение на рынок; 2) аналитический — понимание закономерностей и особенностей функционирования данного товарного рынка; 3) идеологический — образ мышления, оказывающий непосредственное влияние на поведение товаропроизводителя. “Позиционно-деятельное” поведение товаропроизводителей, следовательно, является основой для достижения конкурентного преимущества, но с точки зрения формирования конкурентной стратегии оно должно быть осуществимо в рамках креативного поведения, основой которого является инновация.

Конкурентное взаимодействие является условием развития рынка, однако развитие рынка неосуществимо в отрыве от инновационной деятельности его субъектов и происходит с точки зрения П. Диксона [5] как постоянный процесс “инновация-имитация”. Сегодня инновация-имитация признается М. Портером лишь как средство увеличения операционной эффективности, и, следовательно, ставит под сомнение возможность достижения конкурентного преимущества и его устойчивости. Понятию инновации как материализованного результата новой идеи, новой информации — реактивной инновации, можно противопоставить понятие инновации как открытия новых возможностей решения проблемы, современного креативного способа поведения — стратегической инновации, выступающей наряду с маркетингом условием достижения и удержания конкурентного преимущества.

Взаимосвязь и взаимовлияние маркетинга и стратегической инновации можно представить в виде схемы (рис. 3).

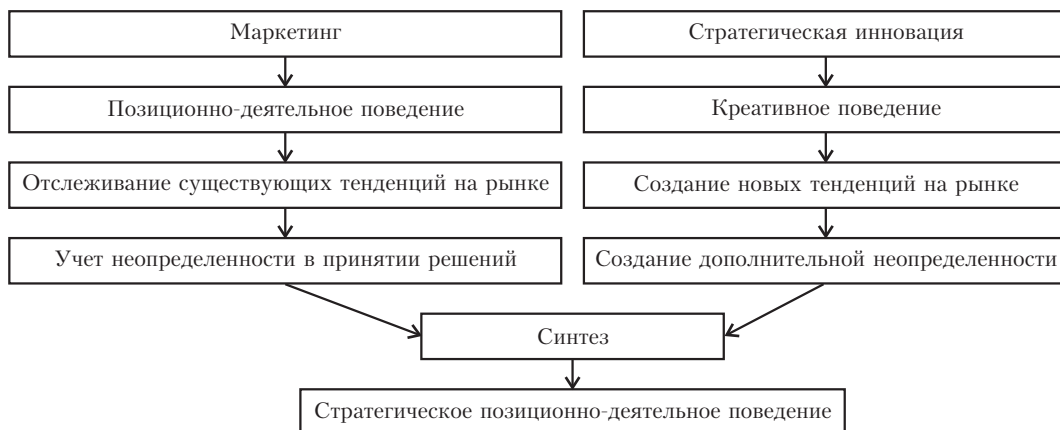


Рис. 3. Взаимосвязь маркетинга и инновации в обеспечении устойчивого конкурентного преимущества

Таким образом, возможно создание модели взаимодействия стратегической инновации и маркетинга с целью достижения устойчивого конкурентного преимущества по созданию и удержанию уникальной позиции на рынке.

Литература

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь. Мн., 1998, 1999, 2000.
2. Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ.; Под ред. и с пред. В.Д. Щетинина. М., 1993.
3. Портер Майкл Э. Конкуренция: Учеб. пособие / Пер. с англ. М., 2000.
4. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учеб. пособие. М., 1997.
5. Диксон Питер Р. Управление маркетингом / Пер. с англ. М., 1998.

Л.С. ВОСКРЕСЕНСКАЯ

ФОРМИРОВАНИЕ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Одним из важнейших направлений развития экономики любого государства является активизация инвестиционной деятельности. Актуальность данной проблемы для экономики Республики Беларусь обусловлена высокой степенью износа функционирующих основных средств (см. таблицу) [1, 8], что ведет к снижению качества выпускаемой продукции и препятствует выходу отечественных производителей на международный рынок.

Таблица. Степень износа основных средств в народном хозяйстве Республики Беларусь (по состоянию на начало года, %)

Степень износа основных средств	01.01.97 г.	01.01.98 г.	01.01.99 г.	01.01.2000 г.
Республика Беларусь	45,3	50,2	49,4	50,8

Решение проблемы активизации инвестиционной деятельности субъектов хозяйствования связано с аккумуляцией источников финансирования капитальных вложений. Одним из важнейших таких источников являются амортизационные отчисления. Для обеспечения развития оптимальной амортизационной политики, наиболее полно отвечающей внутренним потребностям экономики страны, необходи-