

Структура экспорта и импорта развивающихся стран так же в основном состоит из сырья, что делает национальную экономику еще более чувствительной к колебаниям цен на мировых сырьевых рынках. Ценовые колебания на сырье могут вызвать рост уровня инфляции и как следствие падения уровня жизни населения. Сальдо счета текущих операций чистых импортеров продовольственных товаров и энергоресурсов ухудшится, причем степень такого ухудшения будет зависеть от значения чистого импорта этих видов товаров для экономики. Дефицит счета текущих операций необходимо будет финансировать за счет притока средств из-за рубежа, заимствований, выпуска государственных облигаций или снижения спроса внутри страны. Эти факторы так же снизят экономический рост национальной экономики.

Повышение цен на продовольствие, топливо и другие товары наиболее остро скажется на бедном население городов. Политика государства в таких странах должна быть направлена на смягчение последствий роста цен на продукты. Рост цен вызовет лишь увеличение количества бедного населения планеты и перечеркнет все результаты политики МВФ и Мирового Банка по сокращению бедности, которые были достигнуты в начале XXI в.

К сожалению, на данном этапе развития мировой экономики можно говорить лишь о дальнейшем удорожании сырья и других товаров, так как это будет связано с дальнейшим удешевлением доллара по отношению к другим валютам и дальнейшим ростом населения планеты.

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БЕЛОРУССКИХ КОМПАНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Климович Л. А., Шека Е. С., Белорусский государственный университет

Республика Беларусь расположена на перекрестке международных транспортных коридоров, из 12 млн т грузов, перемещенных в 2009 г. между Западом и Востоком, 8 млн т проследовало через Беларусь. На услуги транспорта в Республике Беларусь приходится 75 % всего экспорта услуг в стране.

Показатели сектора грузоперевозок не снизились даже в период сложной экономической ситуации в республике. Так, за период с января по август 2011 г. объем грузоперевозок по всем видам транспорта был на 8,8 % больше, чем в январе-августе 2010 г. Перевозки грузов автомобильным транспортом специализированных организаций, занимающихся коммерческими перевозками, в январе-августе 2011 г. составили 111,5 % к уровню января—августа 2010 г. Перевозки грузов железнодорожным транспортом в январе—августе 2011 г. по сравнению с январем—августом 2010 г. возросли на 12 %. Однако по оценке экспертов, Беларусь использует свои транзитные возможности лишь на 20 %.

Рынок транспортно-логистических услуг в стране находится только в стадии становления. В настоящее время на нем функционирует около 1300 юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Однако, несмотря на большое количество экспедиторов, комплекс транспортно-логистических услуг по доставке грузов в международном сообщении, предлагаемый ими клиентам, ограничивается в основном услугами по сопровождению груза в пути и организации процесса перевозок, оформлению документов, а также посредническими услугами. Возрастает актуальность проблемы усиления позиций национальных компаний на рынке транспортно-логистических услуг, как важнейшего сектора логистики.

Анализ тенденций развития мирового рынка логистики показывает, что важнейшим фактором конкурентоспособности крупных логистических компаний являются маркетинговые стратегии, ориентированные на создание положительного имиджа компании и индивидуальные потребности клиента, использование так называемого клиентоориентированного маркетинга (комплекса коммуникационных инструментов, направленных на формирование клиентской базы и удовлетворение индивидуальных потребностей клиентов).

Так, в работе с клиентами американской компании *DHL (Deutsche Post World Net)*, мирового лидера экспресс-доставки и логистики, существует дифференцированный подход к потребностям клиентов, что позволяет компании детально планировать свою работу, а также более качественно предоставлять услуги клиентам в различных регионах. Особое внимание уделяется исследованию уровня удовлетворенности клиентов при использовании услуг компании, проводятся маркетинговые мероприятия, направленные на повышение лояльности своих клиентов. Использование клиентоориентированного маркетинга позволило компании *DHL* сделать настоящий рывок на мировом рынке и сохранить лидирующее место в своей отрасли. Компания сделала упор на применение в первую очередь товарных стратегий (диверсификация рынков, адаптация к локальным рынкам, работа с целевыми группами) и коммуникационных маркетинговых стратегий (директ-маркетинг, различные виды рекламы, работа с общественностью (*PR*)). Компания серьезно подходит к изучению местных рынков, анализирует экономическую, политическую и социальную среду, создавая положительный и хорошо узнаваемый образ фирмы.

Сравнительный анализ опыта деятельности зарубежных и белорусских компаний, позволяет сделать вывод о схожести применяемых ими маркетинговых стратегий. Основными факторами дальнейшего успешного развития белорусских транспортно-логистических компаний являются:

- использование опыта зарубежных компаний по формированию эффективных товарных и коммуникационных маркетинговых стратегий;
- дальнейшая диверсификация и улучшение качества предоставляемых услуг;
- разработка собственной стратегии, ориентированной на предпочтения потребителей (клиентоориентированная стратегия развития);
- разработка национальной стратегии по формированию и продвижению брендов на зарубежные рынки;
- подготовка квалифицированных специалистов, работающих в сфере транспортных услуг и коммуникаций (на базе система повышения квалификации, постоянно действующего краткосрочного семинара; курсов по подготовке и переподготовке кадров по логистике; подготовки менеджеров по специальности «логистика» в вузах).

Государственная поддержка в решении перечисленных задач, позволит уже существующим национальным логистическим операторам расширить рынки сбыта и спектр предоставляемых ими услуг, укрепить конкурентные позиции на зарубежных рынках.

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПОРТА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ В СТРУКТУРЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Климович Л. А., Литвинюк О. Г., Белорусский государственный университет

Решение проблемы отрицательного внешнеторгового баланса страны зависит от изменений в структуре экспорта. Существует необходимость как в географической диверсификации, в целях обеспечения сбалансированности экспортных поставок в условиях конъюнктурных колебаний на отдельных внешних рынках, так и товарной, которая направлена на расширение товарной номенклатуры экспорта.

За период 2000—2009 гг. значительно изменилась географическая структура белорусского экспорта: доля России снизилась с 52 % до 32 %, а доля других стран СНГ увеличилась с 9 % до 12 %; удельный вес Европейского союза возрос от 28 % до 44 %; удельный вес других стран мира в структуре белорусского экспорта (страны Азии, Африки, Америки, Океании) увеличился с 11 % до 12 %. Однако в результате валютного кризиса доля российского рынка в экспорте Беларуси в январе—июле 2011 г. возросла до 43,7 %. В целом, это может иметь негативные последствия, в частности в связи с ростом зависимости белорусского экспорта от России с началом функционирования Единого экономического пространства между Россией, Казахстаном и Беларусью.