

направлениям и мерам государственного регулирования рынка того или иного вида продукции. Требуемая информация будет собираться маркетинговыми службами района от всех субъектов рынка на основе их бизнес-планов, отчетов и в виде конструктивных предложений по направлениям и мерам государственного регулирования направляться в областной маркетинговый центр и в районные органы управления АПК.

Областной маркетинговый центр на основе предложений, поступающих от районных маркетинговых служб, и самостоятельного отслеживания и прогнозирования ситуации подготовит конструктивные предложения по мерам регулирования товарных рынков и передаст их в областные органы управления и в республиканский маркетинговый центр.

Калинин Д. С., БГУ (Минск)

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В связи с растущей глобализацией мирового хозяйства деятельность все большего количества предприятий начинает приобретать международную направленность. Особое значение в этом плане имеет область сбыта. Поэтому, чтобы осуществлять производство на расширяющейся основе, предприятия должны все глубже внедряться в сферу международного обращения путем создания собственной заграничной сети.

В этой связи особую актуальность приобретают вопросы интернационализации белорусского бизнеса, а одним из основных факторов успеха фирмы становится выбор наиболее эффективной международной стратегии. Применительно к условиям белорусской экономики и уровню развития внешнеэкономической активности отечественных предприятий развитие интернационализации предпринимательства предстает как процесс поиска новых возможностей для международного бизнеса, использование новых технологий вхождения на зарубежные рынки и новых сфер вложения капитала за рубежом, преодоление старых стереотипов и границ в области внешнеэкономической деятельности. Интенсификация международной деятельности белорусских предприятий должна быть связана с трансформацией нынешней торгово-посреднической схемы отношений в производственно-инвестиционную модель экономических связей.

Прямые иностранные инвестиции в создание собственной производственной заграничной сети должны стать главной формой интернационализации деловой активности предприятий Беларуси. В начале процесса закрепления на внешних рынках предприятия должны предпочитать использование наименее рискованных форм, не требующих значительного переноса ресурсов на зарубежные рынки, и лишь затем переходить ко все более рисковому. Таким образом, для белорусских фирм предпочтительной является организация сборочных предприятий, осуществляющих сборку машин и оборудования из поставляемых частей, узлов и деталей с предприятий основной компании.

Белорусские предприятия, включающиеся в процесс интернационализации, должны начинать его как можно ближе не только с точки зрения географического распределения, но и по схожести всех характеристик бизнес-среды к своей стране и с небольшой передачей ресурсов. С увеличением же коммерческого опыта и, следовательно, лучшим пониманием зарубежного рынка белорусские компании должны организовать производство в странах, абсолютно не похожих на ее собственную, и должны быть готовы все больше инвестировать за рубежом. Таким образом белорусские предприятия должны пройти путь от фирм, ориентированных на локальные рынки, к глобальным компаниям.