

тельности задолго до того, как определяются формы и структуры рынков завтрашнего дня. Она происходит в условиях глобализации мировой экономики, требуя от субъектов разработки новой конкурентной стратегии и новой роли руководителей высшего звена в ее определении (создании).

Эволюция конкуренции за будущее включает этапы, в течение которых изменяются цели рыночной конкуренции: за положение на рынке и рыночную долю, за определение миграционных потоков, за предвидение и интеллектуальное лидерство. Современные ведущие топ-менеджеры и маркетингологи утверждают, что разработчики экономической политики и стратеги корпораций должны обладать даром предвидения в связи с усилением роли не денег, а эмоциональной и интеллектуальной энергии служащих компаний. Они определяют конкуренцию как «гонку за создание производственных навыков», стратегию – как «процесс формирования конкурентных сил, непрерывных открытий и целенаправленного роста», а корпорацию – как «портфель компетенций и видов бизнеса».

Чтобы быть лидером компания должна возглавлять процесс отраслевых преобразований. Основным принципом ее деятельности в условиях обострения международной конкуренции является маркетинговый подход. Главными критериями эффективности деятельности высшего руководства компании стали стоимость компании, прибыль на инвестиционный капитал и величина доходов на каждого работника.

Компании конкурируют за: создание нового конкурентного пространства и новых форм конкурентных преимуществ; предвидение новых возможностей; создание ключевых компетенций, превышающих ресурсы отдельных подразделений; придание новых очертаний отрасли путем образования коалиций. Это свидетельствует о возникновении и развитии экстрарыночной, или внерыночной конкуренции, происходящей за пределами рынка. Ее признаками являются: преобладание неценовых параметров; масштабность, динамизм, острота, участие правительства в поддержке национальных экспортеров, появление новых эпицентров конкурентной борьбы; достижения в области менеджмента: создание управленческих структур, способных одновременно руководить работой нескольких производственных единиц, расположенных на значительных расстояниях друг от друга.

Важным фактором успеха или банкротства фирмы является степень обновления технологических процессов. В промышленно развитых странах источником технологических инноваций выступают государственные, частные и университетские научные лаборатории.

*Седич В.В., Шмулёв Г.А.
БГУ имени академика И.Г. Петровского (Брянск)*

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Международный менеджмент является особым видом менеджмента, главными целями выступают формирование, развитие и использование конкурентных преимуществ фирмы за счет возможностей ведения бизнеса в различных странах и соответствующего использования экономических, социальных, демографических, культурных и иных особенностей этих стран и межстранового взаимодействия.

Принципиально структура международного менеджмента схожа со структурой национального, и включает в себя проблемы, охватывающие пять основных сфер управления фирменным бизнесом: исследование, анализ и оценка внешней среды бизнеса и внутренней среды организации; процессы коммуникации и принятия решений (модели и методы); базовые функции управления; процедуры групповой динамики и руководства; вопросы эффективности деятельности фирмы.

Это структурное сходство ни в коем случае не должно заслонять того факта, что внутри каждой из структурно схожих частей категории имеют место важные различия с национальной моделью. Назовем лишь некоторые: масштабность и качественно иная информационная база; учет особенностей языковых барьеров, невербального общения; соотношение глобального и локального оптимумов в деятельности международной фирмы; учет управленческой культуры и национальных традиций и т.п.

К особенностям международного менеджмента также относятся целевая ориентация фирмы и задачи менеджмента.

Целевая ориентация сосредотачивается в таких основных направлениях:

- поиск и освоение новых рынков;
- поиск и использование эффективных ресурсов;
- использование возможностей, открывающихся для бизнеса в рамках междустрановой правовой среды;
- глубина вовлечения фирмы в международный бизнес.

В рамках данной целевой ориентации можно выделить следующие задачи определяющие специфику международного менеджмента: анализ внешней среды в интересах реализации конкурентных преимуществ фирмы; углубленный анализ и оценка культурного фона в каждой стране пребывания и использование его возможностей; оценка, выбор и практическое использование организационных форм, в рамках которых осуществляются зарубежные операции фирмы; формирование и развитие мультинационального коллектива фирмы и её подразделений в зарубежных странах; поиск, развитие и эффективное использование разнообразных возможностей международного бизнес-сервиса.

*Седун А.М., Жукович С.Я., Бутер А.П.
УО БГЭУ (Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ОБУЧЕНИЯ

Численность студентов в белорусских вузах за последние два десятилетия непрерывно возрастает. По результатам вступительных испытаний в 2006 г. на все формы обучения было принято 79,1 тыс. человек, в том числе 70,2 тыс. человек в вузы государственной формы собственности и 8,9 тыс. – в вузы негосударственной формы собственности. Количество студентов на 10 тыс. населения достигло средневропейского уровня.

Вместе с тем имеются случаи, когда выпускник вуза, несмотря на полученное образование, оказывается неподготовленным к требованиям, которые предъявляет ему работодатель и социальное окружение.

Вуз должен стремиться, в первую очередь, к формированию правильных индивидуальных структур знаний и на этой основе повышать уровень подготовки. Уровень знаний в значительной степени зависит от личных усилий и способностей обучаемых, в то время как структура знаний зависит от правильной организации учебного процесса, от индивидуализации обучения, от объективности контроля.