

Заключение. Сети — это гипер- и мультимедийная глобальная среда, предоставляющая невиданные до сих пор возможности взаимодействия, начиная от простого обмена информацией, заканчивая осуществлением финансовых транзакций, заключением сделок и доставкой цифровых продуктов. На ранних стадиях утверждения маркетинговой организационной культуры перед командой единомышленников большой проблемой будет предубежденность других менеджеров. Для ее преодоления необходима мобилизация интеллектуального потенциала команды, подкрепленная информационными, финансовыми и творческими ресурсами предприятия.

УДК 339.5

В. С. Печень¹, Е. Н. Бедретдинова²

¹Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи
²Учреждение образования «Гродненский государственный университет имени Я. Купалы», Гродно

ЭКСПОРТ ТОВАРОВ И УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИЯМИ БОБРУЙСКА

Введение. Как известно, экономика Республики Беларусь является открытой. В рыночных условиях организация (предприятие) самостоятельно решает вопросы о реализации продукции на внутреннем или внешнем рынках. Самым распространенным способом выхода на внешние рынки является поставка продукции и услуг на экспорт. Поставки продукции на внешние рынки способствуют повышению эффективности работы любой организации.

Приоритетными направлениями Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016—2020 годы являются обеспечение сбалансированности внешней торговли на основе опережающих темпов роста экспорта, использование конкурентных преимуществ страны, эффективное участие в международном разделении труда и интеграционных процессах [1].

На предстоящую пятилетку предполагается сохранение доли поставок белорусской продукции на рынок Российской Федерации, при продаже которой достигается максимальная экономическая эффективность. При этом стратегия диверсификации внешних рынков основывается на развитии сотрудничества с государствами, с которыми существуют договоренности или контакты на высоком политическом уровне: страны Латинской Америки, Восточной и Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока и Африки, а также Китай и Индия. Работа по диверсификации экспорта (согласно программе социально-экономического развития) должна проводиться не только на правительственном уровне, но и всеми субъектами хозяйствования страны [1].

Бобруйск является вторым по величине промышленным городом Могилевской области. Промышленными предприятиями Бобруйска за 2016 год произведено 1,4 млрд р. продукции, или порядка 24% общего объема промышленного производства Могилевской области [2].

Выручка от реализации товаров, работ, услуг Бобруйска в 2016 году составила 16,6% в общей выручке Могилевской области. Это вторая позиция после Могилева [3, с. 380]. Поэтому изучение внешнеэкономической деятельности данного региона является актуальным.

Основная часть. Рассмотрим основные показатели внешней торговли Бобруйска (таблица 1).

Данные таблицы 1 показывают, что как в целом по Могилевской области, так и в Бобруйске в структуре товарооборота с внешним миром преобладает экспорт. Так, в 2014 году объем экспорта Бобруйска в структуре товарооборота составил 57,29%. В 2015 году этот показатель увеличился до 61,77%, а к 2016 году снизился до минимального значения за три года проведения исследований и составил 56,85%.

Т а б л и ц а 1 — Основные показатели внешней торговли товарами Бобруйска за 2014—2016 годы, тыс. дол. США

Показатель	2014		2015		2016	
	Могилевская область	Бобруйск	Могилевская область	Бобруйск	Могилевская область	Бобруйск
Товарооборот — всего	3 983 699,8	1 076 153,8	2 803 998,5	639 517,6	2 913 362,4	68 1057,0
В том числе:						
Экспорт	2 245 441,3	61 630,9,8	1 676 165,5	395 051,8	1 800 063,7	387 215,3
Импорт	1 738 258,5	459 844,0	1 127 833,0	244 465,8	1 113,298,7	293 841,7
Сальдо	507 182,8	156 465,8	548 332,5	150 586,0	686 765,0	93 373,6

Примечание. Источник: [3, с. 458].

Изучение динамики экспорта Бобруйска за 2014—2016 годы показывает, что в целом отмечается снижение поставок продукции предприятиями города на внешние рынки. Так, объемы поставок товаров на внешние рынки в 2015 году по сравнению с 2014-м уменьшились на 221 258 тыс. дол. США. Темп роста экспорта товаров в 2015 году к предшествующему году составил 64,09%.

По прогнозу социально-экономического развития Бобруйска на 2011—2015 годы объем экспорта товаров в 2014 году должен был достигнуть значения 1 156,5 млн дол. США. Фактически экспорт товаров в 2014 году составил 53,29% от прогнозного значения. В 2015 году прогноз объемов экспорта Бобруйска — 1 325,4 млн дол. США. Фактические поставки товаров на экспорт составили 29,80% от запланированного значения [4].

В 2016 году произошло хотя и незначительное, но дальнейшее снижение экспорта товаров организациями Бобруйска к предшествующему году. Товаров на экспорт было поставлено на 7 836,5 тыс. дол. США меньше к 2015 году и на 229 094,5 тыс. дол. США к 2014 году (см. таблицу 1).

Несмотря на то, что в 2015 году экспорт преобладал в структуре товарооборота Бобруйска, наибольшее сальдо товарооборота было получено в 2014 году и составило 156 465,8 тыс. дол. США. В последующие годы отмечается снижение данного показателя, а в 2016 году достигает своего минимального значения — 93 375,6 тыс. дол. США.

В целом удельный вес экспорта предприятий Бобруйска в общем объеме экспорта Могилевской области имеет тенденцию к снижению. Так, если в 2014 году этот показатель составил 27,44% объемов поставки продукции на внешние рынки, то в 2015—2016 годах снизился до 23,56 и 21,51% соответственно.

Экспорт товаров предприятиями Бобруйска в 2016 году осуществлялся в 66 стран. С учетом планомерного обеспечения распределения экспорта между регионами, при сохранении присутствия на традиционных экспортных рынках стран Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и Европейского союза, в рамках диверсификационного маневра предприятиями города осуществлены экспортные поставки в 47 стран, относящихся к категории иных, в том числе осуществлены поставки на новые перспективные рынки 34 стран: Австралии, Афганистана, Бангладеш, Боливии, Боснии и Герцеговины, Ганы, Гватемалы, Гвинеи, Доминиканской Республики, Замбии, Израиля, Индонезии, Ирана, Йемена, Камбоджи, Канады, Колумбии, Кот-д'Ивуара, Лаосской НДР, Македонии, Мозамбика, Мьянмы, Никарагуа, Норвегии, Саудовской Аравии, Сербии, Таиланда, Тайваня, Объединенной Республики Танзания, Турции, Фиджи, Филиппин, Чили, Эфиопии [5].

За 2016 год увеличены объемы экспорта товаров в Австрию (на 72%), Бангладеш (в 19 раз), Грецию (в 36 раз), Замбию (в 2 раза), Израиль (в 3 раза), Канаду (в 7 раз), Объединенные Арабские Эмираты (почти в 3 раза) и др. При этом основными экспортными позициями выступали: шины, мебель и плита ДСП, мясомолочная продукция [2].

Удельный вес экспорта услуг Бобруйска в общем объеме Могилевской области в 2014—2015 годах составил 14,25 и 10,57% соответственно. В 2016 году этот показатель увеличился до 13,44%, что больше, чем в 2015 году, но меньше, чем в 2014-м. Индекс роста экспорта услуг в 2015 году к предшествующему году имеет тенденцию снижения и составил 0,77. В 2016 году этот показатель оказался практически на одном уровне с 2015 годом (индекс роста экспорта услуг — 1,004), т. е. увеличение экспорта услуг составило всего 45,9 тыс. дол. США [3, с. 465].

Прогноз экспорта услуг Бобруйска на 2014 год — 16,6 млн дол. США, в 2015-м — 19,4 млн дол. США [4]. Фактические объемы экспорта услуг Бобруйска составили в 2014 году 84,85% от прогнозного показателя, а в 2015-м — 56,22%. Следует также отметить, что если в 2014 году сальдо внешней торговли услугами составило 1 115,5 тыс. дол. США, то в 2015-м этот показатель имел отрицательное значение и составил -1 090,5 тыс. дол. США. В 2016 году сальдо торговли услугами увеличилось до 4 307,9 тыс. дол. США [3, с. 465].

Заключение. Проведенные нами исследования показали, что для предприятий Бобруйска характерным является снижение объемов экспорта товарами. При этом за 2014—2015 годы предприятия города не выполнили прогнозные показатели объемов экспорта товаров. Отрицательным является и уменьшение сальдо торговли товарами.

В 2015 году экспорт услуг Бобруйска уменьшился более чем на 20% к предшествующему году. Но в 2016 году этот показатель находился практически на одном уровне с предшествующим периодом. Также негативным является и отрицательное значение сальдо товарооборота услугами в 2015 году, хотя к 2016 году этот показатель значительно увеличился.

Согласно решению Могилевского областного Совета депутатов, основными задачами внешнеэкономической деятельности на текущую пятилетку (2016—2020) являются: диверсификация торгово-экономических связей с различными странами и регионами при сохранении и усилении позиций на традиционных рынках; продолжение экономической интеграции в рамках ЕАЭС; стимулирование производителей товаров и услуг к расширению товарной номенклатуры и видов оказываемых услуг; совершенствование подходов к работе с малым и средним предпринимательством по экспортной тематике. При реализации этих задач будет обеспечено выполнение таких показателей внешней торговли товарами и услугами, как рост экспорта товаров и услуг, а также удельного веса экспорта товаров на новые перспективные рынки.

В целях увеличения экспорта и обеспечения положительного сальдо внешнеторгового товарооборота планируется реализовать такие меры, как развитие товаропроводящей сети; использование потенциала выставочно-ярмарочной деятельности; углубление кооперационных связей в области производственной деятельности, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, создания инжиниринговых центров и сов-

местных производств; стимулирование производителей товаров к расширению товарной номенклатуры; усиление конкурентных позиций на мировых рынках производителей-экспортеров за счет снижения затрат на производимую продукцию, внедрения современных технологий; обеспечение соответствия выпускаемой продукции нормам и стандартам в области качества, проведение сертификации продукции и обеспечение иных условий для ее доступа на внешние рынки и др. [6].

Список цитируемых источников

1. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016—2020 годы [Электронный ресурс]. — Минск, 2017. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=P31600466>. — Дата доступа: 13.10.2017.
2. Об итогах социально-экономического развития могилевской области за 2016 год [Электронный ресурс]. — Минск, 2017. — Режим доступа: <https://www.yandex.by/yandsearch> или <https://www.yandex.by/clck/jsredir>. — Дата доступа: 13.10.2017.
3. Статистический ежегодник Могилевской области, 2017. — Могилев, 2017. — 469 с.
4. Об утверждении Программы социально-экономического развития города Бобруйска на 2011—2015 годы [Электронный ресурс]. — Минск, 2017. — Режим доступа: <http://naviny.org/2011/11/04/by102401.htm>. — Дата доступа: 13.10.2017.
5. Об итогах социально-экономического развития города Бобруйска за 2016 год [Электронный ресурс]. — Минск 2017. — Режим доступа: <http://bobruisk.by/economics/economicstructure/>. — Дата доступа: 13.10.2017.
6. О Программе социально-экономического развития Могилевской области на 2016—2020 годы : решение Могилевского областного совета депутатов 22 июня 2017 г. № 28-2 [Электронный ресурс]. — Минск, 2017. — Режим доступа: http://bitrix.pravo.by/upload/docs/op/D917m0085072_1505163600.pdf. — Дата доступа: 13.10.2017.

УДК 658.8:67/68(476)

Д. Б. Рудницкий

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет», Витебск

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКСПОРТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Введение. Экспорт — это один из основных приоритетов развития экономики Республики Беларусь. В ее структуре он традиционно составляет более половины валового внутреннего продукта, в силу чего является одним из основных источников обеспечения устойчивого экономического роста в стране. Повышение уровня конкурентоспособности предприятий в современных условиях глобального рынка может быть обеспечено только за счет внедрения инновационных маркетинговых технологий. Маркетинговые инновации приносят выгоду не только отдельным предприятиям, но и экономике страны в целом. Необходимость рассмотрения маркетинговых инноваций в комплексе всех аспектов экспортной деятельности предприятия ставит задачу создавать методы и модели эффективного управления экспортной стратегией на основе маркетингового подхода. В этой связи необходимы новые маркетинговые технологии, позволяющие продвигать продукцию предприятий легкой промышленности Республики Беларусь на зарубежные рынки сбыта. Сегодня не в полной мере разработан алгоритм формирования экспортной стратегии, а также определены маркетинговые инструменты продвижения продукции легкой промышленности Республики Беларусь на внешние рынки сбыта.

Основная часть. Значение экспорта для стран с рыночной экономикой очень велико. Экспорт, являясь мощным стимулирующим фактором экономического развития, играет роль своеобразного «локомотива» в преодолении кризисных явлений, способствует поддержанию производства и занятости в экспортоориентированных отраслях, оказывая позитивное влияние на экономику страны в целом.

Необходимо отметить негативное воздействие глобального финансово-экономического кризиса на экспортный потенциал Республики Беларусь, что привело к сокращению платежеспособности основных торговых партнеров и к значительному снижению спроса на основные белорусские товары на внешнем рынке. Таким образом, проблема разработки экспортной стратегии на отечественных промышленных предприятиях в настоящее время является чрезвычайно актуальной как на макро-, так и на микроуровне.

На современном этапе перед Республикой Беларусь стоит важнейшая задача — переход экономики на инновационный путь развития. Ее решение является одним из основных способов достижения динамичного развития страны в долгосрочной перспективе и повышения уровня жизни ее жителей.

Легкая промышленность Республики Беларусь имеет высокую степень экспортоориентированности.

Конкурентные преимущества отраслей легкой промышленности Республики Беларусь определяются наличием сырьевой базы (лен, химические волокна и нити, пряжа, ткани, кожевенное и меховое сырье), высококвалифицированных кадров, более низкой по сравнению с другими отраслями капиталоемкостью производства.

Для увеличения положительного сальдо перед предприятиями легкой промышленности Республики Беларусь ставится задача уменьшить ее зависимость от импортных поставок сырья и материалов за счет увеличения производства в республике льноволокна, создания новых видов химических волокон и нитей, красителей,