

Чековая приватизация является составной частью общего приватизационного процесса. Недостатки чековой приватизации в республике можно было бы сгладить. Для этого необходима разработка государственной программы, которая позволяла бы использовать имеющиеся у населения чеки уже в настоящее время. К примеру, их можно было бы засчитывать в качестве оплаты за жилье и коммунальные услуги, за пользование средствами связи и т.д. Принятие данной программы имело бы огромное социальное значение и укрепило бы доверие населения к государственным ценным бумагам.

Т. Г. Карсницкая
Институт экономики НАНБ
Л. П. Бабаш
Институт экономики НАНБ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ БЕЛАРУСИ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ЭКСПОРТ

Теория экспортного маркетинга, с отработанными в мировой практике принципами и инструментами, не в полной мере может использоваться в условиях деятельности белорусских предприятий. Практика показывает, что для применения маркетинговых решений белорусскими субъектами хозяйствования необходима длительная подготовка, чтобы экспортный маркетинг, как функция стал реальностью белорусских субъектов хозяйствования. Успех внедрения маркетинга во внешнеэкономическую деятельность отечественных субъектов хозяйствования зависит от их информационно – аналитической поддержки на основе внешнеэкономических маркетинговых исследований (FMI). FMI представляет собой существенную опору во внешней торговле субъектов хозяйствования, т.к. на данной основе принимаются управленческие решения стратегической и тактической экспортной деятельности.

Важнейшим блоком внешнеэкономической деятельности является маркетинговая диагностика экспорта. Основные задачи маркетинговой диагностики экспорта включают постановку проблемы, оценку проблемы, классификацию возможностей исследуемого рынка.

Экономические индикаторы маркетинга внешнеэкономической деятельности субъектов хозяйствования – статистические показатели, динамика которых имеет устойчивое хронологическое соответствие с движением экономической конъюнктуры.

Для оценки конъюнктуры товарных рынков экспортноориентированных субъектов хозяйствования должны использоваться показа-

тели производства и потребления продукции соответствующей отрасли. Для диагностики товарной конъюнктуры, по нашему мнению, должны использоваться следующие показатели.

А) Основные индикаторы:

1. объем заказов на данный вид продукции (в сопоставимых ценах);
2. объем продаж данного вида продукции (в сопоставимых ценах);
3. индекс цен на производимую (планируемую) на экспорт продукцию;
4. индекс отраслевых доходов;
5. курсовой индекс.

В) Совпадающие индикаторы:

1. объем производства продукции данного вида (в сопоставимых ценах);

2. отработанный фонд рабочего времени.

С) Запаздывающие индикаторы:

1. объем товарно-материальных запасов;
2. величина ссудной задолженности (в том числе заимствования в валюте);
3. объем капитальных вложений (в сопоставимых ценах).

А. А. Петрович
Институт экономики НАНБ

ФОРМИРОВАНИЕ ПЛАТЕЖНОГО СОЮЗА РОССИИ И БЕЛАРУСИ

Существует объективная необходимость в реформировании системы взаиморасчетов со странами СНГ, и в частности, с Россией.

Построение платежного союза между РБ и РФ может происходить по разным схемам, с использованием различных механизмов. Но так или иначе, платежный союз предполагает наличие единой или общей валюты и расчетного центра. В настоящее время обсуждаются идеи о введении единой валюты в России и Беларуси, которой станет российский рубль.

Другой вариант — это создание общей для России и Беларуси валюты, при которой государства сохраняют за собой право использования своей национальной валюты. По примеру Европейского валютного союза может быть сформирована общая валюта стран СНГ. Удельный вес каждой национальной валюты стран-участниц будущего платежного союза в корзине общего платежного средства будет установлен в соответствии с долей участия стран в мировой тор-