

суммы осадков варьируют в пределах 850–1000 мм и лишь на западных Свентянской и Новогрудской возвышенностях зарегистрировано 1000–1100 мм. Однако *абсолютный максимум* отмечен на равнинной станции Василевичи в 1906 г. (1115 мм). На длиннорядных станциях годовой максимум приходится на конец прошлого (1897 г. – Брест, Марьина Горка) или начало нынешнего века (1902 г. – Полоцк, Сенно; 1903 г. – Минск; 1906 г. – Василевичи). Наиболее влажные станции на западе проявились в 1958 и 1970 гг., на крайнем северо-востоке – в 1990 г.

Минимальная годовая величина осадков находится в пределах 350–450 мм и лишь на западных возвышенностях она не опускается ниже 500 мм. *Абсолютный минимум* отмечен на юге и юго-востоке республики: в Брагине и Ивацевичах он не более 299 и 298 мм, соответственно. Наиболее засушливый период наблюдался в 50–60-х гг. прошлого столетия.

На теплый период приходится около 70% всей годовой суммы осадков. В отдельные годы эти величины увеличиваются до 600–800 мм с максимумом в 887 мм (Лынтупы). В самые засушливые годы их количество уменьшается до 150–300 мм (в 1961 г. в Пинске – 152 мм).

Необходимо отметить одну июльскую особенность в распределении осадков: большая часть их выпадает на западных склонах восточных возвышенностей (Толочин, Витебск и др.), что объясняется усилением северной составляющей воздушных масс.

Таким образом, нынешние изменения климата Беларуси не противостоят тенденциям изменения климата в Европе: за последние почти три десятилетия наблюдается четко выраженный и наиболее продолжительный тренд потепления – с $T^{\circ}\text{C}$ воздуха, превысившей климатическую норму уже на $1,1^{\circ}\text{C}$ (2015 г.) Уменьшение атмосферных осадков свойственно южной, мелиорированной части республики, а северной – незначительный их рост, и как следствие, увеличилось число экстремальных климатических явлений: засух, обильных осадков, теплых зим.

ФАКТОРЫ И ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ СТРУКТУРЫ ЭКСПОРТА ОАО «БЕЛАРУСЬКАЛИЙ»

П. И. Паршиков

Республика Беларусь является экспортоориентированной страной с развитой диверсификацией поставок. Из-за отсутствия крупных запасов углеводородного сырья, руководство страны вынуждено было выбрать вектор на развитие и специализацию в производстве иных производимых товаров с акцентом на внутренние резервы полезных ископаемых и человеческий капитал. Одной из основных экспортных статей в настоящее время является производство минеральных удобрений, в частно-

сти – калийных. Экспорт калийных удобрений в 2013 г. составил 2,0 млрд. долл. США, что составляет 5,5 % от всего белорусского экспорта [1]. Сумма поступлений налогов и сборов от ОАО «Беларусь-калий» составила 489 млн. долл. США. Удельный вес поступлений от компании в доходах бюджета, контролируемых министерством по налогам и – 1,3 %. Т.е. менее чем за 13 лет предприятие приносит общий годовой государственный доход.

Подтверждённые запасы калия на Земле оцениваются в 9,5 млрд. т. (в пересчете на K_2O). Запасы сырья для производства калийных удобрений размещены крайне неравномерно. Большая часть ископаемых сосредоточено на двух материках – в Северной Америке (47,7 %) и Евразии (44,6 %). Следовательно, это влечёт к разрыву мест производства и потребления, а также к монополизации мирового калийного рынка. Наибольшими подтвержденными запасами калийных солей обладают такие страны как Канада – 4 400 млн. т. (46,3 %) и Россия – 3 300 млн. т. (34,7 %). Беларусь занимает третье место (750 млн. т) и её доля от общемировых запасов составляет лишь 7,9 % [2].

Ежегодно производители калийных удобрений извлекают 0,8 млрд. т. карналлит-сильвинитовой руды, однако даже при такой интенсивной добыче запасов руды хватит более чем на сто лет. Основным сырьем для производства хлористого калия являются природные калийные руды сильвинит и карналлит – соли с содержанием чистого вещества на уровне 12–15 % с примесями солей натрия и магния.

В условиях высокой монополизированности рынка важную роль играют объемы производства и спрос, которые отражаются в цене калийных удобрений. В начале 2000-х гг. наблюдался поступательный рост их стоимости, пик которой пришелся на 2008–2009 гг. Связан он был с мировым финансовым кризисом и резким уменьшением спроса на продукцию калийной отрасли. Предприятия, которые уже затратили средства на произведённый товар, пытались компенсировать недостаток прибыли и спроса на товар повышением цены. В результате в отдельные месяцы данного периода цена доходила до 1000 долл. США за тонну. Затем наблюдался спад цены и нормализация рыночной обстановки, которая стала последовательно и ожидаемо повышаться без резких колебаний до 2012 г. Однако в 2013 г. средняя стоимость одной тонны калийных удобрений упала с 500 до 300 долл. США за т., а в отдельные месяцы цена снижалась до 180 долл. США за т. Это было связано с выходом ОАО «Уралкалий» из состава ОАО «Белорусская калийная компания» и последующим демпингом цен для завоевания новых рынков сбыта. Данная ситуация негативно сказалась на всем рынке калийных удобрений, который просел и по объемам производства.

Экспорт ОАО «Беларуськалий» за период «калийного кризиса» (2011–2013 гг.) сократился в объеме на 27 % (с 4698 до 3437 тыс. т. K_2O), а в стоимостном выражении - на 39 % (с 3350,0 до 2052,4 млн. долл. США). В 2014 г. негативная тенденция была преломлена: возросла как средняя цена на калийные удобрения (до 323 долл. США за т.), так и объем экспорта – 5720 тыс. т. K_2O [1].

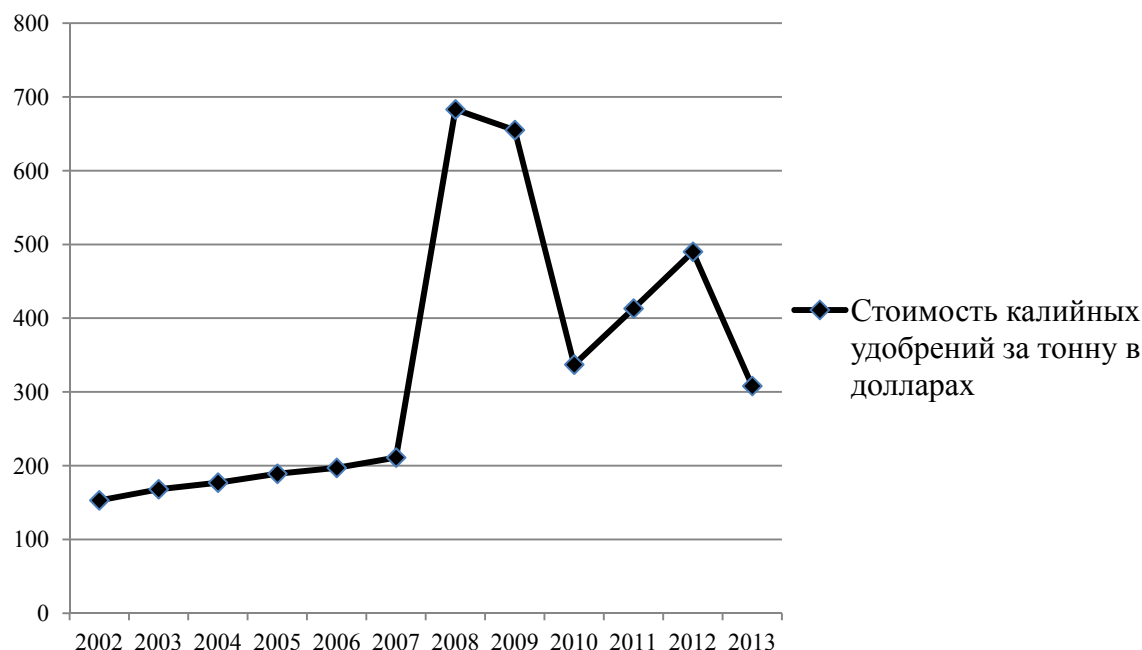


Рис. 1. Среднегодовая стоимость одной тонны калийных удобрений в долларах США на Ванкуверской бирже (составлено автором по [3]).

Специфика производства ОАО «Беларуськалий» состоит в том, что оно специализируется исключительно на производстве хлористого калия, использование которого ограничено и наиболее рационально может быть использовано в сельском хозяйстве субэкваториального и субтропического региона с гумидным типом климата. Это значительно снижает конкурентные возможности предприятия.

В разрезе регионов отличительной особенностью является перенаправление основных экспортных потоков и изменение структуры экспорта посткризисного года по сравнению и докризисным. Если в 2007 г. главными рынками сбыта являлись: восточноазиатский, латиноамериканский и европейский, на долю которых приходилось 67 % объема экспорта и практически такая же доля в стоимости, то в 2013 г. восточноазиатский рынок значительно «просел» (на 8,5 %), уступив лидирующие позиции латиноамериканскому и европейскому.

Однако в 2013 г. почти в 2 раза увеличилась доля южноазиатского региона. В 2011-2013 гг. произошло резкое наращивание объемов экспорта в страны Юго-Восточной Азии (Бангладеш, Вьетнам, Индоне-

зию), которые частично компенсировали снижение реализации на рынке Восточной Азии, главным образом в Китае.

Таблица 1

**Сдвиги в региональной географической структуре экспорта
ОАО «Беларуськалий» (составлено автором по [1]).**

Регион	Доля в 2007 г., %		Регион	Доля в 2013 г., %	
	в объеме	в стоимости		в объеме	в стоимости
Восточная Азия	23,6	20,2	Южная Америка	23,2	24,3
Южная Америка	23,4	26,0	Страны ЕС	21,5	21,4
Страны ЕС	20,3	20,0	Юго-Восточная Азия	15,5	14,7
Южная Азия	7,7	8,6	Восточная Азия	15,1	14,6
Юго-Восточная Азия	7,6	7,9	Южная Азия	13,9	13,8
Северная Америка	7,4	7,0	Страны СНГ	4,0	4,0
Страны СНГ	4,5	4,5	Африка	1,5	1,3
Юго-Западная Азия	1,2	1,3	Юго-Западная Азия	1,1	1,2
Африка	0,8	0,9	Австралия и Океания	0,6	0,6
			Северная Америка	0,1	0,1

В условиях ужесточения конкуренции на основных рынках (Китай, США) происходит диверсификация экспорта ОАО «Беларуськалий». В докризисный год экспорт осуществлялся в 26 стран мира, то в посткризисный – в 37 стран. Если в тот же 2007 г. на 10 ведущих внешнеторговых партнеров предприятия приходилось 79,7 % объема экспорта, то в 2013 г. – 74,9 %. За этот период значительно сократилась доля Китая (на 11 %) в экспорте и прекратились поставки хлорида калия в США после санкционных ограничений, доля которого составляла 7,4 % объема. Кризисные явления проявились в интенсивном сокращении объемов экспорта в 2011–2013 гг.: поставки в Бразилию сократились на 49 %, в Индию – на 44 %, в Польшу – на 22 %.

Таблица 2

**Сдвиги в страновой географической структуре экспорта
ОАО «Беларуськалий» (составлено автором по [1]).**

№	Страна	Доля в 2007 г., %		№	Страна	Доля в 2013 г., %	
		в объеме	в стоимости			в объеме	в стоимости
1	Китай	23,6	20,2	1	Бразилия	21,5	21,5
2	Бразилия	18,7	22,0	2	Китай	12,6	12,6
3	США	7,4	7,0	3	Индия	7,1	7,0
4	Польша	6,4	7,1	4	Норвегия	6,2	6,2
5	Индия	5,2	5,0	5	Бангладеш	5,6	5,6
6	Норвегия	4,6	4,0	6	Польша	5,4	5,3
7	Украина	4,0	4,1	7	Бельгия	4,7	4,7
8	Бельгия	4,0	3,8	8	Индонезия	4,5	4,5
9	Малайзия	3,1	3,0	9	Вьетнам	4,2	4,2
10	Вьетнам	2,7	2,8	10	Малайзия	3,2	3,2

Важной особенностью 2013 г. стало выравнивание пропорций в распределении объемов экспорта и доходов между странами. Если рынок Китая всегда был индикатором минимальной цены на калийные удобрения, то в условиях ожесточенной конкуренции происходит демпинг цен и различия нивелируются. В то же время благодаря демпингу со стороны ОАО «Беларуськалий» в 2014 г. компания нарастила объем экспорта на рынок Китая на фоне проблем у ОАО «Уралкалий» и закрепленных долгосрочным контрактом объемов поставок у «Canpotex». Этот же метод в настоящее время работает и на латино-американском рынке.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что доминирующим фактором, оказывающим влияние на географию и объем поставок является конъюнктура мирового рынка, а также экспортная политика, проводимая в ведущих мировых компаниях.

В настоящее время рынок калийных удобрений стабилизируется, как в плане стран-партнеров, так и в ценовом отношении. Потребление калийных удобрений в ближайшие десятилетия будет расти, однако это не предполагает увеличение объема спроса на них, так как основные страны-импортеры калийных удобрений (Китай и Бразилия) планируют более широкое освоение и использование собственных ресурсов. На этих рынках ОАО «Беларуськалий» вынуждено действовать в условиях жесткой конкуренции, предусматривающее снижение цены для поддержания спроса, с последующей перспективой увеличения спектра выпускаемых товаров.

Литература

1. *Зиновский В. И.* Внешняя торговля Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь (Белстат) [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belstat.gov.by/bgd/public_compilation/index_527/ – дата доступа: 09.03.2015 г.
2. FAOSTAT / Food and agriculture organization of the united nations statistics division [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://faostat3.fao.org/download/R/RV/E> – дата доступа: 09.03.2015 г.
3. *Donville C.* Mosaic Says Foreign Potash Shipments to U.S. May Increase / Official website prosperity Saskatchewan [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prosperitysaskatchewan.wordpress.com/2013/07/page/2> – дата доступа: 09.03.2015 г.

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СТРУКТУРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

И. А. Шахнович

Важнейшими современными тенденциями функционирования мирового туристского хозяйства являются его пространственная поляризация и эволюционный переход от естественно-ресурсной к инвестиционно-инновационной модели развития. Теория пространственной поляризации мирового туристского рынка (И.И. Пирожник 1996 г; А.Ю. Александрова 2000 г.) определяет закономерности его иерархической структуры, с точки зрения противопоставлений центров развития с высокой концентрацией инвестиций, инноваций, туристских потоков и периферийных зон с низкой интенсивностью туристских потоков и финансовых поступлений, замедленным восприятием инновационных процессов [1, с. 76].

Пространственная структура международного туризма формируется и динамично изменяется под влиянием различных факторов: природно-географических, историко-политических, социально-экономических, демографических [3, с. 63].

С использованием показателей развития международного туризма на 2013 год была проведена группировка стран по уровню развития его. Для группировки стран были выбраны показатели уровня социально – экономического развития, а также интенсивности развития международного туризма.

Была проведена математическая обработка показателей, при помощи корреляционного анализа с последующим использованием таксонометрической группировки мезорегионов.

Всемирная туристская организация выделяет 15 мезорегионов мира, сформированных по схожим истории, культуры, развитию туризма [4].