

АКТУАЛИЗАЦИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА БЕЛАРУСИ ПОСРЕДСТВОМ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОГО ПОДХОДА К ВЫБОРУ СТРАТЕГИИ ПРОНИКНОВЕНИЯ НА РЫНОК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Введение. Рынок Российской Федерации всегда был и останется для Республики Беларусь одним из важнейших внешних рынков. Если смотреть статистику объема экспорта Республики Беларусь в Российскую федерацию, то в 1995 году доля об общего объема экспорта составляла 45 %, по состоянию на 2019 год — 41 % [1]. ЕС как второй торговый партнер Беларуси значительно отстает от объема товарооборота по сравнению с РФ. Республика Беларусь зависит от РФ, сальдо между нашими странами для Беларуси является отрицательным. Надо отметить, что товарные структуры России и Беларуси во взаимной торговле практически аналогичные: «в 2019 году Россия экспортировала в Белоруссию товаров из категорий “Электрические машины”, “Ядерные реакторы, котлы и оборудование”, “Средства наземного транспорта” и “Пластмассы и изделия из них” на общую сумму \$3,7 млрд, а импортировала из Белоруссии продукции из тех же категорий на \$4,2 млрд» [2]. Вопрос, связанный с поддержанием существующего и с дальнейшим наращиванием объема экспорта в РФ, для Беларуси является и будет продолжительное время еще являть достаточно актуальным.

Основная часть. Экспортные стратегии проникновения на внешний рынок по классификации Холленса имеют низкий уровень риска, что, конечно, хорошо, но и низкий уровень контроля, что является отрицательным моментом при стратегическом подходе к освоению риска. При промежуточных стратегиях проникновения происходит распределение контроля и риска и доленое участие. Иерархические (инвестиционные) стратегии отмечаются высоким уровнем контроля и риска, низкой гибкостью [3, с. 292]. Рассмотрим приоритетные факторы, влияющие на стратегии проникновения на рынок (таблица 1).

Т а б л и ц а 1 — Приоритетные факторы, обуславливающие дифференциацию экспортно-сбытовой политики белорусских экспортеров на рынке РФ

Приоритетные факторы и тенденции	
Внутрибелорусские	Внутрироссийские
Традиционное ориентирование технологии производства, ассортиментного перечня, требований системы менеджмента качества и маркетингового окружения продукции большинства отечественных экспортеров именно на рынок РФ	Масштабная работа в РФ в направлении импортозамещения, на что расходуется большая часть средств фонда национального благосостояния. Строятся современные предприятия в различных сферах, где ранее широко был представлен экспорт из Беларуси: стройматериалы, продукты питания, текстильная продукция, продукция машиностроения
Существенные сложности с выходом на новые экспортные рынки: удаленность, высокая конкуренция, особенно со стороны крупных мировых корпораций; высокие финансовые входные барьеры, нарастающая политика протекционизма	Внедрение и применение практики поддержки российского производителя, особенно при расходовании средств госбюджета. Разработка систем государственной и банковской поддержки в рамках льготных кредитов покупателей продукции российского производства. Все это существенно снижает конкурентоспособность товаров, произведенных в Беларуси
Острая необходимость регулярного поступления валютной экспортной выручки, так как Беларусь по многим позициям зависит от критического импорта (энергоносители)	Активизация экспорта в РФ продукции из стран-участниц ВТО: Китай, Индонезия, Турция и др. Товары из этих стран активно занимают традиционные позиции белорусских экспортеров: машиностроение, легпром, приборостроения и т. д.
Оставшийся пока высокий уровень узнаваемости и доверие к товарам из Беларуси в РФ еще со времени бывшего СССР. В свою очередь, белорусские экспортеры много средств вложили в продвижении продукции на рынок РФ, а также в развитие товаропроводящей сети	Массовое освоение рынка РФ ведущими мировыми корпорациями как посредством развития сбытовой сети, так и за счет открытия совместных производств. Помимо финансов, опыта, качества и других составляющих, выпускаемая продукция имеет еще и статус российского производства
Занятость огромного числа белорусов на предприятиях, напрямую жизненно зависящих от экспорта в РФ. В данном случае ослабление позиций на рынке РФ может грозить социальным катаклизмом	Повсеместное и главное дифференцированное усиление конкуренции во всех сегментах и нишах белорусского экспорта. В таком случае потеря своих рыночных позиций может быть не только безвозвратной, но и в целом фатальной для экспорта

Сложившаяся конъюнктурная ситуация для белорусских производителей на российском рынке и особенно ее перспектива чревата потерями достигнутых позиций. С нашей точки зрения, такая ситуация требует активного продвижения различных форм промежуточных стратегий выхода на внешний рынок. Например, рассмотрим такую форму промежуточной стратегии проникновения на рынок, как создание совместных предприятий на территории РФ для белорусского экспортера. Совместное предприятие может организовываться как в форме контрактного совместного предприятия без долевого участия, так и в форме совместного предприятия с долевой собственностью. В связи с этим предлагается ряд научно-практических рекомендаций, которыми отечественные экспортеры могут руководствоваться в процессе создания или развития совместных предприятий на территории РФ:

1) тщательный выбор потенциальных партнеров с акцентом на долгосрочное сотрудничество и готовностью инвестировать в совместные долгосрочные проекты. При этом необходимо основательно подходить к заключению договоров о сотрудничестве, максимизируя перечень взаимных обязательств и ответственности сторон, а главное, реальных механизмов реализации процессов компенсации и разделения риска (активов) в случае возникновения негативных ситуаций. К сожалению, некоторые белорусские экспортеры понесли потери (финансовые, имиджевые) из-за стеснительности (неуверенности) самостоятельно формировать требуемые условия договора о сотрудничестве или из-за нежелания обратиться за консультацией к юристам-международникам;

2) не следует стремиться охватить максимальное количество регионов, следует в первую очередь сосредоточиться на основных сбытовых сегментах концентрации покупателей или конечных потребителей, так как никакая дифференциация своего присутствия в рамках географии РФ не компенсирует упущения конкурентных позиций в ключевых точках производственно-демографической концентрации, обеспечивающих основной объем сбыта нашего экспорта в текущих условиях агрессивного поведения конкурентов;

3) необходимо иметь четкое первоначальное как маркетинговое, так и экономическое обоснование целесообразности дифференциации сбытовых усилий посредством развития своего присутствия в целевом регионе за счет создания совместных предприятий. Ведь расширение или даже диверсификация распределительной системы экспорта, а тем более полный уход от практики прямых продаж ни в коей мере не является гарантией увеличения доли рынка или укрепления конкурентоспособности на нем нашей продукции, а вот рост издержек в системе распределения будет гарантирован;

4) даже при успешной работе совместного предприятия самому производителю нельзя терять прямого контакта с конечными потребителями. Следует постоянно актуализировать двухсторонние связи, осуществляя прямой мониторинг их потребностей и предпочтений. Также рекомендуется хотя бы два раза в год заказывать анализ рынка у независимой маркетинговой фирмы или сделать подписку на периодическую аналитику рынка у крупного исследовательского агентства;

5) при недостаточном объеме экспорта в какой-либо из регионов, не позволяющем расширять степень своего присутствия на рынке, возможен поиск партнеров среди других отечественных экспортеров смежной продукции. Это позволит формировать комплексные отгрузки и в большей степени удовлетворять запросы местных покупателей, распределив транзакционные издержки в углублении освоения рынка;

6) по возможности привлекать ресурсы отечественных дипломатических представительств как в рамках поиска потенциальных партнеров, так и при продвижении продукции в регионах.

Заключение. Республика Беларусь является в настоящее время для Российской Федерации одним из крупнейших торговых партнеров. Так, по доле в российском импорте в первом квартале 2020 года Беларусь заняла 4-е место — 5,275 % [4]. По доле белорусского экспорта в Россию за январь—май 2020 года — 47,7 % (ЕС — 17,0 %). За этот же период предыдущего года 40,1 и 19,1 % соответственно. В источниках отмечается, что изменения в структуре связаны с COVID-19 [5]. Даже в такой сложной ситуации видно, как важен для Беларуси российский рынок. Наши позиции терять нельзя. Естественно, что активные белорусские экспортеры наработали собственный коммерческий опыт, тем не менее следование вышеизложенным подходам должно позволить сэкономить ресурсы предприятия и нивелировать потенциальные коммерческие ошибки, чреватые потерей конкурентоспособности белорусских товаров на рынке РФ.

Список цитируемых источников

1. Основные показатели внешней торговли [Электронный ресурс] // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vneshnyaya-torgovlya/>. — Дата доступа: 23.07.2020.
2. Ткачев, И. Как связаны экономики Беларуси и России. Новости дня в России и мире [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/19/08/2020/5f3befd09a7947dbc3afb76b>. — Дата доступа: 23.07.2020.
3. Холленсен, С. Глобальный маркетинг / С. Холленсен ; пер. с англ. Е. Носовой, К. Юрашкевича. — Минск : Новое знание, 2004. — 832 с.
4. Внешняя торговля России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2020>. — Дата доступа: 24.08.2020.
5. Наривончик, Д. Внешнее обслуживание вместо внешней торговли [Электронный ресурс] / Д. Наривончик // Экон. газ. — Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/obem-vneshnej-torgovli-sokratilsya>. — Дата доступа: 24.08.2020.