

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ – ПРИОРИТЕТНЫЙ ФАКТОР ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА

2010 год должен стать периодом масштабной модернизации экономики Беларуси, результатом которой будут высокие темпы роста конкурентоспособности и увеличение экспортного потенциала белорусских предприятий. Необходимое условие решения такой задачи – оперативное реагирование на изменения конъюнктуры внешнего рынка, а значит, активный маркетинг и информационное обеспечение продвижения своей продукции за рубежом. Отечественным производителям необходимо внести коренные изменения в подход к осуществлению подобных действий.

Это подтверждает и то, что белорусские субъекты хозяйствования недооценивают значимость и эффективность распространения информации о продукции, предлагаемой к реализации на внешнем рынке, через ресурсы Интернет. В том числе на портале информационной поддержки экспорта www.export.by Национального центра маркетинга и конъюнктуры цен Министерства иностранных дел Республики Беларусь.

Представителям отечественного бизнеса портал предлагает полный набор информационно-маркетинговых услуг и инструментов, содействующих развитию их экспортных возможностей. В частности, здесь размещаются сведения об отечественных субъектах хозяйствования и предлагаемой ими продукции, товаропроводящей сети, деловых предложениях о сотрудничестве. Кроме того, для увеличения информационных возможностей портала осуществляется сотрудничество и обмен баннерами с аналогичными отечественными и зарубежными

специализированными информационными структурами. С одной стороны, это способствует расширению рекламы самого портала. С другой – представленным на нем белорусским предприятиям.

Сведения о портале имеются в 415 специализированных системах Интернет, на 18 зарубежных площадках электронной торговли, а обмен баннерами осуществляется с 32 зарубежными специализированными порталами. Среди иностранных партнеров www.export.by – представители стран Евросоюза, России, Китая, Венесуэлы, Японии, других государств. Таким образом, с информацией о предлагаемой к реализации белорусской продукции могут ознакомиться заказчики из сотен стран мира.

Регистрация на портале субъектов хозяйствования Беларуси осуществляется на бесплатной основе.

Для презентации производимой ими продукции за рубежом предлагается поддержка англоязычной версии размещенной информации. В итоге потенциальный иностранный за-



казчик имеет возможность найти на портале производителей и поставщиков любой отрасли народного хозяйства нашей республики, ознакомиться с перечнем предлагаемой продукции (работами, услугами), ее назначением, техническими характеристиками и внешним видом. Поэтому для белорусских предприятий представленная здесь качественная информация – еще одна возможность найти новых зарубежных партнеров и заказчиков. К слову, интерес к подобной информации у потенциальных зарубежных заказчиков есть. Однако готовы ли предоставить на современном уровне сведения о своей продукции и возможностях сами продавцы? Ответ на этот вопрос неоднозначный.

Портал www.export.by предоставляет зарегистрированным предприятиям возможность размещения качественной, детальной и иллюстрированной ин-

формации о продуктах и услугах. Но данные и фотоматериал, которые отечественные субъекты хозяйствования предлагают к размещению, часто носят формальный характер. В полной мере это относится и к сведениям, размещенным на сайтах самих предприятий. А ведь своевременная и точная информация подобного рода – достаточно эффективный способ изучения спроса и оперативного реагирования на его изменения.

К слову, некоторые подвижки в понимании важности и значимости информационного сопровождения внешнеэкономической деятельности все же есть. Дополнительным стимулом для принятия подобного решения предприятия стало соответствующее решение правительства. В результате по состоянию на 18 декабря 2009 года количество субъектов хозяйствования, разместивших информацию о своих

Экспорт

экспортных возможностях в русскоязычной версии, увеличилось на 263, в англоязычной – всего на 51. Очевидно, что этого явно недостаточно. Практически не используется возмож-

ности 2009 года, сегодня одно из важнейших условий выхода на международные рынки сбыта и налаживания контактов с европейскими партнерами. К примеру, для привлечения внимания

Белорусские субъекты хозяйствования недооценивают значимость и эффективность распространения информации о продукции, предлагаемой к реализации на внешнем рынке, на портале информационной поддержки экспорта www.export.by

ность информирования потенциальных клиентов о предлагаемых товарах путем распространения пресс-релизов, хотя размещение соответствующей информации о какой-либо продукции от зарегистрированных на портале предприятий не требует финансовых средств. Причин такого дисбаланса в распространении русскоязычной и англоязычной версий несколько.

Одно из объяснений — отсутствие навыков владения деловым английским языком специалистами предприятий, ответственными за данный участок работы. К слову, в этом случае помочь предприятиям могут специалисты Нацио-



Регистрация на портале www.export.by субъектов хозяйствования Беларуси осуществляется на бесплатной основе.

нального центра маркетинга и конъюнктуры цен. Тем не менее, большой активности отечественных экспортеров в этом направлении не наблюдается.

Зачастую дело заключается в недооценке значимости такого «разговора на языке клиента» со стороны самих субъектов хозяйствования. Хотя это, как отмечали ведущие итальянские эксперты в области маркетинга и внешнеэкономической деятельности во время проведения в Национальном центре маркетинга и конъюнктуры цен международных семинаров в ноябре — декабре

потребителей итальянские бизнесмены на этикетке товара стараются дать информацию о нем в полном объеме с максимальным использованием иллюстративного материала.

Для иностранных посетителей www.export.by представленная белорусскими предприятиями информация также своеобразная «визитка» их деятельности. Тем не менее, пока при заполнении регистрационной формы на портале многие белорусские производители не считают целесообразным предоставлять информацию о себе в расширенном виде.

В последнее время все большее внимание совершенствованию качества информационного сопровождения внешнеэкономической деятельности стали уделять крупные валообразующие предприятия машиностроения – МАЗ, МТЗ, Минский моторный завод, УКПП «Бобруйский завод напитков», Нафтан-Полимир и др., в том числе распространению информации о себе в англоязычном варианте.

Для субъектов хозяйствования такое сотрудничество имеет много положительных моментов. В частности, деловые предложения от компаний теперь регулярно размещаются как на русском, так и на английском языках.

Тем не менее, статистика о таком сотрудничестве

заказчики в Центральном федеральном округе и заказчики в Дальневосточном округе могут осуществлять по-разному. Есть элементы местной специфики и в дальнем зарубежье (например, в Канаде, США, Австралии). А дополнительная реклама в сегодняшних изменчивых условиях конъюнктуры рынка никому не помешает.

Ведь для того чтобы преодолеть негативные последствия мирового кризиса на белорусскую экономику и выполнить намеченные показатели прогноза социально-экономического развития государства на 2010 год, утвержденные Президентом страны, всем без исключения субъектам хозяйствования Беларуси необходимо приложить максимум усилий.

Представленная на портале www.export.by качественная, красочно иллюстрированная информация – для белорусских предприятий еще одна возможность найти новых зарубежных партнеров и заказчиков.

и интенсивности использования предприятиями англоязычной версии портала в целом пока не впечатляет. Число новых позиций товарной продукции, размещенной предприятиями в англоязычном варианте, выросло на 83 (за период с 12.12.2009 г. по 18.12.2009 г.), в то время как в русскоязычной версии – на 252.

В некоторых случаях незначительные усилия по презентации своих экспортных возможностей на сайтах отечественные предприятия объясняют направленностью своих поставок в регион стран СНГ, в первую очередь России, как наиболее перспективной для них ниши закрепления своей продукции и услуг. Однако при выходе на рынок Российской Федерации нужно учитывать специфику отдельных регионов. Поиск одного и того же продукта белорусского производства в сети Интернет потенциальные

И мировая экономика, и европейские рынки сегодня оживились, постепенно восстанавливается спрос на территории Евросоюза. А значит, появились дополнительные возможности решения проблемы разгрузки складов и улучшения финансового состояния многих белорусских предприятий. «Давайте работать, искать новые подходы для того, чтобы выполнить задачи», — призвал Президент Беларуси Александр Лукашенко на совещании о задачах по решению наиболее актуальных вопросов социально-экономического развития Беларуси в следующем году.

Впереди – огромный объем работы. Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен приглашает всех субъектов хозяйствования к взаимовыгодному и долгосрочному сотрудничеству.

Алексей ГУЛЕВИЧ