

Особое внимание в кейнсианской литературе уделялось анализу влияния на экономику и платежный баланс международного разделения капитала. Так Е. Домар построил модель влияния ограниченных инвестиций на платежный баланс. Результаты его расчетов, взятые в целом, показывают, что при определенных условиях по мере роста капиталовложений обратный приток выплат этих сумм и процентов по ним может превысить ежегодные суммы инвестиций за границу.

В послевоенный период теория внешнеторгового мультипликатора оказалась явно недостаточной для обоснования принципов регулирования платежного баланса. Хаберлер, опираясь на анализ движения цен, показал, что постулат кейнсианской теории об односторонней связи изменений платежного баланса с динамикой национального дохода неверен и выдвинул положение о том, что страна, доход которой растет более высокими темпами, чем у ее партнеров, может, тем не менее, иметь благоприятный или, по крайней мере, сбалансированный платежный баланс, если рост экономики сосредоточен в отраслях, работающих на экспорт.

Американский экономист Ф. Лютц отмечал, что регулирование платежного баланса средствами фискальной и денежно-кредитной политики не может быть эффективным, не задевая интересов экономического роста и занятости, если не будет обеспечено адекватное понижение цен. Отсутствие гибкости цен делает эту проблему неразрешимой при сохранении фиксированных валютных курсов.

К последним наиболее интересным разработкам относятся работы Неновского, который анализировал эффективность налоговой и денежной политики с точки зрения комплексного воздействия каждой из них на внутреннее и внешнее равновесие экономической системы. Также нужно отметить теорию жизненного цикла, выдвинутую Р. Верном, теорию эффекта масштаба П. Крюгмана и К. Ланкастера, а также теорию конкурентных преимуществ М. Портера.

<http://edoc.bseu.by>

С.В. Зенченко
БГЭУ (Минск)

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕТОРГОВОГО ПОСРЕДНИЧЕСТВА НА РЫНКЕ МЕДПРЕПАРАТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Мировой рынок — сложный экономический организм, в котором действуют многочисленные специализированные службы.

Обычно производителю, особенно если он выходит на новый рынок, очень трудно разобраться во всех тонкостях нового рынка. Именно поэтому сегодняшний этап развития международных экономических отношений тесно связан с развитием торгового посредничества.

Все больше западных фирм желают наладить торговые связи с Республикой Беларусь. Не все могут себе позволить, а некоторые считают нецелесообразным создание своего представительства или магазина на белорусской территории. Поэтому они прибегают к услугам белорусских посреднических фирм.

Под *посредником* понимается лицо или фирма, совершающие операции, связанные с куплей-продажей товаров, по поручению экспортера или импортера на основе соглашений или разовых поручений.

Развитие внешнеторгового посредничества можно проследить на примере работы посреднических фирм и государственных организаций на рынке медицинских средств РБ, где доля продукции собственного производства составляет только около 25 %.

Можно выделить следующие тенденции развития рынка медицинских средств:

- увеличение импорта медицинских препаратов, что связано с увеличением потребностей населения и невозможностью отечественных производителей удовлетворить этот спрос;

- сокращение доли частного сектора. Это связано с попытками государства усилить контроль над рынком.

Если придерживаться международных стандартов, средний житель Республики Беларусь должен потреблять лекарств на \$ 70—90 в год, то есть емкость белорусского рынка медпрепаратов приближается к \$ 1 млрд. Но это в теории. На практике в Республике Беларусь этот показатель составляет \$ 250—300 млн из-за низкой платежеспособности населения и эффективности работы посреднических структур.

Для повышения эффективности внешнеторгового посредничества необходимо принятие следующих мер:

На микроуровне (уровне организации)

- реинжинирингбизнес процессов на фирме;
- более качественный выбор контрагентов;
- проведение стимулирующих мероприятий;
- тщательная проработка всех условий контракта;
- проведение продуманной ценовой политики.

На макроуровне (уровень внешней среды)

- развитие финансовой инфраструктуры;
- совершенствование законодательства;

усовершенствование и упрощение порядка лицензирования; снятие ограничений в расчетах с иностранными и отечественными производителями;

принятие мер по валютному регулированию.

Следует отметить, что во внешнеторговом посредничестве наиболее важную роль играет развитость и стабильность макроуровня, внешняя среда работы посредника, что связано с необходимостью заинтересовать иностранного контрагента в сбыте товара на внутреннем рынке посредника и только потом будет рассматриваться кандидатура посредника, эффективность его работы на рынке.

<http://edoc.bseu.by>

П.В. Утюпин
БГЭУ (Минск)

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ (НА ПРИМЕРЕ НЕМЕЦКОЙ ФИРМЫ “ФРЕЗЕНИУС”)

С началом экономических преобразований в Республике Беларусь отдельные предприятия получили право самостоятельного осуществления хозяйственной деятельности и право выхода на зарубежные рынки. Однако общие условия мировой торговли, высокий уровень организации мирового рынка требуют от предприятий коренного пересмотра политики и механизма осуществления ВЭД.

Анализ исследований западных и отечественных экономистов позволяет сделать вывод о том, что заграничную деловую активность предприятий следует рассматривать с точки зрения процесса интернационализации предпринимательства.

В зависимости от вложенного капитала и уровня риска зарубежную деловую активность можно подразделить на такие варианты, как: прямой и непрямой экспорт, лицензинг, производство по контракту, франчайзинг, совместное предприятие, иностранное предприятие, дочерняя компания, транснациональная корпорация.

Опыт зарубежных фирм, в частности немецкой фирмы “Фрезениус”, показывает, что с каждым годом они вступают на все более высокую ступень процесса интернационализации не только по количественным показателям (экспортной квоте), но и по формам ведения хозяйственной деятельности на внешних рынках. Основой этому служит: 1) политика экспансии внешних рынков (работа на зарубежных рынках становится основой в бизнесе);