

наука и научное обслуживание – 0,2%, информационно-вычислительное обслуживание – 0,4% [5].

Таким образом, выделяются две отрасли, в которых имеются возможности для возникновения сотрудничества между крупным и малым бизнесом в инновационной сфере: промышленность и сельское хозяйство, причем приоритет должен быть отдан производствам и отраслям, работающим на местном сырье. Однако на сегодняшний момент реальные возможности для развития сотрудничества между субъектами малого и крупного бизнеса в регионе следует искать в Брестском региональном инновационном центре и в БОКУП «Центр внедрения научно-технических разработок» (с июля 2008 г. ему присвоен статус технопарка), поскольку:

1. Они относятся к субъектам инновационной инфраструктуры, т.е. занимаются продвижением, внедрением инновационных технологий и развитием малого предпринимательства.

2. Проекты, которые разрабатываются этими субъектами, органично вписываются в региональную Программу (создание альтернативных источников энергии, энергосберегающие системы и другие).

3. Главными направлениями деятельности этих организаций являются: сопровождение реализации региональной научно-технической программы Брестской области; консультирование в сфере инновационной деятельности, научно-техническое сопровождение проектов; базы данных инновационных и инвестиционных запросов и предложений, поиск технологий, инвесторов и специализированных производителей; организация возвратного финансирования внедрения инновационных разработок из средств БелИнфонда.

4. Они могут стать соединительным звеном между научными организациями и промышленными предприятиями, выполнять роль координирующего центра. Более того, Программой государственной поддержки малого предпринимательства в Брестской области на 2010–2012 годы предусмотрено, что БОКУП «ЦВНТР» является одним из исполнителей проекта создания и развития центра производственной кооперации, осуществляющего аккумуляцию информации о потребностях в продукции, работах, услугах, имеющихся производственных возможностях, а также содействие в информационном и консалтинговом обеспечении процессов производственной кооперации малых и крупных субъектов хозяйствования.

На базе Брестского областного государственного учреждения финансовой поддержки предпринимателей работает инкубатор малого предпринимательства. На начало 2009 г. в инкубаторе были зарегистрированы 9 малых предприятий, работающих по разным направлениям – программирование, инжиниринг, проектирование в строительстве и т.д. Планируется регистрация ещё 5 резидентов [6].

Представляется, что успешная деятельность технопарка, инкубатора, инновационного центра позволит территориально объединить усилия малых инновационных предприятий Брестского региона и значительно повысить эффективность взаимодействия с крупными предприятиями. К преимуществам крупных компаний: доступ к значительным финансовым ресурсам, возможность значительных инве-

стиций в фундаментальные и прикладные исследования, кадровый потенциал добавляется преимуществам малого бизнеса: гибкость, специализация деятельности, готовность рисковать, мобильность, восприимчивость к рыночной конъюнктуре, экономия на издержках, региональная дифференциация производства, возможность ориентации на узкоспециализированный спрос, совмещение функций управления и владения и другие.

Заключение. В современных условиях возможным направлением повышения инновационного потенциала региональной экономики является развитие взаимовыгодного сотрудничества в инновационной сфере предприятий крупного и мелкого бизнеса.

Реализация инновационного процесса предусматривает максимальное участие каждого субъекта на всех этапах жизненного цикла инновации. Объединение усилий повышает эффективность инновационной деятельности, соединяет преимущества крупных компаний и мелких фирм, усиливает механизм стимулирования инновационной активности хозяйствующих субъектов. Такое взаимодействие позволяет всем экономическим субъектам не только успешно завершить инновационный цикл на основе специализации и целесообразного разделения инновационных функций, но и максимально эффективно реализовать свои экономические интересы и получить новые возможности для развития собственной инновационной деятельности, используя накопленные знания и опыт.

Существует большое разнообразие схем и форм взаимодействия всех участников инновационного процесса, но использование каждой из них требует учета особенностей и специфики региона.

Инновационная деятельность сопровождается не только возможностью получения прибыли, но и значительными рисками. В этой связи формирование инновационной системы региона требует постоянной и активной государственной поддержки в различных формах.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Жуков, Д.О. Тенденции развития инновационно активных субъектов малого предпринимательства в Республике Беларусь / Д.О. Жуков // Экономический бюллетень. – 2010. – № 1. – С. 55–61.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2009. – Минск, 2009 – С. 219–227.
3. Головачев, А.С. Повышение конкурентоспособности региона – главная задача государственных и местных органов исполнительной власти / А.С. Головачев // Проблемы управления. – 2009. – № 4. – С. 119–125.
4. Регионы Республики Беларусь. Статистический сборник, 2009. – Минск, 2009. – С. 105–107.
5. Малое предпринимательство в Республике Беларусь. Статистический сборник, 2009. – Минск, 2009. – С. 24–31.
6. Сумар, К.А. Инновационный путь развития экономики Брестской области / К.А. Сумар // Проблемы управления. – 2009. – № 1. – С. 21–24.

Материал поступил в редакцию 28.04.11

ZAKHARCHENKO L.A., MEDVEDEVA G.B. Interaction between small and large businesses for innovation in the Brest region

Large and small businesses are an integral element of the innovation economy. The interaction between them has the objective economic conditions and dues to specific area. There are a variety of schemes of interaction between all participants in the innovation process. The selection and formation is determined by several factors and conditions. The features of innovation development of the Brest region are considered, identified potential areas of economic co-operation of large and small businesses, as well as organizational structure, enhancing the efficiency of innovation.

УДК 339.56 (476)

Захарченко Л.А., Медведева Г.Б.

ВНЕШНЕТОРГОВЫЕ СВЯЗИ ПРЕДПРИЯТИЙ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ

Введение. Брестскую область отличает, прежде всего, то, что при меньшем, по сравнению с другими регионами, промышленном потенциале у нее самый высокий удельный вес отраслей, выпускающих готовые изделия. Сегодня регион обеспечивает выпуск более 10 % республиканского объема промышленных товаров и является единственным в Беларуси производителем газовых плит, освети-

тельных ламп и металлорежущего инструмента, предприятия выпускают почти половины республиканского объема ковровых и чулочносочных изделий, древесно-стружечных плит, почти треть сахара-сырца, жирных сыров, облицовочной плитки и многое другое. На территории области работают 325 промышленных предприятий. Промышленный потенциал позволяет оперативно реагировать на

запросы не только внутреннего, но и внешнего рынка. В целом же почти 700 предприятий всех форм собственности, частных фирм и предпринимателей осуществляет внешнеэкономическую деятельность с субъектами хозяйствования 100 стран мира.

Анализ внешнеторговой деятельности. Брестская область наладила торгово-экономическое сотрудничество с 79 странами мира. Товары поставлялись на рынки 30 государств, импортировалась продукция из 37 стран. Объем внешней торговли по итогам 2010 года составил 3201,1 млн. долларов США, в том числе экспорт 1588,6 млн. долл. США, импорт – 1612,5 млн. долл. США, сальдо внешней торговли товарами «минус» 23,9 млн. долл. Доля области в общем объеме экспорта Республики Беларусь составила 6,3 %, импорта – 4,6 %. Из общего объема товарооборота 58,5 % приходится на страны СНГ и 41,5% составляют страны вне СНГ.

Экспорт за 2010 год составил 1588,6 млн. долл. США. Из общего объема экспорта 90,3% приходится на долю стран СНГ, 9,7 – на долю стран вне СНГ. Импорт из стран СНГ составил 27,1% , из стран вне СНГ – 72,9%. В 2005 году экспорт в страны СНГ составлял 80,1%, а в страны вне СНГ -19,9%, импорт из стран СНГ – 68,7%, из стран вне СНГ – 31,3 %.

Основным торговым партнером области является Российская Федерация. Ее доля в 2010 году в объеме экспорта составляет 77,7%, импорта – 19,3%. В 2009 году в объеме экспорта Украина составляет – 4,9%, Германия – 3,0%, Казахстан – 3,0%, Литва – 1,6%, Узбекистан – 1,1%, Нидерланды – 0,7%, Италия – 0,1%. Экспорт в Польшу составил 2,0 %, что значительно ниже, чем в 2008 году, когда он составлял 5,7%. За период 2000–2009 годы к числу стран – экспортеров добавились Армения и Таджикистан. В перспективе необходимо обратить внимание на страны Ближнего Востока (Иран, Сирия, Саудовская Аравия) и страны Северной Африки (Алжирская Народная Демократическая Республика).

На долю импорта из Германии приходится 17,7%, Польши – 11,2%, Украины – 6,0%, Италии – 5,8%, Китая – 4,4%, Норвегии – 3,4%, Бельгии – 3,0%, Нидерландов – 2,3%, Исландии – 1,5%, США – 1,9%, Финляндии – 2,1%, Франции – 2%, Чехии – 1,8%, Дании – 1,4%, Австрии – 1,4 %, Испании – 1,4 %, Литвы – 0,8%, Швеции – 0,8%, Аргентины – 0,1%, Бразилии – 0,1%.

Самыми крупными экспортерами являются: ЗАО «Пинскдрев» (мебель, ДСП, фанера, спички), Барановичский станкостроительный завод, ОАО «Атлант» (компрессоры для холодильников), Жабинковский сахарный завод, барановичское ПХБО «Блакит» (пряжа, суровые ткани), пинское ППТО «Полесье» (трикотажные изделия, пряжа), ОАО «Брестский чулочный комбинат» (чулочно-носочные изделия), ОАО «Ковры Бреста», совместное белорусско-российское предприятие ОАО «Брестгазоаппарат», ОАО «Савушкин продукт» и ряд других предприятий. Удельный вес экспорта в объеме реализуемой продукции Березовского сыродельного комбината составляет 40%.

В товарной структуре экспорта живые животные и продукты животного происхождения «продукция» составляет 29,5 %, готовые пищевые продукты – 16,8%, благородные металлы и изделия из них – 10,2 %, машины и оборудование – 7,0 %, текстиль и текстильные изделия – 6,7 %. В Германию поставляются электронные табло и блоки, стекло для производства ламп, в Польшу – строительные детали из пластмасс, краска и машины дорожной разметки, велосипеды, в Чехию – офисная мебель, во Францию – стулья, телевизионные антенны.

В структуре импорта наибольший удельный вес составляют машины и оборудование – 31,6%, продукция животноводства – 8,9%, продукция химической промышленности – 6,0%, благородные металлы и изделия из них – 7,5%, пластмассы и изделия из них – 6,7%, продукция пищевой промышленности -16,2%, текстиль и текстильные изделия – 5,3%, продукция растительного происхождения – 5,7%.

Оптимизация экспорта предприятий региона. Из анализа статистических данных вытекает проблема оптимизации внешнеторговой деятельности предприятий Брестской области, и ее решение связано с увеличением экспорта и изменением его структуры. Исходить надо из того, что на уровне Республики Беларусь в 2011 году поставлена задача – более 35 % прироста экспорта планируется

обеспечить за счет отраслей, работающих на местных ресурсах. Речь идет прежде всего о поставках продовольствия на экспорт: масла, сыра, продуктов мясной группы, молока и молокопродуктов, картофеля, овощей и плодов. Экономической основой данного положения является тот факт, что платежеспособный спрос на эти товары в мире будет расти в 1,3–1,4 раза за пять лет, что ниже целевых темпов сельхозпроизводства в республике. К тому же на Брестчине преобладает аграрный сектор и соответственно перерабатывающие предприятия мясо-молочной отрасли.

В прогнозный период важнейшим фактором увеличения белорусского экспорта рассматривается экономический рост России как страны, являющейся основным торговым партнером. Экспортные операции осуществляются с 62 регионами Российской Федерации, импорт поступает из 52 регионов. С 16 российскими регионами подписаны соглашения о сотрудничестве. Среди них - Москва, Астраханская, Нижегородская, Ростовская и Ярославская область. Среди регионов наибольший удельный вес приходится на город Москву (35,6 % экспорта и 19,7 % импорта), Московскую область (8,1 % экспорта и 15,1 % импорта), город Санкт-Петербург (15,4 % экспорта и 5,6 % импорта). налажены прямые поставки сельскохозяйственной продукции в Западный округ Москвы.

Тенденция установления длительных торговых отношений на региональном уровне сохранится и будет расширяться. Примером может служить региональное сотрудничество ОАО «Савушкин продукт», несколько лет подряд это предприятие выигрывает тендер на поставку молочной продукции комбинатам школьного питания российской столицы. К прежним партнерам (Москва, Санкт-Петербург, Смоленск, Электросталь) добавились еще Мурманск, Сургут и Норильск. Данное предприятие успешно реализует свою продукцию через созданные в Москве ООО «Савушкин продукт» и ООО «Савушкин продукт – Москва».

В настоящее время в целях анализа спроса на отечественную продукцию уже невозможно рассматривать Россию как целостное, однородное образование, необходим более глубокий подход, включающий учет особенностей экономики территориальных образований. Это обеспечит возможность расширения своих позиций на рынках этих регионов путем приближения к непосредственному потребителю с целью более полного учета его требований и спроса.

Основным путем повышения экспорта белорусской продукции является повышение ее конкурентоспособности. Конкурентные преимущества, которыми располагает сегодня Беларусь, относятся к низкому порядку и определяются, прежде всего, дешевой рабочей силой. Конкурентоспособность белорусских товаров на сегодняшний день обеспечивается, прежде всего, ценой (включая меры государственной поддержки); затем сервисом (гарантийное и постгарантийное обслуживание, обучение) и подъемом российской промышленности. Но все эти явления носят временный характер.

Здесь следует отметить, что продажа продукции по заниженным ценам не может привести к положительному результату в перспективе, да и в настоящее время этот фактор себя уже исчерпал. Ориентация на достаточно емкий и пока неприхотливый рынок СНГ и России не решает проблемы, поскольку, работая на нем, нельзя подняться до уровня мировых стандартов.

На сегодняшний день необходимо не только продавать, но выгодно торговать, а это напрямую связано с политикой ценообразования. Необходимость либерализации в ценовой сфере диктуется вступлением нашей страны в Таможенный союз и формированием Единого экономического пространства с Российской Федерацией и Казахстаном. Уровень государственного регулирования цен в Беларуси несравненно выше, чем в этих странах, и дальнейшее сохранение ценовых ограничений на широкий спектр товаров и услуг в условиях открытости границ станет тяжелой ношей для страны.

Для удержания зарубежного рынка и его расширения необходимо пересмотреть факторы повышения конкурентоспособности экспортной продукции. С перспективой на будущее упор надо делать на: качество продукции (надежность, срок службы, дизайн); соответствие цены товара его качеству и дизайну; богатство ассортимента и возможность выбора; качество и доступность послепродажного сервиса.

Работа на внешних рынках Европейских стран предьявляет более жесткие условия к соответствию продукции мировым стандар-

там качества выпускаемой предприятиями Беларуси продукции. Для этого необходимо сертифицировать системы качества всех белорусских экспортно-ориентированных производств в соответствии с техническими требованиями по маркировке, безопасности и экологии страны-импортера. Только продукция, производимая по мировым стандартам ИСО 9001, ИСО 22000, соответствующая требованиям НАССР, ИСО 14001, а также ИСО 14001, проходящая многоступенчатый лабораторный контроль на всех стадиях производства, даст возможность успешно пройти аттестацию комиссией Евросоюза, которая, в свою очередь, позволит выйти предприятиям Брестской области на рынки ЕС.

Для решения данной проблемы в области ведется целенаправленная работа в направлении создания на предприятиях системы управления качеством на базе международных стандартов серии ИСО 9000, 14000, ХАССП. На текущий момент в области более чем на 50 предприятиях внедрены соответствующие системы качества, отвечающие мировым требованиям.

В то же время отечественным экспортерам необходимо учитывать, что на европейском рынке сложилась система потребительских стандартов, которая предъявляет повышенные требования к внешнему виду, комфортности, безотказности и удобству использования потребительских товаров, независимо от цен на них.

Поскольку в экспорте товаров Брестской области на первом месте стоит группа пищевых товаров, развитие перспективных направлений экспорта, в первую очередь, касается этой группы. На сегодняшний день растет спрос на продукты функционального назначения и продукты с лечебно-профилактическими свойствами. И этот спрос успешно удовлетворяется. Так, например, ОАО «Савушкин продукт» производит более 200 наименований молочной продукции и ежегодно запускает в производство 50 наименований новых продуктов лечебно-профилактических свойств.

Отдаленной перспективой, но о которой можно уже задумываться сейчас, является производство экологически чистых продуктов. Ежегодный рост продаж экологически чистых (органических) продуктов питания составляет в среднем 10-20%, причем спрос во всем мире превышает предложение. В Беларуси наиболее перспективна реализация органического сельского хозяйства в таких отраслях, как плодоводство и овощеводство. Освоение таких технологий может рассматриваться в качестве потенциального конкурентного преимущества субъектов отечественного садоводства и овощеводства как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Следующим направлением увеличения экспорта продукции следует считать переход от продажи сырья к продаже готовой продукции из данного сырья. На рынках России уже происходит определенная переориентация: явно возрастает интерес российских партнеров к готовой продукции, хотя раньше многие из них предпочитали сырье. Сделать это возможно только при условии установления прочных экономических взаимосвязей перерабатывающих предприятий с производителями сельскохозяйственного сырья и другими структурами на основе их равноправного долевого участия и в издержках производства и в получении прибыли от реализации продукции. Это могут быть агропромышленные объединения, агрофирмы, холдинги, кластерные объединения и т.д.

Помимо экспорта товаров, большая роль принадлежит экспорту услуг. Через Брестскую область проходит около 80 процентов сухопутного экспорта стран СНГ в Западную Европу. Это определяет высокую степень развития в области экспорта товарных услуг. Каждый четвертый доллар в Республике Беларусь, заработанный на автомобильных перевозках, обеспечивается брестскими перевозчиками.

За январь – февраль экспорт услуг по организациям области (за исключением подчиненных республиканским органам государственного управления) составил 21,2 млн. долл. США, импорт – 7,8 млн. долл. США, сальдо – «плюс» 13,4 млн. долл. США. Помимо того, что за счет роста сферы услуг можно сбалансировать сальдо внешней торговли, опережающее развитие этой сферы является основным фактором снижения материалоемкости ВВП. Развитие сферы информационно-коммуникационных услуг, транспорта, торговли, туризма, гостиничного дела должно быть обеспечено в первую очередь за счет развития частного бизнеса, малого и среднего предприниматель-

ства. В логистике, в комплексном развитии придорожного сервиса необходимо развитие государственно – частного партнерства.

Надо заметить, что структура отечественной торговли услугами имеет типичный для развивающихся государств характер: преобладают «традиционные транспортные услуги» (более 66%), в развитых странах преобладают деловые услуги. Для исправления ситуации необходимо повысить экспортную составляющую в таких секторах, как наука, строительство, культура, здравоохранение, образование. В первую очередь это касается предоставления образовательных услуг, поскольку в XXI веке обучение иностранных граждан может стать, по мнению экспертов ЮНЕСКО, одним из самых прибыльных видов экспорта. В Брестской области имеются потенциальные возможности предоставления таких услуг. Оказывать их могут четыре ведущих университета. На сегодняшний день в Брестском государственном техническом университете уже обучается около 200 иностранных студентов.

Повышение конкурентоспособности экспортной продукции имеет два пути. Первый: повышение качества продукции за счет активизации инновационной деятельности и модернизации производства. Для того чтобы выпускать конкурентную, востребованную рынком продукцию, необходимы новые современные технологии и соответствующее оборудование, а для этого нужны инвестиции.

В условиях отсутствия притока внешних инвестиций необходимо создавать предпосылки для внутреннего инвестирования экспортных отраслей за счет привлечения субъектами хозяйствования собственных средств и кредитных источников. Опыт развитых стран свидетельствует о том, что накопления населения, аккумулированные в банках, страховых и пенсионных фондах, являются важным резервом внутренних вложений в развитие экономики. В этой связи помимо усовершенствования процентной политики в Беларуси должны быть проработаны детали реструктуризации налоговой системы, поиска оптимальных налогов, не оказывающих деформирующего действия на цены, на стимулы людей к труду и сбережениям. Одним из инструментов может стать льготное налогообложение средств, инвестируемых в развитие, и обновления производства продукции на экспорт.

Второй путь – снижение издержек производства и, прежде всего материальных затрат (сырье, материалы и комплектующие и топливно-энергетические ресурсы, которые в структуре затрат на производство составляют более 70 %), поскольку нет других статей затрат, которые можно уменьшить: заработная плата будет расти, налоги оптимизированы. Административно-организационный ресурс воздействия на сокращение статьи расходов уже исчерпал свои потенциальные возможности. Поэтому снижение издержек производства может быть достигнуто за счет того же внедрения технологий и модернизации оборудования. Поскольку инвестиций для решения крупномасштабной реконструкции производственных фондов не хватает, то следует проводить «точечную» модернизацию действующих мощностей промышленности. Например, реализованы проекты по техническому перевооружению ОАО «Савушкин продукт», ОАО «Брестский мясокомбинат», завершена реконструкция на Жабинковском сахарном заводе. Менее полугодом потребовалось компании «Савушкин продукт», чтобы превратить устаревшее производство в Столине в завод по производству сыров европейского класса. В ОАО «Барановичидрев» создано производство по выпуску стеклопакетов, Республиканское унитарное предприятие «Экзон» в Дрогичине увеличивает производство патоки крахмальной и начинает выпуск таблеток аскорбиновой кислоты. Все это увеличивает возможности экспорта продукции брестских предприятий.

Здесь большую роль может сыграть активизация международных научно-технических контактов, развитие таких форм международного сотрудничества, от которых зависит технико-экономический и технологический уровень производства. Это производственная кооперация, создание совместных предприятий, обмен технологиями, ноу-хау, экспорт услуг, лизинг оборудования и техники, организация финансово-промышленных групп, проведение совместных НИОКР.

Завоевание и удержание товарных рынков производителями всего мира осуществляется по общей схеме: от разовых продаж, к созданию торговых представительств и фирменной дилерской, сер-

висной и сборочной сети из дочерних (ассоциированных) компаний. С этих позиций предприятия Брестской области находятся на первом этапе данного процесса, создание собственной товаропроводящей сети за рубежом для большинства из них является проблематичным по причине отсутствия у многих предприятий - экспортеров достаточных средств. Здесь пока еще можно применять тактику продаж через российские сбытовые организации и сбытовые организации других стран. Можно использовать достаточно эффективный опыт государственного объединения «Концерна «Брестмясомолпром», который выступил учредителем создания ООО «Торговый дом Брестмясомолпром» в Санкт-Петербурге, что позволило накапливать, хранить и быстро доставлять к потребителям значительные объемы продукции широкого ассортимента. Внедрение современных информационных технологий обработки заказов позволило принимать заявки, формировать заказы и отслеживать передвижение грузов в режиме онлайн.

Следующим фактором успешной работы на внешних рынках является умение устроить долгосрочные, основанные на доверии отношения со всеми заинтересованными сторонами: клиентами, поставщиками, сотрудниками и даже конкурентами. Для небольших компаний, у которых средства ограничены по сравнению с признанными международными гигантами, может быть использована стратегия проталкивания: упор в продвижении товаров делается на ресурсы и возможности торговых посредников, а те уже стремятся заинтересовать в продукте конечного потребителя. Естественно, в этом случае в канале остается большая маржа, зато шансы на успех существенно выше.

Повышению конкурентоспособности белорусских товаров должен способствовать эффективный маркетинг, опирающийся на широкий доступ к информационным и инновационным ресурсам. Для этого необходимо формирование маркетинговой инфраструктуры, создание компетентных консалтинговых структур, способных осуществлять серьезные маркетинговые исследования, причем делать это необходимо на региональном уровне. Особое внимание должно быть уделено развитию отечественными специалистами деятельности по определению незаполненных товарных ниш, выступающих необходимой базой для постоянного расширения ассортимента продукции в целях правильного выбора перспективного товарного направления.

Для осуществления внешнеторговых операций многие белорусские фирмы заключают контракты с иностранными компаниями. Обычно такие сделки совершаются при тщательном юридическом сопровождении. Однако, важно помнить, что при выходе на зарубежные рынки нужно убедиться в надежности делового партнера. Современные компьютерные технологии позволяют получить информацию о зарубежных рынках и партнерах с помощью специализированных баз данных. В частности, существуют американские информационные компании «Dun & Bread-street», «Moody's», российские ЗАО «Специальная информационная служба», ГУП «Информ ВЭС», ЗАО «Русское информационное пространство»

Однако в Беларуси пока не создана национальная система сбора, обработки и предоставления внешнеэкономической информации. Она ориентировала бы отечественный бизнес в конъюнктуре, ценах, условиях торговли на отдельных рынках товаров и услуг, а также оперативно предоставляла бы аналитические материалы по маркетингу с прогнозными сценариями развития таких рынков в целях обеспечения условий для заблаговременного изменения ассортимента и повышения ликвидности выпускаемой продукции, давала бы информацию о компаниях. Поэтому для белорусских субъектов хозяйствования особенно важно обладать методологией самостоятельной оценки надежности партнера. Самая большая проблема заключается в том, что многие белорусские и российские предприятия не в достаточной мере понимают целесообразность предоставления информационным ком-

паниям финансовых средств о себе самих. На Западе же отказ от предоставления подобной информации является важным показателем, характеризующим данную компанию с отрицательной стороны. Это обстоятельство уже сегодня необходимо учитывать белорусским и российским компаниям, рассчитывающим на установление серьезных международных контрактов.

Осваивать новые рынки сбыта белорусским предприятиям помогает участие в выставках, где налаживаются контакты, подписываются протоколы о будущем сотрудничестве, об осуществлении совместных деловых и научно-технических проектов. Все большей популярностью у белорусских экспортеров и потенциальных партнеров пользуются выставки-ярмарки «Брест. Содружество», Брестский инвестиционный форум и «Дни Республики Беларусь в России». Перспективным для налаживания внешнеэкономических связей является участие предприятий Бреста в международных выставках и ярмарках. Например, в московской международной выставке «Продэкспо-2011» - крупнейшим в Восточной Европе и СНГ форуме производителей продуктов питания, напитков, упаковочных материалов и оборудования для перерабатывающих и торговых предприятий, где в 2010 году приняли участие 2 тыс. участников из 55 стран.

Надо отметить еще такой факт, что на внешние рынки выходят региональные компании отнюдь не гиганты, это небольшие, по международным масштабам, предприятия. Поэтому здесь необходимо не копировать «правильные», опробованные на Западе решения для больших компаний, а использовать опыт компаний Центральной Европы, которые только осваивают внешние рынки, но уже накопили определенный опыт. Эти компании используют те преимущества, которые дают небольшие фирмы.

Прежде всего – это быстрая реакция и гибкость по отношению к изменяющимся условиям, умение концентрировать усилия и ресурсы на одном бизнесе. И здесь большую роль играет нестандартная стратегия, стремление идти своим путем, опора в менеджменте на собственное видение и здравый смысл, а не на готовые решения. Практически каждая компания добилась успеха, используя оригинальные бизнес-идеи или маркетинговые ходы. У каждой есть своя специфика.

Заключение. Интенсификация международной активности белорусских предприятий должна быть связана с трансформацией нынешней торгово-посреднической схемы отношений в производственно-инвестиционную модель экономических связей.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Внешнеэкономическая деятельность [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.brest-region.by. – Дата доступа 10.05.2011
2. Внешняя торговля // Регионы Республики Беларусь. Статистический сборник. – 2010. – С. 496–514.
3. Дайнеко, А.Е. Направления достижения сбалансированности внешней торговли Республики Беларусь / А.Е. Дайнеко, П.В. Шведко // Экономический бюллетень НИЭИ МЭ Республики Беларусь. – 2010. – № 4. – С. 27–38.
4. Ждановская, Н.В. Проблемы и направления развития мясной промышленности Республики Беларусь. / Н.В. Ждановская // Экономический бюллетень НИЭИ МЭ Республики Беларусь. – 2010. – № 1. – С. 44–54.
5. Мясникович, М. Инициатива, динамизм, инновационность / М. Мясникович // Экономика Беларуси. Итоги. Тенденции. Прогнозы. – 2011. – № 1 (26) 2011. – С. 6–13.
6. Третьяк, Л.Г. Рынок экологически чистых продуктов: зарубежный опыт и перспективы развития в Республике Беларусь / Л. Третьяк // Экономический бюллетень НИЭИ МЭ Республики Беларусь. – 2010. – № 7. – С. 48–51.

Материал поступил в редакцию 15.05.11

ZAKHARCHENKO L.A, MEDVEDEVA G.B Foreign trade of the enterprises of brest region: current situation and problems

The foreign trade connections of the enterprises the Brest region are analyzed. The problems of further progressing of export of the Byelorussian enterprises are detected, basic of them are: a heightening of competitive strength of domestic commodity, marketing studies of the exterior market and possibility of deriving of the information about the future partners.