

Использование белорусскими производителями механизмов организации поставок и отбора подрядчиков в форме аукционных торгов позволит увеличить эффективность реализации инвестиционных проектов, повысить конкурентоспособность планируемой к выпуску продукции.

*Гил Кюн Сук, Республика Корея*

## **ЭКСПОРТНАЯ СТРАТЕГИЯ ЮЖНОКОРЕЙСКИХ КОМПАНИЙ**

Значительная роль в достижении экономических успехов Южной Кореи принадлежит торгово-промышленным группам (конгломератам), экспортную стратегию которых обеспечивают генеральные торговые компании (ГТК). Их создание было обусловлено стремлением правительства Южной Кореи к централизации экспортных операций в руках нескольких крупных фирм. Первоначальный рост корейского экспорта базировался на правительственных субсидиях, льготах в области финансирования, налогообложения и обмена валюты. По мере роста экспорта субсидирование со стороны правительства стало обременительным, возникли и нежелательные эффекты: большое количество мелких производителей-экспортеров, стремившихся получить экспортные льготы; неоправданная конкуренция национальных экспортеров на зарубежных рынках; зависимость от правительства. В результате правительство разработало концепцию «Создания генеральных торговых компаний», в соответствии с которой, ими должны были стать специализирующиеся на экспорте крупные по меркам мирового рынка экономические единицы, способные обеспечить конкурентоспособность, самодостаточность и независимость от правительства. Стратегическими целями ГТК стали: наращивание экспортного потенциала страны, повышение качества экспортной продукции, активизация деятельности в сфере маркетинга при освоении новых рынков, оперативный сбор информации и т.д.

Благодаря ТПГ и ГТК Южная Корея превратилась в своеобразную «страну-фабрику», которая ввозит из-за границы сырье и полуфабрикаты, превращает их в готовые изделия и отправляет на экспорт. Следствием этого стала чрезмерная зависимость Кореи от экспорта, и, соответственно, от конъюнктуры на мировых рынках, колебаний валютных курсов, изменений в таможенных нормах. Корейские фирмы видят два пути выхода из этой ситуации. Первый - наращивание высокотехнологических производств в области электроники, информатики и телекоммуникаций. В этих областях китайские производители пока не составляют серьезной конкуренции, но зато корейским компаниям приходится решать более сложную задачу проникновения на сложившийся рынок, уже давно занятый западными и японскими фирмами. Второй путь - это постепенный перенос технологически простых, но трудоемких производств в страны с дешевой рабочей силой - прежде всего в Малайзию, Вьетнам и Китай.

*Гиреева Н.В., БГЭУ (Минск)*

## **ПРОБЛЕМЫ ДИАГНОСТИКИ РАБОТЫ ФИЛИАЛОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

Для анализа состояния филиалов целесообразно использовать факторный анализ, который относится к наиболее эффективным методам сжатия данных и оценки состояния многомерного объекта управления. Главной целью его использования является