

## ПРОБЛЕМЫ БЕЛОРУССКОГО ЭКСПОРТА

Одним из приоритетов социально-экономического развития РБ является экспорт. Такая постановка проблемы вытекает из объективных экономических условий существования страны. Во-первых, доставшийся в наследство от СССР народнохозяйственный комплекс Беларуси в наиболее представительных отраслях ее экономики в значительной мере состоит из предприятий, созданных ранее для выпуска продукции в расчете на потребность огромного рынка СССР, да еще и с определенным запасом для экспортирования продукции. Поэтому относительно полная загрузка производственных мощностей в настоящее время может быть обеспечена только при активной экспортной деятельности, поскольку внутренний рынок не может поглотить всю продукцию таких крупных предприятий. А структурные изменения производственно-экономического потенциала требуют времени и главным образом экономических ресурсов, которых в настоящее время на пространстве СНГ недостает всем странам. Во-вторых, стремление удержать экономику от полного обвала при ограниченных возможностях внутреннего рынка обуславливает поиск вариантов для стабилизации хозяйства на внешних рынках. И пока Республике Беларусь удалось этого добиться в большей степени, чем другим странам СНГ; зарабатывание валюты является немалым подспорьем в обеспечении стабильности и экономического роста. Страна имеет постоянно отрицательное торговое сальдо, но постепенно оно сокращается: в 1997 г. оно составляло 1388 млн. дол., а в 2001 г. – 335 млн. [1, с. 492; 2, с. 8].

Внешнеэкономическая деятельность тесно связана со всесторонним сотрудничеством с зарубежными странами; особое место занимают политические отношения. Об этом косвенно можно судить по следующим данным: на страны пребывания белорусских загранучреждений (прежде всего посольств, консульств) приходится 94% товарооборота РБ, в том числе 92,6% экспорта и 95,3% импорта. Поэтому увеличение экспорта должно рассматриваться не только как экономическая задача, а как совокупный результат всей внешней политики.

За 1997 – 2000 г. экспорт РБ остается на одном уровне – несколько более 7,3 млрд. долл. США, хотя в 1999 г. наблюдался заметный спад – до 5,9 млрд. долл. Достигнутая стабильность объемов экспорта свидетельствует о том, что возможности его количественного наращивания при современной товарной структуре в основном исчерпаны. Географическое расширение экспорта также мало вероятно и причин этому много, а главная заключается в жесточайшей конкуренции продавцов и обилии товаров и услуг на мировом рынке при возросшей за последние десятилетия экспортной активности не только традиционно крупных стран-экспортеров, но и выхода на мировые рынки большой группы государств Юго-Восточной Азии, Латинской Америки, нефтедобывающих стран Среднего и Ближнего Востока, т.е. тех стран, которые сегодня принято называть “новыми индустриальными странами”.

В 2000 г. РБ осуществляла экспортно-импортные операции со 153 странами мира. Но если дифференцировать их по объему экспорта, то положение выглядит следующим образом: в Россию экспортируется 42% белорусской продукции, Украину – 8%, Латвию – 6%, Литву – 5%, Польшу – 4%, Германию – 3%, Эстонию и Китай – по 2%, Нидерланды – менее 2%. Итак 9 партнеров дают почти 4/5 всего экспорта, а 144 остальных – около 1/4 [1, с. 493].

Крупнейшим торговым партнером РБ является Россия, и это положение в ближайшем будущем не изменится. Но отношения с ней в последнее время усложняются в связи с оживлением экономики России и необходимостью для нее стимулировать экспорт. Два партнера, преследующие эту цель неизбежно попадают в состояние конкурентного противостояния. И здесь позиции России более прочны, у нее нет топливно-сырьевой зависимости от Беларуси, а внешние связи по кооперации (в машиностроении, химической и других отраслях), в изготовлении конечной продукции могут быть в относительно короткие сроки заменены внутренними связями или переориентированы на другие страны, в частности, на Украину. Россия и Беларусь одинаково нуждаются в улучшении платежного баланса, но по-разному нужны друг другу, что проявлялось в последние месяцы при обсуждении проблем создания союзного государства. Кроме экономических препятствий в улучшении отношений России и Белоруссии все отчетливее проявляется политическая позиция влиятельных в России правящих кругов на торпедирование уже достигнутых союзных договоренностей и ликвидации идеи союза двух стран.

В статическом ежегоднике Республики Беларусь 2001 года в числе партнеров РБ по экспорту персонально названо 57 стран. Если исключить названные выше страны – 9, которые можно отнести к числу крупных торговых партнеров, то останется 48 государств; их можно дифференцировать в виде следующей таблицы:

Таблица 1

### Распределение стран по объему экспорта Республики Беларусь

Регион мира	Кол-во стран	Объем экспорта, млн. долл. США					
		51-100		25-50		Менее 25	
		стран	сумма	стран	сумма	стран	сумма
СНГ	9	0	0	2	83,7	7	45,6
Европа	22	3	137,8	4	126,0	15	159,8
Азия	9	0	0	3	65,9	6	41,3
Африка	2	0	0	0	0	2	25,9
Америка	5	2	162,9	0	0	3	6,8

Окончание таблицы 1

Регион мира	Кол-во стран	Объем экспорта, млн. долл. США					
		51-100		25-50		Менее 25	
		стран	сумма	стран	сумма	стран	сумма
Австралия и Океания	1	0	0	0	0	1	2,2
В % к общему объему экспорта	48	5	300,7	9	275,6	34	281,6
	0	0	~ 4	0	<4	0	<4

Таким образом, экспорт в 48 стран составляет для РБ около 12%, в 9 наиболее крупных партнеров – 72%, на долю остальных 96 приходится не более 16% [1, с. 493-495]. Несмотря на такое положение географию экспорта следует расширять, завоевывать новые рынки и закрепляться на освоенных.

За последние годы рынки сбыта белорусской продукции расширены за счет стран Азии, Африки и Латинской Америки. Так производились поставки калийных удобрений в Южную Корею, Тайвань и Филиппины; шин для транспортных средств – в Йемен, Ирак, Ливан, Монголию, Арабские Эмираты, Саудовскую Аравию, тракторов – в КНДР. На африканский рынок осуществлялись поставки калийных удобрений в Нигерию, Сенегал; шин – в Кению, Ливию, Танзанию; тракторов – в Гану, ЮАР и Заир; холодильников – в Сенегал; мотоциклов – в Замбию. Среди новых покупателей белорусских калийных удобрений в странах Латинской Америки – Гватемала и Мексика; шин для транспортных средств – Аргентина и Колумбия, тракторов – Никарагуа; мотоциклов – Мексика.

Внешняя торговля со странами дальнего зарубежья в 2000 г. характеризовалась опережающими темпами роста экспорта (127,9%) по сравнению с темпами роста импорта (103,8%). Прирост стоимостных объемов экспорта республики в государства дальнего зарубежья в 2000 г., также как и в торговле со странами СНГ, обеспечен благоприятной конъюнктурой цен на белорусские товары на зарубежных рынках. Несмотря на значительное снижение физических объемов поставок отдельных видов товаров (тракторов – на 3,6 тыс. штук, грузовых автомобилей – на 195 штук, шин для транспортных средств – на 39,6 тыс. штук, калийных удобрений – на 117,2 тыс. тонн), рост средних контрактных цен на ряд важнейших товаров, и в первую очередь на продукты переработки нефти (31,1% белорусского экспорта), способствовал увеличению стоимостных объемов экспорта в эти страны. Экспорт в сопоставимых ценах возрос только на 8,1% при его росте физических объемов на 27,9%. Такое соотношение указывает на снижение конкурентоспособности продукции; данная тенденция характерна и для 2001 г., когда экспорт в физическом выражении вырос на 9,7%, а в стоимостном только на 2,3%. Таким образом на единицу физического объема экспорта денежная выручка уменьшается.

Участниками внешнеторговой деятельности в РБ являются около 20 тысяч хозяйственных единиц, но 75 крупнейших из них дают 80% экспорта. Решение задач увеличения экспорта и совершенствования его структуры объективно требует повышения роли регионов в развитии экспортных производств. Для этого необходима активизация инвестиционного процесса и концентрация инвестиций в перспективных высокотехнологичных отраслях и производствах.

Использование экспортного потенциала для решения общих задач социально-экономического развития страны осуществляется целенаправленно и системно. Для этого разработана Национальная программа развития экспорта на

2000 – 2005 гг., предусматривающая увеличение объема и повышение эффективности экспорта товаров и услуг, создание условий для расширения и упрочения позиций РБ на мировых рынках. В рамках данной задачи решающее место занимает совершенствование товарной структуры экспорта. От ее решения прямо зависит возможность количественного наращивания экспорта. Сложившаяся структура экспорта в значительной мере ориентирована на машиностроение, металлообработку, где выделяется автомобилестроение, представленное комплексом крупных предприятий, расположенных в г. Минске, Минской и Могилевской областях. Все эти предприятия специализированы на производстве тяжелых грузовых автомобилей различного назначения. Автомобилестроение в мировой классификации отраслей относится к инновационной и наукоемкой сфере. Опыт США, Японии, Германии и других стран свидетельствует о том, что многие новинки техники, технологии, организации производства рождались на предприятиях данной отрасли и находили широкое применение в других сферах и отраслях. В настоящее время повышение конкурентоспособности обеспечивается по следующим главным направлениям: 1) снижение издержек производства и обращения; 2) повышение качественных характеристик продукции, ее эксплуатационных свойств; 3) расширение номенклатуры изделий и соответственно диверсификация производства; 4) активный международный маркетинг. Свообразным фундаментом, обеспечивающим продвижение по этим направлениям, выступает научно-техническое и научно-экономическое обеспечение экспортной деятельности. Следовательно, комплекс автомобильных заводов РБ должен иметь собственный исследовательский центр, стратегической задачей которого является отслеживание мировых рынков и тенденций научно-технического развития автомобилестроения, прогнозирование и программирование на этой основе производственной и экспортной деятельности. Используя внутриотраслевое разделение труда как в производстве, так и в исследованиях, можно более четко определить место могилевских предприятий и их конкретные задачи и функции в решении общей задачи активизации экспорта и повышения конкурентоспособности продукции белорусского автомобилестроения.

Роль автомобилестроения в экономике тех стран, где оно является заметной отраслью в общем объеме национального производства, велика с позиций его воздействия на такие параметры как занятость, деловая активность. Известно, что одно рабочее место в автомобилестроении создает 7-8 рабочих мест в смежных отраслях. Дополнительные рабочие места создаются предприятиями по сбыту, техническому обслуживанию и ремонту автомобильной техники, по обеспечению запасными частями и эксплуатационными материалами. Таким образом, автомобильные заводы являются крупными потребителями продукции других отраслей, а с другой стороны, выступают инициаторами субъектом в сферах потребления и использования автомобильной техники. В целом совокупность взаимосвязанных отраслей на базе автомобилестроения служит одним из основных источников доходов для бюджетной системы государства. Экспертные оценки и прогнозы показывают, что до 2005 года основным рынком сбыта белорусских грузовых автомобилей останется Россия, но в то же время все более перспективными становятся рынки Украины, Казахстана, Киргизии, Узбекистана, Туркмении.

По расчетам экспертов проекта “Экономические тенденции в Беларуси”, на западных рынках РБ обладает сравнительным преимуществом в торговле калийными удобрениями, химической продукцией, текстилем и текстильными изделиями, строительными материалами и древесиной, транспортными средствами. После вступления в ВТО и снятия ограничений и барьеров по синтетическим

нениям, калийным удобрениям можно реально ожидать расширения белорусского экспорта в Европу. Значительный резерв представляет также экспорт услуг – образовательных, информационных. Как видно из приведенного перечня большая часть товаров и услуг, перспективных в экспортном отношении, производится и могилевскими предприятиями. Следовательно, именно на этих предприятиях целесообразно сосредоточить управленческо-консультационные усилия региональной власти для оказания помощи выхода на внешние рынки и закрепления на них, а самим предприятиям в центр всей экономической деятельности поставить международный маркетинг.

В соответствии с прогнозом объемов белорусского экспорта в Россию до 2005 г. по двум вариантам (минимальному и максимальному) его величина может составлять от 5,25 до 7,46 млрд долл. При этом поставки шин могут возрасти по 1 варианту на 42% (к уровню 1997 г.), по второму – на 39,2%, трикотажных изделий соответственно – на 9,6 и 62,5%, обуви – на 15 и 62,7%, различной машиностроительной продукции – на 22,6 и 73,1%, автомобилей грузовых – на 29,8 и 461,9%, мяса в убойном весе – на 43,7 и 127,9% [3, 143].

Большее внимание следует уделять развитию экспорта услуг, масштабы которого в мире возрастают темпами, значительно превосходящими темпы развития экспорта товаров. В плане перспективных для РБ остаются транспортные услуги, связанные с географическим положением страны, и связанные с ними услуги – по обслуживанию работников транзитного транспорта: гостиничные, финансовые и страховые, информационные, торгово-экономические. Слабо развиты туристические услуги, по которым страна имеет отрицательное сальдо более 100 млн. долл. в год. В структуре экспорта РБ в целом услуги в 2000 г. составляли 11,1%, а в мировом товарообороте доля услуг превышает 20%.

Экспорт услуг занимает значительную долю в общем объеме экспорта республики и является важным источником валютных поступлений. На протяжении 2000 г. рост экспорта услуг составил 35,4% т.е. увеличился на 269,2 млн. долл. США. Основными видами услуг, обеспечивающими положительное сальдо, являются транспортные, строительные, деловые, услуги связи.

Увеличение экспорта услуг связано с решением различных вопросов взаимодействия с торговыми партнерами. Так, необходимым условием для организации международных перевозок является обмен на паритетных условиях разрешениями между Республикой Беларусь и другими государствами на проезд автотранспортных средств. В свою очередь для этого необходимо создание для иностранных перевозчиков соответствующих условий – экономических, сервисных, пограничных, визовых и т.д. Создание благоприятных условий для поездок по территории РБ, таких как взаимное освобождение от сборов за проезд по автомобильным дорогам общего пользования, обеспечение своевременного пограничного и таможенного оформления, формирование сети сервисного обслуживания международных перевозчиков и т.д., служит обязательной предпосылкой роста перевозок через территорию Республики Беларусь. Местные и экологические сборы с международных автомобильных перевозчиков не способствуют развитию международных перевозок и снижают эффективность экспорта транспортных услуг.

Расширение экспорта товаров и услуг экономически непосредственно связано с увеличением их внутреннего потребления, так как это позволяет более полно использовать эффект масштаба производства. Только массовое производство продукции создает условия для снижения себестоимости, а также для апробации новых моделей, накопления опыта сервисного обслуживания и ремонта. В совокупности все это повышает конкурентоспособность продукции и международный престиж предприятий.

В повышении конкурентоспособности имеется две взаимосвязанные стороны: 1) конкурентоспособность продукции, обеспечиваемая улучшением качества и потребительских свойств товаров и услуг, снижением цен по отношению к ценам конкурентов и др.; 2) конкурентоспособность фирмы, зависящая от ее положения на рынке, а оно, в свою очередь, производно от условий обслуживания потребителей, предоставления услуг по предпродажной подготовке товара и последующему обеспечению запасными частями, от удобных форм торговли, доставки продукции, уменьшения рисков, связанных с сохранностью товаров в процессе транспортировки, погрузочно-разгрузочных работ и т.д. Все это в совокупности составляет имидж фирмы. Всем белорусским предприятиям целесообразно для повышения конкурентоспособности активно решать вопросы престижа фирмы – фирменный знак, торговая фирменная марка, фирменная упаковка, фирменные сувениры и т.п.

Связь экспорта с импортом носит многоаспектный характер: увеличение масштабов экспорта ведет к росту импортных возможностей, что для РБ очень актуально в связи со значительным удельным весом вынужденного импорта. Последний состоит из топливно-энергетических, сырьевых товаров и комплектующих изделий для машиностроения, особенно транспортного. В то же время инвестиционный импорт – машин, механизмов, оборудования – может существенно увеличивать экспортные возможности. Перспективными могут быть закупки для глубокой технологической переработки древесины, сельскохозяйственной продукции, производства стройматериалов, легкой промышленности, т.е. тех отраслей, которые могут увеличить долю в экспорте, опираясь на собственные (национальные) ресурсы. Не в меньшей степени в импортных товарах инвестиционного характера нуждаются традиционно крупные экспортные отрасли и производства для модернизации и обновления производственного потенциала: машиностроение (общее и автомобильное), химическая, легкая и пищевая промышленность.

Актуальной остается проблема импортозамещения, которая также может в некоторых случаях эффективно решаться для укрепления экспортных позиций РБ. Примером тому может служить решение задачи импортных закупок комплектующих изделий для производства такого вида экспортной продукции как телевизоры “Горизонт”. Так, в 1996 году затраты на закупку за рубежом комплектующих и материалов составили 206,7 у.е. на единицу готового изделия, а в декабре 2000 г. только 88 у.е. что позволило использовать на внешних рынках ценовую конкуренцию и повысить рентабельность производства [4, с. 74].

Национальная программа развития экспорта не ставит задачу его существенного количественного роста, так как по экспортной квоте, степени открытости экономики страна сравнима с большинством развитых стран мира. Задачи в данной области касаются качественных аспектов; прежде всего – полная ликвидация бартера, повышение конкурентоспособности продукции, совершенствование товарной структуры экспорта. Особое место в ряду этих задач занимает ориентация на инновационный тип экспортной деятельности.

Однако прогнозируемые изменения на этом направлении не внушают большого оптимизма. Из почти 6 тыс. определяющих технологий, используемых в 2000 г. в РБ к высоким относились 5,2%, новым – 15,8% и 75% – к традиционным [5, с. 245]. Комплексный прогноз научно-технического прогресса, разработанный на период до 2020 предполагает, что объем продукции, произведенной по высоким технологиям, увеличится в 2,5 раза к 2005 г. и в 7,8 раза к 2020 г. Но доля продукции, произведенной по высоким технологиям составит в 2020 г. всего 3% (в 2000 г. – 0,09%). Доминирующими технологиями останутся традицион-

ные; доля продукции, производимой с их применением составит около 80% (в 2000 г. – 91,5%). Поэтому прогнозируется, что экспортный потенциал Республики с 2001 по 2020 г. возрастет на 1,5% [5, с. 248]. Прогноз неутешителен, но ситуацию можно изменить к лучшему в случае заметного притока инвестиций в народное хозяйство, особенно иностранных.

Экспорт Могилевской области составил в 2001 году 496,5 млн. долл. США, что больше чем в 2000 г. на 7,2%. Значительно возросли поставки за рубеж по следующим товарным группам: живые животные и продукция животноводства – на 75,7%; древесина и изделия из нее, древесный уголь – на 84,3%; бумажная масса из древесины, бумага, картон и изделия из них – на 65,6%; текстильные изделия – на 13,8%; неблагородные металлы и изделия из них – на 35,5%; машины, звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура – на 25,4%; средства наземного, воздушного и водного транспорта – на 27,8%; приборы, аппараты оптические, медицинские, музыкальные инструменты – на 26,0%. В то же время сократились поставки по следующим товарным группам: продукция пищевой промышленности, алкогольные и безалкогольные напитки и табак – на 15,2%; минеральные продукты – на 70,2%; кожевенное сырье, кожи, натуральный мех, меховое сырье и изделия из них – на 33,3%. Указанные изменения кардинально не изменили структуру экспорта области, что видно из следующей таблицы:

Таблица 2

**Товарная структура экспорта Могилевской области  
(в % к общей величине экспорта)**

Наименование товарных групп	2000 г.	2001 г.
Текстиль и текстильные изделия	32,7	31,9
Пласмассы, резиновые изделия	24,1	22,8
Машины, оборудование, механизмы	10,3	13,1
Средства наземного транспорта	7,5	9,2
Недрагоценные металлы и изделия из них	3,1	3,7
Изделия из камня, цемента, асбеста	2,3	2,4
Готовые пищевые продукты и с/х сырье	2,1	1,8
Прочие	17,9	15,1
Данные Могилевского облуправления статистики и анализа		

В 2000 – 2001 гг. в Могилевской области активно проводились мероприятия по выполнению программы экспорта. Так, в 2000 г. экспорт возрос на 26,7%, в 2001 – на 7,2%, а положительное торговое сальдо увеличилось со 103,4 млн. долл. США в 2000 г. до 132,9 млн. долл. в 2001 г. Это существенно отличает результаты внешнеторговой деятельности Могилевской области от общереспубликанских, поскольку внешнеторговый баланс РБ в последние годы является отрицательным. В то же время следует отметить, что доля Могилевской области в общереспубликанских показателях внешней торговли невелика – по объему внешнего товарооборота она составляет около 5%, по объему экспорта – около 6%, что значительно ниже удельного веса области в общем объеме национального производства. А потому изыскание возможностей активизации экспорта представляет актуальную задачу региональной экономической политики. В решении ее необходимо учитывать общемировые тенденции развития мировой экономики и торговли: переход к информационной экономике и повышение удельного веса в торговле инновационной продукции. К информационно-инновационному сектору относят такие отрасли как автомобилестроение, химическую,

ракетно-космическую и фармацевтическую промышленность, услуги, связь, телекоммуникации и обработку информации, производство компьютеров, транспорт, здравоохранение, образование. Все они в той или иной степени представлены в РБ и частично в Могилевской области. При всех трансформациях экономики "...вещественная основа производства не отменяется, она просто становится все более информационной" [6, с. 12].

Могилевские товаропроизводители в 2000 г. сотрудничали со всеми странами СНГ и 80 странами дальнего зарубежья. Активизация экспортной деятельности осуществляется по линии освоения новых видов продукции – 106 единиц в 2000 г., а также реализации общегосударственной программы импортозамещения, в которой принимают участие могилевские заводы "Строммашина", "Могилевтрансмаш", объединение "Химволокно" [7, с. 41]. Определенные перспективы для роста экспорта региона дает создание свободной экономической зоны. Могилев, территория которой (как и остальных СЭЗ республики) должна стать полигоном для отработки различных моделей упрощенного доступа на территорию Беларуси филиалов иностранных банков, а также филиалов и отделений финансовых, лизинговых, страховых иностранных фирм. Повышению эффективности внешнеэкономической деятельности и развитию торгового сотрудничества области со странами СНГ и Регионами России будет содействовать создание региональных торговых миссий, торгово-экономических, научно-технических представительств на их территории.

Для успеха во внешнеэкономической сфере особое значение имеет уровень профессиональной подготовки лиц, занятых в ней. В настоящее время имеет место определенный непрофессионализм руководителей различных уровней; мало специалистов, владеющих иностранными языками, располагающих достаточными знаниями в области таможенного дела, международного менеджмента и маркетинга. Эти проблемы могут решаться и на региональном уровне.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2001. – Минск, 2001.
2. **Сидорский С.** Проценты и процессы реального сектора // Беларуская думка. – 2002. – № 4.
3. Регионально-континентальные приоритеты экспорта // Вестник Министерства иностранных дел РБ. – 2001. – № 1, 2, 3.
4. **Булыка Г.** Там, на "Горизонте"... // Беларуская думка. – 2001. – № 3.
5. Никитенко П. Прогнозирование социально-экономического и научно-технического развития Беларуси // Общество и экономика. – 2002. – № 11-12.
6. **Цвылев Р.** Метаморфозы индустриальной экономики: проблемы экономических измерений // МЭиМО. – 2001. – № 2.
7. **Батура Б.** Государственное регулирование – ведущий фактор устойчивого развития экономики Могилевской области // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 6.

#### SUMMARY

*Quantitative and qualitative parameters and the dynamics of Belorussian export are analysed in the article. The geographical trends of export, the state of commercial and economic relations of the country with the major partners and tendencies of export growth which depend on the world vector of social and economic development and the internal economic resources of the country are characterised. Mogilev region is used as an example to show the regional aspect of export potential use.*