

УДК 330.17

Студ. И.И. Хвещук, А.А. Воронецкий

Науч. рук. Шишло С. В.

(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Для современного периода развития мировой экономики характерно дальнейшее расширение и углубление внешнеэкономических связей. Через внешнеэкономические связи осуществляется международное разделение труда, цель которого экономия общественного труда в процессе производства и обмен его результатами между различными странами.

Внешнеэкономические связи – это международные хозяйственные и торгово-политические отношения, в сферу которых входят обмен товарами, специализация и кооперация производства, научно-техническое сотрудничество, оказание экономического и технического содействия, создание совместных предприятий и других форм экономического сотрудничества.

Внешнеэкономическая политика Республики Беларусь основана на таких принципах, как открытость экономики, стремление к широкомасштабному и многовекторному сотрудничеству, достижению сбалансированности экономики. Она обусловлена спецификой республики как малой страны, не располагающей достаточными собственными топливно-энергетическими и сырьевыми ресурсами.

Существенной особенностью внешнеторговых связей Республики Беларусь является их первоочередная ориентация на российский рынок, что закладывалось еще в период существования СССР. Доля России в товарообороте Беларуси составляла от минимальных 43% в 1993 г. до максимальных 60 % в 2001 г. В 2005–2012 гг. на Россию приходилось в среднем 47% товарооборота Беларуси при возрастании стоимостных объемов внешнеторговых сделок. Сокращение доли России в товарообороте Беларуси было связано в первую очередь с диверсификацией внешнеторговых связей нашей страны. Доля стран вне СНГ возросла в товарообороте Беларуси с 29 % в 1992 г. до 45 % в 2006, 2009 и 2011 гг. По предварительным данным 2012 г., доля стран вне СНГ составила в товарообороте республики 43%. Беларусь экспортирует нефть и нефтепродукты, продукцию машиностроения, транспортные средства, минеральные удобрения, продукцию химической, пищевой, лесной, легкой промышленности.

В импорте нашей страны преобладают энергетические ресурсы, металлы, машины и оборудование, сырье для химической промышленности, значительное место занимают потребительские товары, лекарства. Из России Беларусь импортирует топливно-энергетические ресурсы (нефть и газ), металлы, машины и оборудование.

Основными торговыми партнерами Беларуси в первом квартале 2017 года были Россия (55,5% всего объема товарооборота), Нидерланды (8,6%), Украина (3,6%), Германия (4,8%), Китай (7,7%), Польша (4,3%), другие страны (24,1).

Развитие внешнеэкономических связей предусматривает также привлечение иностранных инвестиций, создание совместных и иностранных предприятий, что содействует внедрению прогрессивных технологий, повышению конкурентоспособности продукции белорусских предприятий на мировом рынке.

По данным Белстата, по итогам I полугодия 2017 года иностранные инвесторы вложили в реальный сектор экономики (кроме банков) Беларуси USD 4 742,3 млн инвестиций. По сравнению с II полугодием 2016 года объем иностранных инвестиций в экономику Беларуси снизился на 17,3%.

Основными инвесторами организаций Беларуси в 2016 году выступали субъекты хозяйствования Российской Федерации (50,3% от всех поступивших прямых инвестиций), Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии (23,5%) и Кипра (8,1%). При этом из Великобритании объем прямых иностранных инвестиций снизился на USD 47,5 млн, или на 4,9%, из Кипра – на USD 87,4 млн, или на 21,5%, но вырос объем прямых иностранных инвестиций из России на USD 43,0 млн, или на 2,2%.

В целом развитие внешнеэкономических связей Республики Беларусь как самостоятельного государства происходило в довольно сложных условиях трансформации экономической системы, значительной зависимости от источников сырья и рынков сбыта, экономических кризисов в странах-партнерах. Граждане Беларуси осознали ценность суверенитета, была провозглашена много векторная внешнеэкономическая политика, которая дает Беларуси новые перспективы, содействует укреплению белорусской государственности и повышению благосостояния народа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Внешняя торговля//Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://mfa.gov.by/export>. –
2. Международное сотрудничество Республики Беларусь //Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://mfa.gov.by/mulateral>.

УДК 336.12

Студ. Ю. Н. Ратайко

Научный руководитель – Шишло С. В.

(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

SMM-ПРОДВИЖЕНИЕ НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ВКОНТАКТЕ

Социальные сети имеют ряд преимуществ как перед другими инструментами онлайн-продвижения (поисковой оптимизацией, контекстной и баннерной рекламой), так и перед традиционными рекламными инструментами. Ежедневная посещаемость «ВКонтакте» составляет порядка 70 миллионов пользователей в сутки. Это самый посещаемый сайт Рунета. Ведущие поисковики «Яндекс» и Google не могут составить ему конкуренцию и сильно отстают. На данный момент «ВКонтакте» играет роль второго Рунета, со своим поиском, «сайтами», инструментами продвижения. Всё это говорит о том, что присутствие компании во «ВКонтакте» является необходимым.

Существует ряд преимуществ SMM-продвижения по сравнению с традиционной рекламой: невысокая стоимость рекламной кампании (цена за один контакт стоит минимум в два раза дешевле традиционной рекламы; более широкий и точный охват целевой аудитории).

Возможность получать быструю обратную связь от клиентов и оперативно реагировать на нее; повышение лояльности покупателей вследствие «очеловечивания» бренда компании. Реклама в социальных сетях не столь явная, она не рассматривается пользователями как навязываемая, скорее сообщение воспринимается как рекомендации знакомых, как мнение интересных людей лидеров сообществ (и это вызывает большее доверие); «сарафанное радио» отлично работает в социальных сетях. Именно на этом механизме построен вирусный маркетинг.

Современные соцсети дают возможность получать подробные отчеты о рейтинге использования ссылок, статей, раздачи контента на