

# Позиционирование и продвижение приоритетных отраслей Республики Беларусь

---



**Анатолий Акантинов**  
Центр стратегического развития  
«Маркетинговые системы»

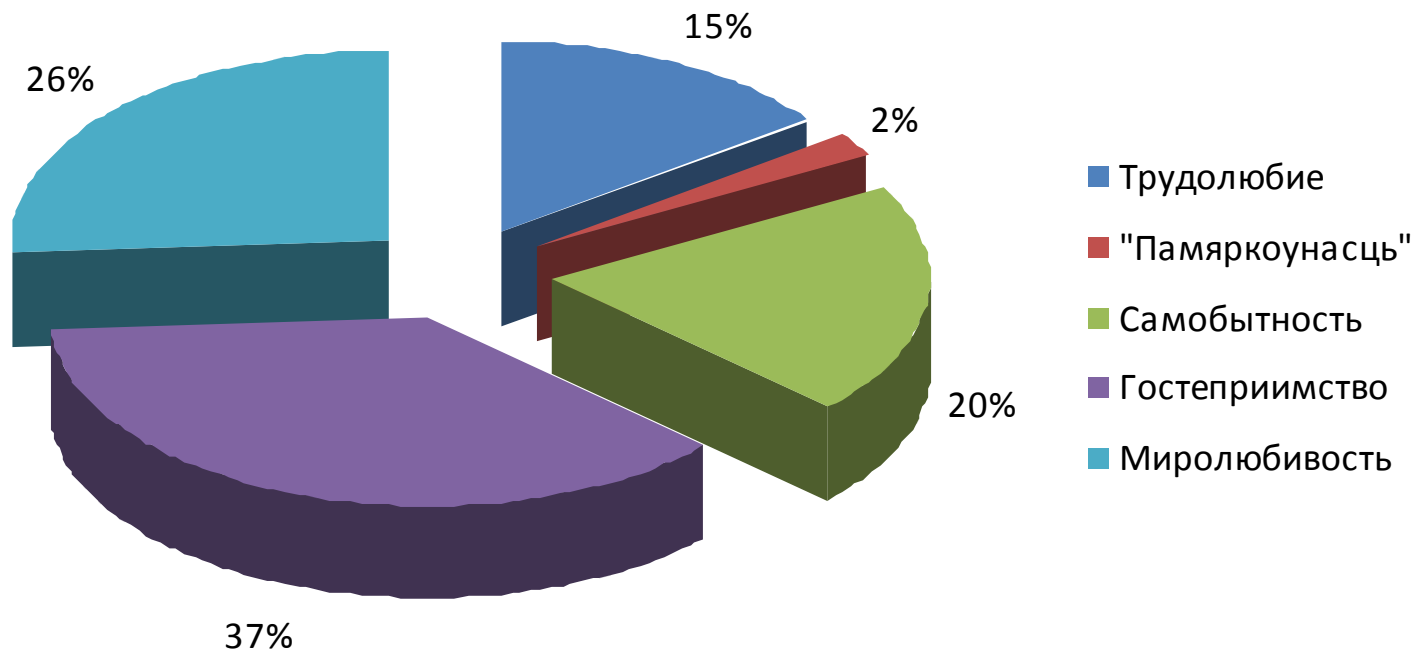


г. Минск, 24-25 ноября 2011 года,  
II-ой международный форум  
**«ИМИДЖ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: стратегия развития»**

- **Ментальность нации** (кем себя считают, кем хотят быть)
- **Географическое преимущество** (транзитность)
- **Люди** (опыт, склонности, количество)
- **Приоритетные отрасли** (сырье, опыт, имидж)
- **Мировые тенденции** (инновации)
- **Партнерские взаимоотношения** (политика, экономика)
- **Механизм реализации** (люди, бизнес, власть, зарубежные партнеры)



Как Вы считаете, какие ментальные преимущества белорусов должны лечь в основу создания имиджа Республики Беларусь?



- Гостеприимные
- Миротлюбивые
- Самобытные
- Трудолюбивые
- Дисциплинированные
- Размеренные
- Принципиальные

**Но, не:**

- Активные
- Гибкие
- Амбициозные

**Выход:**

- Поощрение самостоятельности, предприимчивости, ответственности
- Импорт предпринимательства
- Совместные проекты с другими странами





- **Транспорт, логистика, услуги**
- **Туризм, события, спорт**
- **Отрасли под участие в транснациональных цепочках**
- **Отрасли с достаточным транспортным плечом**
- **Использованием людских преимуществ** (программисты, инженеры)
- **Использование имиджевых преимуществ** (белорусская мебель, трикотаж, косметика, санатории, природа)
- **Услуги** (инфраструктурные (налоги, дороги, жилье), образование, медицина)



## Ближайшая перспектива:

Продукты питания,  
мебель,  
машиностроение,  
химия,  
стройматериалы

## Стратегическое будущее:

IT-технологии,  
биотехнологии,  
нанотехнологии





## Проект «Мебель Беларуси»

**Позиционирование:** мебель из натурального дерева, массива, экологическая, мебель «на всегда».

**Сегодня:** Экспорт 45% от объема производства.

**Цель** – довести до 70% за 3 года.

### Задачи:

1. Создание Мебельных торговых центров (брендирование)
2. Институт представительств, консолидированное участие в выставках
3. Интернет-продвижение



## Страны партнеры:

Китай, Германия, Великобритания, Италия,  
Казахстан, Россия – участие в крупных  
проектах



## Страны соседи:

Польша, Литва, Латвия, Россия, Украина –  
создание совместных проектов





## 1. Внутри страны



## 2. Страны – партнеры



## 3. Страны - соседи



1. Разделить предприятия, которые должны остаться, как **национальная гордость или стратегическая необходимость** (например, безопасность) в руках государства, и **выделить те отрасли**, которые должны работать в частном поле, либо переданы в транснациональные цепочки.
2. **Упростить функции министерств и концернов** до контрольных функций, либо перевести их в статус отраслевых ассоциаций, без вмешательства управления государством.
3. **Создавать альянсы, проекты, союзы** самими предприятиями для реализации маркетинговых целей по продвижению продукции.
4. Рассмотреть возможность создания **холдингов на условиях передачи предприятий в собственность, либо акционерном подходе под управление частным собственником, слияние и поглощение, реализация инвестору.**



1. Изменить форму управления отраслями
2. Определить национальные приоритетные отрасли с поддержкой государства
3. Определить проекты с странами-партнерами, соседями
4. Определить специализацию СЭЗ
5. Развивать услуги, инфраструктуру
6. Проводить работу по имиджу страны в целом и по локальным направлениям



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

**ВОПРОСЫ?**



**Анатолий Акантинов**

**+375 29 617-75-20**

**[akantynov@center-ms.com](mailto:akantynov@center-ms.com)**

**[imagebelarus.by](http://imagebelarus.by)**

