

- бюджетные средства, которые государство готово выделить для достижения поставленной цели;
- эффективность вложения общественных денег;
- ожидаемое воздействие на объем и структуру энергопотребления.

В течении последних трех лет белорусские предприятия реализовали большое количество мер по повышению энергоэффективности, включая модернизацию промышленного оборудования. Компании пищевой и машиностроительной отраслей проявили наибольшую активность в области инвестирования в повышение энергоэффективности. В большинстве случаев компании финансировали эти проекты за счет собственных средств.

Реализация мер по повышению энергоэффективности тесно связана со стратегией развития предприятия. Такие составляющие, как эксплуатационные затраты, производственные мощности и потребности в капитальных вложениях, являются ключевыми составляющими стратегического плана развития предприятия.

Дальнейший прогресс в повышении энергоэффективности белорусских промышленных предприятий зависит от реализации ряда мер: информативно-организационные, технические, финансовые.

Благодаря четкому пониманию руководства предприятия способов экономии энергии, повышения прибыли, привлечения внешнего финансирования, а также содействие реализации проектов по энергоэффективности предприятий смогут профинансировать и реализовать более перспективные планы по повышению энергоэффективности, позволяющей сократить энергозатраты как минимум на 20% в предстоящие один-три года.

Литература

1. Ганжа В. Л. Основы эффективного использования энергоресурсов : теория и практика энергосбережения / В. Л. Ганжа. – Минск : Белорус, наука, 2007. – 451 с. – ISBN 978-985-08-0810-3.
2. Проблемы управления – Энергосбережение и снижение энергоемкости продукции – важнейшие факторы устойчивого развития экономики. -2008. -№1(26).- С. 145.
3. Энергоэффективность – Энергоэффективность- новый ресурс для устойчивого развития. – 2009. -№ 8. – С. 20.

*С.В. Михолап, канд. техн. наук, доцент,
Институт «Кадры индустрии» (г. Минск)*

ВЛИЯНИЕ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В современных условиях мирового экономического кризиса, приоритетными задачами экономического развития Беларуси является целенаправленное развитие внешнеэкономической деятельности (ВЭД) и повышение конкурентоспособности товаров и услуг. Решение поставленных задач требует реализации обоснованных маркетинговых стратегий, как на уровне государства, так и на уровне отдельных субъектов хозяйствования – предприятий, организаций и фирм.

Структурообразующую основу экономики Республики Беларусь составляют крупные промышленные предприятия. Являясь монополистами в национальной экономике, большинство из них в финансовом, экономическом и организационном отношении не способны эффективно работать на мировых рынках. При выходе на зарубежные рынки они сталкиваются с рядом трудностей, которые оказывают существенное влияние на масштабы и эффективность их ВЭД. Одной из основных трудностей является недостаток финансовых средств, необходимых как для создания собственной товаропроводящей сети за рубежом, так и для продвижения товаров на мировых рынках.

Развитие внешней торговли определяется влиянием различных внешних и внутренних факторов, к которым следует отнести политико-правовые и экономические условия в отдельных регионах, состояние финансового и производственного потенциала участников ВЭД, степень развития товаропроводящих сетей и маркетинговых служб, а также степень воздействия мирового экономического кризиса на уровень конкуренции на внешних рынках и др.

Наиболее существенным фактором, оказавшим влияние на ВЭД белорусских субъектов хозяйствования, явился мировой финансовый кризис, разразившийся в середине 2008 года и продолжающийся по настоящее время. В результате, по республике отрицательное сальдо во внешней торговле имеет тенденцию к росту, а темп роста импорта, превышает темп роста экспорта. Все это оказывает влияние, как на конкурентоспособность предприятия, так и на конкурентоспособность страны.

Конкурентоспособность предприятия, выявляется в сравнении издержек на производство и реализацию, а конкурентоспособность отдельной страны, зависит от способности ее промышленности к использованию инновационного пути развития и проведению модернизации производства.

Открытость белорусской экономики неизбежность, поскольку емкость внутреннего рынка слишком мала для имеющегося уровня развития промышленности. Что касается других отраслей промышленности, то необходимо признать, что основой выживаемости сегодня является все еще более низкая цена на энергоносители по сравнению с остальными странами Европы. Именно этот фактор позволяет удерживаться на минимальном уровне конкурентоспособности большинства предприятий реализующих продукцию в странах дальнего зарубежья.

Существующий уровень конкурентоспособности отечественных товаров, к сожалению, не способствует широкому прорыву Беларуси на международные рынки, а в некоторых случаях и на рынки стран СНГ. Причины разные: недостаточно развитый научно-технический и технологический потенциал; отсутствие крупных инвестиционных ресурсов; непрофессиональная деятельность органов управления, а также руководителей отдельных субъектов хозяйствования в вопросах налаживания внешнеэкономических связей, в частности, связанных с использованием международного маркетинга во внешней торговле и др.

Наиболее эффективной стратегией интеграции Беларуси как страны-транзитёра в мировое хозяйство является сочетание структурной перестройки экономики с либерализацией внешнеэкономической деятельности и ее ориентацией на активный рост экспорта товаров и услуг. Только через развитие экспорта может быть достигнуто положительное сальдо торгового баланса, без сокращения импорта жизненно важных для республики товаров.

Для выполнения поставленной стратегии необходимо расширение функций и возможностей ВЭД, связанных с повышением конкурентоспособности выпускаемой субъектами хозяйствования продукции, за счет технологического перевооружения производства, расширением рынков продаж, приспособлением национальных экономических механизмов к современным требованиям. Следует отметить тот факт, что с 2000 г. товарооборот Республики Беларусь с зарубежьем постоянно растет, обеспечивая отрицательное сальдо в торговом балансе. В 2009 году значительно снизились экспортные возможности субъектов хозяйствования. По предварительным данным общий товарооборот уменьшился на 30 %. При этом основными партнерами остаются страны СНГ и, прежде всего, Российская Федерация. Совершенно очевидно, что необходима диверсификация внешней торговли и расширение рынков продаж.

Главным фактором отрицательного сальдо стал рост импорта сырьевых ресурсов практически по всем его позициям. При этом Беларусь не является активным импортером современного оборудования и технологий и, кроме того, для нее характерен низкий уровень прямых иностранных инвестиций. Следовательно, отрицательное сальдо торгового баланса свидетельствует о нерентабельности переработки сырьевых ресурсов и комплектующих в готовую продукцию в национальной экономике. Данная тенденция сохраняется уже на протяжении 17 лет и в ближайшей перспективе не изменится.

Одной из основных отраслей, формирующей экономический рост валового внутреннего продукта Республики Беларусь, является промышленность, в объеме которой организации Министерства промышленности (Минпром) занимают одно из ведущих мест (за 2008 год удельный вес министерства в объеме промышленной продукции республики занимал 18,3 %, в среднесписочной численности занятых в экономике республики – 5,9 %, в объеме экспорта товаров – 20,8 %). По технологической специализации организации Минпрома относятся к 12 основным подотраслям. Отсюда очевидно большое разнообразие экспортируемых товаров. Вместе с тем, организационная структура промышленного производства, в основе которой находятся валообразующие предприятия, определяет относительно немногочисленный перечень товарных групп, обеспечивающих до 80 % экспортных поставок.

Из продукции Минпрома наиболее востребованы и конкурентоспособны на рынках СНГ, ЕС и других странах дальнего зарубежья: трактора, металлокорд, карьерные самосвалы, грузовые автомобили, комплектующие и запасные части к автотракторной технике, строительная арматура, метизная продукция, интегральные микросхемы, оптические приборы, сварные трубы и др.

Анализ результатов внешнеэкономической деятельности подведомственных организаций Минпрома показывает рост объемов экспорта, товарооборота и положительного сальдо в 2001–2008 годах и значительное снижение экспорта в 2009 г.

Открытая экономика небольшой страны подвержена сильному влиянию внешних факторов. Кризисные явления в мировой экономике, связанные с перепроизводством, не обходят стороной и Республику Беларусь. Следствием динамично меняющейся конъюнктуры становится необходимость перераспределения региональных приоритетов в экспорте и изменения в его структуре доли тех или иных рынков.

Организации Минпрома в 2008 году осуществляли торговые отношения со 125 государствами мира. В региональной структуре экспорта преобладают поставки на внутренний рынок (37,5 %) и в Российскую Федерацию (37,5 %). В страны СНГ

(кроме РФ) поставлялось 8,8 % произведенной продукции, а в страны дальнего зарубежья – 16,2 %.

Крупнейшими партнерами внешнеэкономической деятельности являются Украина, Германия, Польша, Италия, Китай, Латвия, Казахстан, Литва, Чешская Республика и ряд других стран. За счет диверсификации зарубежных рынков организациями отрасли в 2008 г. был обеспечен значительный рост продаж в страны дальнего зарубежья, темп составил – 124,1% (в страны СНГ – 116,0%). Темпы роста экспорта в отдельные страны дальнего зарубежья составили: Венесуэла – 129%; Куба – 357%; Никарагуа – 272%; Египет – 213%; Ливан – 366%; Турция – 196%, страны ЕС – 125,4%.

Приоритет экспорта для экономики республики зачастую понимается как необходимость работы на внешних рынках всех без исключения субъектов хозяйствования. При этом избирается простейший метод управления: доведение прогнозных показателей и ответственности за их невыполнение. Результатом часто становится низкая эффективность хозяйственной деятельности. Главной задачей предприятия является достижение высокой рентабельности производства, и получение максимальной прибыли. Однако то, что доступно крупным предприятиям, не всегда является применимым небольшими и средними организациями. Наиболее эффективной формой деятельности и развития для них является консолидация усилий с другими организациями, торговыми посредниками и привлечение их средств в сферу производства и обращения продукции.

Вместе с тем, проблема конкурентоспособности для белорусских предприятий не теряет остроты. Сокращение издержек в производстве – по-прежнему актуальная задача. Через ее решение прямой путь к повышению роста эффективности в промышленности. Известно, что запас прочности для экстенсивного пути развития последней исчерпан, отставание с модернизацией и реструктуризацией производства может свести на нет попытку продвижения и закрепления на зарубежных рынках. Речь необходимо вести не просто о модернизации производства, а в первую очередь об инновационном пути развития, техническом и технологическом перевооружении производства.

Еще одним возможным решением может стать консолидация средств различных предприятий и финансовых структур при создании холдингов, или вхождением в уже существующие. Условием является изменение форм и методов управления, его децентрализация, передача властных полномочий сверху вниз.

Складывающаяся на мировых рынках неблагоприятная ситуация требует от организаций Минпрома не только удерживать завоеванные рынки продаж, но и работать над их диверсификацией, повышая конкурентоспособность отечественных товаров. Ставится задача за счет увеличения объемов экспортных поставок в натуральном выражении компенсировать потери в денежном выражении из-за неблагоприятной конъюнктуры на мировом рынке, при этом, прирост экспортных поставок обеспечить за счет ранее закрытых рынков: Азии, Америки, Африки и Австралии.

С целью выполнения поставленных задач организациями Минпрома были разработаны на 2009 год Стратегии продаж, которые предусматривают развитие действующих субъектов товаропроводящей сети и сервисных центров, а также создание новых совместных производств.

По состоянию на начало 2009 года товаропроводящая сеть организаций Минпрома включает 91 субъект хозяйствования с собственными инвестициями, в т.ч. 44 торговых дома, а также 29 сборочных производств и более 1200 дилеров.

Основными задачами, стоящими перед организациями отрасли в рамках реализации Стратегии продаж, являются повышение эффективности ВЭД, повышения качества и технического уровня экспортируемой продукции, рационализации импорта, сокращения удельных затрат на производство, совершенствование механизма продвижения товаров и сервиса. Для решения поставленных задач необходимо осуществить комплекс мероприятий по следующим направлениям:

- совершенствование экспортной инфраструктуры и диверсификация географической структуры экспорта;
- расширение производственной кооперации и организация сборочных производств за рубежом;
- освоение нового производства, в т.ч. товаров народного потребления. Следует осваивать смежные рыночные ниши, выходить на новые товарные рынки, расширяя номенклатуру производимой продукции и тем самым повышая экономическую эффективность производства и продаж;
- участие в выставках. Одним из важных элементов международного маркетинга и стимулирования продаж является расширение участия организаций Минпрома в международных зарубежных выставках, которое обеспечивает создание и поддержание имиджа Беларуси, позволяет сформировать спрос на отечественную продукцию и обеспечить поиск потенциальных партнеров;
- проведение маркетинговых исследований во взаимодействии с заграничными учреждениями Республики Беларусь с целью получения оперативной информации о конъюнктуре интересующих рынков;
- разработка стратегии создания отраслевого национального бренда как инструмента повышения неценовой конкурентоспособности и привлекательности белорусских товаров в условиях обострения международной конкуренции;
- участие белорусских предприятий в государственных программах стран СНГ;
- использование лизинга для поставки на внешний и внутренний рынки продукции (оборудования) подведомственных организаций Министерства промышленности;
- внедрение в практику экспортного кредитования и совершенствования механизмов страхования экспортных контрактов;
- обеспечение консигнационных поставок продукции.

С учетом сказанного выше можно сформулировать некоторые выводы.

Итоги внешней торговли за последние годы подтверждают неспособность применяемых инструментов сохранить положительную тенденцию в сбалансированности экспортно-импортной деятельности и иллюстрируют необходимость перехода от политики протекционизма и импортозамещения к более либеральной политике, отвечающей требованиям рыночной экономики.

В Республике Беларусь имеются негативные явления, обусловленные усилением зависимости экономики страны от энергетических ресурсов России. Поэтому, валютные поступления от экспорта должны быть направлены на проведение широкомасштабной перестройки экономики и технологического перевооружения предприятий.

В целях более энергичного стимулирования эффективности и конкурентоспособности экономики Республики Беларусь за счет активизации внешнеэкономического фактора представляется целесообразным обеспечить эквивалентный обмен товарами со всеми странами исходя из цен мировых рынков.

Жесткая конкуренция при превышении предложения над спросом обязывает производителя постоянно обновлять продукцию, придавая ей новые потребительские свойства. В условиях международной кооперации важнейшим фактором является обеспечение сроков и качества поставок. Ценовая конкуренция требует минимизации затрат на изготовление, обращение и эксплуатацию изделий. Особое внимание следует уделять сервисному гарантийному и послегарантийному обслуживанию техники.

Учитывая воздействие мирового финансового кризиса на мировую экономику и сложившуюся конъюнктуру внешних рынков для организаций Минпрома, целесообразно:

- увеличение объемов поставок белорусской продукции на внешний рынок производить за счет расширения ассортимента продукции для экспортных товаров (дополнив номенклатуру основных экспортеров БМЗ, МТЗ и МАЗ электроникой, бытовой техникой, оптикой, электротехникой, продукцией станкостроения);
- активизировать работу по привлечению в Беларусь иностранных инвесторов для создания совместных предприятий с мировыми лидерами и производству современной продукции.

М.В. Молохович, магистр экон. наук, УО «БГЭУ» (г. Минск)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ АГРАРНЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР

Конкурентоспособность является одной из ключевых категорий в рыночной системе хозяйствования, в ней концентрировано выражаются производственные, маркетинговые, научно-технические, организационно-управленческие, экономические и иные возможности не только отдельного предприятия, региона, но и экономики страны, которые реализуются в товарах и услугах, конкурирующих как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Конкурентоспособность выступает экономической характеристикой, определяющей рыночный механизм воздействия на производителей товаров и услуг, заставляя их повышать производительность и эффективность производственно-сбытовой деятельности под угрозой вытеснения с конкретного целевого рынка. Она является решающим фактором достижения коммерческого успеха бизнеса. В связи с чем, повышение конкурентоспособности и завоевание конкурентных преимуществ является одной из основных задач стратегического управления каждого хозяйствующего субъекта, в том числе и аграрных корпоративных структур, поскольку именно это обеспечит им как надежный источник получения прибыли, так и хозяйственную устойчивость в долгосрочной перспективе.

При рассмотрении конкурентоспособности корпоративного агропромышленного формирования необходимо исходить из того, что оно является системой более сложной, чем единичное предприятие аграрного сектора экономики, поскольку объединяет ресурсный потенциал и проблемы нескольких входящих в его состав субъектов, но в тоже время близко примыкает к данным организациям в силу схожести подходов к обеспечению конкурентоспособности. То есть в корпоративных объединениях конкурентоспособность имеет элементы агрегированного характера и складывается из конкурентоспособности предприятий-участников и ее прироста, обеспечиваемого синергетическим эффектом взаимодействия.