

Дальнейшее развитие международного транзита связано с совершенствованием деятельности перевозчиков всех видов транспорта, таможенных и пограничных служб, экспедиторских, брокерских, агентских фрахтовых организаций и других, и может быть осуществлен лишь при условии проведения в этой сфере единой транзитной политики, которая может реализовываться как на общегосударственном, так и на региональном уровне.

Все это требует научного системного подхода к разработке Концепции транзитного государства, в которой должны органически согласовываться вопросы нормативно-правового обеспечения, (включая адаптацию национального законодательства к европейскому), государственного экономического регулирования, технико-технологической модернизации, транспортно-дорожного комплекса, тарифной, налоговой, инвестиционной, экологической, кадровой политики.

Под международным транспортным коридором понимается совокупность магистральных транспортных коммуникаций с соответствующим обустройством, связывающих различные страны и имеющих вследствие этого международное значение, на которых осуществляется скоординированное взаимодействие различных видов транспорта, обеспечивающих перевозки грузов на этих направлениях на основе единого сопроводительного документа и при полной ответственности экспедитора за весь перевозочный процесс.

Дробышевская В.Н., Лукьянюк Т.М.
Институт управления и предпринимательства (Минск)

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Либерализация торговли во многих странах, снижение затрат на транспорт и связь ведут к повышению степени взаимосвязанности и глобализации мировой экономики. Произошел рост объема торговли товарами и услугами, прямых иностранных инвестиций, а также объема международных поездок физических лиц и миграционных потоков. В этих условиях существенно меняются условия конкурентной борьбы.

Наблюдается растущая и все более тесная связь предприятий на региональном, местном и других уровнях. Здесь возникает проблема конкурентоспособности регионов, т.е. развития преимуществ, присущих отдельным регионам.

Конкурентоспособность региона зависит во многом от его специализации. Специализация означает повышение качества существующих продуктов и способность вносить в продукт новые качества, т.е. способность производить товары, которые другие регионы не могут произвести.

Коренные сдвиги в товарной структуре мировой торговли и повышение роли технического уровня производства влияют на основы конкурентоспособности и изменяют формы конкурентной борьбы.

Торговля может способствовать ознакомлению с новыми и более совершенными способами производства товаров и услуг. Экспорт способствует приобретению таких знаний благодаря информации, получаемой от покупателей и поставщиков, импорт – благодаря доступу информации, воплощенной в товарах и услугах, произведенных в других странах. Поскольку торговля испытывает все возрастающее влияние информации, возможности для приобретения технических знаний будут расширяться.

Экспорт предоставляет фирмам возможность знакомства с мировыми стандартами качества и дизайна. Экспорт позволяет предприятиям реализовывать эффект масштаба производств путем увеличения объема продукции, не ограниченного размерами внутреннего рынка. Ориентация на экспорт способствует повышению экономической эффективности в результате необходимости поддержания конкурентоспособности на мировом рынке. А для того, чтобы конкурировать с наилучшими зарубежными фирмами, экспортеры, как правило, больше инвестируют в приобретение информации, чем предприятия, которые обслуживают лишь отечественный рынок.

Дроздов Д.Н.
БГЭУ (Минск)

СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Коммуникации выполняют жизнеобеспечивающую роль в каждой организации. Руководители белорусских предприятий понимают важность эффективных маркетинговых коммуникаций, однако зачастую они не обладают необходимыми денежными средствами на организацию дорогостоящих каналов коммуникации (например, реклама на телевидении). Решение данной проблемы – использование возможностей сети «Интернет». Однако у предприятий могут возникнуть проблемы при организации «Интернет-рекламы». Можно выделить следующие группы проблем:

1. Технические и технологические проблемы. Сюда входят проблемы связанные с недостаточным уровнем качества коммуникаций в РБ – это, прежде всего, проблемы, возникающие при использовании программного обеспечения. Кроме того, усугубляет влияние данной группы проблем на «Интернет-рекламу» отсутствие специалистов компетентных как в вопросах «Интернет-рекламы» так и маркетинга.

2. Проблемы социального плана. Эта группа проблем связана с возникновением таких группировок людей, как «хакеры» и «спамеры». Самой опасной среди этих группировок, с точки зрения «Интернет-рекламы», являются «хакеры», так как именно они ответственны за взлом серверов, запуск в сеть «Интернет» компьютерных вирусов. Решить данную проблему можно путем издания соответствующих законов, регламентирующих поведение в сети и ответственность за противоправные действия в «Интернет».