

**Экспорт строительных услуг Республики Беларусь:  
проблемы и тенденции**

Маляренко А.В.

ОАО «НИИ “Стройэкономика”»

Согласно Национальной программе развития экспорта Республики Беларусь на 2011–2015 годы в планах по экспорту строительных, инженерных и архитектурных услуг отечественного строительного комплекса значится объем экспорта в размере 1 млрд. долл. США. Однако, в 2013 г. уже было оказано на экспорт таких услуг на сумму 1,025 млрд. долл. США. В настоящий момент в планах к 2015г. – достижение 1,24 млрд. долл. США. Однако, продвижению на близлежащие строительные рынки отечественных строительных услуг в значительной мере мешает возрастающая конкуренция как со стороны местных компаний, так и прочих иностранных экспортеров строительных услуг.

Анализ работы отечественных строительных организаций по продвижению строительных услуг за рубеж, позволил определить ряд важных проблем, с которыми сталкиваются отечественные компании-экспортеры: отсутствие финансовых возможностей по выделению денежных средств для внесения обеспечения тендерной заявки; действующая методика учета экспорта строительных услуг в органах статистики; недостаточный объем средств для участия в конкурсных закупках; наличие разных курсов валют и обязательная продажа государству части валютной выручки; наличие логистических сложностей при транспортировке материалов; отсутствие квалифицированных специалистов-маркетологов, недостаток специальных знаний и опыта работы в сфере экспорта у инженерно-технических работников и отсутствие отделов маркетинга или отделов внешнеэкономической детальности в организационной структуре подрядных организаций.

По данным анкетирования организаций-экспортеров строительной отрасли, задача по поиску зарубежных контрагентов представляет собой работу высшего управленческого звена организации в то время, как потенциал профильных маркетинговых и внешнеэкономических служб остается в значительной мере не задействован. Можно заключить, что для успешного продвижения отечественных строительных услуг на зарубежный строительный рынок необходимо повышать квалификацию специалистов внешнеэкономических служб, служб маркетинга и логистики, а так же создавать на государственном уровне действенные механизмы поддержки отечественных экспортеров строительных услуг.