

рации производства в интересах собственного социально-экономического развития. Экспортная ориентация, дерегулирование, либерализация, приватизация образуют важный фактор развития глобализационного процесса. Республика Беларусь просто не может быть в стороне от процессов глобализации, если не хотим оказаться на обочине исторического процесса.

Вхождение Республики Беларусь в глобальную мировую экономику предполагает решение следующих задач:

– активизация экономической интеграции в рамках Союзного государства Беларуси и России, расширение сотрудничества с основными региональными группировками мировой экономики;

– увеличение объемов привлекаемых иностранных инвестиций в наукоемкие и ресурсосберегающие производства экспортной и импортозамещающей направленности и др.

<http://edoc.bseu.by>

В.Ф. Сазонова
УО БТЭУПК (Гомель)

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СФЕРЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Продолжением интеграционных документов — Соглашение о таможенном союзе между Россией и Беларусью (1995 г.) и Договор об образовании Сообщества Беларуси и России — является Договор о Союзе Беларуси и России (1997 г.).

Объективная необходимость интеграции между этими странами вытекает из того, что Беларусь и Россия имеют тесные экономические связи и прежде всего это связи торговые. Особенно это прослеживается при анализе импорта-экспорта. Так, удельный вес России в экспорте Беларуси в страны СНГ приближается к 80 % и с другой стороны Беларусь для России является вторым по значению торговым партнером в рамках Содружества. В данном случае следует отметить положительную роль Соглашения о таможенном союзе, заключенного в 1995 г.

Данный доклад имеет цель: определение предпосылок интеграции, целей интеграции на примере интеграционных процессов Беларуси и России в сфере экономики.

Экономическая интеграция — это процесс экономического взаимодействия стран, приводящий к сближению хозяйственных механизмов, принимающий форму межгосударственных соглашений и согласованно регулируемый межгосударственными органами.

Мы придерживаемся точки зрения представителей данного направления изучения проблем интеграции и считаем, что следующие цели интеграции вполне применимы к интеграционным процессам в экономике Беларуси и России.

Цели интеграции:

1. Создание благоприятной внешнеполитической среды.
2. Использование преимуществ в экономике масштаба.
3. Решение задач торговой политики.
4. Содействие структурной перестройке экономики.
5. Поддержка молодых отраслей национальной промышленности.

Но для того чтобы эти цели достичь, необходимо, чтобы интеграция получила “толчок”.

Таким “толчком” следует считать наступление следующих условий, предпосылок интеграции:

1. Географическая близость интегрирующих стран, наличие общей границы и исторически сложившихся экономических связей.

2. Близость уровней экономического развития и степеней рыночной зрелости интегрирующихся стран.

3. Общность экономических и иных проблем, стоящих между странами в области развития, финансирования, регулирования экономики, политического сотрудничества и т.д.

4. Демонстрационный эффект — положительные политические сдвиги в странах, прошедших первые этапы интеграции, ведут к психологическому давлению на присоединившиеся страны.

5. “Эффект домино” — после того как большинство стран региона стали членами интеграционного объединения, остальные страны начинают испытывать экономические трудности, которые возникают в связи с тем, что они не являются членами интеграционного объединения. В конце концов это приводит к их присоединению к интеграционному образованию, из-за желания избежать негативные эффекты.

Очень важно учитывать, что для обеспечения динамичного развития экономики, как свидетельствует мировая практика, уровень инвестирования в экономику должен составлять примерно 20 % национального продукта. Обойтись собственными силами здесь не могут даже ведущие страны мира.

К.В. Семак
ООО “Насатон” (Минск)

ИСТОЧНИКИ ИЗУЧЕНИЯ ВНЕШНЕГО ПАРТНЕРА КАК ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ИЗДАТЕЛЬСТВ БЕЛАРУСИ

Развитие маркетинга предприятий различных форм собственности предъявляет новые требования, которые заключаются в необходимости получения информации о внешних партнерах. В странах с развитыми рыночными отношениями фирмы интенсивно используют такую информацию, что не скажешь о белорусских предприятиях. Об этом свидетельствует тот факт, что справочные издания и рекламные журналы занимают очень незначительную часть от всех выпускаемых в Беларуси журналов. В период с 1991 г. по 1998 г. было 2—3 рекламных издания и 1 (или не было вообще) справочный журнал. С 1999 г. по 2000 г. вышли в свет 8 рекламных изданий и 5 справочных.

Несмотря на вышеуказанные обстоятельства, опыт развитых стран показывает, что без маркетинговых исследований невозможно достичь эффективной деятельности компаний. А из этого следует вывод, что источники изучения внешнего партнера является потенциалом развития издательств Беларуси. Поэтому настоятельность знаний об этих источниках очевидна.

При изучении фирм-партнеров основными источниками информации являются источники, относящиеся к средствам массовой информации и источники, публикуемые самими фирмами.

Большой объем информации публикуют сами фирмы в своих отчетах,