

# «Новая экономика» – новый маркетинг?

Наталья  
ЯКУБОВСКАЯ

В наше время становится понятным, что мир действительно вступил в новую эру, в которой доминирующим фактором является глобализация.

Термин «новая экономика» в значительной мере связан с распространением интернета. Он возник в середине 1990-х, когда на рынок вышли первые интернет-компании (Yahoo!, AOL, Amazon.com). К концу века в США при помощи информационных технологий производилось более трех четвертей добавленной стоимости, создаваемой в промышленности, а американские производители контролировали 40% всемирного коммуникационного рынка, около 75% оборота информационных услуг и четыре пятых рынка программных продуктов.

## С ПРИСТАВКОЙ «ИНТЕРНЕТ»...

Современный этап, соединивший технологии интернета с транснациональным капиталом, начался с прихода в пространство «новой» экономики таких компаний, как «Дженерал электрик», «Дженерал моторс», «Форд», «Интел» и др. Транснациональные компании, с одной стороны, используют электронный рынок как дополнительный сектор сбыта и привлечения клиентов, а с другой – модернизируют свою инфраструктуру коренным образом за счет web-технологий.

Буквально за пять-шесть последних лет все основные экономические виды деятельности были освоены Сетью и появились интернет-коммерция, интернет-реклама, интернет-банкинг и т.д.

Интернет-торговля включает в себя два больших сегмента: торговлю одной компании с другой по системе, названной B2B («бизнес-бизнесу»), и розничную торговлю B2C («бизнес-потребителю»). Крупнейшие корпорации мира включаются в B2B-коммерцию. В розничной торговле быстро растут число и объемы продаж ин-

тернет-магазинов. Число посетителей виртуальных магазинов растет на 37% в год, но это в основном частные лица и мелкие фирмы. Важно заметить, что электронная розничная торговля усиливает конкуренцию и потому очень выгодна потребителю. Все эти товары в Сети гораздо дешевле, поскольку можно экономить на помещениях, торговом оборудовании и транзакционных издержках. Кроме того, интернет создает и невероятные возможности по продаже услуг.

Что касается интернет-бирж, то в техническом отношении электронная биржа представляет собой централизованную компьютерную систему, в которой производятся двусторонние котировки контрактов на поставку основных видов продукции, в результате чего формируются объективно обусловленные уровни цен и материально-финансовые потоки. Такая электронная биржа должна предусматривать торговлю и фьючерсными контрактами, что дает возможность обеспечить сбалансированное устойчивое развитие и на перспективу. В настоящее время на то-

варных рынках интернета бурно развивается простейшая разновидность биржи – аукционная торговля.

Интернет-банкинг становится одной из наиболее перспективных форм банковской деятельности. Его основное преимущество заключается в скорости и дешевизне обслуживания. Себестоимость банковских услуг в интернете снижается по сравнению с традиционным обслуживанием в 8-10 раз. Беларусь, как и другие страны постсоветского пространства, стоит перед необходимостью качественных преобразований в экономике. Для определения достойного места Республики Беларусь в мирохозяйственных связях необходимо более подробно рассмотреть тенденции, формирующие развитие «новой экономики», и наметить направления встраивания в этот информационно-инновационный поток.

Главные направления поддержки и стимулирования технологий «новой экономики».

1. Определить направления государственной поддержки и стимулирования в области высоких технологий, предпринять усилия по созданию технополисов, технопарков и конкретных производств.

2. Обеспечить финансовые, правовые и другие условия для быстрого развития инфраструктуры интернет-экономики, а именно, интернет-бирж, банков, маркетинга, магазинов и т.д.

3. Поддержать эффективную систему образования с целью формирования собственной творческой и управленческой элиты нового поколения, способной генерировать знания и продвигать развитие новых технологий, обеспечить участие страны в секторе высоких технологий на мировом рынке.

4. Создать условия для привлечения отечественных и иностранных инвесторов в сферу наукоемких производств и участия национальных предпринимательских структур в международных альянсах и транснациональных компаниях в области web-технологий.

### **ИГРА – СТРОГО ПО ПРАВИЛАМ!**

На современном этапе наблюдается процесс интеграции и глобализации мировой экономики. С одной стороны, эти процессы открыли новые ниши, которыми могут пользоваться малые и средние предприятия различных стран, в т.ч. и развивающихся. Но с другой – глобализация и интеграция экономики породили новую конкурентную среду, в результате чего от фирм требуется новая стратегия для поддержания своей конкурентоспособности. В данном случае малые и средние предприятия должны иметь доступ к клю-

чевым ресурсам: финансовым средствам, технологиям и управленческим навыкам. Именно транснациональные корпорации (ТНК) являются важным каналом получения этих ресурсов. За счет ТНК происходит привлечение прямых иностранных инвестиций, которые, в свою очередь, открывают путь к более быстрому созданию конкурентоспособных производств, что и является главным условием к дальнейшей интеграции национальной экономики.

Для нашей страны, как и для других стран с переходной экономикой, важно определить, в каких областях и отраслях страна обладает сравнительными преимуществами. А затем следует привлекать ТНК, способные оказать содействие в развитие этих областей и секторов.

В прямых иностранных инвестициях нуждается ряд экспортноориентированных отраслей промышленности страны (машиностроение и металлообработка, химическая и нефтехимическая и др.). Это видно по состоянию активной части основных фондов, которые изнашиваются в отдельных отраслях промышленности до 82%. Такой износ связан с потерей традиционных рынков сбыта, с ухудшением финансового состояния отраслей промышленности, а также со снижением общей конкурентоспособности белорусской продукции. Все эти проблемы можно решить посредством проникновения белорусского капитала через ТНК на рынки стран Балтии и Европы. Таким образом, можно увидеть, что благодаря привлечению ТНК предоставляется возможным завоевать либо вернуть те или иные рынки сбыта, нарастить экспорт.

Известно, что на сегодня источниками прямых иностранных инвестиций и заказчиками комплектующих являются США, Япония, Великобритания, Германия, Швейцария, Франция. Призывать эти страны к сотрудничеству необходимо, однако сотрудничество должно строиться на определенных правилах, без выполнения которых нельзя рассчитывать на приток иностранных денежных средств в национальную экономику.

Для того чтобы заинтересовать иностранные ТНК во вложении средств в белорусскую экономику, необходимо выполнить следующие условия: ликвидировать политические риски через членство в Совете Европы и нормализацию отношений с ЕС и США; получить статус страны с рыночной экономикой; вступить в ВТО; войти в еврозону свободой торговли (EFTA). Кроме того, необходимо осуществить:

- принятие понятных ТНК стандартов бухучета, аудита и норм защиты прав собственности;

- допуск на внутренний рынок иностранных банков, страховых или инвестиционных компаний. (Поскольку в результате деятельности ТНК на территории Беларуси может оказаться недостаточно финансовых ресурсов для ее развития, надо либерализовать капитальный счет платежного баланса, убрать препятствия для покупки иностранцами белорусских активов.)

У Беларуси есть лишь одна возможность существенно повысить уровень жизни своих граждан – либерализовать экономику и, открыв ее, включиться в процесс глобализации. В этом случае можно рассчитывать на новые технологии и инвестиции, которые сейчас осуществляются ТНК. Без участия капитала ТНК модернизация основных фондов в размерах, необходимых для повышения уровня жизни, невозможна.

### ДВИГАТЕЛИ ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИИ

Для современной мировой экономики характерен стремительный процесс транснационализации, в котором «двигателями» выступают ТНК.

В сложившейся ситуации считается, что страна, противодействующая процессам глобализации экономики, останется на обочине цивилизации. Беларусь в настоящее время противодействует этим процессам, не учитывая значимости раскрытия белорусской экономики и ее транснационализации.

Прямые иностранные инвестиции в создание собственной заграничной сети должны стать главной формой интернационализации деловой активности предприятий Беларуси.

Белорусским предприятиям необходимо создавать производственные заграничные филиалы и дочерние компании либо в виде сборочных предприятий, либо предприятий с полным производственным циклом. Но прежде всего предприятия должны предпочитать использование наименее рискованных форм, не требующих значительного переноса ресурсов на зарубежные рынки, и лишь затем переходить ко все более рискованным.

Для белорусских фирм предпочтительной является организация именно сборочных предприятий, осуществляющих сборку машин и оборудования из поставляемых частей, узлов и деталей с предприятий основной компании и продажу их иностранным покупателям через местных посредников.

Сборочные предприятия должны создаваться в основном в автомобильной промышленности, производстве тракторов, велосипедов, электробытовых приборов, радиоаппаратуры, сельскохозяйственного

оборудования. Заграничные сборочные предприятия будут удобным средством для организации сбытовой сети и технического обслуживания машин и оборудования в странах-импортерах. Используя их как базу, белорусские ТНК получают возможность не только продавать в данной стране собираемые машины и оборудование, налаживать техническое обслуживание, но и изучать особенности и потребности местных рынков в других видах машиностроительной продукции, устанавливать более тесные контакты с фирмами-импортерами и т.д.

Первоначально белорусским предприятиям следует избегать капиталоемких операций и достаточно ограничено проводить чисто стратегические инвестиции по завоеванию доли рынка. Это следует из того, что при небольшом международном опыте предприятия располагают меньшими знаниями о рисках, издержках и возможных доходах при интернационализации. Кроме того, ограниченные фонды требуют короткого срока окупаемости инвестиций, и поэтому белорусским ТНК необходимо работать в тесном контакте с местными фирмами и открывать свои небольшие представительства. Они также могут участвовать в совместных проектах, особенно если существуют хорошие партнеры и риски являются незначительными.

Необходимо отметить тот факт, что порядок выхода на различные рынки должен определяться их близостью к внутреннему рынку производителя, т.е. величиной культурных отличий, различиями в методах работы на рынке, физической удаленностью и т.д. С увеличением коммерческого опыта и, следовательно, лучшим пониманием зарубежного рынка белорусские компании должны организовать производство в странах, абсолютно не похожих на ее собственную, и должны быть готовы все больше инвестировать за рубежом.

Таким образом, белорусские предприятия должны пройти путь от фирм, ориентированных на локальный рынок, к глобальным компаниям. Становление и развитие отечественных транснациональных корпораций позволит конкурентоспособным и перспективным в своем развитии предприятиям направлять усилия на постоянное и неуклонное расширение экспорта продукции.

Создание собственных белорусских ТНК позволит в определенной степени защитить национальные экономические интересы, будет содействовать дальнейшему развитию хозяйственных структур, интернационализации их производства и капитала, интеграции Беларуси в мировую экономику, ее участию в глобальных трансформационных процессах.

## ЧИСТО МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЙНЫ

Во всем мире к глобализации существует весьма неоднозначное отношение, но ясно одно – глобализация оказывает большое влияние на экономику всех стран, носящее многоаспектный характер. Глобализация содержит как позитивные, так и негативные аспекты. Ее позитивное влияние связано с эффектом конкуренции, а негативное – с потенциальными конфликтами, которыми она чревата. Глобализация вызвала обострение международной конкуренции. В качестве средств в конкурентной борьбе для улучшения своих позиций на рынке компании используют качество изделий, цену, сервисное обслуживание, ассортимент, условия поставок и платежей, информацию через рекламу. Конкуренция – соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Все это в конечном счете отражается на эффективности производства, производительности труда и конкурентоспособности.

Среди факторов, сдерживающих повышение конкурентоспособности, необходимо назвать изношенность производственных фондов, устаревшие технологии, низкий уровень менеджмента, высокую налоговую нагрузку, отсутствие конкурентной среды, несовершенство нормативно-правовой базы.

В настоящее время экономика Республики Беларусь заняла стартовые позиции на качественный подъем по обеспечению экономического роста конкурентоспособности. Немаловажную роль в этом прогрессе играют ее внешнеэкономическая деятельность и участие в международном разделении труда. В настоящее время внешнеторговая квота республики, которая по методике Всемирного банка определяется отношением экспорта плюс импорта к ВВП по паритету покупательной способности, составляет более 32%. Это примерно на уровне таких стран, как Польша (27%), Италия (38%), Испания (36%), Греция (28%). Торгово-экономические связи Беларусь осуществляет более чем со 150 странами мира. Однако на современном этапе экспорт национальных товаров не может развиваться за счет расширения географии поставок на мировой рынок. Дальнейшее его наращивание выдвигает на первый план использование интенсивных факторов, которые базируются на повышении конкурентоспособности национального производства.

В классической экономике конкуренцию принято разделять на ценовую и неценовую. В современ-

ном мире ценовая конкуренция утратила значение в пользу неценовых методов конкурентной борьбы, т.к. «война цен» в открытой форме возможна только до того момента, пока фирма не исчерпает резервы снижения себестоимости товара. В целом, конкуренция в открытой форме приводит к снижению нормы прибыли, ухудшению финансового состояния фирм и, как следствие, к разорениям. Что касается неценовой борьбы, то тут делается ставка на товар более надежный, высокого качества. К числу неценовых методов относятся все маркетинговые методы управления фирмой.

Так какие же конкретные методы следует применить для повышения конкурентоспособности белорусским производителям?

Во-первых, необходимо создать сравнительную базу данных мировых цен на основные товары и услуги мирового рынка и проводить постоянный мониторинг конъюнктуры цен.

Во-вторых, шире использовать неценовые методы конкурентной борьбы: повышение качества товаров, послепродажное обслуживание, продление сроков гарантии, рекламу и т.д.

В-третьих, привлекать инвестиции для модернизации технологий и снижения энергоемкости и материалоемкости производства экспортной продукции, ресурсосберегающих технологий с целью резкого повышения производительности труда, экономии основных факторов производства и снижения цены продукции.

В-четвертых, повсеместно внедрять научную организацию труда на предприятиях, производящих экспортную продукцию, отвечающую современным условиям техники безопасности, дизайну и международным стандартам.

Повышение конкурентоспособности – достаточно сложный процесс и требует от всех субъектов хозяйствования неординарных решений, т.к. мировой рынок по характеру и уровню развития конкуренции значительно сложнее национальных рынков. Государственным органам управления и хозяйствующим субъектам следует сосредоточить свое внимание на трех основных направлениях: во-первых, на использовании внутренних факторов повышения конкурентных преимуществ по цене и качеству; во-вторых, на применении основных принципов международного маркетинга; в-третьих, на обеспечении государственного протекционизма в области стимулирования и реализации продукции.