

## ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОЙ РОССИЙСКО-БАЛКАНСКОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ: ПРИМЕР МАКЕДОНИИ



**Калужский Михаил Леонидович,**

кандидат философских наук, доцент кафедры «Организация и управление наукоемкими производствами», Факультет экономики и управления, Омский государственный технический университет, 644050, г. Омск, пр. Мира, д. 11  
frsr@inbox.ru

Статья о перспективных направлениях развития российско-македонских экономических отношений в условиях глобального экономического кризиса. Автор анализирует возможности, открывающиеся для македонских предпринимателей на российском рынке. Особое внимание уделено вопросам институционального стимулирования взаимного экспорта и перспективам экономической интеграции двух стран.

Македония занимает ключевое положение на пути европейских транспортных магистралей, но не всегда эффективно использует связанные с этим маркетинговые преимущества. Мировой экономический кризис привел к сокращению иностранных инвестиций и негативно повлиял на местную маркетинговую среду. Одним из вариантов решения проблемы может стать прямой выход македонских предпринимателей на российский рынок. Российские предприниматели также могли бы эффективно использовать географические и институциональные преимущества Македонии для выхода на европейские рынки. Возможное решение основано на снятии институциональных ограничений для интеграции македонских товаропроизводителей в маркетинговую среду российского рынка и не требует значительных инвестиций.

**Ключевые слова:** внешнеэкономические связи; Македония; маркетинговая среда; инфраструктура рынка; сетевая экономика; электронная коммерция; управление цепями поставок; институциональная среда; распределительная логистика; российско-македонские отношения.

Ключевая особенность сетевой экономики состоит в том, что драйвером роста в ней служит не доходность транзакций, но экономия на транзакционных издержках. В условиях экономического кризиса, который проявляется в падении покупательского спроса и потребительской активности, важнейшим фактором выживания становится интеграция участников рынка в его сетевую инфраструктуру. Маркетинг при этом обращается в область межфирменных транзакций, а внутренние функции менеджмента переходят к внешним провайдером логистических услуг.

**Маркетинговый потенциал Македонии.** Как и все балканские страны, Македония не обладает сколько-нибудь значительным потенциалом для интеграции в маркетинговую инфраструктуру российского рынка. На Балканском полуострове российско-македонские экономические связи, пожа-

луй, в наибольшей степени оказались подвержены негативному влиянию финансово-экономического кризиса. С одной стороны, это влияние проявилось в деградации промышленности, снижении потребительского спроса и покупательной способности населения. С другой стороны, продолжающаяся глобализация рынков вызвала растущую концентрацию производств и утрату конкурентоспособности экономиками балканских стран, постепенно превращающихся в зависимую периферию внешних центров экономического развития.

Не удивительно, что на первое место в межгосударственных отношениях выходят прагматические подходы, отражающие общий вектор трансформации не только экономических, но и неразрывно связанных с ними социально-политических, культурных и иных приоритетов малых государств Южной Европы [1]. Это свойственно как македонской, так и россий-

ской стороне межгосударственных отношений. Не случайно, несмотря на историческую, культурную и политическую общность, Македония изначально рассматривается российской стороной в первую очередь как одна из «*транзитных территорий для экспорта российских энергоносителей и других товаров в Западную Европу*» [2, 3].

Вместе с тем, Македония потенциально может представлять значительный интерес хотя бы в силу своего транзитного расположения. Относительное удобство Македонии определяется не только перспективами экспорта российских энергоносителей через ее территорию, но и расположением на ней сразу двух панъевропейских транспортных коридоров:

- 1) коридор № 8: Дурес – Тирана – Скопье – София – Варна,
- 2) коридор № 10: Зальцбург – Любляна – Загреб – Белград – Ниш – Скопье – Велес – Салоники.