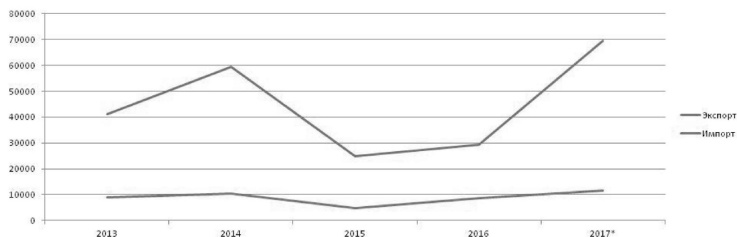


Динамика внешней торговли Республики Беларусь с Объединенными Арабскими Эмиратами (за период 2013 – 2017 гг.)



Периоды	Оборот	Экспорт	Импорт	Сальдо
2013	50095	41179	8916	32263
2014	69688	59300	10388	48912
2015	29747	25014	4733	20281
2016	37859	29330	8529	20801
январь – ноябрь 2017	79542	68962	10580	58382

Примечание – Источник: [2].

Список использованных источников

1. Объединенные Арабские Эмираты // Официальный сайт Википедии [Электронный ресурс].
2. Объединенные Арабские Эмираты // Официальный сайт Портал Export.by [Электронный ресурс].
3. Официальный сайт Посольство Республики Беларусь в ОАЭ [Электронный ресурс].

<http://edoc.bseu.by/>

И.Л. Акулич, д.э.н., профессор

А.С. Сверлов, к.э.н., доцент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

С.Е. Велеско, PhD, профессор,

Университет прикладных наук Митвайда (Германия)

ОЦЕНКА И СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ФАКТОРОВ И УСЛОВИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ БЕЛОРУССКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

Предпринимательская деятельность предприятий основана на факторах внешней и внутренней среды. Она учитывает целесообразность присутствия на отдельных рынках и возможности предприятий для ведения эффективной предпринимательской деятельности. В случае если эти факторы сочетаются оптимальным образом, тогда предприятие может реализовать эффективную маркетинговую стратегию по продви-

жению продукции на внешнем рынке и в перспективе сохранить свою рыночную долю. Необходимо отметить, что выполняемые маркетинговые стратегии и, например, формируемые в связи с этим международные каналы распределения, являются следствием проведенной организационной работы и учитывают изменение предпочтений потребителей.

Как правило, эволюция предпочтений потребителей определяется предельной полезностью блага и, среди прочего, может быть охарактеризована кривой безразличия. Количественные показатели эволюции предпочтений позволяют с качественной стороны оценить эффективность маркетинговых стратегий предприятия, возможности и пропускную способность каналов распределения, перспективы предприятия на рынке. Так, существенное уменьшение потока товаров через канал распределения в связи с изменением предпочтений потребителей влияет на эффект от предпринимательской деятельности и позволяет отреагировать на изменение внешних условий посредством либо сокращением ширины или глубины канала либо изменением его конфигурации.

Важной составляющей маркетинговых стратегий предприятия на любом рынке является их своевременная актуализация и приведение в соответствие с изменяющимися внешними условиями. Экономика стран – это динамичный постоянно эволюционирующий механизм. В большинстве случаев в отдельно взятой стране наблюдается линейное развитие экономики. В то же время в результате качественных преобразований экономика страны может развиваться нелинейно.

Экономика Республики Беларусь ориентирована на промышленное производство и, прежде всего, на обрабатывающие отрасли промышленности. В Беларуси функционируют предприятия, которые в добывающей промышленности занимают существенный удельный вес и влияют на создание ВВП страны. Эффективность их функционирования основана не только на менеджменте, но и на соответствующих условиях деятельности. Для этих предприятий созданы не только социальная и производственная инфраструктура, но и сформирована образовательная инфраструктура, которая готовит необходимые для них кадры. Содержательная сторона экономической системы Беларуси и факторы условий организации продвижения продукции для промышленных предприятий перерабатывающих отраслей более благоприятны, чем например, в Азербайджане, что способствует их более высокой эффективности и мобильности. Среди факторов условий, способствующих развитию и актуализации каналов распределения – степень готовности экономической системы к производству и потреблению товаров, уровень развития внутреннего рынка страны и рыночной инфраструктуры, а также правовая составляющая, выполнение разных программ развития и т.д. Так, в Республике Беларусь была выполнена программа по развитию логистики, целью которой было формирование в экономике страны объектов товаропроводящей сети и транспортно-логистической инфраструктуры. Выполнение программы в совокупности с постановлением Совета Министров Республики Беларусь о развитии товаропроводящей сети за рубежом создали условия, а в ряде случаев изменили предпочтения субъектов рынка, которые участвовали в развитии рыночной инфраструктуры внутри страны. Рыночная инфраструктура должна позволять, с одной стороны, организовать производственный процесс, а, с другой стороны, создать условия для продвижения и потребления товара. У предприятия может быть готовый продукт, с которым оно выйдет на рынок. Однако если не созданы условия потребления товара, предприятие не сможет достичь планируемых объемов реализации, и не сможет обеспечить поддержку продвижения данного продукта на рынке. В такой ситуации даже качество

потребляемых благ не способствует тому, чтобы покупатель осознал необходимость приобретения данного товара.

За рубежом на уровне государства также принимаются либо программы, либо правовые акты, способствующие развитию рыночной и транспортно-логистической инфраструктуры. В настоящее время на разных рынках наблюдается разная специфика их развития и, как следствие этого, дифференцированный подход к стратегиям присутствия предприятий на них. Качественное преобразование инфраструктуры способствует изменению подходов к формированию каналов распределения, обоснованию целесообразности движения и направления материальных потоков. Одним из примеров является Азербайджан. Например, двусторонним внешнеторговым отношениям между Республикой Беларусь и Азербайджаном свойственны каналы распределения преимущественно нулевого уровня с движением по ним товаров с разной добавленной стоимостью. Подобная ситуация предполагает использование соответствующих стратегий как белорусскими, так и азербайджанскими предприятиями. При этом стратегии белорусских предприятий в силу структуры экспорта более содержательны. Внешние условия, существующие в настоящее время, позволяют реализовывать эти стратегии с заданным уровнем эффективности. В тоже время в перспективе в связи с развитием экономических систем содержание этих стратегий претерпит изменения, в том числе в части уровней показателей экономического эффекта.

В Азербайджане реализуется Концепция развития Азербайджана 2020: взгляд в будущее [1]. Этой программой намечен целый ряд направлений, в том числе в области приборостроения и создания целого ряда предприятий так называемого ненефтяного сектора. Необходимо учитывать текущую ситуацию, возможности предприятий и отдельно взятой страны. Структура экономики Азербайджана такова, что промышленное производство создает практически 30% ВВП. В тоже время промышленное производство Азербайджана связано преимущественно с добывающими отраслями промышленности [2]. По мнению ряда экспертов, в том числе в Азербайджане, ориентация на нефтяной сектор не всегда наносит урон развитию экономики страны [3]. С подобным подходом можно согласиться, если полагать, что в перспективе этот процент будет способствовать преобразованию структуры экономики и страна сможет выйти на новый уровень развития. В Азербайджане преимущественно заявляется о создании инновационных парков. Однако авторы научных работ в своих исследованиях [4, 5] не приводят конкретные обоснования и фактический материал, обосновывающий перспективы развития подобных направлений экономики Азербайджана. Поэтому иным условием этой возможности является полностью сформированные в экономике страны отрасли добычи и переработки минерального сырья вплоть до создания товаров с высокой добавленной стоимостью.

Концепция развития Азербайджана 2020 окажет влияние на продвижение продукции на внутреннем рынке Азербайджана, в т.ч. на каналы распределения, и содержание способов присутствия предприятий на нем. В связи с этим возможен пересмотр условий предпринимательской деятельности. Если рассматриваются варианты расширения рынков сбыта, очевидно, что для этого необходимо положительное влияние факторов и, прежде всего, в обслуживающих отраслях и отраслях инфраструктуры. По разным оценкам на одного занятого в производственном процессе должно приходиться 7-8 человек в социальной и обслуживающей сфере. Поэтому кроме создания непосредственно предприятий, намеченных Концепцией, необходимо будет создать целый ряд предприятий, которые будут связаны с производственной, транспортно-логистической, социальной и обслуживающей инфраструктурой.

В условиях положительного влияния факторов внешней среды большинство предприятий будет стремиться к увеличению своего присутствия на рынке Азербайджана. При этом ряд инструментов продвижения товаров на рынке Азербайджана изменится содержательно. Например, в Азербайджане развивается транспортно-логистическая инфраструктура. Азербайджан участвует в проекте TRACECA. Этот проект предполагает построение коммуникации и транспортной инфраструктуры, что связывает ряд государств Азии. Реализация проекта не гарантирует автоматически качественного преобразования структуры внутреннего рынка. Например, Республика Беларусь не участвует в проектах подобного рода. Однако грузооборот предприятий Республики Беларусь и плотность эксплуатируемых дорог на порядок выше, чем в Азербайджане. Более того, в настоящее время глобальных изменений на рынке Азербайджана в связи с запуском этого проекта в части структуры грузопотоков не наблюдается. В то же время необходимо отметить, что сам проект, в котором участвует Азербайджан, для предприятий Республики Беларусь выгоден, т.к. способствует формированию потенциального спроса на продукцию предприятий машиностроительного комплекса Республики Беларусь. Так, обслуживание транспортной составляющей инфраструктуры сопровождается применением дорожной строительной техники, производством которой занят, например, ОАО Амкодор. С другой стороны, если решение задачи развития экономической системы сводится к модернизации или репрофилированию производств, то стратегии предприятий, содержание инструментов продвижения и каналов распределения претерпят значительные изменения вплоть до сужения или изменения направления материальных потоков на другие рынки.

Другим примером качественного преобразования процессов продвижения и изменения содержания присутствия белорусских производителей на рынках является принятие межправительственных соглашений Республики Беларусь в области машиностроения с Китаем и Германией. Так, в результате реализации двухсторонних соглашений были созданы совместные белорусско-немецкие и белорусско-китайские предприятия в сфере грузового и легкового автомобилестроения. Показательным примером является создание СП «МАЗ-МАН», филиала ОАО «МАЗ» в Венесуэле и СЗАО «БЕЛДЖИ».

Таким образом, изменение условий ведения предпринимательской деятельности и инфраструктуры рынка способствует формированию новых подходов к продвижению продукции на рынках, в т.ч. зарубежных, созданию и изменению содержания существующих каналов распределения, обоснованию целесообразности движения и направления материальных потоков. Эти возможности создаются конкретными правовыми актами и программными документами и позволяют оценить перспективы и потенциальную емкость рынка.

Список использованных источников

1. Концепция развития «Азербайджан 2020: взгляд в будущее» [Электронный ресурс]. – Сайт Президента Азербайджанской Республики, 2019. – Режим доступа: <https://azertag.az/ru/> – Дата доступа : 05.02.2019
2. STATISTICAL YEARBOOK OF AZERBAIJAN 2018 / State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan; General leadership: Tagir Budagov. – Baku, 2018. – 808 с.
3. Основные направления стратегии экономического развития Президента Ильхама Алиева [Электронный ресурс]. – Сайт Президента Азербайджанской Республики, 2019. – Режим доступа: https://azertag.az/ru/xeber/Osnovnye_napравleniya_strategii_ekonomicheskogo_razvitiya_Prezidenta_Ilhama_Alieva-1153415 – Дата доступа : 05.02.2019

4. Шукюров, Н.С. Современные тенденции и проблемы регулирования инновационной деятельности в Азербайджане / Н.С. Шукюров // Креативная экономика. – 2012. – №6. – С. 20-26

5. Алиева, Ш., Касумова, Е. Инновационное развитие экономики Азербайджанской Республики и управление инновационной деятельностью предприятий / Ш. Алиева, Е. Касумова // Journal of Economy and Business, vol.4, part 1. – С.12-16.

*И.Л. Акулич д.э.н., профессор
А.С. Сверлов, к.э.н., доцент, доцент кафедры маркетинга
УО «Белорусский государственный экономический университет»
Минск (Беларусь)
Т.И. Иманов, д.э.н., профессор АзГЭУ, Баку (Азербайджан)*

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК УСЛОВИЕ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ¹

Конкурентные преимущества предприятия – одно из важнейших условий эффективной предпринимательской деятельности предприятий. Особую значимость ему придают факторы условий хозяйствования и развитие международных экономических отношений. По мнению ряда авторов, например, М. Портера эти факторы позволяют сформировать практически аналогичные принципы ведения конкурентной борьбы как на внешнем, так и на внутреннем рынках, что позволяет на рынках лидировать предприятиям, а не странам [1].

Основой развития конкурентной борьбы являются спрос и рыночный динамизм. При этом эти недетерминированные факторы и их влияние должны быть учтены предприятиями при определении показателей эффективности и экономического эффекта, особенно в части роста эффективности использования труда и капитала. В настоящее время жесткость конкурентной борьбы может достигать такого уровня, когда конкуренты осознают необходимость в большей степени совместных действий, чем выполнение каждым из них своей собственной программы стимулирования сбыта и продвижения продукции. В этом подходе есть преимуществ. Среди них взаимовыгодный обмен научно-техническими достижениями и инновациями, что существенно увеличивает потенциал всех сторон сотрудничества. Очевидно, что подобные альянсы должны соответствовать законодательству страны. В этой связи роль органов государственного управления невозможно переоценить, поскольку их деятельность не сводится к выполнению исключительно количественных показателей, отраженных в законах страны, например, в законе о противодействии монополии и развитии конкуренции. Органы государственного управления рассматривают содержание подобных процессов на основе законодательства с качественной содержательной стороны для сохранения конкуренции на рынке и повышения качества товаров, предоставляемых покупателю.

¹ Публикуется в связи с выполнением белорусско-азербайджанского проекта по договору между БГЭУ и БРФФИ от 25.01.2018 г. №Г18А3–017 и при финансовой поддержке Фонда Развития Науки при Президенте Азербайджанской Республики-Грант № EIF –BGM-3 –BRFTF-2 + /2017-15/15/5