

УДК 339.13

**МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИ ВЫХОДЕ  
НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ**

Вавилонская В.С., магистр экон. наук, аспирант  
Полоцкий государственный университет  
г. Новополоцк, Беларусь

Научный руководитель – Тихонов А.О, д-р экон. наук, профессор  
кафедры Государственного строительства и управления

Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
г. Минск, Беларусь

Успех любой организации при выходе и осуществлении деятельности на внешних рынках заключается эффективной маркетинговой политике. При разработке которой необходим учет ряда факторов, и основной из них - фундаментальные различия между требованиями, которым должен отвечать маркетинг промышленных товаров (B2B) и маркетинг потребительских товаров (B2C).

Авторами из стран дальнего зарубежья, страны Восточной Европы в вопросах внешних рынков определяются, в первую очередь, как объекты выбора, а не субъекты, которые принимают решения относительно выхода на эти внешние рынки. Поэтому, в частности, промышленные предприятия Республики Беларусь, как потенциальные субъекты принятия управленческих решений в сфере маркетинговых стратегий выхода на внешние рынки и закрепления своих позиций на них, остаются вне исследовательского поля зрения.

Очевидно, что отечественным промышленным предприятиям, работать по «общепринятой» схеме маркетингового планирования не представляется возможным и позволительным. Для белорусских предприятий сферы B2B необходима разработка дифференцированного подхода к маркетинговой политике, в рамках которого будут учтены не только особенности функционирования предприятий, но и, прежде всего, специфика рынка, на котором они осуществляют свою деятельность. Особенно важной эта необходимость видит-

ся в сфере выхода и работы отечественных организаций на внешних рынках, так как в таком случае риски, как правило, значительно возрастают.

УДК 339.9

## **БЕЛАРУСЬ В ГЛОБАЛИЗАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ**

Ванцлав К.С., Кислова Е.А. студентки 2-го курса  
Научный руководитель – Курегян С.В., д-р экон. наук,  
профессор кафедры «Экономика и право»  
Белорусский национальный технический университет  
Минск, Беларусь

Глобализация – доминирующая единая общемировая система, возникшая в результате интеграции национальных экономик, основанная на беспрепятственном перемещении капиталов, информационной открытости, быстром техническом обновлении, планетарной научной революции, межнациональных социальных движениях, интернациональном образовании, новых видах транспорта, реализации телекоммуникационных технологий, а также применении новых технологий в процессе производства, менеджмента, организации и коммуникации на уровне корпораций, общества, государства, унификации права [1].

Для расширения своих позиций в нынешних процессах глобализации Беларусь планирует обеспечить проведение институциональных преобразований, включающих развитие рыночных институтов, формирование адекватной правовой системы, реструктуризацию и приватизацию средних и крупных предприятий, активное развитие малого и среднего предпринимательства, создать условия для развития высокообразовательного, культурного и научного потенциала страны; сформировать новую философию национальной мироориентации, в поисках своего места в глобальных процессах и определить свой вклад в установление нового общемирового порядка, определить свое отношение к процессам глобализации на ментальном, идеологическом и экономическом уровнях.