

менту экономической политики. Однако даже Таиланд испытывает серьезные проблемы с реализацией принятых обязательств в области использования информационных технологий.

Таким образом, ВТО выдвигает достаточно жесткие требования при приеме новых членов, отказываясь при этом от предоставления переходных периодов и других льгот. Особенно актуально это для стран, объемы внешней торговли которых не в состоянии оказать существенного влияния на мировую торговлю в целом. При этом от претендентов на вступление требуется принятие условий, формально не являющихся обязательными для всех стран — членов ВТО.

<http://edoc.bseu.by>

А.И. Войтович

Академия управления при Президенте Республики Беларусь (Минск)

СОЗДАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НОВЫХ ФОРМ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Одной из особенностей развития мировой экономики последнего десятилетия является ее глобализация, которая выражается в глубокой интеграции национальных экономик на основе расширения международного торгового обмена, интернационализации финансового рынка, технологического и информационного обмена.

В результате глобализации произошли изменения в сфере организации международной торговли — образование Всемирной торговой организации (ВТО), создание глобальной сети Центров по вопросам торговли (Global Trade Point Network), появление новых форм ведения бизнеса таких, как электронный бизнес и электронная торговля.

Использование Интернета в международной торговле раздвигает географические, физические и временные параметры деятельности фирм и организаций, являясь также универсальным инструментом маркетинга и продвижения продукции фирмы на мировой рынок. Для нового электронного рынка характерны низкие барьеры для выхода на него, что создает большие возможности для участия в международном разделении труда для средних и мелких фирм наряду с крупными компаниями.

Глобальная сеть Центров по вопросам электронной торговли, которая создана на базе сети Интернет в рамках проекта Международного торгового центра (ЮНКТАД/ВТО) для сбора и обмена информацией между продавцами и покупателями электронным способом, представляет собой большой информационный ресурс внешнеторговой информации о рынках сбыта, торговых правилах и нормах разных стран, потенциальных деловых партнерах, условиях и процедурах ведения бизнеса, базы данных предприятий и т.д. В настоящее время в глобальной сети более 150 торговых центра из 120 стран. Для развивающихся стран и стран с переходной экономикой, где недостаточно развита телекоммуникационная инфраструктура и высокие цены на телекоммуникационные услуги, присоединение к сети Центров по вопросам торговли дает возможность выхода на глобальный электронный рынок в международной торговле.

Развитие информационного пространства в республике с учетом внедрения высоких технологий является одной из приоритетных задач Национальной программы развития экспорта на 2000—2005 гг. Эффективной ме-

рой продвижения товаров и услуг на внешние рынки должен стать выход Беларуси на международные рынки через глобальные телекоммуникационные сети. В настоящее время в стадии реализации находится проект создания Торгового центра (на базе Национального центра маркетинга и конъюнктуры цен) как части проекта Международного торгового центра ЮНКТАД/ВТО. Глобальная сеть по вопросам торговли, а также проект создания внутрорегиональной информационной сети по вопросам торговли стран СНГ и прибалтийских государств (ИСТИН) с целью развития и внедрения новых форм и механизмов международной торговли.

Реализация всех этих проектов и задач позволит Республике Беларусь в условиях глобализации интегрироваться в мировое сообщество посредством создания и развития новых форм международной торговли.

Л. Воробьев

Сельскохозяйственная академия (Щецин, Польша)

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ БЕЛАРУСЬЮ И ПОЛЬШЕЙ

Польское хозяйство в целом и субъекты хозяйствования на востоке Польши, в частности, в течение 1945—1990 гг. были ориентированы на экспорт своих товаров в республики бывшего Советского Союза. В структуре экспорта доминировали продукты сельскохозяйственного производства, которых в Польше было в избытке. Экспорт был нарушен в 1990 г. с момента перехода Польши к рыночной экономике, в основном из-за мотивов политических. Место польских продуктов на восточном рынке заняли в основном продукты стран-членов Европейского союза, продаваемые часто по демпинговым ценам и при высоких доплатах за экспорт, отчего конкурентность польских товаров уменьшилась. Отсюда появилась необходимость всевозможных действий, направленных на активизацию экспорта и в первую очередь с ближайшим соседом.

В девяностых годах, когда Польша направила свой экспорт на Запад, радикально уменьшился объем машин и оборудования, приборов электротехнических и электронных, а также конечных промышленных товаров. Вырос объем сырья и полуфабрикатов, товаров древесно-бумажных, минеральных, металлургических. Наступил спад экспортируемых сельскохозяйственных продуктов с 5 до 3 %, продуктов лесного хозяйства и химического производства, других потребительских товаров. Не отмечено также экспорта в области вооружения. Невысокий показатель был и в области производства кожаных изделий.

В импорте наступили перемены в противоположном направлении: увеличился объем конечных продуктов, в первую очередь промышленного происхождения. Важную роль играет импорт нефти и зерна, а также потребительских товаров, в том числе лекарств и легковых автомобилей. Меньший объем составляет импорт инвестиций. В результате наступил реальный рост участия в польском заграничном обороте России, Украины и Беларуси.

Беларусь проводит товарооборот с более, чем 140 странами мира. В структуре международной торговли товарами и услугами, например, в 1998 г. 92 % приходилось на оборот товарами и 8 % — на оборот услугами.