

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ЭКСПОРТА ТОВАРОВ

Стратегически важной целью для Республики Беларусь является определение ее внешнеторгового потенциала, места в международном разделении труда и обеспечение плавности вхождения в мирохозяйственные связи. Внешнеторговый потенциал представляет собой комплексную характеристику, отражающую материальные и интеллектуальные возможности участия государства в торговом сотрудничестве с другими странами.

Республика располагает достаточно большим внешнеторговым потенциалом. Его основу составляет промышленность (60% валового общественного продукта), в т.ч. на долю машиностроения, химии и нефтехимии приходится более 40% валовой продукции.

Транспортные средства (грузовые автомобили, тракторы, мотоциклы, велосипеды) в экспорте Беларуси занимают ведущее место и составили более 16% в общем объеме экспорта.

Во внешней торговле Беларуси на Россию приходится 57% товарооборота и около 50% экспорта. Следует отметить, что торговля с Россией характеризуется существенной несбалансированностью. Учитывая, что закупки из России в основном связаны с поставкой продукции критического импорта и обеспечением ресурсами экспорта в третьи страны, для выравнивания торговли необходимо и дальше наращивать экспорт белорусской продукции в РФ.

Экспорт Республики в последние годы осуществляется в условиях ряда неблагоприятных внутренних и внешних факторов. Основными из них являются: слабо стимулирующая экспортную деятельность финансово-кредитная, валютная и налоговая политика; недостаточная конкурентоспособность на мировом рынке ряда товаров; уменьшение емкости товарных рынков у основного внешнеторгового партнера - России, ужесточение конкуренции на нем, потеря отдельных традиционных рынков сбыта товаров белорусского экспорта в странах Центральной и Восточной Европы, странах СНГ; недостаточный международный рейтинг РБ для кредиторов и инвестиций.