

Такім чынам, для прыцягнення ў краіну большай колькасці валютных сродкаў можна ці непасрэдна абавязаць пераводзіц у Рэспубліку Беларусь тую ці іншую частку заробка ў замежнай валюце, ці зацікавіць у інвеставанні ў рэспубліцы з дапамогай разнастайных ільгот фінансаварэдытнага характара.

Механізмы банакаўскай палітыкі па прыцягненню грашовых сродкаў працуючых-мігрантаў, якія маглі б выкарыстоўвацца і ў Рэспубліке Беларусь, наступныя: 1) аблігацыі, якія забяспечаны грашовымі пераводамі; 2) дэпазітныя рахункі ў замежнай валюце; 3) ільготы па валютным укладам працуючых-мігрантаў; 4) вызваленне дэпазітаў ад падаткаў; 5) ільготныя тарыфы на грашовыя пераводы; 6) продаж каштоўных папер для працуючых-мігрантаў, якія не абкладаюцца падаткамі; 7) спецыяльныя карткі для спрашчэння працэдур міжнароднага грашовага перавода мексіканскага тыпу «*matricula consular*». За кошт выкарыстоўвання дадзенага набору банкаўскіх эканамічных інструментаў, мы зможам істотна павысіць уплыў міжнароднай працоўнай міграцыі на развіццё эканомікі Рэспублікі Беларусь.

МЕДІАРЫНОК РЕСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Толстик И. А., Институт экономики НАН Беларуси

Принципиальное значение для развития медиарынков имеют международные экономические отношения в области медиатоваров и услуг. Это система хозяйственных связей между национальными медиаэкономикami отдельных стран с соответствующими субъектами хозяйствования. Таковыми являются классические СМИ, представляющие за рубежом преимущественно концерны, холдинги в силу особенной развития индустрии. Для Республики Беларусь из-за особого геополитического и экономического положения имеют принципиальное значение мировые тенденции развития этих отношений. Выраженные специфическими связями МЭО в области медиатоваров и услуг, они в значительной мере проецируются в МЭО Республики Беларусь, обуславливая собственно экономический тип внешнеэкономической деятельности СМИ страны. Наличие МЭО на мировых медиарынках обусловлено их основными признаками: разделением труда в медиаиндустрии, товарно-денежным характером связей, рыночными механизмами (спрос, предложение, свободное ценообразование), конкуренцией СМИ, межстрановыми потоками продукции, обменом медиатоварами (пресса, теле-, радиопрограммы, книги) и услугами, рынком труда в медиаиндустрии, наличием собственной инфраструктуры, фактом монополизации медиарынка, важнейшей экономической деятельностью, наконец, практикой регулирования этих отношений.

Участие страны в интеграционных процессах на мировых медиарынках предусмотрено ее законом о печати и других средствах массовой информации. Шестой раздел закона «Международное сотрудничество в области массовой информации» предусматривает международные отношения в области массовой информации «на основе договоров и соглашений, заключенных Республикой Беларусь». Существуют все факторы для развития МЭО страной в области медиатоваров и услуг. Медиарынок ее динамичен и создает собственно информационную среду для национальной экономики. Беларусь участвует в развитии информационного пространства СНГ, растет экономическая взаимозависимость национальных СМИ стран содружества, внедряются новые информационно-коммуникационные технологии, учитываются возможности регулирования процессов в медиаиндустрии международными организациями: ООН, СНГ, ВТО и др. В Республике Беларусь действуют четыре зоны свободной торговли, в которых созданы благоприятные условия для внешнеэкономической деятельности региональных СМИ.

Двойственная природа СМИ как медиатовара и как публицистического продукта позволяет выработать оптимальные приоритеты в экспорте, внешнеэкономической деятельности.

Основными формами развития МЭО Республики Беларусь на сегодняшний день являются международная торговля преимущественно услугами, товарами, экспорт, международный обмен медиапродукцией в рамках СНГ, научно-техническое сотрудничество, участие в международных вещательных организациях. Перспективами развития МЭО на мировых медиарынках могут стать дальнейшее развитие сформированного механизма внешнеэкономической деятельности, а также активизация коммерческой составляющей СМИ: продолжение создания крупных холдингов, газетных сетей, концентрирующихся вокруг различных центральных изданий; организация издательских домов и газетных концернов ради достижения экономической стабильности; повышение конкурентоспособности продукции отечественных СМИ, что обусловлено стратегией освоения международных рынков; развитие региональной экономической интеграции СМИ с целью проникновения в международные региональные объединения; инициирование совместных правительственных программ по развитию медиаиндустрии и пр.

Фактором развития МЭО в области медиатоваров и услуг является и участие Беларуси в международных организациях. Национальная государственная телерадиокомпания Республики Беларусь является членом Европейского вещательного союза и, помимо членских взносов, оплачивает право, несет технические и прочие расходы на трансляцию конкурсов «Евровидение», спортивных мероприятий. Все это компания, как любой другой член организации, получает на льготных условиях. Союз управляет сетями «Евровидение» и «Еврорадио», организывает обмены программ, поддерживает и координирует совместное производство теле- и радиопродукта с членами союза, а также обеспечивает полный спектр иных операционных, коммерческих технических, юридических и стратегических услуг для своих членов.

Определенные барьеры на пути интегрирования в международное информационное пространство возникнут в случае вступления Республики Беларусь в ВТО. Идея о включении аудиовизуального сектора в планы ВТО по либерализации всемирной торговли принадлежит США и впервые провозглашена в 1986 г. на восьмом раунде переговоров по ГАТТ. Тогда решался вопрос о вовлечении в либерализацию всемирной торговли сектора услуг. Вопрос о либерализации аудиовизуального сектора по-прежнему остается наиболее уязвимым с точки зрения статуса продукции и правовых норм.

В Беларуси либерализация аудиовизуального сектора, как и других секторов медиарынка, например, издательского, происходит согласно государственным договорам: первоначально — о едином информационном пространстве СНГ, а теперь уже — Союзного государства. При этом превалирует оценка культурно-экономического и политического статуса инфопродукции СМИ. Предлагаемая США рейтинговая оценка медиапродукции как товара не является приоритетной ни в Республике Беларусь, ни в странах СНГ, из которых Россия признана страной с рыночной экономикой. В этой связи последствия вступления страны в ВТО для медиарынка в целом могут быть самыми непредсказуемыми.

РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСНОЙ МЕТОДИКИ ОБОСНОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ РЫНОЧНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

Торская И. В., Белорусский национальный технический университет

Успешная работа отечественных предприятий на внешних рынках невозможна сегодня без четкого обоснования наиболее эффективной рыночной стратегии. Для выбора такой стратегии необходимо провести анализ возможностей использования конкурентных преимуществ и сильных сторон, и одновременно путей защиты слабых сторон предприятия. Для этого целесообразно использовать методику не традиционного SWOT-анализа, а TOWS/SWOT-анализа. Для детальной оценки перспективности различных вариантов стратегии при этой методике анализируются связи, возникающие:

— при анализе TOWS — между отдельными опасностями и сильными сторонами, шансами и сильными сторонами, опасностями и слабыми сторонами, шансами и слабыми сторонами предприятия;

— при анализе SWOT — между отдельными сильными сторонами и шансами, слабыми сторонами и шансами, сильными сторонами и опасностями, слабыми сторонами и опасностями.

Результат анализа позволяет выбрать одну из нормативных рыночных стратегий — агрессивную, конкурентную, консервативную, оборонную.