

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БЕЛОРУССКОГО ЭКСПОРТА

Д.Н. Подрезов

Научный руководитель – д.э.н., профессор *Г.Г. Санько*
Белорусский государственный экономический университет

Главной стратегией отечественных производителей в современных условиях является расширение своего присутствия на рынках зарубежных стран. Следовательно, действующим и потенциальным экспортерам необходимо проявлять активность в реализации своей продукции. В настоящее время многие, в том числе и крупные предприятия, руководствуются принципом: захотят зарубежные покупатели купить товар — сами к нам придут.

Во всем мире наряду с развитием производственных технологий стремительными темпами внедряются новые формы и методы сбыта продукции, включаются современные механизмы взаимоотношений с клиентами и потребителями, задействуются технологии электронного бизнеса. Белорусские предприятия, выходящие на международный рынок, вынуждены изучать и осваивать новые технологии и инструменты торговли. Они должны уметь с ними работать, так как глобальная конкуренция — одно из последствий глобализации — набирает силу практически в любой нише мирового рынка. Еще одним важным условием стабильной и эффективной работы на любом зарубежном рынке является переход от разовых, нерегулярных поставок к долгосрочному сотрудничеству, установлению устойчивых связей с иностранными покупателями. Важно зацепиться за рынок, «застолбить» место хотя бы в небольшом его сегменте, идти для этого на уступки, в том числе, и конъюнктурные, а дальше — развивать достигнутое, осваивать завоеванный участок, расширять его. Белорусские предприятия, нередко пренебрегая малым, потом не получают и большого.

Важными факторами, влияющими на экспорт, являются деловая культура, а также рыночная предусмотрительность. Торговая марка (бренд) — одно из самых эффективных средств формирования и поддержания имиджа компании на внешнем рынке. До сих пор зарегистрированные за рубежом торговые марки имеют немногие из белорусских предприятий. Имели место случаи, когда белорусские экспортеры начинали поставлять свою продукцию на международный рынок, а в это время «предприимчивые» иностранные граждане регистрировали на свое имя их бренды, что создавало значительные препятствия для дальнейших экспортных поставок.

Белорусским экспортерам необходимо осознавать, что на российском рынке произошли значительные изменения. Он постепенно превратился в международный с присущей ему степенью конкуренции и ее методами, а также с иными требованиями, предъявляемыми к качеству, сервису, упаковке, оптовой торговле и т.п. На этом рынке необходимо работать по-новому. Бартер, зачеты — все это постепенно уходит в прошлое. В республике необходимо уделить первостепенное внимание вопросам улучшения параметра «цена-качество» продукции, составляющей основу белорусского экспорта в Россию, поскольку из-за потери конкурентоспособности продукции белорусские товаропроизводители могут потерять не только российский, но и белорусский рынок.

Необходимо оказать финансовую поддержку развитию экспорта белорусской продукции путём направления средств фонда поддержки экспорта в первую очередь на обеспечение функционирования товаропроводящей сети, маркетинговую и информационную поддержку экспорта.