

**Аналитический центр
«Стратегия»**



**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ
ПАРАМЕТРОВ БЕЛОРУССКОГО
БИЗНЕСА¹**

**г. Минск
2015 г.**

¹ Дискуссионный материал, подготовленный группой экспертов под руководством Председателя Аналитического центра «Стратегия» Леонида Заико.

Содержание

- 1.0. Введение. Инсайд и аутсайд белорусской конкурентности
- 2.0. Эволюция экономики: факторные парадигмы
- 3.0. Конкуренция в рыночных системах. Кризисные феномены Беларуси
- 4.0. Стратегия бизнеса и общества: логика и синергия

1.0. Введение. Инсайд и аутсайд белорусской конкурентности

Конкурентны ли мы персонально? Может ли считаться вся страна высоко конкурентной, как в региональном, так и в глобальном масштабе? Что можем и не можем делать мы? Как сформировать особый драйв в экономике и обществе?

И с чего начать? Или не начинать вовсе? Сейчас стало гораздо легче идентифицировать ситуацию и определить вызовы времени. Есть «Национальная платформа бизнеса Беларуси – 2015» Ее название, основная идея – «Структурная модернизация бизнеса и власти». Этот документ дает картину экономики, положение бизнеса и ближайшие задачи его развития.

Но это общий подход. Нам важно понять, что может сделать предприниматель в новых условиях, когда кризис стал полным, всеобъемлющим. Что за сдвиг нужен в преодолении нынешних проблем?

Попробуем разобраться в этих сложных вопросах.

Часто с нами происходят курьезные вещи. Особенно часто это случается на уровне общества, ценностей, представлений о самих себе. Что касается Беларуси, то характерной особенностью последних лет является заведомо завышенная оценка самих себя и своих достижений в области общественного прогресса и экономики, в частности.

В определенной степени это связано с особенностями взаимодействия элит общества, когда снижается до нулевой отметки политическая и социальная конкуренция, когда общество прячет проблемы собственного развития. Это происходит с нами на протяжении последних 20 лет, сформировало застойные явления в социальной, политической сферах. К сожалению, последствия сказались и на сфере экономической.

Даже, если вспомнить Гегеля, то следует признать, что противоречия двигают развитие общества. Так и есть, независимо, общество демократическое, или монархическое. Застой присущ и демократиям, которые часто называют это конъюнктурным процветанием.

Глобальное и общество и глобальная экономика сейчас формируются быстрее национальных экономик и социумов. Если элиты этого не понимают, они обрекают свои страны на отставание, под каким бы флагом не произносилось. Самый непродуктивный

стереотип, который навязали аутсайдерам – «устойчивое развитие». Консервация старого общества, безликих элит, медленное проползание на историческим коридорам и есть философия аутизма. Новейшего проявления политики системных тупиков.

Системный подход к обществу, как целостности дает основания считать, что политическая сфера, экономическая материя и сам социум находятся в общей системе позиционирования. Конечно, если экономическая, социальная, политические свободы развиты достаточно сильно, то балансы между сферами достигаются весьма быстро и эффективно. Это общее правило, скорее оно затрагивает равновесность самой общественной системы.

Но в трансформационных обществах такого равновесия и быть не может. С начала 90-х годов шла ломка общественных отношений, переформатировались ценностные ориентации. Это был интересный эксперимент по реструктуризации основных механизмов жизни ряда стран.

Беларусь точно так же, как и страны СНГ, восточно-европейские государства оказалась перед выбором. Быстро или медленно? Сохранять, но что? Какие институты общества следовало бы убрать? Какие формы общественной, экономической жизни нужно создать?

В этой плоскости возникает вопрос, а какова была и есть субстанция процессов? Они сразу стали понятны и нужны миллионам людей? Что привносилось, а что уносилось? Ответы на эти системные вопросы будут постоянно возникать не только сейчас, но и дальней перспективе.

Дело в том, что в нашем социализме не было «конкуренции», как теоретической парадигмы. Эти термины «прикреплялись» только к капитализму, к тому, что называлось и классифицировалось, как эксплуататорское общество.

Этимологическому значению слова «конкуренция», поскольку латинское **«concurro»**, лежащее в основе этого понятия, можно перевести как «сбегаюсь», «сталкиваюсь». Где происходит это столкновение - легко догадаться: как раз в том месте, где лежат деньги. То есть - вокруг клиента, потребителя, покупателя, имеющего возможность делать выбор и покупать там и то, где и что ему по каким-то причинам больше нравится.

Более того, за попытки внести в теории принципы конкуренции следовали окрики и наказания. Это считалось вражеской пропагандой. Миллионы радиоточек, телевизоров в стране вещали одно и то же. Конкуренция – это зло, западное, империалистическое. Люди вынуждены в конкуренции терять здоровье, жизнь. Конкуренция – это орудие эксплуатации человека в классовом обществе.

Примеров разрушительной конкуренции в странах, даже уже не «дикого капитализма» было предостаточно. Уничтожение соперника в торговле, нефтедобыче, убийства конкурентов – эти образы проникли с фундаментальной точностью в сознание советских людей.

Именно по этой причине мы не могли сформировать не только позитивное, но даже нейтральное отношение к феномену конкуренции в 90-х годах. Да и сейчас, едва ли,

продвинулись объективно вперед. Работают стереотипы, формируются новые мифы и негативные образы общества и экономики, построенные на сопоставлении, различии, что обычно и лежит в поле конкурентного взаимодействия.

Что следует из этого общественного феномена?

Во-1-х, конкуренция есть всеобщая форма движения и развития социальной материи. Она не только дикий феномен природы, когда львы рвут на части антилоп. Конкуренция – это способ поддержания определенного уровня здоровья общества. Почему здоровья? Прежде всего, социальное здоровье, социальный оптимизм и энергетика связаны с неравенством позиций людей, с их свойствами развиваться. Темп и качество такого социального движения задается именно конкуренцией.

Когда отсутствует конкурс на лучшего инженера, а есть дюжина конкурсов на «Мисс», то деформация общественных ценностей налицо. Что нам важнее выявить физиономию и ноги, или увидеть в собственном населении самые перспективные и образованные личности? Ответ не будет простым. Серая масса предпочтет ноги. Светлая – головы и интеллект. Но однозначно – ниже общественное сознание, тем заметнее сияние глупостей.

Во-2-х, конкуренция в сфере принятия решений важна приоритетно. Прежде всего – на уровне глав государств. Кого и как избирают? Насколько существуют возможности правильного выбора? Не мешает ли манипулирование со стороны тех, кто раньше оказался в центрах принятия решений. По этой причине политическая конкуренция – гарант социального здоровья, исходный принцип развития конкуренции в других сферах. И особенно – в экономической.

Экономическая конкуренция не может развиваться как-то отдельно, сепарированно. Это неестественно. Группы политиков, контролирующие принятие решений, точно также покроют своим воздействием экономические институты, группы собственников. Очень быстро в реальной практике это получило название «крышевание».

И это – инсайд контра-конкуренции. Такие общественные группы, политические структуры, включая движения, партии отрицают свободную конкуренцию. Они по существу формируют общество «сговора», механизмы присвоения собственности и благ вне свободного социального и экономического выбора.

В-3-х, белорусский бизнес (и не только он, в соседних странах еще «похлеще») не может быть сейчас в условиях справедливой и равной конкурентной ситуации. Нет конкуренции, если сравнивать формы собственности ассоциированной, частной, государственной. И такого равенства не может быть по определению. Страна находится в поле доминирования групповых интересов. Политические элиты пока наслаждаются властью, не неся особой ответственности перед обществом. А тем более, перед предпринимателями.

В-4-х, как это ни парадоксально, сейчас в Беларусь конкуренция заносится извне. Можно говорить о преимущественно импортном характере конкурентности. Это относится к

постановке вопросов о равных и частных выборах, о правах человека. Такая гуманитарная форма импорта принципов конкурентности не подходит для монархической системы, в которой мы живем.

А, что экономическая сфера? Она свободнее, проще в развитии принципов конкуренции? Утвердительно ответить на данный вопрос не удастся. Представляется дело таким образом, что в сфере экономической материи дисконкурентность еще остается доминирующим фактором всей производственной, торговой, финансовой деятельности. Да и слишком было бы просто представить «небывалые экономические свободы» при социальной и политической ограниченности.

Предприниматели пока не могут рассчитывать на справедливую конкуренцию. Более того, они свыклись, а многим это стало необычайно выгодно и удобно, с лоббизмом в разных формах. Есть конкуренция лоббистских групп.

Скажем, директора крупных предприятий, а это 70-80 человек между собой не конкурируют. Поле разное – один тракторы, другой нефть. Но развит лоббизм своего сегмента рынка. Как это не парадоксально, но у нас монополистический постсоциализм, или квазирыночный недокапитализм.

Сами предпринимательские союзы исключены из макро лоббистского процесса. Они не «дотягиваются» до чиновничьего класса. Пока предпринимательские лидеры малочисленны и не столь широко известны в обществе. Есть разновидность «номенклатурного бизнеса», который не конкурентен с точки зрения рынка. Такой бизнес паразитирует на льготах, государственных заказах, распиле бюджетных денег. Особенно от этого страдает российское общество. С другой стороны, и у нас набирают обороты такого типа квазибизнес. Но он абсолютно не нужен ни обществу, ни эффективной экономике.

Конечно, на этом перечисление инсайда конкурентности в белорусском выражении не заканчивается. Но, будучи малой открытой экономикой Беларусь доминантно зависит от внешних рынков. Практически весь импорт энергетического сырья идет из России, на продаже нефтепродуктов страна получала до 40% и выше от всех валютных поступлений.

Особенностью Беларуси является практическая сбалансированность по экспорту между векторами Востока и Запада, по 30-35% каждого направления. Естественно, страна зависит от конкурентности собственных предприятий. При этом не столько важно, частные это или государственные предприятия.

Пока ситуация, до начала 2000 года и чуть позже была достаточно сбалансированной. Используя ресурсы России можно было недорого продавать переработанную российскую нефть в Европу. В основном в оффшоры. Этот бизнес был персонифицированным и далеко не открытым. Но в те времена доходы и расходы можно было сбалансировать.

Вместе с тем, за последние 12-10 лет ситуация стала меняться. Страна перестала

жить на собственные доходы. Получалось так, что достигнув показателей 350-400 долларов заработной платы дальше собственных денег не хватало под расширяющееся потребление. Власти стимулировали доходы, одновременно влезая во внешние займы.

Какая конкурентность, если сейчас в 2015 году уровень задолженности на каждого белоруса стал составлять 4000 долларов. В агрегированном виде этот долг вырос как снежный ком, слишком быстро. Кредиты брали и предприятия, торговые сети, банки, что было крайне неэффективно.

Долги сконцентрировались таким образом, что 1/3 всех заимствований были правительственными, государственными, как принято считать. 2/3 – это свыше 26 млрд. долларов кредитов набрано субъектами экономики. В числе таких «субъектов» есть и квазичастные предприятия, которые являются странно государственными. Классификация форм собственности в стране нуждается в хорошем прореживании, избавлении от иллюзий социалистического мирозерцания.

Если страна не может сбалансировать доходы и расходы, влезает в долги, а потом будет расплачиваться своим фамильным серебром, то какова стратегия конкурентности? Да, нет ее и быть не может. Мозги не те, решения наивны, и патернализма с безработицей в 0.4% может вызывать уже не усмешку, а горькое сожаление.

2015 год – классический кризис. Все подтверждается внешними глобальными и региональными рынками. Главный товар – нефть стала «катастрофически» дешеветь. Хотя, впрочем, все наоборот – именно снижение цен на нефть стимулирует экономическую активность во всемирной экономике. Кризис – есть снижение цен. Практически всех. Когда дешевеет нефть, снижаются издержки, симметрично снижаются массово цены. Это стимулирует сначала - потребление, а затем и производство новых товаров.

Фазовое состояние макроэкономики – **кризис**. Параметры с начала года осторожные, всего - 0.6% ВВП. Но за этим скрывается внутренняя драма, особенно бизнеса, которые платил за проведенную девальвацию обесценением своего оборотного капитала на 50%. Население также потеряло свои сбережения в белорусских рублях. Скажем было в долларовом эквиваленте сбережений на 10 000 долларов. Стало 6666. Сумма изъятий – 1/3.

Такие сдвиги сказались на внешних покупках и продажах. После введения искажений в экономику экспорт товаров и услуг составил всего 77.3% от уровня прошлого года. Проще говоря - 22.7%. это означает, что внешняя экономика стала фактором развития следующей фазы кризиса. Пошли вниз доходы с 600 до 400 долларов, хотя статистика показала всего лишь 2.1% падения реальных доходов населения. Тема для занимательных упражнений в математической экономике.

Ситуация, развивающаяся во внешней торговле, складывалась при резком снижении цен. Средние цены экспорта снизились на 28.1%. А товарная массы экспорта выросла на 4.5%.

Представляете, гнали продукцию, не приходя в сознание. Цены упали почти на треть, а мы выталкиваем...

Естественно, что на этом фоне сформировалась проблема возврата денег. Слишком поздно. И о чем думали трейдеры, особенно государственных крупных предприятий. Их конкурентоспособность вызывает массу вопросов. И ответы на них – впереди.

Кризисные процессы были и есть. Они признак любой денежной, рыночной экономики. Независимо от стран и континентов. Но при этом не надо нам забывать и о том, что страны мирового сообщества неравны. И никогда не будут равными. Энергетика жизни, будь то пассионарность, или мутантная устойчивость не дана всем нам в равной степени. И эти различия прямо формируют конкурентные способности разных стран.

Введем понятие «драйва», как энергетики преобразований, экономической и технической активности, не просто склонности, а доминирования изменений. Когда оказались неэффективными многие проекты реформ, особенно на постсоветском пространстве, то объяснения сводились к техническим ошибкам. Не та монетарная политика, не те режимы бюджетных ограничений... И прочее...

Но главное, на мой взгляд – отсутствие энергетики действий. Сопровождалось это и неуверенностью именно рекомендованных действий. Как видим, Китай не выполнял никаких предписаний, никаких умных, и прочих международных организаций. Но именно по этой причине и стал развиваться быстрее, чем этого хотели бы сторонники теорий «устойчивого развития». Они (китайцы) были и есть динамические субъекты, со своим особым драйвом. И формально копировать их реформы смысла нет. Переинсталлировать китайский драйв даже «великим камнем» под Минском не удастся.

Что же внутри нас? Какой драйв, какой инсайд? Это достаточно своеобразный вопрос, ответ на который и даст понимание конкурентности белорусского бизнеса, да и всей национальной экономики.

Едва ли предприниматели страны серьезно задумываются над конкурентоспособностью своего бизнеса. Нет еще внутренней серьезной конкуренции, товарные рынки далеко несовершенны. Если можно купить в Китае игрушку за 50 долларов, а продать в Беларуси за 100, то едва ли можно назвать это бизнесом. Скорее, простая спекуляция, без конкуренции и ответственности.

Конкурентность не была доминантой и по причине опережения доходов домашних хозяйств по сравнению с ВВП. Он мог прирастать на 8%, а заработная плата на 16%. Соответственно и вырастал платежеспособный спрос, который на радость торговому бизнесу был источником новых доходов. И делать особенно ничего не надо было.

Такой патернализм и выгодность общей макроэкономической ситуации прерывался наездами налоговых инспекторов, хищническими аттитюдами арендодателями. Партнерства не получалось, да и не могло быть. Госчиновница, у которой сестра торгует шубами из Греции, в сердцах изливала, что обнаглели эти, так называемые бизнесмены. Сестра за один привоз товара из Греции хочет заработать на целый месяц. Соответственно, и респект друг другу.

Наш бизнес пока паразитировал в сфере обращения, занимаясь ценовым эффектом регионального свойства. Привозить подешевле из Китая, Турции, Москвы, Польши и продавать с приличным профитом – это создало тысячную неконкурентосферу. Слишком много людей, которые сосредоточили усилия на покупке товаров, комплектующих за рубежом, создали крайне неэффективный предпринимательский подкласс. Часто и называть их предпринимателями не позволяет сам образ жизни и действий.

Уйти из торговли они не смогли, создать действительный профессиональный бизнес большинство не создало. Конечно, есть деловые и эффективные проекты, их много, но именно они пока не стали лицом и субстанцией национального класса предпринимателей.

Развитие конкурентных начал, скорее, складывалось за «место» под солнцем. Получить аренду на установки палатки по проспекты, зарабатывать каждой палаткой, киоском по 1000 долларов в месяц. Эта была гонка за то, кто ближе подойдет к чиновникам, кто лучше договорится. Что же в итоге?

ИП и предприниматели советско-социалистического образца усилили механизмы лоббирования, профитинга. Они не дали конкуренции за потребителя, цены в киосках были удивительно высокие, никакого качества обслуживания и рядом не было. Далее киоскные палаточные карнавалы переместили на созданные номенклатурой «рынки». Временно, но обе стороны не конкурировали между собой. Чиновники назначали цены за твой бизнес (аренда, налоги, проверки). Предприниматели включали эти транзакционные издержки в цены, и расплачивались, естественно, покупатели.

Второй стороной такой «конкуренции» стало негативное отношение к мелкому торгашеству, которое выдавалось за развитие частной собственности и бизнеса. Действительные проблемы бизнеса оставались в стороне. Это и формирование частной собственности на своей основе, перевод аренды в собственность, формирование эффективной и конкурентной частной экономики в стране.

Удивительно, что ценовой конкуренции практически в нашем торговом сообществе и не было. Нет и сейчас. Палаточные цены удивительно симметричны. Они назначаются контролирующими крышами. Можно говорить о монополистическом, олигополистическом сговоре лидеров частной торговли, которые, собственно, за счет цен, их завышения получали доходы.

Простой пример. Такси из аэропорта минск-2. Тариф высок, супер высок. 450 тысяч от аэропорта до метро «Восток». Эксперимент показал, что на очень дорогом джипе, это не такси

странного выпуска, затраты на бензин обошлись бл/100 км*40 км= 2.4 литра. Это меньше 30 тысяч рублей. Пробные заезды показали и 22 тысячи на топливо. Пусть 30 минут такой поездки даст доход таксисту в 10 долларов. Итого набирается 150+30 = 180 тысяч рублей. И это много, если бы была здоровая конкуренция, что за 8-10 долларов услуга была бы эффективной и выгодной.

И водители бы не парились в ожидании золотиносных клиентов, машины были бы на линии, дело бы шло рационально и эффективно. Но в этой точке – монополия с крайне агрессивным для потребителя оскалом. И, что считать, такое раздевание потребителей элементом белорусского предпринимательства. Никогда!

А что стоит за этой монополией? Отсутствие партнерства различных структур по оказанию услуг. Но опыт рыночной экономике во всем мире показал, что существуют абсолютно значимые ситуации, когда партнерство в бизнесе, партнерство между конкурентами - выгодно обеим сторонам. Такая конкуренция не разрушает, а создает новые ниши на рынках. Диверсифицирует товары и услуги, последние особенно часто. Не только благодаря «дилемме заключенных», скорее в русле социалистического миропонимания по К.Марксу, пришло признание того, что партнерства и конкуренции в бизнесе неразрывно связаны. Партнерство включает конкурентность, а здоровая конкуренция усиливает возможности партнерства разных субъектов хозяйства.

Можно и наоборот. Создавать среду «киллеров бизнеса». Есть и такой феномен в разных странах. Приведем пример именно такой методологии действий в отношении конкурентов. Несколько лет тому назад в Германии средствами массовой информации было передано экстренное сообщение о том, что злоумышленники заложили сильно действующий яд в продукты питания, произведенные одной из известных фирм.

Но это было ликвидировано. Фирма, которая пострадала от таких действий вышла из сложного положения. Общество разобралось, что стояло за таким опасными действиями, что у нас, едва ли, имело бы место. Утопили, не разбираясь. Недоверие к собственному бизнесу пока высокое.

Истории такого типа не являются исключительными. такое же было в США в сфере фармацевтической промышленности. Не обнаруженные вовремя побочные действия ряда лекарств привели к обвальному падению спроса на всю эту группу препаратов от самых разных производителей. Массовые подрывные действия конкурентов ведут к ситуации, которую многие специалисты называют феноменом «испорченного рынка» возникают не только в результате прямых криминальных действий кого-то из участников.

Выявленный непрофессионализм также аналогичен эффекту испорченного рынка. Наконец появились и общественные движения типа «Хрюши против», «дорожный Хам», которые противодействуют обману, либо нарушению прав граждан в сфере потребления, использования

дорог, стоянок.

Понятно, что с течением времени бизнесмены отлоббировали законы, которые бы тормозили недобросовестную конкуренцию. Конечно, речь идет о разнообразных регуляторах правового характера: законы, ограничивающие возможности создания монополий, и законы, направленные на защиту прав потребителей, законы о рекламе и многие другие.

Есть и иные, более деликатные способы регулирования конкуренции. Но о них пока в Беларуси дело не дошло.

Что же важно знать и применять на практике деловому человеку, который попал под колесницу недобросовестных конкурентов? Либо эти меры приняты чиновниками в поддержку коррумпированных структур. Ничего «просто так» не бывает, особенно в странах с низкой эффективностью правовых систем.

Важнейшие позиции в этой сфере есть в международных документах. Вот ряд важных положений Парижской конвенции по охране промышленной собственности. Эта конвенция для защиты от недобросовестной конкуренции запрещает:

1. Все действия, способные каким бы то ни было образом вызвать путаницу в отношении предприятия, товаров, промышленной или торговой деятельности конкурента.

2. Ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, товары, промышленную или торговую деятельность конкурента.

3. Указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способов изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товара. Скажем, обычное дело – это маркировка товара чужим или схожим с ним товарным знаком, дискредитация в рекламе чужого фирменного наименования, товарного знака или самого товара, выпуск продукции-имитатора с более низким качеством и т.п. как это распространено? Сплошь и рядом, особенно это характерно для товаров из Китая, или при создании подставных фирм, которые в России стали отличительной национальной чертой.

Подделка товарного знака – это удар по производителю, подрыв бренда. И это наказывается международным сообществом. Кстати, как всегда данный принцип работает в правовых системах, Конвенция оговаривает также, что незнание, заблуждение и иные подобные причины не являются оправдывающими обстоятельствами, если акт недобросовестной конкуренции совершен.

Конечно, принципы добросовестной конкуренции будут у нас развиваться. Почва для этого есть. Трудовая и деловая этика белорусов высока, и известна в соседних странах. Скорее, нам важно фундаментализировать эти понятия через бизнес среду, а не только надеяться на законы. Между прочим, есть у нас и такой феномен, как репутация. Это дорогого стоит. И главное в

развитие добросовестной конкуренции еще впереди.

Пока же может сделать выводы о том, что экономическая конкуренция не является самодовлеющей, отдельной. Политическая и социальная конкуренция, добросовестная с равными возможностями еще впереди. Все составляющие части общества будут меняться. Неизбежно, логика жесткая. Предприниматели также включены в общественный процесс и добиться повышения своей конкурентоспособности они смогут в рамках развития гражданского общества, при помощи собственных инструментов эффективного адвокати.

2.0. Эволюция экономики: факторные парадигмы

2.1. Системные детерминанты развития экономики в эволюции. Конкуренция факторов производства.

Скорее всего, мы отлично замечаем мелочи жизни, текущие процессы, состояния. В этом сила нашей адаптивности, сиюминутной приспособляемости. И отлично получается. Купил дешево, продал дорого. Вот пушистый зайчик куплен за 10 баксов, а продал бабушке для внука за 20. Она рада, а как рад Я.

Текущие операции жизни не дают шансов выйти «за горизонт» повседневности. Но есть теория, есть гипотезы. Наука для того и существует, что бы увидеть скрытое, далекое от простого наблюдения.

О чем же мы можем думать, открывая свои горизонты?

Во-первых, вся наша деятельность есть использование, умное и нерациональное (всякое) использование 3-х основных факторов производства:

N – природа, природные факторы, ископаемые, растения, животные и прочее, что дано нам самой природой

K – капитал, как в вещной, так и в денежной форме (деньги, основные средства, инвестиции)

L – труд, как физический, так и духовный. Именно этот фактор сейчас приобретает свойства «человеческого капитала». Он имеет как природную, так и социумную детерминацию.

Конечно, если просто воспроизводить теоретические посылы, то это будет скучно, академически утомительно. И главное останется где-то далеко от наших насущных проблем. Утонем в подробностях, интеллектуальной суете, которой и так предостаточно в современных публикациях.

Выделим главное. Старт экономических систем прошлого базировался на

генерировании использования природных ресурсов в качестве главного фактора производства. То есть создание продуктов и товаров осуществлялось по модели:

$Y = f(N, A)$, что означало – создаваемый продукт (Y) есть функция от взаимодействия двух факторов (земли и труда).

Такой процесс описан в исторических экономических произведениях, он существовал в эпоху физиократизма, экономики аграрного типа. Теоретически, конечно, физиократизм был основой теоретической концептуализации этого типа производства.

А, сейчас? Подсобное хозяйство, «дачная экономика» как атавизм соответствует данному типу воспроизводства. Плохо то, что наша страна заиклилась на этой крестьянской идеологии.

Эволюция способа производства привела к исчерпанию потенциала фактора N, как исходной и доминантной основы. Созданный капитал в вещественной форме, как машины, а в денежной форме как стоимость, приносящая прибавочную стоимость, надолго связал человека и основные средства производства. Подчинил самого человека машинам и деньгам.

$Y = f(N, K, L)$ – это современная модель рыночной экономики в ее производственной матрице. Она была очень производительна и эффективна, работает как общий ускоритель создания благ и услуг. Это и США и Россия, и Беларусь (даже в ее современной мутантной форме).

Глобальность и расширенность капитализма объективно привели к количественному росту товарного производства, создали современную конкурентную экономику. Но в этой модели главным фактором был и есть K – капитал. Все остальное подчиняется ему, работает на капитал. Сам он модифицируется и достигает виртуальных высот финансового капитала, отраженной экономики, которая расстается с реалиями жизни и производительного процесса. Денежный и виртуальный капитал деформирует жизнь миллиардов людей, создает систему примитивной манипуляции людьми, странами и мирового сообщества.

Одновременно, капитал в форме фабрик, заводов, производственных систем устаревает как фактор производства. Роль человека кратно возрастает во все формах экономической активности. Это видно и на судьбе предпринимательской элиты. Далек не все способны формировать новые структуры бизнеса, компании и фирмы, которые становятся генераторами экономической жизни. Еще заметнее становится уникальная роль человека в самой экономической деятельности.

Уже сейчас наступает эпоха человеческого капитала. В новой модели просматривается следующее:

$$Y = f(L) + f(N, K)$$

Именно человек концентрирует в себе новые знания, технологии. С помощью компьютеров, интернета, современных информационных систем он становится главным фактором

производства. Не механизатор, не чиновник, не директор завода или министр.

Это может трудно понять, еще труднее согласиться, но будущее построено на реализации потенциала человека. Человеческий потенциал стал анализироваться, вычисляться и выстраиваться в страновой проекции. Индекс развития человеческого потенциала введен в мировое сообщество. Хотя далеко не все политики понимают, что это такое, но процесс идет.

Бизнес в любой стране, включая и Беларусь, может выстраивать логику капиталистической экономики. Рыночной, по названию, но «капитальной» стоимостной. Деньги и инвестиции привычно складываются в формулу успеха. Конкурентность достигается в получении результатов соединения капитала, денег и человека. Правда, сами люди уже не вторичны, отрабатываются механизмы мотивации труда и производства. Вкладываются ресурсы в получении новых знаний, информации.

В конкретном виде создаются формы производства, которые бы сохранили гегемонию денежного капитала, использовали потенциал человеческого капитала, и закрыли проблему развития.

Надо ли это? Удастся ли манипулировать людьми долго? Ответы на эти вопросы дает растущая конкуренция. Ответы, которые важно знать и уметь использовать эти знания в развитии собственного бизнеса, собственной национальной экономической стратегии.

2.2. Национальный интеллект и образование

Быстрое развитие человеческого капитала является доминантным и самым конкурентным направлением движения бизнеса в глобальном и местном контексте. Многие еще просто находятся в стадии первоначального накопления капитала. Удачно название такого типа экономической системы, как экономика знаний. Ясно и четко показывает и цель и средства ее достижения. Знания – ядерная бомба нового этапа развития мировой экономики и глобального сообщества. Взрывает старые цитадели и стереотипы. Жизнь и промежуточные ее отсталые существования.

Как и все в живой природе знания развиваются в условиях роста и незнания. Прогресс сопровождается регрессом. Созидание – разрушением. Парадоксы такого типа были замечены философами нашей эпохи. Раньше мыслители более восторгались прогрессом и созиданием. Но прогресс идет и при развитии регресса.

Сначала это воспринималось как аномалия. Этаким гримасы субкультуры. Потом очертания стали более явными. Сейчас можно говорить, что наряду с развитием человеческого капитала, как системного стратегического фактора, развивается и «хорошеет» неграмотность. Да не простая, примитивная, а сложная, поливариантная.

И назвать этот феномен, обратную сторону интеллекта, можно как функциональная безграмотность. Что и стало менять нашу жизнь странным образом.

Сначала на экранах телевизоров появились «звезды» с явным превосходством материи над интеллектом. Среди них нашлись даже те, кто не знает, что вокруг чего вращается: солнце вокруг земли, или земля вокруг солнца. Но формирование такой «черной дыры» было не случайным. Что же стало стартовым моментом?

Скорее всего, мы можем хронологически диагностировать появление функциональной неграмотности в развитых западных странах как ответ на увеличение информационной нагрузки. Просто неразвитый интеллект стал создавать свои мутантные подсистемы коммуникаций. Кстати это понравилось и бизнесу.

Функционал неграмотности запараллелил первые ощутимые шаги «приличных» государств к переходу в новое состояние, первоначального накопления знаний - информационное общество. Как и следует развивать и понимать человеческий капитал его составляющие – талант, способности, знания, реакции.

Наши американские коллеги отмечают, что знания, как быстро ориентироваться в незнакомой среде стали критериями социального роста индивида. В Масачусетском технологическом институте была создана условная модель рыночной стоимости сотрудника в зависимости от продвижения его по карьерной лестнице.

Всего две шкалы.

Первая — решение рутинных, повторяющихся действий, воспроизведение, простая усидчивость. Скорее всего, это способность реализовать психическую энергию человека, что удавалось делать еще в 30-ые годы на основе опытов Элвина Мейо.

Вторая шкала — умение выполнять сложные операции, не имеющие готового алгоритма, требующие совокупность творческих способностей. Конечно, построенных на интеллекте. Исследователи пришли к выводу, что, если человек способен находить новые пути решения задачи, если он может на основе разрозненных и несимметричных данных построить работающую модель, то он попадает в важную сферу придуманной сами исследователями классификацию. Решили, что именно такой индивид представляет собой новую фигуру общества. Это и есть функционально грамотная личность.

Соответственно, функционально неграмотные люди приспособлены только к труду простому, не имеющему признаков творческой деятельности - кассиров и дворников, и то под надзором. Они непригодны к эвристической деятельности. Что называется, приплыли к родному берегу.

Но – это американские ученые и их классификация. Она имеет право на существование, особенно в странах, где основная нагрузка на развитие интеллекта лежит примерно на 5%

населения. На элите. Так и было всегда. Эвристическая деятельность вне эпохи человеческого капитала. В условиях индустриального капитала, или физиократизма так было, и так есть сейчас.

Наш генеральный вывод: эволюция моделей производства, изменения роли факторов приводит к логической смене волн развития – от модели физиократического типа к модели доминирования человеческого капитала. Конкуренность вырастает на разнице эффектов этих моделей. Кто раньше перейдет к более «продвинутой» системе факторов производства, тот и будет доминировать в инсайте и аутсайте современной экономики.

2.3. Интеллектуальные пути повышения конкурентности белорусского бизнеса

Пока предприниматели бьются за равные условия бизнеса. Пониже ставки кредитов, поменьше тарифы на аренду, меньше проверок и приставаний со стороны разных чиновничьих структур. Даже не поворачивается говорить ..государственных органов. Это будет некорректно. Отдельные чиновники, или их группы никогда не были и не будут «государством».

На старте бизнеса, в начале 90-х годов у нас были уникальные возможности формирования высокотехнологического бизнеса. Академия наук, университеты были насыщены творческой молодежью, молодые и зрелые ученые искали варианты применения своих достижений, идей, новых технологий. В общежитиях студенты собирали телевизоры, первые компьютеры, паяли модемы и формировали собственную интеллектуальную бизнес среду. Все кипело и развивалось. Одновременно был создан первый белорусский ноутбук, который был, что называется, в тренде.

Инженеры предприятий ВПК искали заказчиков под новые проекты, управление голосом (что потом применялось как подсказки в истребителях), лингвисты работали над темами компьютерных переводов. А как иначе, если в системе НИР работало свыше 100 ученых и исследователей, программисты и компьютерщики быстро входили в международные проекты. Все это было. Потом практически зависло и остановилось.

Наша политическая элита в середине 90-х годов снискала себе поддержку у аграриев, красных директоров, представителей нынешнего физиократизма и промышленников советского типа. Эпоха человеческого капитала только начиналась, но картофель и мясорубки взяли верх. Отсталость политической элиты, которая заботилась об увековечивание своей власти, остановила технологическое и научное развитие страны. Не те люди оказались у власти, не было национального драйва стать технологически и интеллектуально передовым обществом.

Но деньги и доходы привлекали. По этой причине развивались торговые ИП, сфера обращения стала предметом вытаскивания денег у населения, которое, вообще-то, не было богатым. Самый успешный бизнес стал формироваться как продажи иностранных товаров,

немецких автомобилей, телевизоров иностранного производства, одежды из Китая и Турции.

Возможно, для первоначального накопления капитала это было приемлемым, объективно понятным. Но строить рынок из продаж и перепродаж принципиально было неперспективным. Этого не хотели признавать.

Вместе с тем, президент А.Лукашенко призывает развивать бизнес в сфере производства, но ничего для стимулирования национального интеллекта, который мог составить основу экономики будущего, не делалось. Была интересная попытка сформулировать «национальные производственные программы», по типу стратегии Южной Кореи, но этот подход утонул в мелочевке, политических дрызгах. Приходится писать об этом по причине того, что самому пришлось быть участником разработки таких программ. Уже в 1995 году можно было начинать этот процесс.

Следующая идея, которая возникла в руководстве – «президентские программы». Это было связано с аналогичными программами под эгидой Ельцина. У нас были разные предложения, тогда мне казалось, что вполне результативными могли быть проекты «белорусский компьютер», «белорусский телевизор». Мы могли выйти и на реализацию принципов интеграции ТВ и интернета, что сейчас феноменально развивается в системах SMART TV.

Президентские программы стали маргинальными проектами, о которых вспоминают при награждениях, изредка и достаточно тускло. В чем причина? Страна была и есть аграрной по духу и системе ценностей. Аксиологические установки элит оказались устаревшими даже при достаточно молодых политиках, которые оказались у власти.

Что же делать сейчас? Вернуться к варианту президентских программ? Искать новые пути развития промышленности посредством создания еще одного образования – комитета (комиссии) по промышленной политике? Создать новые центры науки и технологий по типу «парк». Сеять и придумывать. Но всходы могут и не появиться.

Что останавливает ученых в реализации своих идей? Первое, не отсутствие денег, а бюрократические препоны. Их слишком много. Второе – надо просить, искать крышу над головой. Аренда, заявки, встречи, согласования. Кстати, получив аренду, мы имеем странный результат. Изучая ситуацию в одном из минских молодежных центров, заметил, что там разместились бюро, маленькие кампании, консультанты. И прочее.

Молодежь в этом центре сидят в офисах, варят кофе, что-то обсуждают, такая жизнь, как в «Геркулесе» в «Золотом Теленке». Геморройный по духу и практике сидячий «бизнес». Полный застой, и не только крови ниже пояса. Этакая имитация предпринимательской деятельности. Скучно и глупо так проводить начало своей жизни молодыми бизнесменами. Особенно, если такие центры возглавляют бывшие комсомольские руководители. Они и бывшими, как-то не кажутся.

Что же делать бизнесменам, союзам предпринимателей? Что они могли взять на себя, кроме последней идеи частно-государственного партнерства. Упоительное соединение

бюрократов, директората и предпринимателей. Двоякие результаты такой деятельности. Предприятия сейчас в кризисном положении. Причем, это не только кризис относительного перепроизводства, хотя и этого достаточно. Кризис знаний, представлений, ценностей постсоветского общества.

Общество само выдвинет и сосредоточится на новых целях и задач стимулирования развития и реализации совокупного национального интеллекта. Это будет происходить при формировании такой национальной стратегемы. В ближайшем будущем, чуть позже. Или никогда!

Что же думается об этом?

Во-первых, основа будущего – человеческий капитал. Это – национальный приоритет. Образование и знания. Знания и компетенции. Всесторонняя реализация интеллекта, как совокупного, так и индивидуального. Капитализация человека, образованного и профессионально насыщенного – задача стратегии развития страны. Парадокс в том, что слова и мысли такого рода в документах есть. Но программы пишут одни, зачитывают тексты их – другие, а выполняют – никто!

Вводим национальный приоритет. Цель номер 1 – «человеческий капитал». ТВ, информационные подсистемы работают в этом направлении.

Во-вторых, давать деньги на науку пока нет необходимости. Пока. Да и сами деньги подправят ситуацию, но качественно ее не изменят. Что же сделать важного и существенного?

Начинать надо с того, чтобы дать землю под развитие проектов научных, технологических. Идеи ложатся не на плечи и карманы населения. Мы стимулируем развития наукоориентированного бизнеса за счет ресурсов страны. Земли, пространства, удобных участков в городах, рядом с областными центрами.

В-третьих, одновременно передать университетам плохо используемые площади в городах, рядом с учебными площадками, на отдельных территориях. Передать в вечное владение эти земли и участки земли. И не вмешиваться в то, что они будут делать сейчас. Пусть сдают в аренду, учиняют партнерства с бизнесом, строят центры, лаборатории, корпуса новых производств.

В-четвертых, проводить национальные конкурсы (ежегодные, или раз в 2 года) на перспективные научные проекты, научно-практические.

Выдавать деньги на эти проекты лично ученым, под конкретные фамилии, никаких «творческих коллективов». Наука состоит из лидеров, к которым приспосабливаются те, кто является научным глумом. Он также нужен.

Грант – 1 000 000 долларов США. Чисто под научных лидеров, конкретных ученых,

инженеров, технологов. Начать с 10 таких грантов, потом довести их до 25-30 ежегодных научных инвестиций. Уйти от бюрократической ерунды, никаких отчетов (они уже разрушили больше, чем надо). Все, что будет достигнуто изложено вкратце на 1 странице текста. Или не достигнуто.

Нам нужны серьезные достижения, не распылять средства на научную службу. Оценка по конечному результату. Общество будет знать, что впереди, какие прорывы мы можем получить.

А, что бизнес? Его место в общей связке. Бизнес-консультант обязателен. Поощряются фирмы, которые сотрудничают с лидерами науки. Бизнес такого типа, на острие и есть новая конкурентоспособность страны. Не путаться в рейтингах, на 50-каком то, либо 60 с чем-то месте.

Вторая фундаментальная позиция – создание новых центров науки и бизнеса. Выделить землю (с этого надо начинать, что стало видно на примере китайского технологического парка). Вложить необходимые средства в инфраструктуру, в разумных размерах.

Что можно сделать в этом направлении развития конкурентоспособности всей страны, и ее ведущего элемента рационального и эффективного бизнеса?

3 мини города:

«IT –сити». Новый город, где будут сосредоточены научные лаборатории, центры, компании по развитию программирования, новых гаджетов, новых технологических решений в сфере IT. Разработка 3D приборов, принтеров, технологий. Наука, бизнес, проживание, концентрация энергии и драйва ученых и бизнеса.

«Техно-сити» - Город, в котором сосредотачиваются фирмы и центры по развитию технологий в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве. Все передовое и перспективное сосредоточено в этом месте. Инновационные компании, фирмы, предприятия. Экологически чистое опытное производства. Экодома, энергетическая самостоятельность за счет возобновляемой энергетики.

«Био-сити» - сосредоточение передовых технологий в области медицины, биохимии, биотехнологий, лекарств, фармации. Новые методики здорового образа жизни, изучение развития «человеческого капитала». Создание опытных лабораторий, новых производств с непосредственным участие научно-предпринимательского кластера.

Смысл в этих проектах – концентрация усилий ученых, технологов, бизнеса в разработке идей и производств, технологий самого передового уровня. Открытость для бизнеса, отсутствие препятствий в регистрации фирм и ИП. Сделать эту процедуру заявительной в этих микрогородах. Создать систему самоорганизации и самоуправления такого партнерства «человеческого капитала» и бизнеса.

Эти предложения не новы по своей сути. Так поступали после войны в СССР, когда создавали центры атомной энергетики, военных отраслей, научные центра в области химических,

радиационных технологий. Опыт удачный, ценный. Про силиконовую долину и говорить нет смысла.

Наша слабость в распылении усилий. Одновременно мы не развиваем новое фундаментально, ютимся в старых, средневековых городах. Пришиваем новые пуговицы к старому пиджаку. Подпитываем бизнес бюрократическими процедурами. В старых стенах новое не будет развиваться. Уже давно стало понятно, что построить новые корпуса, лаборатории лучше с «0».

И не самое последнее. Новый город, молодежь, концентрат умных людей – среда формирования нового драйва. Это и будет стартом к «новой экономике», «экономике знаний», которая сформируется и на собственной экономической основе. Создаст образцы умного бизнеса, как формы реализации новой факторной силы – «человеческого капитала».

И это проект совместный: бизнеса, государства, гражданского общества, научного сообщества. Кстати на аграрный сектор мы выделяем 15% бюджета страны. Для наших проектов достаточно будет сумм в 2 раза меньше. Но это вложения в будущее, которое нас вдохновляет.

3.0. Конкуренция в рыночных системах. Кризисные феномены Беларуси

Проекты будущего необходимы, чтобы создать перспективу конкурентного бизнеса, конкурентной страны. Есть и настоящее, причем далеко не самое совершенное. Пока бизнес – нелюбимое дитя нашего общества.

Начнем с того, что станем на мгновение реалистами в отношении самого бизнеса страны. И, что же? На что надо обратить внимание, предлагая видение конкуренции и рекомендуя эффективные решения в ее пользу?

Конечно, на то, что белорусский бизнес не является пока доминантным сегментом национальной экономики. Вместе с тем, он находится в адекватных иным секторам условиях макроэкономической среды. Это обстоятельство дает возможность выделить 2 типа задач:

1. Изменение макроэкономической среды, повышение эффективности экономической политики. Перенацеливание агрегированных параметров в пользу конкурентной политики
2. Формирование конкурентной частной экономики, как на внутреннем, так и на внешних рынках

Сам рынок и есть соревнование за сферу применения своих талантов (или бездарности, кому, как повезет), есть борьба. Она была жесткой и бескомпромиссной вплоть до начала прошлого века. Конкурентов расстреливали, топили, уничтожали социально. Политики покрывали,

крышевали бизнес везде, где это было возможно. Так было в США, Франции, Германии в странах, которые прошли тяжкий путь познания рыночных истин.

Плоха ли по этой причине конкуренция? Просто по определению – нет. В ней был и есть разрушающий элемент. Можно ли ингибировать такой элемент? Да можно. От разрушительной конкуренции перейти к созидательной. Обозначить новые векторы борьбы на рыночном пространстве.

Появились новые теории и рекомендации. Теория «социально долга собственности», стал развиваться маркетинг, как прикладная теория и философия формирования рыночных отношений, тактики и стратегии действий на рынках. Внешних и внутренних. Как выгодно продать, само идентифицировать себя и свой товар? Что надо знать в борьбе с конкурентами? Как выявить свои слабые места и определить перспективные возможности. Разработок такого типа несть числа. Многие бизнесмены, предприниматели, директора и руководители бизнеса «подсели» на эти теории и рекомендации.

Но при этом требуют дешевых кредитов, льгот. А о конкуренции забывают напрочь. Одновременно забывают и о потребителе, как главном инспекторе рынка.

Когда забывают о конкуренции, она сама довольно быстро напомнит о себе. Сразу и во внешней экономике, и на макроэкономическом уровне.

Теоретически конкуренция не является очень сложным кластером дефиниций и понятий. В исходной системе лингвистического измерения она есть «competition» более широко трактуемая как соревнование, взаимодействие по выявлению чего-то, сопоставление свойств. В немецком языке – это все-таки “konkurrenz”, что нам понятнее и ближе.

Соперничество, соревнование не бывает без результата. В этом и специфика бизнес-конкуренции. В ней – продажа товара, реализация услуги и есть искомый результат. Все, что стоит «до того» и «после того» составляет предмет коммерческой тайны, находок, уникальных подходов конкурент-мейкеров.

И уже, в определенной степени, вне теории находится практика оценок конкурентных ситуаций, конкурентных положений самих хозяйствующих субъектов. Что в этом отношении определено практиками (иногда и с участием теоретиков)?

В учебной и консалтинговой литературе принято различать четыре возможные позиции в конкурентной борьбе, о которых мы скажем вкратце:

(а) ЛИДЕР

Компания считается *лидером*, если она освоила около 40% рынка в какой-либо из сфер своей деятельности. По существу это монополии, причем достаточно развитые, скорее ТНК или МНК, хотя ниши рынков бывают и небольшими, но и на них можно ввести монополистическое

ценообразование и «душить» конкурентов.

(е) ПРОТОЛИДЕР

она будет считаться **претендентом на лидерство**, имея 30% рынка. Так же это монополия, или следующие за лидером конкурентные фирмы, которые готовы выставиться в случае ошибок основных крупных конкурентов.

(с) ПОСЛЕДОВАТЕЛЬ

кто имеет до 20%, считаются **«последователями» (ведомыми)**. Для таких компаний достаточно сохранять свою нишу рынка, следить за появлением новых претендентов на 20% долю рынка. Кстати, в ряде случаев, особенно на региональных и мировых рынках 20% достаточно, чтобы осуществлять продажи да десятки миллиардов долларов. Например, ведущие автоконцерны.

(д) АУТСАЙДЕР

кто имеет до 10% рынка, считают **«окопавшимися»** в своих рыночных нишах. Как правило, малый и средний бизнес, вообще, полностью агрегирует эти величины сотнями, а то и тысячами субъектов хозяйства.

Имеет ли такая субординация практическое значение, конечно, особенно разбирая реальное положение дел в национальном бизнесе. Такую работу могут проделывать предпринимательские союзы и ассоциации Беларуси.

Реальная экономика свидетельствует, что логически и исторически в своем развитии компании проходят, часто постепенно, итерациями по всем ступенькам этой конкурентной лестницы и почти никогда не совершают фантастических переходов из одного уровня на другой. Собственно, никто в обществе, тем более, правительство не обязывает компанию непременно изо всех сил биться за лидерские позиции. Иногда хочется привести в качестве примера китайскую поговорку: «Свинья должна бояться стать толстой, а человек – известным». А это не просто поговорка, а вековой опыт.

Можно сказать, что занятие нижних ступеней иерархии также комфортно. Выбирают сами бизнесмены. Это имеет особое значение для нашего бизнеса, так как сами структуры, ИП, ООО, создавались в разное время по принципу «зайцев».

Слоны в белорусском предпринимательстве так и не выросли. Слоны – крупные компании, которые возникли из мелких, и развивались бы логически методом централизации капитала.

Но белорусский предприниматель не очень высокого мнения о себе, плюс опасения в духе процитированной китайской поговорки. По этой причине количество работающих фирм и ИП составляет примерно 1/3 от числа зарегистрированных. Но и новые субъекты хозяйства

регистрируются, словно наших «зайцев» на экономической поляне недостаточно.

Ряд экономистов считает, что на конкретном сегменте рынка конкурентная борьба более значима и остра. Именно на нишах, возможно на «пограничных» зонах. Борьба эта постоянна, хотя и рынки меняются. Пока торговали и конкурировали на стадионах, развились крупные торговые сети, которые просто сметают со своего пути индивидуальных предпринимателей

Специалистами выявлено, что при изменении соотношения сил лидеров бизнеса в пропорции «два к одному» наступает определенная «точка равновесия». В таком сбалансированном состоянии на время конкуренция, если не сводится к минимальной то, перестает быть фактором развития данной ниши рынка.

В ситуации специфического баланса может наступить качественный сдвиг, когда меняются сами поколения предпринимателей, либо появляются более амбициозные идеи и проекты. Большая часть аутсайдеров будет удовлетворена своей нишей и своей прибылью. До тех пор, пока не станет развиваться межотраслевая конкуренция.

Ситуация сговора внутри отрасли, или кластера будет практически всегда. Против этого борются во всех странах, но часто такие формы сговора трудно доказать. Скажем, почему у нас все предприниматели в сфере реализации иностранных игрушек сразу повышают розничную цену в 2 раза? Так они хотят в результате сговора получать необоснованную реальными прибылью? Ответ прост – да именно это и является антирыночным, такое состояние и поведение фирм следует изменить. Скорее не убеждениями, а наказанием. Кстати, последние годы норма прибыли в промышленном секторе страны плавают от 7-10% до 3-4%.

Если норма прибыльности начинает скакать выше 20%, то мы явно имеем ситуацию рыночной деформации. Она бывает результатом многих действий (или бездействия), отражает реальный лоббизм и нарушение правил свободной и честной конкуренции.

Амбициозные предприниматели часто, иногда и не продумав свои шансы, начинают медленное или молниеносное наступление на лидеров. На тех, кто занимает монопольные позиции в своей нише рынка. Смена лидеров – дело нормальное, если только нет разрушающих рынок механизмов. Подавить конкурента, разбить его – в духе дикого капитализма. Лучше перекупить, забрать себе его бизнес. Конечно за определенную плату. Часто лидеры бизнеса сами это хотя сделать. И усталость – далеко не последняя причина.

Такое поведение конкурентов есть не что иное, как стандартная «атака». Не в духе генеральных сражений, а бои местного значения. Супер атаки гигантов и монстров бизнеса друг против друга опасны и вредны. Причем и для самой экономики. Хотя в международной конкуренции – это возможный вариант изменения факторной детерминанты самого производства, о чем мы писали выше.

Кого и как атакуют современные субъекты рынка? Практика показала наличие 3-х основных

типов действий по преодолению существующего статус-кво:

Первый тип атакующего поведения - атака рыночного лидера. Чаще всего и проще всего делается именно это. Но бывают и свои парадоксы. Для того, чтобы начать такую игру за лидирующее положение в отрасли, сегменте рынка, надо сначала «накачать мускулы». Начинать с подготовки команды лидеров, в которой технологи, маркетологи, менеджеры, которые сами сформулировали новую миссию фирмы. Создание ударных групп по выходу на лидирующие позиции создаст возможности действительно выйти вперед. Но при этом – ударный товар, ударная услуга, новые методы клиентинга, и продвижения своих товаров. И это начинается и заканчивается новым качеством «человеческого капитала». Другое в современной экономике и не дано.

Второй тип атакующего поведения – удар по фирмам сходного размера. Это специфический метод вытеснения конкурента, как правило, с последующим захватом его доля рынка, предприятий, торговых сетей. Собственно вариантов будет много, и они требуют творческого решения.

Вполне возможно, что захватив «параллельного конкурента», вы заимствуете и отрицательные стороны этой фирмы. Обломаете зубы, подавитесь, если образно оценивать ситуацию. Легче его перекупить, поменять руководство, или назначить своих ведущих топ-менеджеров. Так сделали русские банкиры с ВЭБ, БПС банком и другими финансовыми структурами. Понятно, что среди туземцев и аборигенов можно всегда найти нужное число образованных и способных людей. Даже и без инициативы, которая переходит к «захватчику».

Захватив таких конкурентов можно не афишировать переход собственности и управления, сохранив имеющуюся клиентскую базу и организаторский капитал, включая и коррумпированных чиновников местного уровня, которые всегда равнодушны к деньгам. Такой переход будет органичным на местном уровне, не вызовет отрицательных эмоций на уровне потребителей, лояльных к прежним руководителям, с которыми они возможно ходили в детский сад, но ненавидели их со всей душой.

Третий метод - захват небольших местных компаний. Равно как и средних региональных фирм, которые работают с низкой доходностью, просто мешают полноценной стратегии борьбы за доллар потребителя. Такое тип агрессивного поведения отвечает законам рынка. Никто не имеет золотого ключика, и не усидит в своем насиженном конкурентном нишевом кресле.

Что нам важно? Пока белорусская политическая элита романтизировала по поводу синеокой, страна постепенно переходила в разряд объектов атаки по стороны иностранного, прежде всего, русского капитала. Правда, появился и китайский капитал захватнического типа.

Доигрались? Да, именно так! Что будет дальше, скоро увидим.

Вместе с тем, белорусский бизнес находится в поле различных конкурентных

вариантов, собственно, в разных нишах и полях. Несколько слов об этих особенностях.

Геоэкономическая конкуренция – самый сильный фактор. Смотрите, что сделали санкции и последующее эмбарго. Мы, находясь в союзном государстве с Россией, санкции «пропустили», хотя пришлось и переволноваться.

А эмбарго явно с удовольствием использовали. На российском рынке началась зачистка европейских поставщиков. Эмбарго работает пока на нас. Мы получили рынок без опытных западных конкурентов. Пошли в это пространство, но не очень эффективно. Как странность выглядит снижение продаж в России нашего продовольствия, особенно мясо и молокопродуктов.

Пока эмбарго и санкции продолжаются. Но мы далеко не реализовали эти шансы новой геоэкономики.

Интеграционная игра – регламенты и процедуры. Все было ожидаемое. Таможенный Союз, единые правила рынка. Каждая страна плохо подготовилась к технологиям совместного рынка. Пока пробои на товарных рынках. Именно они стали трудностью для ИП торгового бизнеса. Казалось бы, стандарты качества, регламенты – это хорошо, удобно для потребителей и производителей. А наш бизнес стал маргинальным. Не русский, или казахский. Это заставляет задуматься об эффективности работы чиновников в союзных органах.

Предпринимательские союзы пытаются исправить ситуацию, но это только начало процессов реструктуризации рынков большого евразийского экономического пространства. Примерно 15% нашего бизнеса имеет шансы погибнуть в результате интеграционных процессов. Но есть возможности резко увеличить сбыт и производство у оставшихся субъектов экономики. Плюс свободное движение рабочей силы. Очень важный фактор прироста доходов, увеличения платежеспособного спроса. Что выгодно национальному бизнесу, дает новые шансы на развитие.

Подсечка на качестве и стандартах – метод московского чиновника с пронзительно русской фамилией - Онищенко. Этот конкурентный фактор всегда неожиданно сказывался на наших экспортерах. Размазывали слезы, жаловались президенту Беларуси. А русские, выборочно анализировали производимые нами продукты питания. Нашли там несоответствия регламентам.

Что получается. В колбасах установили наличие мяса птицы, которого не должно быть. И как они сделали?

Не слабо, методом анализа ДНК в белорусских колбасах. Можно подумать, что наши директора и технологи делают это постоянно в своих районных цехах и мясокомбинатах. Прямо ДНК и держат как метод работы и проверки. Лопухнулись директора, начальники цехов, технологи. Оказались в доисторической эпохе.

Учиться бы им, а то уволишь этих, придут такие же. А бизнесу – урок. Изучайте генетику

настоящим образом. Привыкли, что свои все съедят.

Хотите повысить конкурентность наших товаров. Учитесь! Развивайтесь! Просто, даже очень.

Не будем рассматривать предметную, функциональную, ценовую конкуренцию – это дело учебных курсов в области маркетинга. Важно понять, что на рынках ЕАЭС конкуренция будет возрастать, наши предприниматели обязаны освоить необходимые знания, практики, методы организации своего бизнеса, продаж, технологий оценки качества. Причем не только органолептически, что все умеют, но плохо. Нужны и биохимия, методы ДНК и прочее. А еще, не менее важно, следовало бы понимать, что происходит в макроэкономике страны.

Это рассмотрим отдельно.

3.1. Макросреда: экономические и социальные детерминации

Следует понять, что самые важные процессы проходят не в фирмах, а на уровне общей экономической политики. Именно здесь закладываются плюсы, или минусы деятельности всего сообщества предпринимателей.

Конкурентность задается макроэкономическими агрегатными величинами. Среди них важнейшими являются:

- **Динамика ВВП**
- **Уровень потребления (агрегаты C)**
- **Уровень доходов и сбережений (Y,S)**
- **Цены на ресурсы (топливо, газ, нефть)**
- **Ставки банковских процентов (%)**
- **Обменный курс местной валюты (Er)**
- **Уровень государственных закупок (G)**

Мы перечислили далеко не все агрегированные величины, и не стали показывать эффект интерференции. То есть взаимодействия и переплетения этих показателей. Очень часто суммарный эффект рост сбережений и снижения потребления при росте цены кредитов может вызвать снижение спроса, ухудшения всей рыночной среды. Что вызовет небывалый рост конкуренции, поглощений и слияний. Как ответа на изменения макроэкономической среды.

Аналогично, девальвация слабой национальной денежной единицы повышает конкурентность национального производства на экспортных рынках, но удорожает импорт, особенно сырьевой. В итоге одни «поднимутся», другие – разорятся. И это конкурентность инсайда за счет аутсайда. Такая конкурентность отработывает формы и механизмы реструктуризации всей национальной экономики, одновременно стимулируя высокоэффективные

предприятия и успешный бизнес.

Внешние экономические силы проверяют нас. Надо понять то, что прежних внешних сил экономического драйва уже не будет. Вступив в ЕАЭП, мы получим усиление конкуренции на фоне расширения рынков, сначала географического, затем и стоимостного. Но это впереди. Сейчас больше пугает растущая конкуренция, а конкурентных преимуществ у нас становится все меньше. Время теряем больше на простое возвращение в прошлое. Просто продать и расслабиться. Вопреки прежним ожиданиям, такого больше не будет.

Недостатки – это продолжение достоинств. В обратном порядке не получится, что достоинства связаны с промахами. Прямо по Гегелю. Впрочем, у нас своя философия, посмотрите на успехи сельского хозяйства.

Как изменилась конкурентоспособность наших предприятий в условиях кризисных процессов?

Падение экспорта и внешнеэкономических результатов особо проявилось с первых дней 2015 года. Ситуацию можно сравнить с провалом, если выстраивать графики трендов. Мы оказались неконкурентны на традиционных рынках. Информация пока не анализировалась государственными структурами, но многое уже видно невооруженным взглядом. Провалились практически все, хотя львиная доля потерь у квазичастных предприятий (ЗАО, ОАО, ООО).

Однако, есть возможность выделить условно более **конкурентные «оазисы»**. В начале 2015 года лучше всех сохранили свои рынки хозяйственники Гродно и Витебска, у них осталось около 74% экспортных продаж. Это тоже плохо, но все познается в сравнении. Два региона по экспортным товарным позициям имеют лучшую конкурентоспособность. По всей совокупности агрегатов экспорта.

Странным образом складывалась ситуация в других регионах. Хуже всех дела в этом контексте у Бреста (65.6% прежних продаж) и Гомеля (67.3%). При этом интересен баланс экспорта и импорта по регионам.

Что получилось по «балансу»? Несмотря на «внутренние трудности» Минск и Минская область остаются лидером по положительному чистому экспорту. Неужели такая высокая конкурентность? Да нет. Причина особая – торговля нефтепродуктами через малый бизнес. За первый квартал 2015 год только Минск получил положительное сальдо внешней торговли на сумму в 177 млн. долларов. А область показала результат в 350.3 млн. чистого экспорта.

Короче говоря, столица и область дали 527.3 млн. долларов чистого валютного дохода страны. По ходу дела не забывайте, что Солигорск и калийный комбинат находятся в Минской области. Наши конкурентные преимущества – российская нефть в переработанном виде, да извлеченный из недр калийный продукт. Далекое не так оптимистично. Этаким физиократизм в «нечистом» виде.

Хуже всего дела в Витебском регионе, где отрицательный экспорт достиг размеров в -315.8 млн. долларов. Короче, все достижения столичного региона (области) были напрочь уничтожены витебскими импортными аппетитами, то есть закупками нефти для Новополоцка. И не только.

Гомель дал минус 123.3 млн. долларов превышения импорта над экспортом. И там также есть Мозырь, бензин и прочие акцизные товары. Получается, что хуже всего ныне тем, у кого были козырные карты – оба нефтеперерабатывающих завода страны. Вот и пример формулы «чем лучше на подъеме, тем хуже в падении».

По совокупности получается, что национальная конкурентоспособность есть функция от нефти и сырья. Увы, это не радует. Это вариант тупиковой экономики. Тем более, что своей нефти для экспорта у нас нет. А малый бизнес хорошо себя проявил именно в торговле нефтепродуктами, правда число таких субъектов экономики можно пересчитать на пальцах.

То, что бизнес «просел» стало видно из региональной статистики. Есть и специфический аспект несовпадений ситуации, которая была раньше. И которая складывается сейчас. Столичный Минск лидирует по импорту (35.2%) и экспорту (40%) от всех сделок. Самая слабенькая по внешним продажам Могилевская область (5.8% от национальных агрегатов), а самая скромная по покупкам импорта Гродненская область (3.3%).

Странности начинаются в том, что мы не очень точно представляем себе роль регионов в активизации зарабатывания валюты для страны. Скажем, кто лидер в аграрном, продовольственном экспорте страны? Трудно поверить, но 24.9% от всего экспорта в этом году сделал Брестский регион. Речь идет о продовольствии. Чуть меньше у Минской области (23.2%), затем следует Гродно (12.3%). Это также физиократизм в чистом виде, пока мы находимся в ситуации аграрной провинции. Какой же будет результат? Продолжить жить в расчете на пышные хлеба?

Вместе с тем весь продовольственный экспорт за 1 квартал 2015 года составил всего 972.8 млн. долларов. Не так много, вроде в 4 млрд. годовых продаж можем уложиться. По крайней мере, русское эмбарго нам это позволит, важно не упустить шансы. Восточные регионы явно проигрывают западным, если анализировать продовольственный экспорт. Вот и расклад по результатам стимулирования аграрного бизнеса в стране. Результат производственной и ценовой конкурентности.

Но особый интерес вызывает экспортные позиции нашей страны по разделу «услуги». Большое значение белорусский государственный и частный бизнес уделяет развитию услуг. Этот кластер, вообще, должен быть абсолютно частным, предпринимательским. Но пока именно таким он и не стал.

Что же получилось? Какова объективная конкурентность сферы внешних услуг нашего ассоциированного бизнеса? Начнем с того, что от экспорта услуг у нас осталось всего 86.6% по сравнению с первым кварталом 2014 года. Не очень приятно, хотя наверно так и должно быть,

страна наша не очень-то услужливая. Даже иногда и более, чем «не». Почти на треть «ушел» экспорт услуг из Минской области, вот и гостиницы построили, и санатории принимают больше чужих, чем своих. С Минском лучше, где хотя бы таблички поменяли в метро и на улицах, и услуг продали всего на 10% меньше.

Падение не есть природное свойство нашего бизнеса. Есть и анти тренды. Пока странность заключается в том, что могилевчане увеличили продажи своих услуг на 29.6%. Приятно осознавать, что это уже национальный рекорд начала 2015 года. Вот тебе и кризис. Все показатели падают, а усилиями только одного региона удалось выдать сверхождаемые параметры.

Опыт важен для изучения. А мы просто этого и не знаем, по крайней мере, для большинства читателей эти цифры будут неожиданными. Но новая странность – Могилевский регион увеличил импорт иностранных услуг в 4.62 раза. Сверхрекорд для страны. Но в абсолютных величинах показатели малы, по этой причине такие взлеты. База исходных параметров была небольшая.

Впрочем, это относительные показатели. В кризисной экономике, все равно, по объемам продаж услуг лидирует Минск (781.8 млн. долларов). Он же и главный потребитель иностранных услуг (313.6 млн. долларов). Остальные регионы выглядят по агрегатам весьма слабо. Вместо традиционных проблем в промышленности следует заняться экспортом услуг в наших регионах, особенно Витебском и Брестском. А они ведь предельно на границе, как восточной, так и западной. Но не проходит у них этот бизнес. Может руководителей более деятельных и проворных назначить?

Кризис – это снижение не только производства, но и продаж товаров и услуг для домашних хозяйств, бизнеса, бюджетных потребителей. Собственно пока мы живем в рамках методологии левого кейнсианства, когда стимулируется внутренний спрос. Что же происходит с продажами на внутреннем рынке?

Посмотрим, какие кластеры остались на плаву, где цены не сорвали резьбу с реализации. Где конкурентность есть, и она положительно испытывает сопротивление основным негативным трендам.

Общий тренд – быстро снижающийся. В начале 2014 года прирост продаж был на уровне 13.6%. Этакая инерция благодати и оптимизма, для которого оснований и не было, разве что лозунги о социально ориентированной экономике. Время показало, что об этой парадигме лучше забыть на пару лет. К апрелю 2015 года население снизило прирост покупок до мифического уровня в +1.3%. такого еще не было. Но данный показатель показывает, что емкость внутреннего рынка подходит к предельной величине. Это и есть начало расслоения торгового капитала, начало банкротств и закрытия бизнеса.

Дело в том, что население уже не будет покупать в прежних объемах. Мало того, что реальная заработная плата снизилась до 400-460 долларов (а было свыше 600). Появились и

страты, которые резко снизили покупки по простой причине – нет денег. Кто-то стал вытаскивать долларовые заначки, кто-то бросился на дачные участки. Для кризисной ситуации поддержание уровня потребления задача не из легких. Но решаемая, особенно нашим населением. Дедушки и бабушки это проходили, и нас научили.

Только в Минске покупки еще растут (+4.2%), а в минусе Могилев, Брест и Витебск. Торговый бизнес там слабо конкурентный. И жизнь стала менее оптимистичной. Люди сокращают расходы и покупки товаров и услуг. Особенно товаров.

Сопоставления показывают и особенности реакции регионов Беларуси на ухудшение жизни. Оно есть: зарплаты и пенсии в реальном выражении стали меньше. Когда денег на жизнь меньше, то выше доля покупок продовольствия. В соседней Европе доля продовольственных товаров в покупках товаров составляет 11-17%. У нас в самом продвинутом Минске жители тратят на продовольствие 42.9%. Чуть меньше половины расходов домашних хозяйств в кризисном году пропускается через унитаз.

Хуже всего ситуация в Могилевской и Гомельской областях. Это очень характерный фактор оценки ситуации с кризисом в стране. 58.9% расходов домашних хозяйств Могилевского региона живут и работают преимущественно для пропитания. Не для отдыха, образования, новых средств связи и коммуникаций, авто и домашней техники. В Гомельском кластере доля покупок продовольствия составляет 56.3%. Это не 11%, как в «империалистических государствах». Обидно, что так плохо живем.

В целом ситуация конкурентности и устойчивости бизнеса дифференцированная. Растут негативные тренды, есть региональные падения, есть взлеты. Важно понять то, что эффективность самого бизнеса сейчас проходит стадию проверки. Причем не только вне страны, но и на национальном уровне.

3.3. Парадоксы постсоветской экономики. Новый «железный закон» заработной платы в транзитной экономике

Конкуренция в региональном контексте, в мировой экономике, тем более, связана с ценой товара «рабочая сила». И с ее детализацией в сопоставительных величинах. Судите сами, если на продукты питания белорусская семья выкладывает 49% своих совокупных расходов, то степень эффективности общества и экономики явно будут низкими. Особенно, если вам известно (напоминаем еще раз), что в европейских странах данный показатель варьируется в рамках 11-17%.

Привязка к заработной плате при исследовании конкурентности бизнеса обязательна. Напомним, что почти столетие уровень заработной платы рассматривался как важнейшее конкурентное преимущество любой страны. В начале 90-х годов в Беларуси заработная плата составляла 30-40 долларов, но это был невысокий уровень. Кстати, даже столь выгодные условия покупки рабочей силы не привлекали в высоких размерах в больших размерах иностранный

капитал. Рядом были страны с еще более низкой заработной платой, особенно Молдова, Украина. Чуть дальше Таджикистан, Туркменистан и многие бывшие республики СССР.

К началу нового столетия мы вышли на уровень 47 долларов среднемесячной зарплата. Аналогом была Сербия, которая находилась в периоде «полураспада» Югославии. И именно в таких условиях началась агрессия против этой страны. Белорусским элитам это был знак, сигнал, который обязывал принять усилия по формированию иного уровня доходов населения.

Конечно, бизнесу низкая зарплата – есть благо. Польза для собственника капитала. Но для бизнесменов, сбывающих свои товары, более важны объемы потребительского спроса. А они целиком определяются доходами населения.

Пошла полоса экономической политики, когда темпы прироста доходов (+10-15% и выше) опережали темпы прироста ВВП (+7-12%). Это приводило к серьезным деформациям основных макроэкономических агрегатов. У нас многое было в инсайде, а, например, в России эти деформации приводили к поразительным результатам. Негативным по существу, парадоксальным по форме.

Одна из интересных позиций в этой не совсем и теоретической сфере совсем недавно была обозначена известным российским экономистом Владимиром Мао. Он известен, как один из профессиональных экономистов, эксплицирующих теоретические позиции конкурентной рыночной экономики. Одновременно и конкурентной и рыночной, что для русских ученых не всегда является фундаментальной парадигмой.

Скажем так. За этой точкой зрения стоит вполне конкретное исследование, которое ректор РАНХиГС Владимир Мау опубликовал в журнале «Вопросы экономики» в начале 2015 года. Конечно, можно было бы и не обратить внимание, так как эмпирических закономерностей в транзитивных экономиках предостаточно. Их так много, даже в Беларуси, что надоедает повторять и анализировать.

Другое дело – российские ученые. Они довольно долго выходили из марковского «мелового круга», сопровождая свое движение к истине многочисленными мантрами и ритуалами совсем недавнего советского прошлого. По крайней мере, на сегодняшний день основные силы теоретической экономики в Москве, МГУ, губернских городах представлены марксистами классического стиля. Или неомарксистами, что особенно и не отличает их друг от друга.

Мысли Владимира Мао по поводу движения российской экономики весьма необычны, парадоксальны. Но они исходят из количественной диагностики основных макроэкономических агрегатных величин. Что весьма важно при слабой макроэкономической науке в соседней стране.

По его данным, как только зарплаты достигают уровня, равного половине ВВП, в России наступает кризис. Реальные располагаемые доходы населения стабильно растут, начиная с 2000 года. Более того, по информации Росстата за это время не было ни одного года, когда рост цен

на потребительские товары опередил бы рост заработных плат. Так складывалась внешняя успешность российского бизнеса.

По мнению В. Мао ключевую роль здесь играл и играет реальный курс рубля. Его укрепление ведет к снижению доли экспорта в ВВП даже в условиях роста цен на нефть. Это означает рост доли труда в совокупных агрегатах ВВП. При девальвации доля труда падает, что становится одним из факторов повышения конкурентоспособности и роста доли экспорта в ВВП. Так происходило в 1998-1999 годах. Отчасти это произошло и в 2009 году, но из-за небольших масштабов девальвации с точки зрения повышения конкурентоспособности эффект был ограниченным.

Вот и получается, что резкий рост зарплат является предвестником кризиса в России. А ограничить вклад зарплат в ВВП может девальвация национальной валюты. Если посмотреть на последние экономические новеллы и решения Центробанка, именно этот курс выбрали федеральные власти.

Таким образом, конкурентность российского бизнеса находится в прямой связи с уровнем зарплаты наемных работников. Ее завышенные параметры ведут к кризисным процессам. Вроде ничего нового. Превысили свои возможности, снизили конкурентность методом завышенной цены товара рабочая сила. И общий результат – кризис, как структурный, так и циклический, так и общий.

Да, действительно национальная экономика имеет свои пределы в конкуренции с другими экономиками. Если в ЕС зарплата в 3000-5000 евро не является редким исключением, то в наших странах пока можем балансировать на уровне 600-800. Иначе окажемся в кризисе.

А это уже новый этап реструктуризации. Новые условия конкурентной борьбы, иные парадигмы формирования конкурентных преимуществ.

4.0. Стратегия бизнеса и общества: логика и синергия

В мировом сообществе вопрос о конкурентности стран и экономик обсуждается открыто и часто. Делается это просто, берется гамма факторов, критериев и ..выстраивается листинг стран по степени конкурентности всех экономик. В этом исчислении нет ничего особо научного, теоретически интересного, так как данный индекс достаточно субъективный. Один из самых известных – индекс глобальной конкурентоспособности (ИГК), в который включаются 144-148 стран.

Такие расчеты делаются в рамках проектов Всемирного экономического форума, что служит темой обсуждений на форумах, конференциях, в печати и прессе. Беларусь в этих подсчетах не участвует. Вместе с тем, попытки подсчетов делаются и нашими экономистами, в частности Ярославом Романчуком, который поставил по ИГК Беларусь на 90 позицию. Эти результаты

показаны в Национальной платформе бизнеса Беларуси в 2015 году. Это хуже, чем Россия (53), Грузия (69), Украина (76), Греция (81). Однако, пойдя в толк, такую ранжировку нашим политикам и населению. Они-то считают, что мы более конкурентны, чем перечисленные выше страны. А про Украину, вообще, никто слушать не будет, сравнивать с нами не станет. Но таковы мы.

Место по ИГК рассчитывается по «базовым требованиям», «усилителям эффективности», «факторам инновационности». И пошли считать. По опросам 14000 бизнес-лидеров в 148 странах (2014 год).

И, что же накрутили бизнесмены? В итоге 6-ой год подряд лидером является Швейцария. Тихая и «золото» придерживающая страна. Может, такие оценки вызваны особенностью психологии опрашиваемых, которых в Швейцарии не очень пугают вопросами «где деньги взял?». Да и есть у страны свой имидж, который не стал разрушать даже Адольф Гитлер. Всем на радость. Бизнес бизнесом, но и просто отсидеться там можно. Не в камере, естественно. Хотя защитные механизмы для предпринимателей чужих стран в Великобритании выше. Это даже Абрамович подтвердит.

Лидеры по конкурентности прямо как лидеры в экономической свободе. Это: Сингапур, США, Финляндия, Германия, Япония, Сингапур, Гонконг, Нидерланды. Замечательный ряд. Хотя маленькие страны особенно не реализуются в научном соперничестве. Конкурентны по-малому, если выражаться образно. Китай на 28 месте, Эстония на 29. Литва 41, Латвия 42.

Так подсчитали. Кто в космосе, кто в лавочке с игрушками. Все едино для счетоводов ИГК. А там есть такие критерии, как фаворитизм при принятии решений, расточительство госрасходов, бремя государственного регулирования. А такие критерии, как демократия, склонность к коррупции. Все, что нас никогда не сделает лидерами. Для Беларуси непреодолимы и такие индексы, как слабая защита прав собственности (кого-то же защищают?), некачественная система государственного управления, дефицит системы независимых судов, расточительство госрасходов, неспособность страны удерживать свои таланты (это просто явно видно), затруднения доступа к кредитным ресурсам (поди ж, директора государственных предприятий так не считают).

Однако, есть и важные вещи в опросах 2014 года. Бизнесмены подтвердили особенность: острый кризис доверия к политикам по всему миру, кроме Китая (попробуй сказать иначе, Компартия обидится), Германии и скандинавских стран. Брейвик всегда считал иначе, почему и стал таким известным. Много интересного и разного может почерпнуть предприниматель из нашей глубинки в этих показателях индекса. Более подробно указано в тексте платформы бизнеса (стр.82-93).

Было бы уместным упомянуть, что это опросы лидеров бизнеса. Наши лидеры, все хорошо известны в правительстве и администрациях всех уровней. Если бы они (особенно члены совета при президенте) давали ответы на вопросы исследования, то Беларусь обошла бы Швейцарию с

явным преимуществом. И все это знают.

В недавние годы, как-то, в вузах стали анкетировать студентов по выявлению качества преподавания и авторитета преподавателей. Получили, что ожидали. Требовательные «препы» явно уступали демократам от лекций и семинаров, и особенно выиграли те, кто проводил экзамены за полчаса.

Учили и поехали дальше. Пока у нас своя суровая сермяжная правда. И подстраиваться ни под кого не надо. Пусть, конечно, ученые опрашивают лидеров бизнеса. Это лучше, чем их допрашивают. А последнее случается гораздо чаще.

И совсем точная констатация. Конкуренция для нас не стала ведущим фактором изменений. Предприятия большие и крупные не хотят рационализироваться, они пугают политические элиты ростом социальной напряженности и прочими негативными последствиями. Это стало правило во многих странах, когда крупные компании просто требуют денег. Не справились со своими проблемами в рамках международной конкурентной борьбы и перенесли проблемы своего существования, своих доходов на налогоплательщика. Причем, идет это давление и шантаж в Европе, США, в странах, которые ранее преподносились как образец капиталистической конкуренции.

Но все поменялось. Социализм в форме защиты слабых (а как иначе представить банки с миллиардными активами, производственные компании с сотнями тысяч занятых) стал не просто проявляться, а нести победоносное знамя в цитаделях конкурентной рыночной экономики.

А, что же мы в таких условиях? У нас проблемы с **собственной самоидентификацией**. С тем, что было и есть в понимании своих возможностях и ограничениях. В собственной экономической политике мы пока не разобрались. Но внешняя экономика стала оказывать влияние, что называется, давать уроки рациональной конкурентной экономики.

Но романтические иллюзии по поводу эффективности собственной экономики были рассеяны приблизившимся кризисом относительного перепроизводства. Многие не ожидали такой негативной серии последствий. Предприниматели раньше других почувствовали ухудшение своих позиций после реальной девальвации. Они лишились возможности проведения обычных обменных процедур. И валюта при этом подорожала почти наполовину.

Было ли общество заинтересовано в поддержке позиций бизнесменов? Абсолютно нет. Само население уже пугалось новых цен на рынках, конечно, это было следствием действий Национального Банка. Но руководители перенесли груз обвинений на внешние рынки, на эгоизм населения, на предпринимателей. Именно их «назначили» ответственными за повышение цен.

И бизнес стал нести потери. Общество безразлично отнеслось к проблемам ИП, и сами предприниматели реально оплачивали последствия макроэкономических ошибок правительства и банкиров. Естественно, объективная экономика выстраивала конкурентных и неконкурентных бизнесов по новым листингам. Особенно это произошло за закрытых кластерах рынка. Где и

конкуренция была несовершенной. Так сложилось, что в белорусской экономике все ниши рынка являются примерами несовершенной конкуренции. Они информационно, позиционно очень закрытые.

Конечно, именно по этой причине самый сильный удар по закрытости белорусской конкуренции в 2014 и 2015 годах нанесли внешние рынки. Это проявилось классическим образом. В период кризисов, именно на этой фазе уменьшаются агрегаты национальных экономик, падает спрос. В таких условиях, сохраняя предложение, конкуренты работают на понижение цен. Сильные компании выживают, слабые сходят с дистанции.

С другой стороны, для национальной конкурентной идентичности стал срабатывать общий феномен цен. Криво, часто не логично, но цены «поехали». Чиновники руками начали их тормозить, что крайне идеалистично и наносило вред в первую очередь нашим предпринимателям.

Цены стали с неизбежностью фактором стратегического характера. В 2014/2015 года в региональной и глобальной экономике начали снижаться цены в пределах 25-30% по сопоставимым группам товаров. Цены стали давить на производителей, часть из них объективно должна разориться. Что уже и началось.

Вообще, сформировалась тематика совместных действий правительства и бизнеса в ходе реструктуризации всех компонентов экономики страны. Она есть, но диалога пока нет. Более того, предпринимателей игнорируют, прекрасно понимая, что они их обманывают, перекадывают цену своих ошибок на инициативных и ответственных людей.

Что же с конкурентностью? На региональных рынках цены упали. У нас процесс массового ценового сброса и не начинался. Мировые цены упали в пределах 30%, но в Беларуси фактором приспособления национального производителя к новым условиям торговли стала девальвация национальной денежной единицы. Она уменьшила свой уровень с 10 000 рублей за 1 американский доллар до 15 000 (округляем для простоты сравнения, подсчетов). Цена доллара в местной валюте увеличилась с 10 тысяч до 15, то есть с базисного уровня практически на 50%.

Это затормозило процесс разорения наших экспортеров (как частных, так и государственных, либо ассоциированных), но сразу сказалось на уровне доходов, которые для 95% населения упали с 600 до 400 долларов. Пошла цепная реакция других последствий.

Цены и конкурентность: аномалии кризиса в Беларуси

Зацепили ли общество проблемы предпринимателей? Нет. Но цены зацепили. Дело в том, что цены на национальном уровне отреагировали, приблизительно адекватно. Они стали расти в девальвированных рублях. Хотя, теоретически цены внутри стран должны соответствовать их уровню в мировой экономике. И особенно, в региональной, где внешние цены максимально приближаются к национальным ценовым уровням. У нас этот механизм, как правило, либо не

понимают, либо ему сопротивляются с настойчивостью дикарей.

Посмотрим, что стало с ценами белорусской экспортной продукции в начале 2015 года по сравнению с аналогичным периодом 2014 года. Пройдемся по ряду важных групп товарного экспорта. Мы укажем на принципиально важные позиции, которые всегда были чувствительны к общей ситуации в экономике.

Средние цены экспорта основных товаров (долларов США за тонну)

Наименование товара	Цены 2015 года	В % к ценам 2014 года
Нефть сырая	363	47.5%
Сжиженный газ	262	34.1%
Лесоматериалы	35	68.1%
Мясо и мясные субпродукты	2345	73.1
Молоко и молочная продукция	1706	65.7%

Мы специально привели данные по макро позициям в нашем экспорте, хотя в ряде случаев важнее, скажем, не нефть, а нефтепродукты. Но о них – отдельный разговор, так как именно эта позиция и определяет состояние белорусской экономики в целом.

Так вот, нефтепродукты с начала 2015 года мы экспортировали по ценам, составляющим всего 54.8% от цен начала 2014 года, а сейчас они составляют всего 407 долларов за 1 тонну. Меньше 5500 белорусских рублей за литр бензина для иностранных покупателей.

Собственным покупателям эти же нефтепродукты в виде бензинов уже обходятся в 11-12 тысяч рублей. Явно в 2 раза дороже. Видна абсолютная забота о народе, но не белорусском. Удивительно? Вот это и есть цена экономической политики. Кто платит за такую политику? Покупатели, то есть жители страны.

Бизнес может подчеркивать, что рынок так цены не мог деформировать. Завышение цен на топливо приводит к удорожанию расходов на доставку товаров, увеличивает тарифы на перевозки не только товаров, но и пассажиров. Но общество не отреагировало на эти изменения, спокойно «проглотило» навязанную деформацию цен на бензин, дизельное топливо.

Есть и иные детерминанты ситуации. Создание Таможенного союза объективно должно приводить к снижению цен на продукты питания, непродовольственные товары. Но происходит обратное. Потребители ничего не получили в ситуации с таможенным союзом. Что касается предпринимателей, то они из-за ошибок в введении «регламентов» были поставлены на грань выживания. Чуть время оттянули, всего до нового 2016 года. А, что потом? Едва ли нечто в пользу нас и предпринимателей.

Для обычного бизнеса конкурентность представлена товарной массой, которая может продаваться легко и быстро, или медленно и трудно. Это при раннем капитализме называли «товарным фетишизмом». Он остался у нас до сих пор, особенно у тех бизнесменов, которые торгуют, вкладывают все свои активы в товарные запасы. Неверно оценил продажи, товары залежались, угроза потерь весьма велика.

Для национальной конкурентности важна и сама конфигурация экономики. Что же имеем мы в этом отношении?

Еще в 90-ые годы при первых попытках макроэкономического анализа хозяйственного пространства Беларуси (экономикой мы были весьма относительно) стало понятно, что наша данность – малая открытая экономика. Он работает не так, как хозяйство СССР или Германии и США. Именно это обстоятельство не понимается значительной частью элиты страны до сих пор. Более того, принимаются решения, которые опасны для малой экономики открытого типа. Скажем, проводится замысловато девальвация с одновременным рукотворным замораживанием цен на внутреннем рынке. Этот «финтифлюх» привел к деформациям внутренних и внешних цен, разбалансировке агрегатов самой производительной экономики.

Последствия еще впереди, но важно не наличие такой ошибки, а теоретическая воронка, которая существует около 20 лет. Проведение на этой основе экономической политики так разбалансировало производство и потребление, что пришлось набрать заимствований на 40 млрд. долларов. Это и есть стоимостное выражение цены ошибки полисимейкеров.

Теперь о главном. Мы находимся в малой открытой экономике и для нас само пространство товаров и цен представлено ДВУМЯ полями. Первое – **внешнее** экономическое «поле», которое существует объективно, независимо от нашего существования. Второе – **внутреннее экономическое пространство**, которое чутко реагирует на корректирующие, либо разрушительные действия полисимейкеров. Во внутреннем пространстве ошибки можно совершать непрерывно, потом их исправлять за счет населения. Ошибки внешнего свойства дают «развал» параметров, которые исправляются в монетарной сфере, бюджетировании, и эти ошибки более всего показаны цифрами внешней задолженности. Мы их уже называли. Называем часто, так как ежегодная плата за них достигла 4 млрд. долларов изъятий из карманов населения. При достаточно низкой зарплате в 400 долларов.

Исследования показали, что генерирующей фазой экономической динамики страны является внешняя торговля. Точнее, самый важный именно для Беларуси агрегатный показатель – экспорт товаров и услуг. За счет внешних продаж мы можем увеличивать покупки ресурсов, вкладываться более успешно в новые инвестиционные проекты. По сути – именно стимулирование экспорта и является центром промышленной политики правительства. Аналогична и роль бизнеса, независимо от форм собственности. А это 420 тысяч хозяйственных субъектов. Ими командовать нельзя, глупо. Хотя и делается легко, без ответственности.

Как развивалась национальная конкурентность? Много видно из сделок на

внешних рынках. Мы отметим новое качество нашей внешней торговли. Цены импорта, как и экспортные цены тоже рухнули на 26.4%. хотя это меньше, чем показатели ценового экспорта. Мы торговали вне национальной экономики не очень эффективно. При этом и структура товарного экспорта была в ценовой детерминации не в нашу пользу.

В итоге внешняя торговля потеряла много. По нефти -58%, молоку – 53%, тракторам -43%, говядине -56%. Колбасы наши на внешнем рынке на 80% оказались ненужными, масло сливочное -50%. Это показатель низкой ценовой конкурентности предприятий страны.

Есть и иные данные. Они относятся к более высокой конкурентности ряда товарных групп. Хорошие новости. Увеличился экспорт аммиака, яблок, капусты, компрессоров и рапсового масла. Позитив, конечно. Вот это торговля!

Теперь перейдем к внутреннему рынку. К самой собственной экономике, к такой, как она есть. Ну, и что же происходит? Сигналы к сужению агрегатов производства, выпуска, потребления даны значительные. Сразу «засемафорил» импорт, который обвалился практически на 40%. В самом начале года. И великолепный показатель сальдо торгового баланса в +623 млн. долларов. Вот она данность глобальной экономики и нашего положения в ней. Девальвация уменьшила покупки товаров и ресурсов извне.

На внутреннем рынке ситуация достаточно интересная. Машина производства не застопорилась в первые месяцы, только позже стала снижаться загрузка, вводиться 3-4 дневные рабочие недели. Или работай полный день, выходи, а зарплата будет на уровне 20% от прежней. Люди стали волноваться и искать новые места приложения своих способностей и знаний. А тут санкции по «иждивенчеству». Зашкалило кого-то.

Пожалуй, только в сельском хозяйстве идет прирост, причем на уровне 5%. Замечательно. Коровы доятся, как прежде. Биологические процессы тормозятся сложнее. Аграрный сектор, вообще, может и не заметить, что происходит. Там маркетинг еще в зачаточной фазе.

Пошли естественные процессы. На внутреннем рынке потребление пока не упало, покупки домашних хозяйств выросли на 2.9%. Фантомное потребление, можно так охарактеризовать ситуацию. Импорт грохнулся на 40%, а покупки товаров выросли на 3%. Очень интересный момент.

На других кластерах внутреннего рынка иначе, фантомов меньше. Например, люди стали меньше потреблять услуг транспорта. Пассажиров перевозится уже на 8.9% меньше. Только начало. Куда ехать при такой зарплате, разве что родительские запасы потрясти. Оптовики продолжают оптимизм в покупках, хотя сдержанно. Всего прирост на 2.7%, скорее за счет реструктуризации поставок в пользу менее дорогих товаров.

С другой стороны, начался разброс важных параметров. Убытки в стране уже суммарно на 42 трлн. рублей. И это на фоне повышения рентабельности продаж с 5.8% (2014 г) до 8.9%.

Очень оригинально, особенно при том, что удельный вес убыточных предприятий достиг 28.6%.

И мы торгуем, почти упоенно, в таких оригинальных условиях. Пожалуй, нормально отреагировала только отрасль общественного питания, которая снизила свои продажи на 10.5%. Люди оценивают ситуацию реалистично, голосуют на этой рыночной «дороге» ногами. И кошельком, естественно.

Произойдет ли адаптация домашних хозяйств? Это главный вызов в сфере обращения. Будет, безусловно, хотя в сфере покупок начали действовать новые факторы. Главный – новые потоки товаров на фоне развития Таможенного Союза. Тренды цен в России и Беларуси таковы, что российские товары дешевели быстрее белорусских. Или просто тех, которые продаются в Беларуси. Особенно это стало заметно на рынке новых авто, которые потоком пошли в нашу страну из России.

И сам «общий рынок» меняет дифференциацию товаров. Конкуренция вносит свои изменения. Общество реагирует спросом (рост или падение), позиции национального производителя уходят на второй план. При этом много начинается сейчас. Самый мощный вызов, который будет развиваться в 2015 году – вытеснение белорусских товаров российскими. Именно русскими, не восточными, китайскими, или иными. Это и есть реализация принципа свободного движения товаров. Мы свободно движемся своей рабочей силой на восток, на тот рынок труда. Кстати, именно рынок труда может стать общим быстрее других, что весьма положительно. Торговля рабочей силой, кадрами вполне приличный вид торговли, достаточно успешный.

В нашей розничной торговле пока интересных изменений не происходит. Но есть основания полагать, что появляются новые специфические особенности конкуренции. Да, сети, да, большие гипермаркеты. Еще интересней интернет торговля, которая самая перспективная. Включая покупки по интернету «чарки и шкварки». Но важнее не это. Мы не стали европейцами по структуре расходов в торговле. У них продукты питания 11-17%, у нас 50.5 (включая, правда, табачные изделия). Как и были 20 лет назад - 50/50 продукты и непродовольственные товары. В общем обороте алкоголь составляет около 10% расходов наших потребителей. Много, даже слишком.

Что будет дальше? Какие решения будет принимать потребитель? Скорее, будет экономить, сокращать расходы. Будут ли товары дешевле? Вполне, под действием снижения спроса. И под действием реверса более дешевых товаров из России, что происходит быстро на нишах рынка непродовольственных товаров. Мы теряем очень быстро кластеры телевизоров, стиральных машин, обуви.

Рост потребления и продаж сопровождается ростом конкуренции. Это объективно. Задача предпринимателей найти инструменты развития собственной конкурентности. Что же можно и нужно делать для повышения качества своего бизнеса? Какие инструменты и механизмы применимы в малом и среднем бизнесе? И их надо понять, использовать в своем бизнесе. Время

меняться наступило, активность в развитии нового инструментария важна, как никогда.

С чего следует начинать? Именно предпринимателям? Независимо от размеров бизнеса и его отраслевой специфики.

Начинать надо с увеличения своих знаний о клиентах. **Клиентинг** в развитом виде хорошо работает в крупных компаниях, в малых контакт персонифицированный и объем знаний требуется в меньшем объеме. Лично вы сами, помощники организуют необходимый систематический сбор информации как о своем конечном потребителе, так и о торговых посредниках. Сейчас есть базы данных телефонов, адресов, но такая информация часто слишком бесполезна. Неплохо заказать маркетинговые исследования, но это дорого, до десятка тысяч долларов. Просто же картотека клиентов создается усилиями сотрудников. Если самим нет времени это сделать, то вполне удастся это сделать, взяв на работу (стажировку) студентов экономического вуза.

Неплохо на основании опыта, через год-два разработать **программу собственного развития**, усиления активности на собственном кластере производства и сбыта.

Инновации. Много слов и абстрактных призывов, но если «ухватили» инновационную идею, то стоит вложить усилия в ее реализацию. Такой разворот может стать стратегически перспективным. Для малого бизнеса это будет слишком серьезной идеей, может 2-3% предпринимателей такой размерности могут входить в данные проекты.

Технологии качественных процессов. Это относится не только к крупным компаниям. Даже небольшой торговый бизнес может проанализировать свои бизнес процедуры, процессы от организации рабочих мест до механизмов принятия решений, подбора консультаций и консультантов. Качество работы, управления, руководства.

Есть много рекомендаций, как вести маркетинговые операции, что делать с дифференциацией товаров и рыночных ниш, оперировать торговыми марками, брендами. Но это относится к специальным разделам маркетинга. Малым предприятиям, конечно, неплохо бы развивать своим торговый инструментарий, прикладную маркетинговую.

Следует сказать и о такой особенности ведения бизнеса, как **выносливость в конкурентной борьбе**. Это и запас прочности, денежные ресурсы, активы в разных формах. Стоит сказать и о запасе психологической прочности, который не менее важен, чем депозит в валюте на случай провалов в бизнесе.

Не следует отказывать себе и в том, чтобы изучать конкурентов. Это и партнерство, участие в работе семинаров, школ, консультации, самообразование. Очень нужны контакты с партнерами в бизнесе, которые могут быть развиты как партнерство, как совместная реализация собственных бизнесов, как активность в реализации адвокации.

Конкуренция и партнерство легче реализовать при проведении простейшей техники

«конкурентного анализа», которая часто позволяет получить самый простой и необходимый результат. Можно потом переходить к тщательной оценке своих недостатков и конкурентных преимуществ методом SWOT-анализа. Но составим матрицу анализа конкурентов. Самая простая из них может выглядеть таким образом.

МАТРИЦА КОНКУРЕНТНОГО АНАЛИЗА

№	Конкурирующая организация	Преимущества конкурентов	Задачи для решения
1	«Точмаш»	Широкая агентская сеть	Обучение и подготовка своих агентов. Организация исследования эффективности сети. Ответственный - NN
2	«Синергия»	Высокая скорость обслуживания клиентов	1. Установить нормы для продавцов. 2. Наладить информационный обмен «магазин - склад». Ответственные - NN
3	«МАДИ»	Связи на высших уровнях	Организовать работу по адвокации интересов фирмы. Ответственный - NN

В данной работе можно привлечь своих сотрудников, либо использовать профессиональные возможности консалтинговых фирм. Что-то вполне успешно может быть реализовано как часть дипломной работы студентов, либо аспирантское исследование. По этой причине следует широко контактировать со специалистами маркетологами, экономистами, психологами.

Что же можно получить на выходе? Разнообразные данные о работе своих подчиненных, отделов и служб. Их эффективности. Вспоминается одно из исследований по оценке бизнес-процессов в известной белорусской компании. Первые же результаты показали, что руководство состоит из дальних и близких родственников, любой иной сотрудник становился «вне» родственной стаи. Решающий вывод состоял в том, чтобы собственники отправили в отставку «генерального директора». Можете представить, как надо было представить эту идею самим заказчикам. И таких фирм в стране пруд пруди.

И последнее. Предлагаем посмотреть, как оценивали в советское время внешнюю конкурентность. Внутренняя тогда теоретически не существовала. Но важно, «что» официально мы постулировали.

Главные слагаемые конкурентоспособности товара:

- *технический уровень товара и уровень качества его изготовления, характеризующие степень использования последних мировых научно-технических достижений при разработке конструкции и технологии изготовления;*
- *соответствие товара требованиям и стандартам стран-импортёров, фирм покупателей, рекомендациям ИСО, МЭК, и др, учитывающим специфику рынка, климатические условия, в которых происходит использование продукции;*
- *особые требования, например, правила движения транспорта, действующая система мер, нормы техники безопасности и защиты окружающей среды, обычаи и привычки населения и т.п.;*
- *организация технического обслуживания, гарантирующая бесперебойную работу проданных машин, включая обеспечение запасными частями и технической документацией, обучение персонала покупателя правилам эксплуатации;*
- *наличие патентной чистоты и патентной защиты товара, а также наличие зарегистрированного товарного знака;*
- *сроки поставок и сроки гарантий;*
- *цена и условия платежа, например, предоставление кредита, рассрочки, размер первоначального и последующих взносов и т.д.;*
- *подтверждение соответствия (сертификация, декларирование) современным требованиям по безопасности продукции и охране окружающей среды;*
- *реклама и авторитет изготовителя продукции, эргономические характеристики;*
- *стоимость эксплуатации, ресурсосбережение;*
- *простота утилизации продукции после её использования.*

Дискуссионный материал «Повышение конкурентных параметров белорусского бизнеса» подготовлен в поддержку конструктивных реформ делового климата Республики Беларусь, проведения системных трансформаций, создания современных институтов развития и роста с учетом лучших мировых практик, опыта системных трансформаций десятков стран мира, а также теории институциональных изменений, используемых в странах Центральной и Восточной Европы и Азии.

Аналитический центр «Стратегия» выражает благодарность Центру международного частного предпринимательства (CIPE) и Агентству по международному развитию США (USAID) за партнёрство в подготовке данного материала.

Рекомендуемые источники информации по развитию частного предпринимательства, конкурентоспособности:

www.liberty-belarus.info

www.primus.by

www.research.by

www.cipe.org/

www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015
allminsk.biz/images/platforma%

Контактная информация:

Леонид ЗАЙКО: leonid.zaiko@gmail.com

Ярослав РОМАНЧУК: balance287@gmail.com

www.facebook.com/Jaroslav.Romanchuk

vk.com/romanchuk_jaroslav

ok.ru/jaroslavromanchuk/statuse



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE