

**КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ
МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Л.С. Климчэня
БГЗУ (Минск)

**ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В КОММУНИКАЦИОННОЙ
ПОЛИТИКЕ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ**

Экономика Беларуси по своей структуре, масштабам производства является экспортоориентированной. Учитывая данный фактор, чтобы осуществлять производство на расширяющейся основе, белорусские предприятия должны все глубже внедряться в сферу международного обращения, используя новые инструменты продвижения белорусских товаров.

Использование интернет-технологий как инструментов коммуникационной политики отечественной продукции дает возможность оперативно воздействовать на спрос, стимулировать торговую деятельность, проводить маркетинговые исследования, устанавливать деловые внешнеторговые контакты, обеспечивая белорусским экспортерам доступ к мировым рынкам.

Подтверждением перспективности данного инструмента коммуникации может служить значительный рост количества официальных сайтов белорусских предприятий в сети Интернет. Тем не менее на фоне положительной динамики численности сайтов существует ряд проблем, которые снижают эффективность использования и препятствуют широкому применению Интернета в комплексе маркетинга отечественных производителей.

Лишь незначительное число белорусских сайтов сделано профессиональными студиями — Astronim, PixelHead, Red Graphic Systems и др., разрабатывающими сложные проекты с гарантированным уровнем качества. Подавляющее большинство сайтов выполнено на любительской основе с несоблюдением принципов маркетинга и не способствует решению поставленных задач коммуникационной политики.

Интернет-сайт позволяет предприятиям не только заявить о себе, но и получать деловые предложения от потенциальных партнеров. На большинстве сайтов белорусских производителей не предусмотрена возможность размещения заказов и отсутствуют типовые контракты и заявки на отгрузку. Данная возможность должна быть реализована в сочетании с возможностью заказчика сделать персонализированный заказ.

В условиях ограниченности финансовых ресурсов руководители белорусских экспортно-ориентированных предприятий с недоверием от-

носятся к Интернету как к инструменту продвижения. В результате работа над сайтом останавливается после его создания, несмотря на необходимость его дальнейшего продвижения в Интернет. Следствием является его крайне низкая эффективность: сайт не обеспечивает новых контактов и не стимулирует сбыт в ожидаемой степени. Однако именно Интернет при условии надлежащего финансирования представляет альтернативную возможность продвижения товаров на географически отдаленных рынках, обеспечивая существенную экономию по сравнению с традиционными подходами.

Для белорусских предприятий характерно отсутствие в штате специалистов, занимающихся на постоянной основе продвижением товаров посредством Интернета. В результате обновление содержания сайта осуществляется на нерегулярной основе, не производится предоставление бесплатных обзоров технологий, рынков, потенциальных ниш, благоприятно позиционирующей предлагаемой экспортером товар.

Недостатком многих сайтов является отсутствие полноценной рабочей версии на иностранном языке, что лишает предприятия возможности позиционирования в зарубежном секторе Интернета, ограничиваясь рынками русскоязычных стран. Необходимо создать иностранные варианты сайтов с учетом языковых особенностей наиболее перспективных внешних рынков.

Целям коммуникационной политики белорусских товаров на зарубежных рынках служат государственные проекты: разработана и тиражируется электронная версия каталога о белорусских предприятиях, продукции и технологиях для сети Интернет. Одним из таких примеров является система «Тендеры», направленная на обеспечение информационной поддержки и стимулирования увеличения объемов экспорта товаров и услуг Республики Беларусь.

*О.Ф. Малашенко,
Е.А. Семак
БГУ (Минск)*

РОЛЬ КОММУНИКАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА

Для развития инновационной экономики большое значение приобретает сотрудничество в области науки и инноваций в рамках Союзного государства, которое основывается на создании единого инновационного пространства двух государств. С помощью современных коммуникаций создаются механизмы координации проводимых в обеих странах фундаментальных исследований и научно-технологических разработок, определению приоритетных направлений совместной научно-технологической и инновационной деятельности, а также по использо-