

ДОКЛАДЫ ПЛЕНАРНОГО ЗАСЕДАНИЯ

*А. И. Гретченко, д-р экон. наук, профессор
РЭУ им. Г. В. Плеханова (Москва)*

*Г. А. Короленок, д-р экон. наук, профессор
БГЭУ (Минск)*

ПРОДВИЖЕНИЕ БЕЛОРУССКИХ ТОВАРОВ НА РЫНКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Основной задачей субъектов хозяйствования в рыночной среде является определение экспортной стратегии организаций в области продвижения товаров и услуг на внешние рынки, в первую очередь на рынки Российской Федерации.

Учитывая тот факт, что экспортные поставки Республики Беларусь в Российскую Федерацию составляют около 44 % всего экспорта нашей страны, данная проблема заслуживает особого внимания.

Одной из важнейших задач Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2010–2020 годы является закрепление на традиционных рынках и ориентация на перспективные рынки (Евразийский экономический союз и страны «дальней дуги»).

Развитие экспорта на основе создания эффективной системы продвижения белорусских товаров на зарубежные рынки нашло отражение в ряде нормативных документов, и в первую очередь в Национальной программе поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016–2020 годы. По реализации данной Программы разработана Дорожная карта мероприятий на макроэкономическом уровне.

Вместе с тем на уровне организаций, осуществляющих экспортную деятельность, имеется ряд не до конца решенных вопросов. В первую очередь при проведении работ по продвижению белорусских товаров на внешние рынки. Организация должна иметь научнообоснованный экспортный план, в котором определены цели, задачи выбора рынка, целевая конкурентная политика.

Наличие экспортного плана позволит проанализировать производственно-сбытовые возможности и оценить экспортный потенциал, товарную и сбытовую политику, а также помочь экспортеров в специализированных консалтинговых организациях.

Важным, на наш взгляд, является и исследование экспортного потенциала организации. В теоретическом аспекте экспортный потенциал организации рассматривается с точки зрения совокупности некоторых основных элементов данного понятия — производственный, финансовый, рыночный и кадровый. В практической деятельности организаций, осуществляющих продвижение товаров и услуг на внешний рынок, особое внимание уделяется двум направлениям — производственному и финансовому потенциалу. Учитываются основ-

ные средства организации — состав, структура, износ и т.д., финансовые показатели — прибыль, рентабельность и т.д.

Вместе с тем исследованию рыночного и кадрового потенциала в организациях уделяется недостаточное внимание. В то же время успех продвижения товаров и услуг на внешний рынок во многом зависит от рыночной стратегии организации, которая предполагает разработку стратегических решений с учетом основных показателей экономики страны, особенностей законодательства, национальных особенностей населения, проживающего в данных регионах, менталитета, численности и плотности населения региона, уровня конкуренции и инфляции.

Важнейшим фактором, определяющим рост экспорта в Российскую Федерацию, являются такие показатели, как эффективность маркетинга, репутация организации на потребительском рынке Российской Федерации, уровень использования цифровых технологий, а также способы продвижения белорусских товаров.

Продвижение белорусских товаров на рынки Российской Федерации осуществляется через собственную дистрибьютерскую сеть и посредников (компании по управлению экспортными операциями, агенты по экспорту товаров, брокеры, дистрибьютеры и т.д.).

При этом следует отметить, что успех продвижения белорусских товаров во многом зависит от уровня компетенций сотрудников, осуществляющих данный процесс.

На сегодняшний день в большинстве организаций, занимающихся экспортом белорусских товаров на внешние рынки, недостаточное внимание уделяется такому вопросу, как формирование кадрового потенциала. В зависимости от уровня квалификации кадров, занимающихся продвижением товаров на внешний рынок, будет зависеть не только развитие рыночного и кадрового потенциала, но и процесс реализации белорусских товаров.

В целях совершенствования процесса продвижения белорусских товаров на внешний рынок организациям необходимо акцентировать внимание на двух направлениях экспортного потенциала организации — рыночный и кадровый. При этом следует отметить, что в основе формирования как рыночного, так и кадрового потенциала организации лежит задача переподготовки и повышения квалификации кадров.

Dao Thi Thu Thuy

Ministry of Science and Technology (Vietnam)

POLICIES FOR HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT IN SCIENCE AND TECHNOLOGY: LESSONS FROM SOME ASIAN COUNTRIES

As we already know that the rapid economic development of some Asian countries such as Taiwan, Korea, Hong Kong and Singapore used