

УДК 658.8:67/68 (476)

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКСПОРТНОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Рудницкий Д. Б., ст. преподаватель кафедры экономической теории
и маркетинга

Витебский государственный технологический университет
г. Витебск, Беларусь

Экспорт – это один из основных приоритетов развития экономики Республики Беларусь. В ее структуре он традиционно составляет более половины валового внутреннего продукта, в силу чего является одним из основных источников обеспечения устойчивого экономического роста в стране.

Значение экспорта для стран с рыночной экономикой очень велико. Экспорт, являясь мощным стимулирующим фактором экономического развития, играет роль своеобразного «локомотива» в преодолении кризисных явлений, способствует поддержанию производства и занятости в экспортоориентированных отраслях, оказывая позитивное влияние на экономику страны в целом.

Необходимо отметить негативное воздействие глобального финансово-экономического кризиса на экспортный потенциал Республики Беларусь, что привело к сокращению платежеспособности основных торговых партнеров и к значительному снижению спроса на основные белорусские товары на внешнем рынке. Таким образом, проблема разработки экспортной стратегии на отечественных промышленных предприятиях в настоящее время является чрезвычайно актуальной как на макро-, так и на микроуровне.

На современном этапе перед Республикой Беларусь стоит важнейшая задача – переход экономики на инновационный путь развития.

Легкая промышленность Республики Беларусь имеет высокую степень экспортоориентированности.

Всего за 2011-2015 гг. организациями, входящими в состав концерна «Беллепром», произведено продукции на сумму 58,4 трлн. рублей, в т.ч. в 2015 году на сумму 14,7 трлн. рублей (6,5 и 0,9 млрд. долл. США соответственно).

Продукция концерна «Беллепром» в 2015 году экспортировалась в 58 стран мира, включая страны Западной Европы и США. Основным регионом для предприятий отрасли при осуществлении экспорта является Российская Федерация (порядка 72,5 % от общего объема экспорта) [1].

Более эффективное продвижение продукции предприятий концерна «Беллепром» на новые экспортные рынки возможно за счет:

- использования различных методов маркетинговых коммуникаций, информационного-коммуникационных технологий, развитие интернет-торговли, налаживание сотрудничества с известными мультибрендовыми интернет-магазинами;

- организации работы по оптимизации деятельности и повышению эффективности работы товаропроводящей сети за рубежом;

- внедрения дополнительных мер стимулирования специалистов маркетинговых и внешнеэкономических служб, организации повышения квалификации кадров, проведения обучающих семинаров;

- активизации работы по участию предприятий в тендерах и выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за рубежом.

Таким образом, дальнейшее развитие рыночных отношений, предпринимательства, активизация участия белорусских предприятий легкой промышленности в международном разделении труда, обострение конкуренции на внутреннем рынке создают благоприятные предпосылки для использования маркетинговых стратегий, а их инновационные инструменты все более будут адаптироваться к конкретным рыночным условиям и специфике деятельности отдельных отечественных **предприятий.**

Список литературы

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Белорусский государственный концерн по производству и реализации товаров легкой промышленности «Беллепром». – Минск, 2011. – Режим доступа : <http://www.bellegprom.by>. – Дата доступа : 11.09.2017.