

некоторые специалисты считают, что целесообразно развивать сразу глобальное мышление, минуя длительный процесс формирования навыков национального и многонационального менеджмента.

Глобальное мышление традиционно связывалось с потребителями, их потребностями, исследованиями потенциала рынка, продуктов и их продвижением и распределением. В то же время, на наш взгляд, глобальное мышление следует понимать более широко, имея в виду его основные способности. При этом можно выделить ряд характеристик, основные из которых: способность применять глобальный подход к бизнесу; способность вести поиск возможностей для расширения и повышения эффективности деятельности; ориентация на поиск общих черт географических рынков.

Глобальный подход к бизнесу требует от мышления менеджеров компаний развития следующих способностей: а) выявлять ведущие рынки в мировом масштабе; б) быть многогранным (многоуровневым); в) понимать, что условия конкуренции в разных отраслях существенно разнятся и требуют применения разных стратегий; г) понимать важность механизмов координации в рамках многонациональной компании и, прежде всего, планирования; понимать решающую роль творческого подхода менеджеров в формировании гибридной стратегии в рамках международных стратегических альянсов, в обеспечении оптимального соотношения конкуренции и сотрудничества.

Следующей характеристикой глобального мышления менеджеров является способность вести поиск возможностей для расширения и повышения эффективности деятельности. С позиций международного бизнеса эта способность заключается в первую очередь в умении размещения видов деятельности там, где это выгодно.

Ориентация на поиск общих средств географических рынков означает поиск возможностей стандартизации продукции, ее продвижения и распределения. С этих позиций для менеджеров ориентиром должны служить, прежде всего, психографические исследования в маркетинге.

Обозначенные характеристики глобального мышления менеджеров раскрывают особенности, на которых должно быть заострено внимание при подготовке специалистов международного уровня.

<http://edoc.bseu.by>

*М.И. Балашевич  
БГЭУ (Минск)*

## **ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ И ПРОБЛЕМЫ УВЕЛИЧЕНИЯ БЕЛОРУССКОГО ЭКСПОРТА**

Мировое экономическое развитие после 2 мировой войны характеризуется растущим экономическим сотрудничеством стран на основе усиливающейся внешнеэкономической деятельности предприятий. По данным ВТО с 1950 по 1999 гг. мировое производство продукции увеличивалось в среднем за год на 3,8 %, а мировой экспорт на 6,2 %. Этот феномен в теории и практике получил название интернационализации. В 90-е гг. интернационализация оказалась в центре внимания не только ученых, но и общественности, так как ведет к глобализации на мировом рынке, т.е. укреплению позиций высокоразвитых стран и их ТНК. По мнению некоторых ученых, последствиями глоба-

лизации могут стать свертывание демократии в обществе и снижение жизненного уровня населения, поляризация общественного богатства.

На фоне глобализации развитие международной торговли характеризуется следующими тенденциями:

1. Резко возросло число субъектов мирового рынка вследствие распада СССР и последовавшей либерализации внешнеэкономической деятельности в постсоветских странах;

2. Ускорились процессы регионализации в мировой экономике;

3. Ужесточается конкуренция со стороны фирм развивающихся стран;

4. Сокращается на мировом рынке доля сырьевых товаров, топлива, продовольствия и возрастает доля услуг, наукоемкой продукции, технически сложных изделий;

5. Складывается неблагоприятная ценовая конъюнктура в отношении ресурсных товаров;

6. Усиливаются протекционистские барьеры.

Под влиянием указанных тенденций резко ухудшаются позиции белорусских экспортеров на мировом рынке. Этому способствуют слабая товаропроводящая сеть, недостаток оборотных средств, усиливающиеся теневые отношения в сфере внешней торговли.

В белорусской внешней торговле определились два основных вектора: Россия — СНГ и Западная Европа. Чтобы удержать имеющиеся рынки и расширить экспортную деятельность, следует структурировать внешнеэкономическую политику по стратегическим и оперативным уровням.

К первым следует отнести:

– выбор стратегии структурной перестройки экономики. После развала Союза и утери привычных рынков сбыта следует определиться со стратегией развития экономики в новых условиях: или всеми силами сохранять традиционные экспортные производства, или постепенно переориентировать структуру в русле международных тенденций: приоритетное развитие сферы международных услуг (образовательных, транспортных, информационных), малого и среднего бизнеса, наукоемких производств, средств информатизации и т.д. Последнее представляется более перспективным;

– улучшение международного инвестиционного климата страны на основе ускорения рыночных реформ, разгосударствления и приватизации, госсобственности, стабилизации законодательства;

– повышение международного имиджа страна на основе учета международных тенденций экономического и политического развития мирового сообщества.

– расширение сферы действия рыночных механизмов в экономике;

– ускорение процесса вступления в ВТО.

Ко вторым можно отнести:

– повышение конкурентоспособности традиционных белорусских экспортных товаров на основе привлечения прямых иностранных инвестиций как от местных, так и зарубежных инвесторов;

– стимулирование расширения экспортной деятельности за счет вовлечения малых и средних предприятий;

– широкое привлечение в сферу образования граждан из развивающихся стран;

– стимулирование притока прямых иностранных инвестиций на основе стабилизации законодательства, государственных гарантий инвесторам.