

УДК 339.564.2

## **СТРАТЕГИИ ЭКСПОРТНОГО ПРОИЗВОДСТВА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ**

*К.М. Кобринец, магистрант*

*Научный руководитель – В.С. Филипенко, к.э.н., доцент*

*Полесский государственный университет*

В условиях либерализации внешнеэкономической деятельности в Республике Беларусь особую актуальность приобретает проблема развития экспортной деятельности национальных предприятий всех отраслей промышленности, поскольку их внешнеэкономическая специализация превращается в фактор ускоренного саморазвития как отдельного региона, так и всей республики в целом. Именно экспортный сектор и расширение экспортной деятельности способствуют увеличению налоговых отчислений, притоку иностранной валюты в бюджеты различных уровней, повышению уровня жизни населения, росту конкурентоспособности экономики.

Экономика Белоруссии имеет высокую степень открытости — доля экспорта товаров и услуг в ВВП превышает 60 %. Большая часть товарооборота Беларуси приходится на страны СНГ. [1, с.25]

Исходя из практики внешнеэкономической деятельности белорусских предприятий промышленности, в рамках реализации экспортной стратегии наиболее часто используемыми

вариантами стратегического поведения, основанного на маркетинговых инструментах продвижения продукции, в зависимости от типов зарубежных рынков и этапа реализации планирования, на котором находится предприятие, являются следующие:

- *инновационная стратегия* – представляет собой вариант выхода и закрепления на уже знакомый рынок с новым товаром за счет направления средств стратегии на внедрение плана маркетинга по продвижению продукции и работу по разработке новых изделий, отличающихся уникальными характеристиками. Данная стратегия активно применяется белорусскими предприятиями. Также предусматривается формирование в Республике Беларусь новых кластеров в области нано-, биотехнологий и фармацевтической и иных видов промышленности посредством создания научно-технологических парков, имеющих статус и правовой режим, аналогичный Парку высоких технологий. Кроме того, предусматривается создание Республиканского центра гено-инженерных исследований, Республиканского центра трансфера и коммерциализации нано- и биотехнологий, учебного центра по переподготовке и повышению квалификации кадров в сфере биотехнологий, инкубатора малого и среднего бизнеса в сфере биотехнологий;

- *стратегия диверсификации при экспорте* – заключается во включении в производственную программу предприятия изделий, не связанных с основной профильной группой изготавливаемых товаров, но сохраняющих техническую и технологическую применимость. Диверсификация экспорта также осуществляется по двум основным направлениям: географическая и товарная диверсификация.

Географическая диверсификация осуществляется в целях обеспечения стабильности и сбалансированности экспортных поставок белорусской продукции в регионы мира в условиях конъюнктурных колебаний спроса и предложения на внешних рынках. В 2012 году продолжилось изменение географической структуры белорусского экспорта, связанное с комплексом дополнительных мер, принятых в целях диверсификации экспорта в посткризисных условиях развития международной торговли. Эти меры позволили укрепить позиции Республики Беларусь на рынках стран СНГ, а также стран Азии, Америки, Океании;

- *стратегия интернационализации* – освоение зарубежных рынков не только посредством экспорта продукции, но и за счет создания производственных мощностей за границей, что позволяет, в частности, уменьшать транспортную составляющую в стоимости продукции при дальнейшем ее сбыте на данном рынке и обходить имеющиеся в стране торговые барьеры и ограничения на импорт;

- *стратегия сегментации* – основывается на выборе сегмента рынка, характеризующегося наличием скрытых возможностей для максимального насыщения продукцией, производимой предприятием;

- *стратегия кооперации* – представляет собой тесное сотрудничество с иностранными партнерами путем создания совместных предприятий, общей торговой марки, что позволяет использовать преимущества, связанные со знанием иностранным партнером особенностей рынка и возможностью использования производственных площадей и трудовых ресурсов партнера.

Для Республики Беларусь наиболее эффективными являются инновационная стратегия и стратегия диверсификации. Инновационная стратегия позволит белорусским предприятиям освоить новые рынки, занять концептуально новую нишу на уже существующих рынках и успешно конкурировать на мировом рынке. Беларусь имеет все предпосылки, чтобы позиционировать себя как площадку для разработки новых бизнес-технологий, востребованных в Едином экономическом пространстве. [2, с.214]

Таким, образом, в условиях ожесточенной конкурентной борьбы на мировом рынке белорусским экспортоориентированным предприятиям недостаточно поддерживать высокие технические параметры. Необходимо тщательно учитывать специфику потребительских требований в различных странах, анализировать деятельность основных фирм-конкурентов, вести широкую рекламную работу, выбирать оптимальные формы и методы сбыта и так далее.

### **Список использованных источников**

1. Соркин С.Л. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: экономика и управление: учебное пособие. – Мн.: Совр. шк., 2006 – 283с.
2. Турбан Г. В. Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью: учеб. пособие.- Мн.: БГЭУ, 2007. – 319 с.