

2. Поисковый маркетинг. Компании должны вести работу по сбору семантического ядра и оптимизации сайта для поисковых систем. Для B2B компаний характерен продающий тип поискового маркетинга. Он подразумевает составление семантического ядра из продающих запросов, связанных с товаром или брендом. Анализ данных запросов позволит спрогнозировать видимость сайта в поисковой выдаче, а также выделить направления, по которым можно развиваться, чтобы увеличить свое присутствие в сети.

3. Контекстная реклама. Контекстная реклама позволяет получить быстрый результат от проводимой рекламной кампании. Плюсом данного инструмента интернет-маркетинга является его гибкость в настройке, возможность изменять параметры в процессе показа рекламных сообщений, предоставление отчетов о переходах и совершаемых действиях пользователями на сайте в связке с настройкой системы веб-аналитики.

4. Медийная реклама. Медийная реклама позволяет настроить узкий таргет в поисковых рекламных сетях на пользовательскую аудиторию либо на пользователей, имеющих похожее поведение с клиентами компании (аудитория look-a-like). Еще одним преимуществом данного инструмента является возможность настройки ретаргетинга на тех пользователей, которые уже посетили наш сайт, либо заинтересовались товаром, посмотрели его, положили в корзину, начали процесс покупки, но не завершили его.

5. Контент-маркетинг. B2B компаниям следует обратить внимание на данный инструмент, так как он позволяет выстроить коммуникацию с клиентом за счёт полезного и нужного контента. В нишах, где нужна экспертность, где компаниям нужно создать доверительные отношения с аудиторией и донести информацию о продукте, контент-маркетинг является обязательным инструментом.

6. Email-маркетинг. Email-маркетинг можно использовать для постоянной связи с клиентами, информирования их о новых товарах, поступлениях, готовности заказа.

7. Социальные сети для B2B рынков. Существует стереотип, что социальные сети не предназначены для промышленной продукции. Однако необходимо помнить, что социальными сетями пользуются те же люди, что и принимают решения о закупках. Поэтому применяя всё тот же инструмент ретаргетинга, можно перевести целевого пользователя на свой сайт. Также необходимо помнить о наличии форумов, которые могут объединять вашу аудиторию. На таких платформах пользователи достаточно активны, здесь с ними можно быстрее выстроить процесс коммуникации и донести информацию о продукте.

Для определения эффективности рекламной кампании на каждом этапе взаимодействия с потребителем компания должна собирать статистические данные и KPI. Данные показатели помогут составить отчёт о маркетинговой деятельности и выявить наиболее приоритетные каналы коммуникации.

**Заключение.** Можно сделать вывод, что B2B компании, как и B2C, имеют свои особенности, которые влияют и находят свое отражение в стратегии интернет-маркетинга. Маркетинг в сети Интернет в первую очередь должен решать задача удобства и быстроты выполнения потребностей клиента и отвечать всем его требованиям.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кулагин, В. Digital@Scale: Настольная книга по цифровизации бизнеса / В. Кулагин, А. Сухаревски, Ю. Мефферт – М.: Интеллектуальная Литература, 2019. – 293 с.
2. Балахнин, И. Маршрут построен! Применение карт путешествия потребителя для повышения продаж и лояльности / И. Балахнин – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 112 с.
3. Татаринов, К. А. Особенности интернет-маркетинга на b2b-рынках / К. А. Татаринов // Известия Байкальского государственного университета. – 2018. – №3. – С. 517–528.
4. Зими́на, С. С. Особенности использования инструментов Интернет-маркетинга на b2b и b2c рынках / С. С. Зими́на // Economics. – 2017. – №8(29). – С. 10–16.
5. Малайчук, О. А. Особенности потребительского пути на B2B рынке в эпоху цифровых технологий / О. А. Малайчук // Российская наука: актуальные исследования и разработки : сб. науч. ст. VIII Все-рос. науч.-практ. конф., 10 окт. 2019 г. : в 2 ч. / [редкол.: С.И. Ашмарина, А.В. Павлова (отв. ред.) и др.]. – Ч. 2. – Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2019. – С. 94-96.

УДК 334

#### ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА РОССИИ И БЕЛАРУСИ

*докт. филос. наук, профессор А. И. Пирогов, докт. полит. наук, доцент Т. В. Растимешина.  
Национальный исследовательский университет «Московский институт электронной техники», г. Москва*

*Резюме – проводится краткий анализ двадцатилетнего периода развития Союзного государства России и Белоруссии, отмечаются основные достижения и проблемы интеграции в социальной, политической и экономической сферах. Отмечаются основные причины стагнации и «пробуксовки» интеграционных процессов, в связи с чем многие цели Союзного государства не были достигнуты, а его дальнейшее строительство фактически заморожено.*

*Ключевые слова: Союзное государство, Россия, Белоруссия, интеграция, сотрудничество.*

**Введение.** Начало 90-х годов прошлого столетия, связанное с распадом СССР, знаменовалось для бывших союзных республик поиском новых форм и способов взаимовыгодного сотрудничества в статусе суверенных

государств. Образование Содружества Независимых Государств (СНГ) способствовало реализации намерений развивать отношения как на двусторонней, так и на многосторонней основе<sup>2</sup> [4]. Одновременно шла интенсивная работа по созданию интеграционных проектов, в первую очередь, в экономической и социальной сферах. Особую форму такая интеграция приобрела у России и Белоруссии, инициатором которой выступил президент Республики Беларусь А. Г. Лукашенко. Начало этому процессу заложила политическая интеграция двух стран. Были заключены вначале Договор о дружбе, добрососедстве и сотрудничестве (21.02.1995), затем Договор об образовании Сообщества России и Белоруссии (02.04.1996), Договор о Союзе Беларуси и России (02.04.1997), Декларацию о дальнейшем единении Беларуси и России (25.12.1998) в целях создания полноценного Союзного государства и, наконец, Договор о создании Союзного государства (08.12.1999), заложивший основы тесной интеграции двух суверенных государств. Как отметил на двадцатилетии со дня подписания Договора президент Беларуси А.Г. Лукашенко, создание Союзного государства было «судьбоносным шагом, который не только укрепил стратегическое партнерство братских государств, но оказал огромное влияние на развитие процессов на всем постсоветском пространстве. Во многом благодаря Союзу мы не оказались на задворках мировых и региональных интеграционных процессов» [6].

**Основная часть.** Союзное государство России и Беларуси (СГРБ) – это надгосударственное (наднациональное) образование, ставящее своей целью возможно более широкую интеграцию во всех сферах общественной жизни. Его главным руководящим органом является *Высший Государственный Совет* (ВГС), в состав которого входят главы государств и правительств и руководители палат парламентов обоих государств. К его основным функциям относятся принятие решений по наиболее важным вопросам и перспективам развития СГРБ, в том числе в международной области. Однако в целом четко определенных императивных норм в его деятельности, как правило, не содержится, за исключением, разве что, утвержденной военной доктрины Союзного государства.

В работе высшего законодательного органа – *Парламента Союзного государства* – в качестве главной функции можно выделить утверждение бюджета и ратификацию международных договоров. Высший исполнительный орган СГ – *Совет Министров* – обладает достаточно широкими полномочиями, особенно в экономической сфере, в которой он занят в разработке и реализации бюджета, развитии единого экономического пространства, проведении единой финансовой, налоговой и торговой политики. Существуют и другие органы Союзного государства (Счетная Палата, Постоянный комитет, Суд Союзного государства, Комиссия по правам человека и др.), однако все они, в том числе ВГС и Парламент, не обладают свойством системы органов государственной власти, поскольку фактически все вопросы российско-белорусских отношений решаются через двусторонние межгосударственные соглашения. Иными словами, у Союзного государства нет международной правосубъектности, за исключением вопросов, отнесенных непосредственно к компетенции Союзного государства.

Россия и Белоруссия интегрируются в Союзное государство уже более двадцати лет. Какие основные достижения этой интеграции и ее недостатки можно выделить? Что в действительности удалось Союзному государству за это время, а что так и осталось благими пожеланиями на бумаге?

По нашему мнению, произошло весьма важное изменение для населения обеих стран – слом границ, установленных еще в 1995 году, благодаря которому были сняты ограничения, касающиеся свободы проезда, местожительства, трудоустройства, образования, обоюдного «признания пенсий», равных прав в области медицинского и социального обеспечения; в целом была осуществлена программа «социальной адаптации» для россиян и белорусов. В 2020 году было подписано соглашение о взаимном признании виз, что имело своей целью поднять на новый уровень как транзитный потенциал, так и туристическую привлекательность обоих государств.

Многие специалисты в области российско-белорусских отношений отмечают, что в целом динамика интеграционных процессов была положительной. В рамках торговых отношений Россия является главным партнером Белоруссии – на нее стабильно из года в год приходится 49-50% товарооборота. В свою очередь, Белоруссия занимает четвертое место в мире и первое место среди стран СНГ по общему товарообороту с Россией, который в 2019 году превысил 35,5 млрд долл. В прошедший период произошло значительное увеличение объема взаимной торговли с 9,3 млрд долл. в 2000 г. до 35,6 млрд долл. в 2018 г., или в 3,8 раза (см. таб. 1) [9].

Таблица 1 – Динамика товарооборота РБ и РФ в 2000-2018 гг. (млн долл.)

Показатель	2000	2005	2010	2012	2015	2016	2017	2018
Товарооборот	9314,8	15834,0	28034,2	43859,8	27541,7	26254,8	32496,8	35561,3
Экспорт РБ	3710,1	5715,8	9953,6	1638,9	10398,4	10948,0	12897,7	12946,0
Импорт РБ	5604,7	10118,2	18080,6	27550,9	17143,2	15306,8	19599,1	22615,3

<sup>2</sup> 21 декабря 1991 года в Алма-Ате главами 11 бывших союзных республик (Грузия и страны Балтии не участвовали в этой встрече) была подписана декларация (Алма-Атинская декларация), в которой излагались цели и принципы СНГ. В этой декларации закреплялось положение о том, что взаимодействие участников «будет осуществляться на принципе равноправия через координирующие институты, формируемые на паритетной основе и действующие в порядке, определяемом соглашениями между участниками Содружества, которое не является ни государством, ни надгосударственным образованием».

Важный элемент двусторонних отношений – прямые инвестиции. Россия занимает первое место по инвестициям в белорусскую экономику, которые на сегодняшний день достигли 4 млрд долларов; Более двух тысяч российских компаний ведут инвестиционную деятельность в Белоруссии [1], реализуя различные долгосрочные проекты, в первую очередь, в энергетике. Построенная совместными усилиями обоих государств Белорусская атомная электростанция значительно усилила энергетическую независимость и Белоруссии, и самого Союзного государства. Прямые инвестиции России в экономику Белоруссии за период с 2000 по 2018 гг. увеличились с 77,2 млн долл. до 4,1 млрд долл. [9]

Более чем двадцатилетний интеграционный процесс, тем не менее, не привел к действительной интеграции государств в единое союзное образование, что постепенно начало сказываться практически во всех областях сотрудничества, даже в области торгово-экономических отношений. В частности, за двадцатилетний период не было создано ни одной полноценной российско-белорусской транснациональной корпорации. Торгово-экономические отношения постепенно сошли к «торговым войнам» вследствие использования белорусской стороной единой таможенной зоны для поставок товаров «третьих стран» и отсутствия доступа российского бизнеса к белорусскому рынку. Не случайно за первое полугодие 2020 года объем взаимной торговли снизился на 21% [8]. К тому же по вопросам газа, нефти и нефтепродуктов, в связи с налоговым маневром России, в 2019 году возникли серьезные затруднения, которые в полной мере не преодолены до сих пор [3]. Как ни парадоксально, но в нарушение интеграционных соглашений сейчас имеют место ограничения импорта товаров и услуг, в частности: пива, табачных изделий, кормов, рыбной продукции, товаров бытовой химии из России и мясомолочных продуктов, сахара, ликероводочных изделий из Белоруссии. Что особенно важно, подобные конфликтные ситуации разрешаются на межгосударственном уровне, а не на уровне органов Союзного государства. Неспособность последних к устранению разногласий сказалась и на ключевых интеграционных вопросах – таможенно-тарифном регулировании и формировании общих рынков, которые вынужденно перешли в формат Таможенного союза (с 2010 г.), Единого экономического пространства (с 2012 г.) и Евразийского экономического союза (с 2015 г.).

Значительные разногласия существуют и по вопросам финансовых дотаций со стороны России. Согласно данным МВФ, за десять лет (2005-2015) Республика Беларусь получила из российского бюджета около 106 млрд долл., то есть около 10 млрд долл. в год, что составляет почти 20% ее ВВП или 50% ее бюджета [10]. Однако белорусское руководство не приемлет самого факта этих дотаций. В частности, на одной из пресс-конференций президент РБ А.Г. Лукашенко заявил: «Вы не знаете проблем, которыми живет Белоруссия. Прекратите нас обвинять в нахлебничестве. Мы у вас никогда не были нахлебниками и не будем. Когда народ это слышит, мне никаких союзов не хочется» [2].

Попытка в 2018 году оживить интеграционные процессы посредством 31 «дорожной карты»<sup>3</sup>, предполагавшая, по данным авторитетной российской газеты «Коммерсант», частичное объединение к 2021 году экономических систем на уровне ЕС, в частности, включала: единую таможенную политику; единый регулятор рынков нефти, газа и электроэнергии; единые принципы банковского и финансового надзора; взаимную отмену роуминга и ряд других, не увенчалась успехом: камнем преткновения вновь стали «нефть, газ и налоги», который не смогли «сдвинуть» с места и президенты обеих стран на последней встрече в сентябре 2020 года. В итоге «дорожные карты» отложены до лучших времен.

Особо следует отметить, что за время существования Союзного государства не решен важнейший интеграционный вопрос – о введении единой валюты, снижающей потери от конвертаций, создающей единые процентные ставки и единые конкурентные условия для бизнеса, хотя о ней речь шла на протяжении двух десятилетий. Сегодня единая валюта всерьез не обсуждается, но в целом упор делается на введение общего платежного средства – «нового» рубля (а не российского или белорусского), однако, сроки его появления намечаются самые различные, вплоть до 2030 года [5].

Фактически «заглох» и главный двигатель интеграционного процесса – политическая интеграция. После проведенной в начале 2000-х годов определенной унификации социального законодательства РФ и РБ развитие Союзного государства остановилось [7, 56]. За два десятилетия стороны так не смогли согласовать Конституционный акт Союзного государства (предшествующий документ перед созданием конституции Союзного государства), главная задача которого - определение государственного устройства и правовой системы интеграционного объединения.

**Заключение.** Авторы, безусловно, отдают себе отчет в том, что приведенные данные характеризуют лишь часть общих проблем сегодняшнего состояния Союзного государства. Однако и их достаточно для того, чтобы констатировать непреложный факт: двадцатилетие существования интеграционного проекта двух стран фактически закончилось стагнацией практически во всех сферах, в том числе в экономической, вызвавшей недопустимые для государств-союзинок навязывание своему партнеру различного рода условий. Формирование единой глубоко интегрированной экономики Союзного государства в настоящее время находится под большим вопросом, а формула взаимоотношений между Россией и Белоруссией носит в основном политический характер.

---

<sup>3</sup> Созданная рабочая группа «Орешкин-Крутой» (по фамилиям министра экономического развития России и министра экономики Белоруссии) в результате переговоров подготовила пакет документов – «дорожные карты», описывающие план интеграции различных областей экономики.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Костырев В. Россию и Белоруссию связывают миллионы нитей [Электронный ресурс] URL: Режим доступа: <https://tass.ru/interviews/10191175> (дата обращения: 06.02.2021).
2. Лукашенко рассказал о будущем России и Белоруссии. Парламентская газета, 01.03.2019. [Lukashenko spoke about the future of Russia and Belarus. Parlamentskaya gazeta, 01.03.2019 (In Russ.)] Available at: <https://www.pnp.ru/politics/lukashenko-rasskazal-o-budushhem-rossii-i-belorussii.html> (accessed 26.07.2019).
3. Основные тенденции интеграционного развития России в 2019 году [Электронный ресурс] URL: Режим доступа: [https://eabr.org/upload/iblock/ad8/EABR\\_RF\\_07\\_2020\\_RU.pdf](https://eabr.org/upload/iblock/ad8/EABR_RF_07_2020_RU.pdf) (дата обращения: 06.02.2021).
4. Протокол к Соглашению о создании Содружества Независимых Государств, подписанному 8 декабря 1991 года в г. Минске Республикой Беларусь, Российской Федерацией (РСФСР), Украиной [Электронный ресурс] URL: Режим доступа: <http://cis.minsk.by/reestr/ru/index.html#reestr/view/text?doc=6> (дата обращения: 07.02.2021).
5. Россия и Белоруссия приготовились к введению единой валюты [Электронный ресурс] URL: Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2020/09/03/currency/> (дата обращения: 06.02.2021).
6. Союзное государство: двадцать лет совместного развития [Электронный ресурс] URL: Режим доступа: [https://postkomsg.com/history/20years\\_of\\_union\\_state/](https://postkomsg.com/history/20years_of_union_state/) (дата обращения: 07.02.2021).
7. Суздальцев А. Кризис Союзного государства Белоруссии и России //Мировая экономика и международные отношения. - 2020. - Т.64. - № 3.
8. Товарооборот России и Белоруссии упал на 20% в первом полугодии до 12,5 млрд долл. [Электронный ресурс] URL: Режим доступа: <http://www.finmarket.ru/news/5306673> (дата обращения: 07.02.2021).
9. Шурубович А.В. Союзное государство и актуальные проблемы российско-белорусской интеграции [Электронный ресурс] URL: Режим доступа: <https://doi.org/10.24975/2313-8920-2019-6-3-244-258> (дата обращения: 06.02.2021).
10. Staff report for the 2016 article IV consultation – Press Release; Staff Report; and Statement by the executive director for the Republic of Belarus International Monetary Fund. Republic of Belarus. IMF Country Report No. 16/298. September 2016. Available at: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2016/cr16298.pdf> (accessed 24.07.2019).

УДК 339.138

### МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ВЫХОДА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

*аспирант Ф. А. Подгайский, БГЭУ, г.Минск*

*Резюме – в статье анализируются маркетинговые возможности компаний, в том числе и малых предприятий Беларуси, для выхода на внешние рынки*

*Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые стратегии, внешние рынки.*

**Введение.** В настоящее время перед белорусскими предприятиями, в том числе и малыми, для постепенного увеличения прибыли стоит важная задача – выход на внешние рынки. Предприятия, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность, зачастую не в полной мере пользуются всеми маркетинговыми возможностями освоения рынка. Для освоения внешних рынков необходимо подбирать эффективные стратегии.

**Основная часть.** Рынок Беларуси для многих наших предприятий представляется достаточно узким, и, чтобы успешно работать и далее наши предприятия должны будут искать выходы на рынки зарубежных стран. Если менеджеры предприятия определив, что дальнейшее увеличение прибыли, основанной на экономической деятельности внутри страны становится маловероятным и, проанализировав экономическую деятельность, пришли к выводу о том, что необходимо попробовать выйти со своим товаром или услугами на территорию другой страны, то перед ними встают вопросы, с чего следует начинать, какова будет последовательность действий, какие трудности могут возникнуть, и как их минимизировать. Для этого маркетинговая служба предприятия в первую очередь обязана провести международные маркетинговые исследования. При этом особое внимание следует уделить тем трудностям, с которыми столкнулись предприятия, которые уже пытались выйти на данный внешний рынок. Маркетинговые исследования проводятся с целью выяснения ёмкости рынка: какова потребность таких товаров на этом рынке; какое здесь предложение товаров подобного типа; насколько легко можно выйти на рынок этой страны; как может развиваться рынок этих товаров в будущем, учитывая конкуренцию в настоящее время. Анализируя внешние рынки, нужно проводить также анализ производственной и коммерческой деятельности своего предприятия; сравнивать основные показатели и характеристики своего товара с соответствующими параметрами товаров фирм конкурентов с целью выявления своей конкурентоспособности на этом внешнем рынке. Выбирая внешний рынок необходимо обязательно учитывать:

1) Удаленность этого рынка от своего предприятия, которая может сделать выход на этот рынок невозможным из-за значительных финансовых затрат на логистику продукции и услуг предприятия.

2) Всевозможные риски, которые могут возникнуть в выбранной стране в связи с ее политическим устройством. Поэтому политическое устройство страны подлежит первейшему рассмотрению, включая в себя информацию об экономической политике и финансовых факторах этой страны. Для этого необходимо рассчитать индекс деловой среды. Если в регионе или стране нет политической стабильности, то и входить на рынок такой