

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра международного менеджмента**

Цзяо Сюнь

**Основные проблемы развития экспорта Республики Беларусь
Магистерская диссертация**

Специальность 1-25 81 07 «Экономика и управление на предприятии»

**Научный руководитель:
Грек Н. Г. Кандидат
экономических наук, доцент**

Допущен к защите

«_____» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой международного менеджмента

_____ Лукин С. В.

доктор экономических наук, профессор

Минск 2019

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация: 64 с., 16 рис., 5 табл., 31 источник.

ЭКСПОРТ ТОВАРОВ И УСЛУГ, ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КОНКУРЕНЦИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ПРОГНОЗ.

Объект исследования – экспорт товаров и услуг.

Предмет исследования – основные проблемы развития экспорта Республики Беларусь.

Цель работы: провести анализ и определить перспективы развития экспорта Республики Беларусь.

Методы исследования: общие методы научного познания, такие как методы теоретического исследования (восхождение от абстрактного к конкретному) и методы, используемые как на эмпирическом, так и на теоретическом уровне исследования (абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция).

Исследования и разработки: изучены теоретические аспекты анализа и прогноза экспорта товаров и услуг; проведена оценка экспортного потенциала Республики Беларусь; определены перспективы развития экспорта Республики Беларусь.

Область возможного практического применения: развитие экспорта Республики Беларусь.

Автор работы подтверждает, что приведённые в ней расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературы и других источников теоретические, методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

Master thesis: 64 p., 16 Fig., 5 tables., 31 sources.

EXPORTS OF GOODS AND SERVICES, FOREIGN TRADE, COMPETITIVENESS, COMPETITION, EFFICIENCY, PREDICTION.

The object of the study is the export of goods and services.

The subject of the research is the analysis and forecast of export of goods and services of the Republic of Belarus.

Purpose: to analyze and determine the prospects for the development of exports of the Republic of Belarus.

Research methods: General methods of scientific cognition, such as methods of theoretical research (ascent from abstract to concrete) and methods used both at the empirical and theoretical level of research (abstraction, analysis and synthesis, induction and deduction).

Research and development: we studied the theoretical aspects of the analysis and the forecast of exports of goods and services; assessment of the export potential of the Republic of Belarus, defined the prospects of development of export of the Republic of Belarus.

Area of possible practical application: export development of the Republic of Belarus.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all the theoretical, methodological provisions and concepts borrowed from the literature and other sources are accompanied by references to their authors.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА	7
1.1 Сущность и значение внешней торговли и экспорта товаров и услуг	7
1.2 Экспортный потенциал страны и его составляющие	18
1.3 Влияния конъюнктуры внешних рынков на развитие экспорта	20
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	24
2.1 Динамика и тенденции внешней торговли Республики Беларусь	24
2.2 Оценка экспортного потенциала Республики Беларусь	30
2.3 Оценка влияния конъюнктуры внешних рынков на развитие экспорта Республики Беларусь	38
ГЛАВА 3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	42
3.1 Основные проблемы экспорта и направления их решения	42
3.2 Прогнозирование экспорта Республики Беларусь.....	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	59
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	62

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в современных условиях, когда наблюдается экономический спад, особую значимость приобретает экспортная политика государства, от которой зависит приток валюты в страну и объемы промышленного производства. В настоящее время Республика Беларусь должна максимально использовать свои сильные стороны (потенциальные конкурентные преимущества): выгодное экономико-географическое и геополитическое положение; развитые системы транспортных коммуникаций и производственной инфраструктуры; значительные земельные, водные, лесные ресурсы, наличие ряда важных полезных ископаемых; относительно развитый научно-технический потенциал; высокий образовательный уровень населения и сложившуюся систему подготовки квалифицированных кадров; многовекторные внешнеэкономические связи.

Концептуальной основой формирования многовекторной внешнеэкономической стратегии должна стать политика освоения новых перспективных рынков развивающихся стран, при одновременном освоении конкурентоспособной продукции.

Для Республики Беларусь на современном этапе необходимо активное расширение внешнеторговых отношений со всеми странами мира (особенно Азии, Латинской Америки и Африки) при сохранении завоеванных рынков. Приоритетными направлениями формирования внешнеэкономической политики должны стать развитие экспортных услуг (транспортных, туристических, инжиниринговых, компьютерных, образовательных, медицинских и др.), а также производство экологически безопасной продукции на предприятиях республики, что позволит увеличить эффективность внешнеэкономической деятельности за счет повышения ее конкурентоспособности.

Объектом исследования в работе является экспорт товаров и услуг.

Предметом исследования являются основные проблемы развития экспорта Республики Беларусь.

Целью магистерской диссертации является проведение анализа и определение перспектив развития экспорта Республики Беларусь.

Для раскрытия темы магистерской диссертации ставятся следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты развития экспорта;
- провести анализ экспортного потенциала Республики Беларусь;
- определить перспективы развития экспорта Республики Беларусь.

Основным источником анализа внешней торговли Республики Беларусь являются статистическая отчётность, данные журнальных и газетных статей, а также источники сети Интернет.

Для осмысления и изложения теоретических положений и результатов обобщения исследуемого материала в работе использовались общие методы научного познания, такие как методы теоретического исследования (восхождение от абстрактного к конкретному) и методы, используемые как на эмпирическом, так и на теоретическом уровне исследования (абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция).

ГЛАВА 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА

1.1 Сущность и значение внешней торговли и экспорта товаров и услуг

В современном мире основной движущей силой при развитии экономики является международная торговля, под которой понимается сфера международных товарно-денежных отношений, представляющая собой совокупность внешней торговли различных государств [11, с. 12].

Первая и старейшая форма международных связей – торговля, возникла под воздействием международного разделения труда. Последнее вызвало к жизни необходимость обмена товарами, произведенными в отдельных странах. Кроме того, практически ни одна страна не обладает необходимыми ресурсами, чтобы полностью удовлетворять всю систему постоянно развивающихся общественных потребностей. Торговля товарами и услугами доступна практически всем, даже слаборазвитым странам: если у них нет товаров, пользующихся спросом, предлагаются экологически чистые зоны отдыха, экзотика африканского и тихоокеанского побережья. В итоге внешняя торговля стала общественным источником дохода для всех стран и создала дополнительные условия для экономического роста. В то же время страны оказываются в определенной зависимости друг от друга. Чтобы полнее удовлетворять потребности населения своей страны, каждая из них покупает импортные товары и услуги [5, с. 59].

В литературе часто дается следующее определение: международная торговля представляет собой процесс купли и продажи, осуществляемый между покупателями, продавцами и посредниками в разных странах. Международная торговля включает экспорт и импорт товаров, соотношение между которыми называют торговым балансом. В статистических справочниках ООН приводятся данные об объеме и динамике мировой торговли как сумм стоимости экспорта всех стран мира [7, с. 88].

Структурные сдвиги, происходящие в экономике стран под влиянием НТР, специализация и кооперирование промышленного производства усиливают взаимодействие национальных хозяйств. Это способствует активизации международной торговли. Международная торговля, опосредующая движение всех межстрановых товарных потоков, растет быстрее производства. Согласно исследованиям внешнеторгового оборота, на каждые 10% роста мирового производства приходится 16% увеличения объема мировой

торговли. Тем самым создаются более благоприятные условия для его развития. Когда же в торговле происходят сбои, замедляется и развитие производства [2, с. 103].

Более широким понятием, чем внешняя торговля является внешнеэкономическая деятельность, под которой понимают совокупность направлений, форм и методов торгово-экономического, научно-технического сотрудничества, а также кредитных и валютно-финансовых отношений данной страны с иностранными государствами с целью эффективного использования преимуществ международного разделения труда [27, с. 6].

По мнению Дегтяревой О.И, Поляновой Т.Н и Саркисова С.В. [7, с. 8] внешнеэкономическая деятельность, с позиции органов власти и управления, представляет собой установление государственных основ сотрудничества, создания правовых и торгово-политических механизмов, стимулирующих развитие и повышение эффективности экономических связей; со стороны же хозяйствующих субъектов ее осуществление связано с заключением и исполнением внешнеторговых контрактов и иных договоров в пределах гражданского права.

Бровкова Е.Г. определяет внешнеэкономическую деятельность как часть рыночной сферы, связанной непосредственно с международной производственной и научно-технической кооперацией, экспортом и импортом продукции, выходом предприятия на внешний рынок, основанной на критериях предпринимательства, экономической и правовой независимости, ограниченной только рамками национального законодательства [3, с. 6].

Внешеэкономическая деятельность нацелена на использование фактора внешних связей для эффективного решения внутренних экономических и социальных задач, привлечения необходимых недостающих ресурсов, наиболее рационального применения собственного потенциала, извлечение выгод совместного труда и достижений мировой науки. Внешнеэкономическая деятельность предприятий, государства проявляется в основных формах экономических связей со странами и предприятиями и предполагает определенный организационно-экономический и правовой механизм осуществления этих связей.

Экономисты выделяют следующие виды внешнеэкономической деятельности по направлениям внешнеэкономических связей:

- внешняя торговля (товарами, услугами, работами, информацией, результатами интеллектуальной деятельности);
- производственная кооперация (сотрудничество между иностранными партнерами в различных, но конструктивно связанных между собой процессах технологического разделения труда);

- инвестиционное сотрудничество (объединение финансовых и материально-технических ресурсов иностранных партнеров, реализуемое через совместное предпринимательство путем создания совместных производств, образования концессий, консорциумов, акционерных компаний и т. д.);

- валютные и финансово-кредитные операции, реализуемые в финансовой, банковской, валютной сфере, а также сопровождающие любую коммерческую внешнеторговую сделку [21, с. 18].

Согласно Закону Республики Беларусь «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности» внешнеэкономическую деятельность можно классифицировать по ряду признаков [14]:

1. В зависимости от объекта внешнеэкономическую деятельность подразделяют на:

- деятельность резидентов Республики Беларусь, связанную с другими государствами, его субъектами или международными организациями по реализации товаров, работ, услуг и результатов интеллектуальной деятельности;

- привлечение иностранных инвестиций на территорию Республики Беларусь;

- вывоз капитала за рубеж для приобретения промышленной и иной собственности с целью получения предпринимательской прибыли;

- экономическое, научно-техническое и культурное сотрудничество;

- специализацию и кооперацию в области производства, науки и техники;

- выполнение вспомогательных операций связанных с внешнеэкономической деятельностью (валютные, финансово-кредитные и др.).

2. По направлению движения товаров и услуг внешнеэкономические операции бывают:

- экспорт – вывоз из страны товаров, работ, услуг, результатов интеллектуального труда с целью постоянного размещения их за ее пределами;

- реэкспорт – вывоз из страны товара, ранее ввезенного на ее территорию;

- импорт – ввоз товаров, услуг, работ, результатов интеллектуального труда;

- реимпорт – ввоз на территорию Республики Беларусь товаров, которые ранее были вывезены с ее территории и не подверглись там изменению.

3. По обязательствам участников внешнеэкономической сделки:

- несвязанные обязательствами, т. е. участники международных коммерческих сделок не принимают на себя никаких обязательств по продолжению коммерческой сделки;

– связанные обязательствами или встречная торговля. Это внешнеторговые операции, условиями которых предусматриваются встречные обязательства экспортера закупить товар у импортера.

4. По характеру взаимоотношений с иностранным партнером:

– сделки, осуществляемые непосредственно между продавцом (производителем) и покупателем (потребителем);

– сделки через посредников, т.е. через фирмы, независимые от продавца и покупателя.

5. По характеру выполняемых операций:

– купля – продажа товаров;

– купля – продажа услуг;

– купля – продажа объектов интеллектуальной собственности;

– инвестиционная деятельность как на территории Республики Беларусь, так и за ее пределами.

Внешекономическая деятельность является составной частью экономики страны. Через каналы внешней торговли обеспечивается реализация на внешнем рынке производимой в стране экспортной продукции, а за счет импорта более полно удовлетворяются внутренние потребности в разнообразных товарах производственного и потребительского назначения. На внешнеэкономическую деятельность предприятия оказывает влияние уровень развития и стабильность национальной экономики, система мировых цен, а также правовая система собственной страны и правовые системы стран, в которых предприятие осуществляет внешнеэкономическую деятельность.

На динамику и структуру внешней торговли отдельных стран оказывают влияние такие факторы как: уровень развития национального производства; обеспеченность природными ресурсами; цели и приоритеты государственной внешнеторговой политики; конкурентоспособность продукции; структура и объем внутреннего спроса; уровень жизни населения и другие факторы [1, с. 24].

Внешняя торговля для любой страны является особой областью исследования, поскольку выход на внешний рынок и участие в мировых интеграционных процессах существенным образом влияют на благосостояние населения. Внешняя торговля считается одним из приоритетных направлений, способствующих становлению и стабилизации экономики страны, а также росту благосостояния нации. Развитие внешней торговли страны напрямую зависит от эффективности принятия управленческих решений государственных органов, которые в свою очередь опираются на результаты аналитических исследований, проводимых на макроэкономическом уровне.

Регулирование внешней торговли преимущественно осуществляется государством, в зависимости от поставленных перед ним задач: социальные,

политические и экономические. Полностью исключить государство из международной торговли невозможно, но все же нельзя допустить, чтобы оно мешало развиваться внешней торговле. Умеренное участие государства во внешней торговле дает определенные преимущества, однако оно способствует повышению цен, мешает развитию конкуренции и т.д. Основная задача государства – обеспечить экспортерам благоприятные условия для вывоза как можно большего количества своей продукции за рубеж, сделав их товары более конкурентными, по сравнению с другими на мировом рынке, и ограничить импорт, тем самым сделав национальные товары более конкурентоспособными на отечественном рынке.

Составной частью экономической политики государства является внешнеторговая политика. Под внешнеторговой политикой понимается система мероприятий, при помощи которой происходит стимулирование роста объемов внешней торговли, а также защита внутреннего рынка. Внешнеторговая политика Республики Беларусь осуществляется в целях создания благоприятных условий для резидентов Республики Беларусь – участников внешнеторговой деятельности, производителей и потребителей товаров, заказчиков и исполнителей услуг.

Внеэкономическая политика государства носит комплексный характер. Это означает, что в ее структуре имеется ряд самостоятельных направлений, которые отличаются как по организационному содержанию, так и по использованию механизмов регулирования. Внеэкономическая политика должна содержать такие составляющие как:

- экспортная политика;
- импортная политика;
- валютное регулирование;
- регулирование внутреннего финансирования экспортных и импортных операций;
- регулирование внешнего финансирования экспортных и импортных операций в иностранной валюте;
- регулирование национальных инвестиций за рубежом [2].

Благодаря внешнеторговым связям страна решает множество важнейших проблем:

- обеспечение населения продуктами, которые не производятся в стране или в недостаточном количестве для удовлетворения внутреннего спроса;
- возможность приобретения за рубежом современного оборудования и технологий для развития отечественного научно-технического потенциала страны.

В структуру внешней торговли включены экспортные и импортные операции, а также операции, связанные с транзитной торговлей. Под экспортом понимается вывоз товаров и услуг за пределы таможенных границ страны для реализации их за рубежом. В качестве предметов, которые отправляют на экспорт, считаются товары, произведенные внутри страны, а также товары, ввезенные в страну и переработанные в ней. Особой формой является реэкспорт – вывоз из страны ранее ввезенных товаров для дальнейшей перепродажи их в других странах.

Импорт – ввоз товаров, услуг для последующей их реализации внутри страны. Объем импорта также включает в себя и реимпорт, т.е. ввоз в страну ранее вывезенных товаров, не подвергшихся какой-либо обработке.

Мероприятия по поддержке экспортной деятельности занимают особое место во внешнеэкономической политике государства. Основной целью является содействие развитию экономики и ее сбалансированности.

Государственная поддержка экспорта направлена на укрепление конкурентоспособности отечественных компаний на международных рынках, создание условий для лучшего продвижения интересов национального бизнеса на внешние рынки. Эта поддержка используется компаниями для сокращения своих внешнеэкономических издержек и рисков, что способствует развитию бизнеса, занятости населения, а также повышает устойчивость экономики.

В мировой практике государства применяют различные инструменты для поддержки и стимулирования экспортной деятельности (рисунок 1.1).

Самую большую группу образуют финансовые меры. Меры финансовой поддержки подразумевают принятие государством на себя ответственности за финансовую деятельность отечественных производителей, облегчая им доступ к финансовым ресурсам и улучшая условия финансирования. К таким мерам относят: кредитование, страхование, предоставление гарантий и т.д.

Страхование экспорта особенно важно в условиях нестабильности мировой экономики. С помощью страхования происходит страховое покрытие различных видов риска. В практике по поддержке экспорта риски можно разделить на коммерческие и некоммерческие. К коммерческим рискам относят риск отказа от оплаты или просрочка по оплате поставки продукции и т.д. Некоммерческими рисками являются риски, не связанные с коммерческой деятельностью (природные, политические и т.д.).

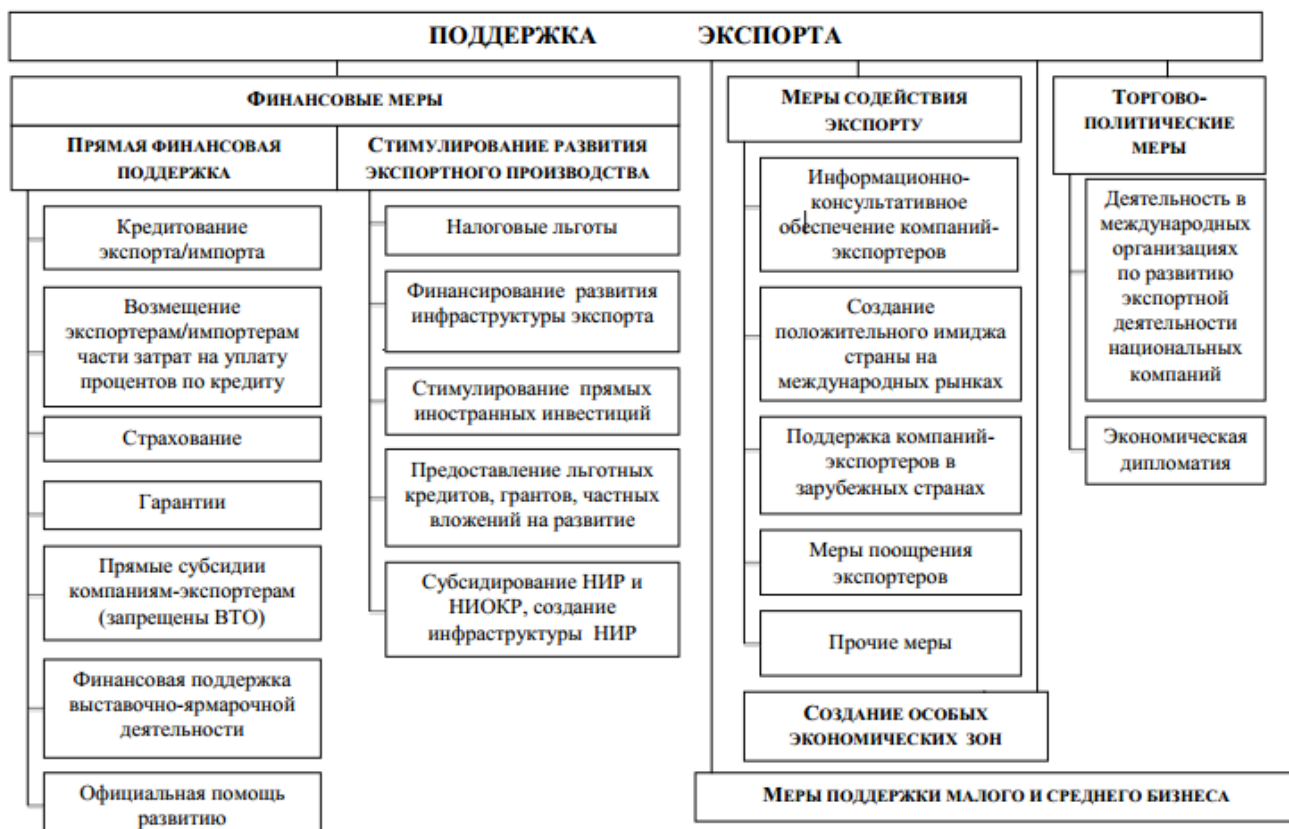


Рисунок 1.1 – Инструменты поддержки экспорта, используемые в мировой практике

Примечание: Источник – собственная разработка на основе [3, с. 86].

Экспортное кредитование подразумевает, что при определенных условиях будут предоставляться финансовые средства для поддержки экспорта. Как правило, это касается сложного высокотехнологичного промышленного оборудования, «дорогих» экспортных контрактов. Однако кредит обладает такими свойствами как платность, срочность, возвратность. Из-за срока возврата кредита его стоимость сказывается на конкурентоспособности предприятия: чем продолжительнее срок возврата и ниже стоимость кредита, тем больше возможностей у организации и наоборот. Снижение процентных ставок по кредитам на экспорт и увеличение продолжительности срока кредитования являются важными инструментами в системе поддержки экспорта.

Государственные гарантии – обязательства государства, которые облегчают получение финансовых средств от коммерческого банка, необходимых для совершения сделки с национальным экспортером и выступая как инструмент стимулирования процессов финансового обеспечения сделки за счет привлечения дополнительного капитала из частного сектора [3, с. 48]. С помощью государственных гарантий улучшаются условия кредитования

(снижаются ставки кредитования, увеличивается срок возврата кредита), тем самым организация повышает свою конкурентоспособность на международных рынках.

Налоговые льготы в экспортной деятельности обычно подразумевает предоставление «налоговых каникул». Налоговыми каникулами называют отсрочку по уплате налогов, снижение ставок налогов, возврат уплаченных косвенных налогов экспортерам (например, НДС) и т.д.

С целью реализации финансовой поддержки экспорта в мировой практике созданы специализированные финансовые структуры в форме экспортных кредитных агентств, экспортно-импортных банков, страховых компаний и др.

Финансовые инструменты по поддержке экспорта каждой страной разрабатываются самостоятельно. Но поскольку Российская Федерация и Республика Казахстан являются членами Всемирной торговой организации, а Республика Беларусь пока ведет переговоры по вступлению, в рамках ЕАЭС нужно грамотно поддерживать программы по развитию экспортной деятельности.

Меры по нефинансовой поддержке экспортеров весьма многообразны и их количество и разнообразие постоянно расширяется. Меры по содействию экспорта направлены на поддержание деятельности экспортеров, предоставление информационно-консультационных услуг, поддержку в торгово-выставочных мероприятиях и т.д.

Меры по поддержке экспорта включают в себя предоставление информационно-консультационных услуг. Таковую помощь получают как компании-экспортеры, которые уже давно ведут свою деятельность на внешних рынках, так и те, которые только планируют выход на них. Так как в XXI века информация играет огромное значение, доступ к ней – важная составляющая для эффективной внешнеторговой деятельности предприятий.

Еще одна составляющая в информационно-консультационной поддержке – это предоставление консультационной помощи. Квалифицированная помощь помогает достичь успеха в ведении экспортной деятельности предприятия. Особенно это важно для «новичков», которые впервые пытаются выйти на новые внешние рынки.

Для реализации эффективной консультационной и информационной помощи огромная роль принадлежит зарубежному аппарату страны, который организует, оказывает информационную поддержку для отечественного бизнеса, помогает в привлечении потенциальных иностранных партнеров.

Среди мер по поддержанию экспортной деятельности необходимо выделить деятельность государственных органов по созданию положительного

имиджа страны на международных рынках, а также повышению репутации за рубежом отечественной продукции.

Меры по поддержке малого и среднего бизнеса также составляют довольно обширную категорию. Они важны для предприятий малого и среднего бизнеса еще больше, так как находятся в более невыгодных условиях, чем крупные. Существует множество государственных программ, на которые выделяются бюджетные средства для стимулирования экспорта, особенно высокотехнологичных товаров, и товаров с высокой добавленной стоимостью.

Услуга является специфическим продуктом, который не обладает вещественной формой, и стоимость которой заключается в полезном эффекте. Услуга – деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других на основе договорных отношений между поставщиком и потребителем.

Согласно классификации ГАТС, существует более 160 видов услуг, которые разделены на 12 разделов:

1. деловые услуги (включая профессиональные услуги);
2. услуги в области связи (включая почтовые, телекоммуникационные и аудиовизуальные услуги);
3. строительные и связанные с ними инженерные услуги;
4. дистрибьюторские услуги;
5. услуги в области образования;
6. услуги, связанные с защитой окружающей среды;
7. финансовые услуги (страхование, банковские услуги и услуги на рынке ценных бумаг);
8. услуги в области здравоохранения и социального обеспечения;
9. туризм и услуги, связанные с путешествиями;
10. услуги по организации досуга, культурных и спортивных мероприятий;
11. транспортные услуги;
12. услуги прочие, не вошедшие в перечисленные.

Каждый сектор в свою очередь делится на подсектора. Классификация торгуемых услуг согласно руководству по составлению платежного баланса МВФ имеет следующий вид (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Классификация услуг, согласно методологии МВФ

№	Виды услуг	Подвиды услуг	Характеристика
1	2	3	4
1	Транспортные услуги	Пассажирские перевозки	Международная перевозка пассажиров всеми видами транспорта
		Грузовые перевозки	Международные перевозки грузов всеми видами транспорта
2	Поездки	Деловые	Услуги, приобретенные нерезидентами, которые путешествуют по делу (командировки)

Окончание таблицы 1.1

1	2	3	4
	Поездки	Личные	Услуги, приобретенные для личных целей (туризм)
3	Услуги связи		Услуги почтовой, курьерской, телефонной и иной связи
4	Строительные услуги		Услуги по строительству объектов за рубежом
5	Страхование		Предоставление услуг страхования нерезидентов страховыми компаниями резидентов
6	Компьютерные и информационные услуги		Консультация и написание компьютерных программ, обработка данных, обслуживание компьютеров и т.д.
7	Финансовые услуги		Посредничество между резидентами и нерезидентами в финансовой сфере (услуги обмена валют, открытию аккредитива, брокерские услуги и т.д.)
8	Роялти и лицензионные платежи		Пользование правами собственности и авторские права
9	Другие бизнес-услуги	Посреднические	Услуги по поиску партнеров, исследованию рынка
		Лизинг	Лизинг судов, самолетов, транспортных средств
10	Государственные услуги		Услуги, предоставляемые посольствам, представительствам международных организаций и т.д.
11	Личные, культурные и рекреационные услуги	Аудиовизуальные	Услуги по созданию фильмов, телевизионных передач
		Прочие	Услуги, связанные с проведением выставок, спортивных мероприятий.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [6].

В зависимости от целей, огромное количество предоставляемых услуг можно классифицировать по различным признакам.

Рынок международных услуг специфичен. Это, во многом, объясняется самими услугами, как предметом торговли. Особенности международного рынка услуг являются:

- услуга выступает как предмет международной торговли в том случае, если производители и потребители находятся в разных странах;
- услуги потребляются одномоментно и не подлежат хранению;
- международная торговля услугами находится в тесной взаимосвязи с международной торговлей товарами;
- регулирование услуг происходит в соответствии с законодательством страны, на территории которого они потребляются.

Внешняя торговля услугами осуществляется следующими способами:

- с территории Республики Беларусь на территорию иностранного государства;
- с территории иностранного государства на территорию Республики Беларусь;
- на территории Республики Беларусь иностранному заказчику услуг;
- на территории иностранного государства белорусскому заказчику услуг;
- белорусским исполнителем услуг, не имеющим коммерческого присутствия на территории иностранного государства, путем оказания услуг им или уполномоченным лицом, действующим от его имени на территории иностранного государства;
- иностранным исполнителем услуг, не имеющим коммерческого присутствия на территории Республики Беларусь, путем оказания услуг им или уполномоченным лицом, действующим от его имени на территории Республики Беларусь;
- белорусским исполнителем услуг путем коммерческого присутствия на территории иностранного государства.

Международная торговля услугами в последнее время стала необходимым фактором для успешного развития экономики страны. Сфера услуг в большинстве передовых странах производит до 70% ВВП страны, в которой занято больше половины населения. Потенциал этой сферы огромен. Феномен быстрого развития международной торговли услугами объясняется рядом факторов:

- быстрый рост самой сферы во всех развитых странах и отдельных ее секторов;
- экономический подъем, произошедший в конце XX века, привел к экономическому росту, повышению производительности труда, платежеспособности населения. Более быстрый и мобильный темп и стиль жизни населения обусловил развитие новых и уже имеющих направлений в сфере услуг.

Участие государств в мировом рынке услуг отличается в разных странах масштабами экспорта и импорта услуг. Из-за сложности в сопоставимости и несовершенстве статистического учета величина международной торговли услугами сильно занижена. Во многом это обусловлено тем, что некоторые виды услуг включают экспорт/импорт физических товаров; недостатки в учете посреднических услуг; различия в методологии учета в разных странах.

Далее необходимо добавить, что внешняя торговля, по сути, является индикатором экономической ситуации в стране:

- соотношение объема экспорта и импорта показывает состояние товарного производства в стране;

- структура экспорта и импорта определяет состояние сфер товарного производства;
- дефицит внешней торговли характеризует большую часть внешнего долга государства;
- на основании изучения внешнеторговых связей государства определяется торгово-экономический потенциал страны;
- по соотношению импорта товаров и товарному производству определяется экономическая безопасность страны;
- в зависимости от качества и потребительских свойств товаров, которые отправляются на экспорт, определяется уровень технологического развития в стране.

1.2 Экспортный потенциал страны и его составляющие

Экспортный потенциал страны представляет собой способность национальной экономики производить конкурентоспособные на мировом рынке товары и услуги путем использования как сравнительных национальных преимуществ (географическое положение, природные ресурсы, макроэкономические, политические, природные, законодательные, инфраструктурные факторы, образованность населения, достаточно высокую производительность труда и относительную дешевизну трудовых ресурсов и т.д.), так и новых конкурентных преимуществ, основанных на инновационном потенциале, достижениях науки и научно-технического прогресса [24, с. 33].

В настоящее время наблюдается прямая пропорциональная зависимость между степенью развитости экспортного потенциала и эффективным функционированием всего хозяйственного комплекса. Уровень развития внутренней экономики, как правило, тем выше, чем более мощным экспортным потенциалом обладает государство. Таким образом, одним из приоритетов эффективной структурной перестройки экономики в процессе ее интеграции в мировую является активное наращивание экспорта. Именно такой путь избрали Япония, новые индустриальные страны Азии (Южная Корея, Сингапур, Тайвань), а также ряд стран, использующих потенциал своих территорий (Германия, США, Швейцария, Канада) [18, с. 40].

При выборе направлений и характера развития экспортного потенциала государство исходит из концепции осуществляемой им внешнеэкономической политики. При этом следует отметить, что для любой хозяйствующей системы весьма актуальна проблема рационального сочетания либерализма и

протекционизма. История развития мировой экономики свидетельствует, что наибольшая открытость и либерализация торговли были характерны для стран в периоды высоких темпов экономического роста, сильного экспортного потенциала (например, Англия XIX - XX веков, США после Второй мировой войны). И напротив – в период экономического спада, ослабления экспортного потенциала преобладает политика протекционизма. Зарубежный опыт демонстрирует примеры весьма результативного сочетания средств реализации экспортных возможностей на основе имеющихся конкурентных преимуществ. Оптимально ориентированными на использование преимуществ импортозамещения и развития экспорта следует признать страны, которые в настоящее время лидируют по темпам наращивания экспорта: Финляндия, Норвегия, Япония [6, с. 172].

Для экспортного потенциала характерны 3 основные стадии:

- формирование;
- развитие;
- управление.

Процесс управления экспортным потенциалом состоит из следующих этапов:

- 1) планирование экспортного потенциала;
- 2) организация экспорта продукции;
- 3) координация экспорта продукции;
- 4) мониторинг экспорта [1, с. 198].

Организация управления экспортным потенциалом может осуществляться как автономно субъектами хозяйствования (прямой метод), так и при помощи национальных специализированных и государственных посредников (косвенный метод).

Основными факторами, определяющими формирование, развитие и управление экспортным потенциалом, являются: внешние факторы (неконтролируемые предприятием) и внутренние факторы (контролируемые предприятием) [11, с. 56].

Эффект от развития экспортного потенциала может проявляться в:

- бюджетной сфере – за счет притока таможенных платежей от экспорта товаров;
- производственной сфере – за счет модернизации технологической и производственной базы посредством аккумулирования для этих целей экспортной выручки;
- социальной сфере – за счет увеличения занятости при наращивании экспортного производства [6, с. 199].

1.3 Влияния конъюнктуры внешних рынков на развитие экспорта

Одной из основных характеристик мирового рынка является конъюнктура. В широком смысле под конъюнктурой понимается конкретное состояние (ситуация) на данном рынке в определенных временных, географических и иных рамках, складывающееся под воздействием совокупности целого ряда факторов (конъюнктурообразующих факторов) [3, с. 317].

Шимов В.Н. конъюнктуру внешних рынков определяет как условия, ситуацию, сложившуюся на рынке в конкретный период времени под воздействием субъективных и объективных факторов внешнего характера действия. Исходя из этого, можно утверждать, что знание конъюнктуры рынка позволяет субъектам хозяйствования принимать решение об увеличении (сокращении) объемов производства, расширении (сужении) ассортимента, завоевании (уходе) с рынка, изменении тактики продаж. А государству в свою очередь – вносить корректировки в денежно-кредитную и ценовую политику, совершенствовать систему стимулирования экспорта, изменять методы государственного регулирования экономических процессов [25, с. 67].

Важной проблемой экономической теории и практики является всестороннее исследование конъюнктуры рынка, в процессе которого на разных уровнях различают:

- общеэкономическую конъюнктуру (положение в мировом хозяйстве, регионе (группе стран), экономике стран);
- конъюнктуру отдельных сегментов мирового рынка и отраслевую конъюнктуру;
- конъюнктуру рынков отдельных товаров [1, с. 118].

На практике эти уровни между собой взаимосвязаны, что должно учитываться при исследовании (для того, чтобы исследовать конъюнктуру отдельного товара, нужно иметь информацию об отраслевой конъюнктуре, а для исследования отраслевой конъюнктуры нужно знать общеэкономическую конъюнктуру и т.д.).

С точки зрения временных критериев выделяют:

- текущую конъюнктуру;
- кратко- и среднесрочную конъюнктуру;
- долгосрочную конъюнктуру [12, с. 99].

Исследования текущей, кратко-, средне- и долгосрочной конъюнктуры мирового рынка взаимосвязаны между собой (например, в оценке долгосрочной конъюнктуры постоянно вносятся коррективы с учетом изменений в текущей, кратко- и среднесрочной конъюнктуре).

Конъюнктура мирового рынка постоянно изменяется под воздействием совокупности так называемых конъюнктурообразующих факторов (экономических, научно-технических, политических, социальных и др.).

Эти факторы подразделяются:

- на постоянные и переменные;
- циклические и нециклические;
- стимулирующие развитие рынка и сдерживающие его;
- по срокам действия краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные факторы [10, с. 164].

При разработке прогнозов конъюнктуры мирового рынка обычно выделяются и анализируются, прежде всего, те факторы, от действия которых в максимальной степени зависит будущее развитие конъюнктуры «конъюнктурообразующие симптомы».

В основе конъюнктурных колебаний в значительной степени лежит циклический характер развития экономики. При этом действуют как длинные циклы («волны») конъюнктуры, основу которых составляют крупные научно-технические открытия, связанные с появлением принципиально новых продуктов (товаров), порождающих на весьма длительный период (25-30 лет) «волны» конъюнктуры, пока не будут исчерпаны основные новые научно-технические преимущества данного продукта.

Цикличность хорошо видна на примере конъюнктуры мирового рынка машин и оборудования. В мировой промышленности постоянно действуют циклы, связанные с обновлением оборудования.

Существуют также и циклы обновления потребительских товаров длительного пользования (автомобили, холодильники и т. д.). При этом проявляются основные закономерности так называемого цикла жизни продукта.

Реальная же практика изменения конъюнктуры более динамична, чем цикличность экономического развития. Помимо циклических факторов действуют постоянные и переменные нециклические факторы.

К постоянно действующим нециклическим факторам можно отнести:

- регулирование конъюнктуры крупнейшими монополистическими объединениями, транснациональными корпорациями;
- государственное регулирование экономики (хотя степень воздействия государства на экономическое развитие в различных странах неодинакова);
- симбиоз первых двух факторов государственно-монополистическое регулирование (когда регулирующее воздействие является результатом объединения мощи монополий с возможностями государственных институтов);
- политические факторы, которые могут оказывать как позитивное, так и негативное воздействие на конъюнктуру рынка [11, с. 190].

Однако в ряде случаев можно говорить о том, что есть постоянно действующие факторы, которые традиционно определяют как нециклические, но по существу они имеют свою собственную цикличность. Так, например, на многие аспекты изменения конъюнктуры промышленной продукции оказывает воздействие развитие военно-промышленного комплекса (ВПК) отдельных стран (это влияет прежде всего на конъюнктуру рынков вооружений). Но и у столь специфической продукции есть своя собственная цикличность, здесь также идут процессы «смены поколений», обновления вооружений и т.д., существует своего рода собственный «цикл жизни продукта».

Наряду с этим постоянно действующим нециклическим фактором находится научно-технический прогресс. Однако на практике в появлении крупных научно-технических достижений и в их воздействии на жизнь общества в целом есть своя логика и цикличность, когда накопление научных знаний приводит на определенном этапе к качественному сдвигу, скачку в той или иной области научно-технического развития. Это неизбежно порождает соответствующую «большую волну» в развитии производства и, естественно, оказывает значительное воздействие на конъюнктуру рынка [12, с. 103].

По существу циклическим фактором является и имеющая место в ряде отраслей сезонность производства и потребления (сельское хозяйство, сезонность в одежде, обуви и т.д.).

В целом количество и сила действия тех или иных конъюнктурообразующих факторов постоянно меняются (нередко значительно) в зависимости от конкретных особенностей того или иного рынка. Кроме того, часто один и тот же фактор может по-разному влиять на различные сектора рынка (например, инфляция оказывает разное воздействие на экспортные и импортные отрасли национальной экономики).

В некоторых случаях на конкретных рынках может возникать ситуация (следуя терминологии макроэкономической теории) гистерезиса, когда текущие и, казалось бы, временные, преходящие колебания конъюнктуры приводят к долгосрочным негативным изменениям на данном рынке [1, с. 124].

Учитывая все отмеченные обстоятельства, конъюнктура мирового рынка должна исследоваться непрерывно, сочетая исследования текущей, кратко-, средне- и долгосрочной конъюнктуры с прогнозированием.

Современная конъюнктура внешних рынков имеет следующие особенности:

- 1) политическое и экономическое противостояние Российской Федерации и стран западной коалиции (США и ЕС), обоюдные санкции и т.д.;
- 2) стагнация экономики большинства европейских стран и стран СНГ;

3) изменение расстановки сил и структуры товарооборота в регионе Восточной Европы в связи с территориальным, политическим и экономическим кризисом на Украине;

4) зависимость Республики Беларусь от экономической ситуации в Российской Федерации.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать следующие выводы:

1) экспорт представляет собой функцию международной торговли, посредством которой производимые в ней товары поставляются в другую страну для будущей продажи или обмена. Определены следующие преимущества экспорта: увеличенные продажи и прибыль; повышение внутренней конкурентоспособности; увеличение доли рынка; диверсификация рынков; снижение цены на единицу продукции за счет увеличения объемов производства; продажа избыточного производственного объёма; получение новых знаний и опыта; увеличение жизненного цикла продукции;

2) экспортный потенциал страны представляет собой способность национальной экономики производить конкурентоспособные на мировом рынке товары и услуги путем использования как сравнительных национальных преимуществ (географическое положение, природные ресурсы, макроэкономические, политические факторы и т.д.), так и новых конкурентных преимуществ, основанных на инновационном потенциале, достижениях науки и научно-технического прогресса. В настоящее время наблюдается прямая пропорциональная зависимость между степенью развитости экспортного потенциала и эффективным функционированием всего хозяйственного комплекса;

3) в современной глобальной экономике на развитие экспорта страны влияет конъюнктура внешних рынков, которая представляет собой условия, ситуацию, сложившуюся на рынке в конкретный период времени под воздействием субъективных и объективных факторов внешнего характера действия. Современная конъюнктура внешних рынков имеет следующие особенности: политическое и экономическое противостояние Российской Федерации и стран западной коалиции (США и ЕС), обоюдные санкции и т.д.; стагнация экономики большинства европейских стран и стран СНГ; изменение расстановки сил и структуры товарооборота в регионе Восточной Европы в связи с территориальным, политическим и экономическим кризисом на Украине; зависимость Республики Беларусь от экономической ситуации в Российской Федерации.

ГЛАВА 2

АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

2.1 Динамика и тенденции внешней торговли Республики Беларусь

В настоящее время очень важное значение для экономики Республики Беларусь имеют экономические и политические связи со странами-партнерами, а также внешняя торговля. По состоянию на начало 2018 г. Республика Беларусь поддерживает торговые отношения более чем с 200 государствами мира.

Белорусская экономика в современном виде формировалась как экспортоориентированная. В настоящий момент на экспорт поставляется более половины производимого в стране продукта. Это имеет под собой основания. Значительная часть продукции промышленности просто не может быть реализована только на внутреннем рынке, ввиду недостаточного числа покупателей. С другой стороны, уменьшение объемов производства и даже замена одного вида продукции на другие, более востребованные на внутреннем рынке, не представляется возможным в связи с «эффектом масштаба». Т.е. выгодным для современного промышленного предприятия является только массовый выпуск.

Государственное регулирование внешнеторговой деятельности в Республике Беларусь осуществляется с учетом следующих основных принципов:

- реализации внешнеторговой политики как составной части единой внешней политики Республики Беларусь;
- обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь, в том числе в экономической сфере;
- единства таможенной территории Республики Беларусь;
- приоритета экономических мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности;
- невмешательства в частные дела при осуществлении внешнеторговой деятельности, за исключением случаев, когда такое вмешательство осуществляется на основании правовых норм в интересах национальной безопасности, общественного порядка, охраны здоровья населения, защиты нравственности, прав и свобод других лиц; обеспечения выполнения обязательств, принятых Республикой Беларусь по международным

договорам, и реализации прав, возникающих из международных договоров Республики Беларусь;

- применения в отношении другого государства мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности с учетом взаимности;

- выбора мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности, являющихся не более обременительными для ее участников, чем это необходимо для обеспечения эффективного достижения целей, преследуемых данными мерами;

- обоснованности и объективности применения мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности;

- гарантирования права на судебную защиту прав, свобод и законных интересов участников внешнеторговой деятельности;

- гласности в применении мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности.

Государственное регулирование внешнеторговой деятельности осуществляется Президентом Республики Беларусь, Национальным собранием Республики Беларусь, Правительством Республики Беларусь и иными уполномоченными государственными органами Республики Беларусь в соответствии с законодательными актами Республики Беларусь и нормами международного права, действующими для Республики Беларусь. Координация работы государственных органов Республики Беларусь по разработке предложений по формированию государственной внешнеторговой политики Республики Беларусь, регулированию внешнеторговой деятельности ее участников, заключению международных договоров Республики Беларусь в области внешнеторговой деятельности осуществляется Правительством Республики Беларусь и уполномоченным государственным органом в пределах их компетенции.

Нормативно-правовую базу по регулированию внешнеторговой деятельности составляют:

1. Указ Президента Республики Беларусь от 27 марта 2008 г. № 178 «О порядке проведения и контроля внешнеторговых операций». Данный указ составляет основу регулирования внешнеторговой деятельности в Республике Беларусь и содержит основные правила проведения внешнеторговых операций.

2. Закон Республики Беларусь от 25 ноября 2004 года № 347-З «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности». В данном нормативно-правовом акте указываются основные принципы, методы регулирования и содействия развития внешнеторговой деятельности. Кроме того, данный закон определяет условия и запреты для каждой области внешней торговли (товары, услуги, объекты интеллектуальной собственности).

3. Закон Республики Беларусь от 25 ноября 2004 г. № 346-З «О мерах по защите экономических интересов Республики Беларусь при осуществлении внешней торговли товарами». Данный закон определяет меры по защите экономических интересов Республики Беларусь при осуществлении внешней торговли товарами, а также порядок введения, применения, пересмотра и отмены таких мер.

4. Указ Президента Республики Беларусь от 24 сентября 2009 г. № 466 «О некоторых мерах по реализации товаров, произведенных в Республике Беларусь». Соответствующий указ призван создавать условия для развития торгово-экономического сотрудничества с зарубежными странами.

5. Указ Президента Республики Беларусь от 25.08.2006 г. № 534 «О содействии развитию экспорта товаров (работ, услуг)». Призван создать комплексную систему стимулирование экспорта.

6. иные акты законодательства Республики Беларусь;

7. нормы международного права, действующие для Республики Беларусь.

Кроме этого, в стране сформированы основные институты по поддержке экспорта в стране:

- Белорусское республиканское унитарное предприятие экспортно-импортного страхования «Белэксимгарант»;
- ОАО «Банк развития Республики Беларусь»;
- ОАО «Промагролизинг»;
- Информационное республиканское унитарное предприятие «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен»;
- Белорусская торгово-промышленная палата;
- межправительственные комиссии (комитеты, советы) и т. д.

Важным органом государственного регулирования является Национальный банк Республики Беларусь. Его внешнеэкономическая деятельность заключается в том, что он представляет интересы страны в других международных банках, финансово-кредитных организациях при осуществлении сотрудничества с центральными банками других стран, выдает лицензии на осуществление коммерческой деятельности банками, а также устанавливает официальные курсы валют.

Сформированными финансовыми инструментами по поддержке экспорта в Республике Беларусь является:

1. страхование экспортных контрактов, осуществляемое БРУПЭИС «Белэксимгарант», происходит по таким направлениям:

- страхование экспортных контрактов от различных рисков;
- страхование экспортных рисков по операциям, осуществляемым на условиях лизинга;

- страхование риска, связанного с непогашением банковских кредитов для экспортеров;

- страхование банковского факторинга и т.д.

2. кредитование экспортных контрактов осуществляется при поддержке БРУПЭИС «Белэксимгарант» любым банком не выше 1 млн. долларов США. Если сумма проекта превышает 1 млн. долларов США, то кредитованием занимается ОАО «Банк развития Республики Беларусь».

3. кредитование предприятий малого и среднего бизнеса осуществляется коммерческими банками по льготным ставкам.

4. Возмещение некоторых статей затрат по продвижению на внешние рынки: возмещение части процентов за пользование кредитами; возмещение расходов, связанных с проведением выставок на международном уровне; возмещение расходов по лизингу.

Налоговое регулирование внешнеторговой деятельности происходит на уровне ЕАЭС. Несмотря на то, что в стране существуют определенные барьеры в торговле, большая их часть унифицирована Единым таможенным тарифом ЕАЭС. Участники ЕАЭС в торговле между собой применяют нулевую ставку НДС и освобождаются от уплаты акцизов, при предоставлении документов в налоговые органы.

В то же время, налоговое бремя при ведении бизнеса в странах-участниках ЕАЭС отличается друг от друга. Согласно рейтингу Doing Business 2017, по показателю налогообложения Беларусь отстает от остальных стран: Беларусь – 99 место, Казахстан – 60, а Россия – 45, так как налоговая нагрузка на бизнес в Беларуси очень высокая.

Что касается динамики развития внешней торговли в Республике Беларусь, то, согласно официальной статистики, объем торговли товарами (внешнеторговый оборот) в 2017 году составил 63,446 млрд. долл. США, что на 24% больше, чем в 2016 г. (таблица 2.1).

Таблица 2.1 – Динамика торговли Республики Беларусь за 2000-2017 гг., млн. дол. США

Показатель	Значение по годам						Темп роста, %	
	2000	2005	2014	2015	2016	2017	2017/ 2000	2017/ 2016
Оборот	15 972	32 687	77 180	56 952	51 147	63 446	397,2	124,0
Экспорт	7 326	15 979	36 392	26 660	23 573	29 212	398,7	124,1
Импорт	8 646	16 708	40 788	30 292	27 610	34 234	396,0	124,8
Сальдо	-1 320	-729	-4 396	-3 632	-4 073	-5 023	х	х

Примечание – Источник: [16].

Анализируя данные таблицы 2.1, можно сделать вывод, что за 2000-2017 гг. объем товарооборота вырос почти в 4 раза, что является положительной тенденцией. Однако, негативной тенденцией является рост отрицательного сальдо, которое на конец 2017 г. составило 5023 млн. долл. США.

Более наглядно динамику изменения внешнеторгового оборота товарами Республики Беларусь можно увидеть на рисунке 2.1.

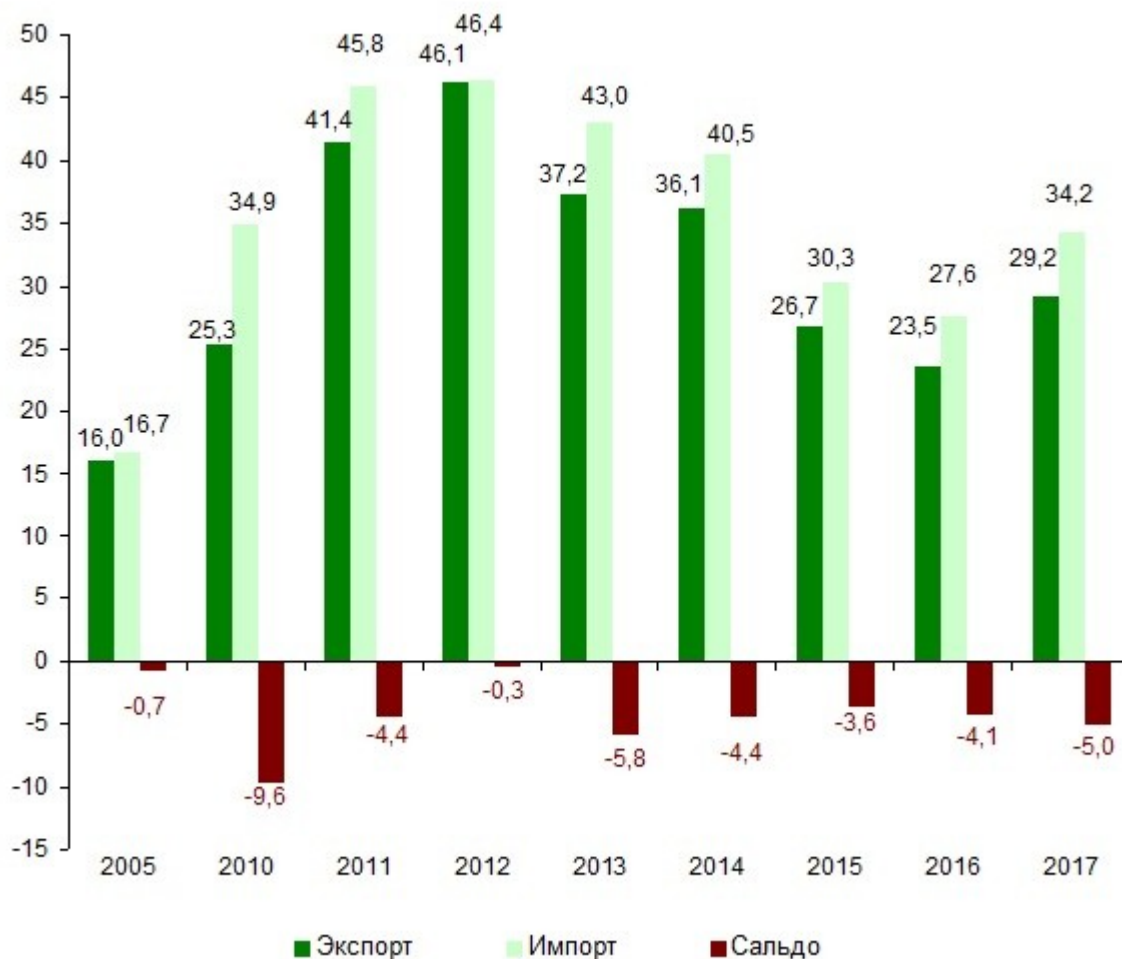


Рисунок 2.1 – Внешнеторговый оборот товарами Республики Беларусь (млрд. долл. США)

Примечание – Источник: [16].

Анализируя данные рисунка 2.1, можно сделать вывод, что за 2000-2017 гг. наиболее благоприятным для внешней торговли Республики Беларусь был 2012 г., когда наблюдались наивысшие показатели по объему как экспорта, так и импорта, а торговое сальдо составило 0,3 млрд. долл. США.

Основным торговым партнером Республики Беларусь является Российская Федерация, на долю которой в 2017 г. приходилось 43,9 % белорусского экспорта и 57,2 % импорта (рисунок 2.2).

Второе место в товарообороте занимает Европейский союз, на долю которого приходилось 26,9% белорусского экспорта и почти пятая часть

импорта. Основные страны-импортеры белорусской продукции в Евросоюзе: Великобритания, Германия, Польша, Нидерланды, Литва, Италия, Латвия, Бельгия, Франция, Норвегия, Чехия.

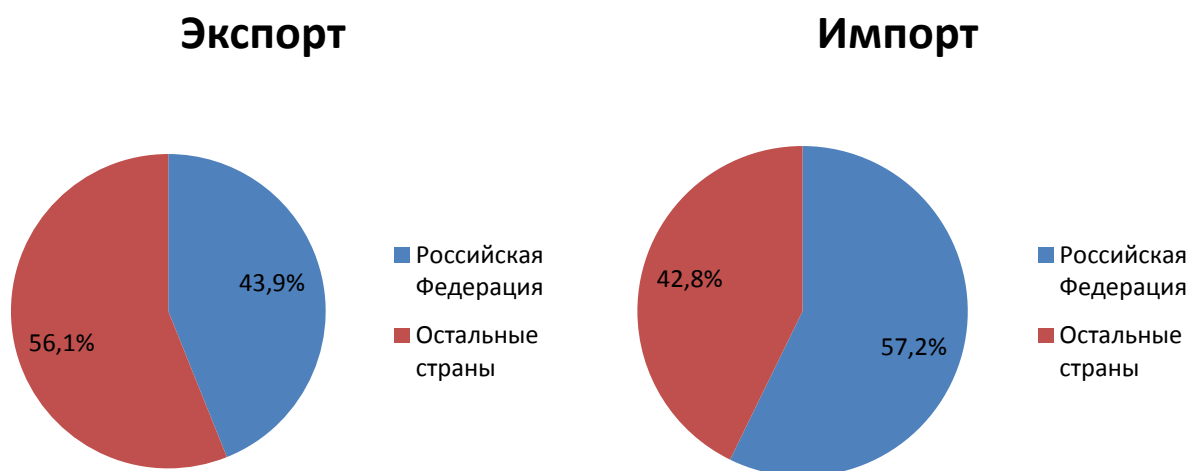


Рисунок 2.2 – Структура экспорта и импорта Республики Беларусь в 2017 г.

Примечание – Источник: [16].

Соотношение экспорта к импорту Республики Беларусь самое не благоприятное с Соединенным Королевством Великобритании и Северной Ирландии (90,6:9,4) и с Нидерландами (78,6:21,4).

Более динамично в Республике Беларусь по сравнению с товарооборотом развивается торговля услугами. Динамика торговли услугами представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Динамика торговли услугами (млн. долл. США)

Показатель	Значение по годам						Темп роста, %	
	2000	2005	2014	2015	2016	2017	2017/ 2000	2017/ 2016
Оборот	1 536	3 483	13 431	11 013	11 222	12 580	819,0	112,1
Экспорт	1 000	2 342	7 820	6 637	6 831	7 783	778,3	113,9
Импорт	536	1 141	5 611	4 377	4 390	4 797	895,0	109,3
Сальдо	465	1 201	2 209	2 260	2 441	2 987	642,4	122,4

Примечание – Источник: [16].

Анализируя данные таблицы 2.2, можно сделать вывод, что за 2000-2017 гг. объем торговли услугами вырос более чем в 8 раз, что является положительной тенденцией. Также положительной тенденцией является тот факт, что по услугам за весь рассматриваемый период наблюдается положительное внешнеторговое сальдо, которое на конец 2017 г. составило 2 987 млн. долл. США.

Стоит отметить, что около половины общего объема экспорта услуг занимают транспортные услуги, существенную роль играют также компьютерные и строительные услуги.

Внешнеторговый оборот услугами в Республике Беларусь распределяется неравномерно и основная его доля приходится на г. Минск (рисунок 2.3).

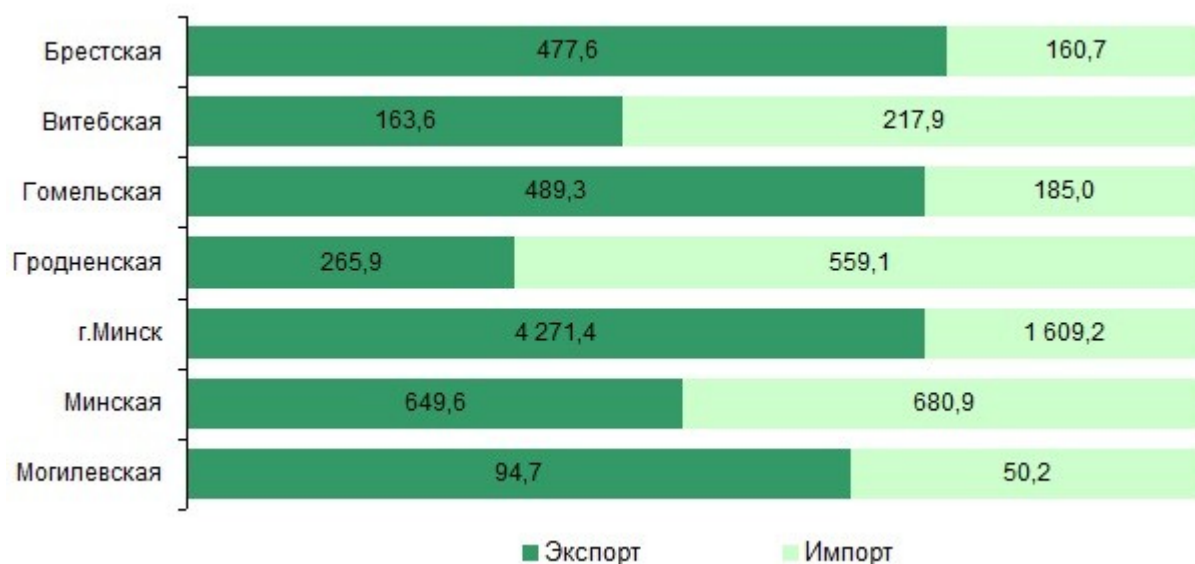


Рисунок 2.3 – Внешнеторговый оборот услугами областей и г. Минска в 2017 году (млн. долл. США)
Примечание – Источник: [16].

Основными торговыми партнерами Беларуси в торговле услугами являются Российская Федерация (около 41% экспорта, 39% импорта) и ЕС (29% экспорта, 33% импорта).

Обобщая все вышесказанное, можно выделить следующие основные тенденции во внешней торговле Республики Беларусь: дальнейший рост отрицательного сальдо по внешней торговле товарами (за 2017 г. отрицательное сальдо выросло на 950 млн. дол. США и составило 5023 млн. дол. США), а также рост положительного сальдо по торговле услугами (за 2017 г. положительное сальдо выросло на 22,4% и составило 2987 млн. долл. США).

2.2 Оценка экспортного потенциала Республики Беларусь

В настоящее время Республика Беларусь является экспортно-ориентированным государством с развитой промышленностью и сельским

хозяйством, активно развивающейся сферой услуг, высоким научным потенциалом и большими возможностями для обеспечения транзитных перевозок.

На сегодняшний день товары белорусского производства поставляются на рынки 167 государств, при этом сохраняется высокая концентрация экспорта в пользу Российской Федерации (рисунок 2.4). В Российскую Федерацию в основном осуществлялись поставки продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья, а также транспортных средств, машин и оборудования.

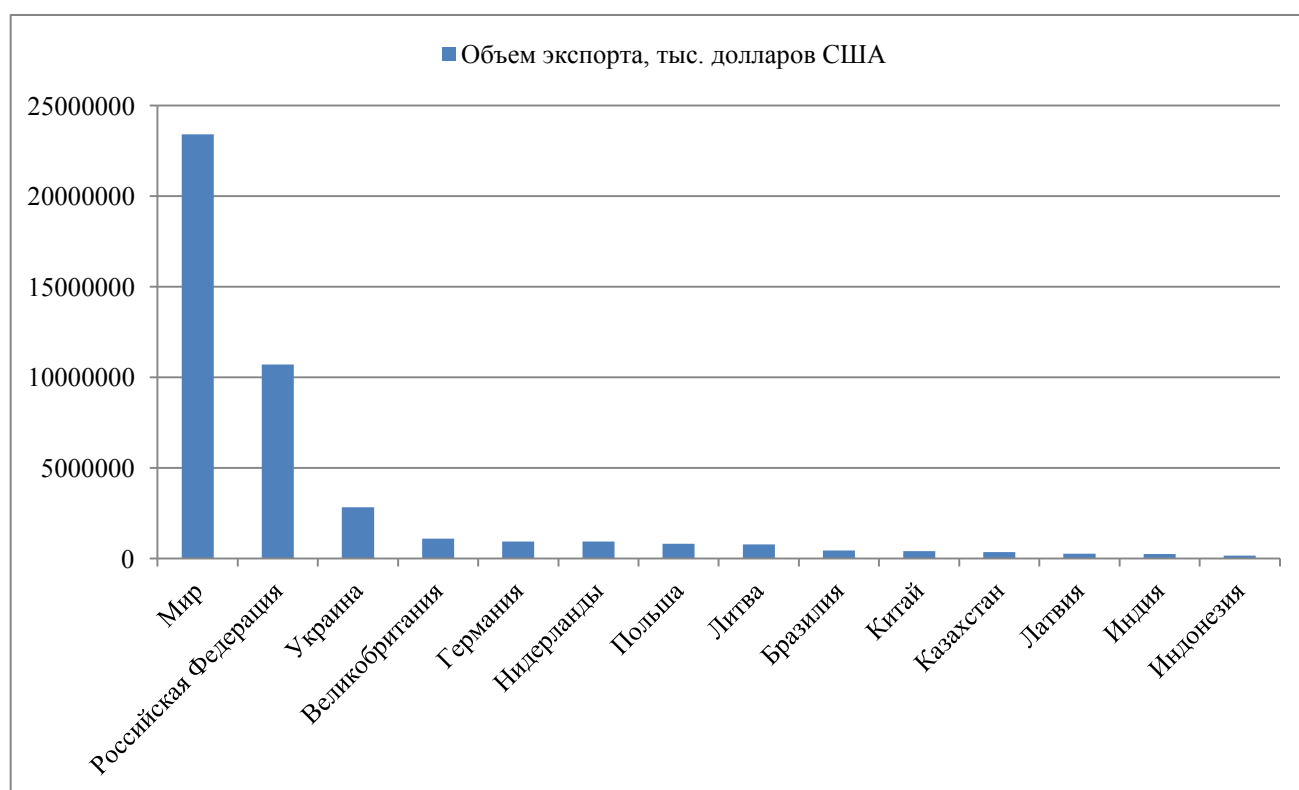


Рисунок 2.4 – Распределение экспорта товаров по странам в 2017 г., тыс. долл. США

Примечание – Источник: [16].

Распределение экспорта товаров по странам – основным торговым партнерам в 2017 г. представлено на рисунке 2.5.



Рисунок 2.5 – Распределение экспорта товаров по странам – основным торговым партнерам в 2017 г., %

Примечание – Источник: [16].

Таким образом, на долю Российской Федерации в 2017 г. приходилось 43,9 % от всего объема экспорта, основными статьями которого являлись продукция химической отрасли, машины и оборудование, а также молочная и мясная продукция. Второе место занимает Украина – 11,5%, куда Республика Беларусь в основном продает тракторы для сельскохозяйственных работ (за исключением тракторов, управляемых рядом идущим водителем) и тракторы для лесного хозяйства, колесные; автомобили легковые и прочие моторные транспортные средства, предназначенные главным образом для перевозки людей, с рабочим объемом цилиндров двигателя более 1500 см³, но не более 3000 см³; комбайны зерноуборочные; моторные транспортные средства для перевозки грузов: с поршневым двигателем внутреннего сгорания с воспламенением от сжатия (дизелем или полудизелем), с полной массой транспортного средства не более 5 т; автомобили легковые и прочие моторные транспортные средства, предназначенные главным образом для перевозки людей, с рабочим объемом цилиндров двигателя более 1500 см³, но не более 2500 см³; телефонные аппараты для сотовых сетей связи или других беспроводных сетей связи; гербициды, противоскользящие средства и регуляторы роста растений; прочие транспортные средства с двигателем внутреннего сгорания с воспламенением от сжатия (дизелем или полудизелем).

В целом в настоящее время важнейшими экспортными позициями являются нефть и продукты нефтепереработки, калийные и азотные удобрения,

металлопродукция, грузовые и легковые автомобили, тракторы, шины, молочная и мясная продукция, мебель. В импорте Республики Беларусь наибольшее место занимают энергоресурсы (нефть и природный газ), сырье, материалы и комплектующее (металлы и изделия из них, сырье для химического производства, части машин), технологическое оборудование. Товарная структура экспорта и импорта Республики Беларусь в 2017 году представлена на рисунке 2.6.

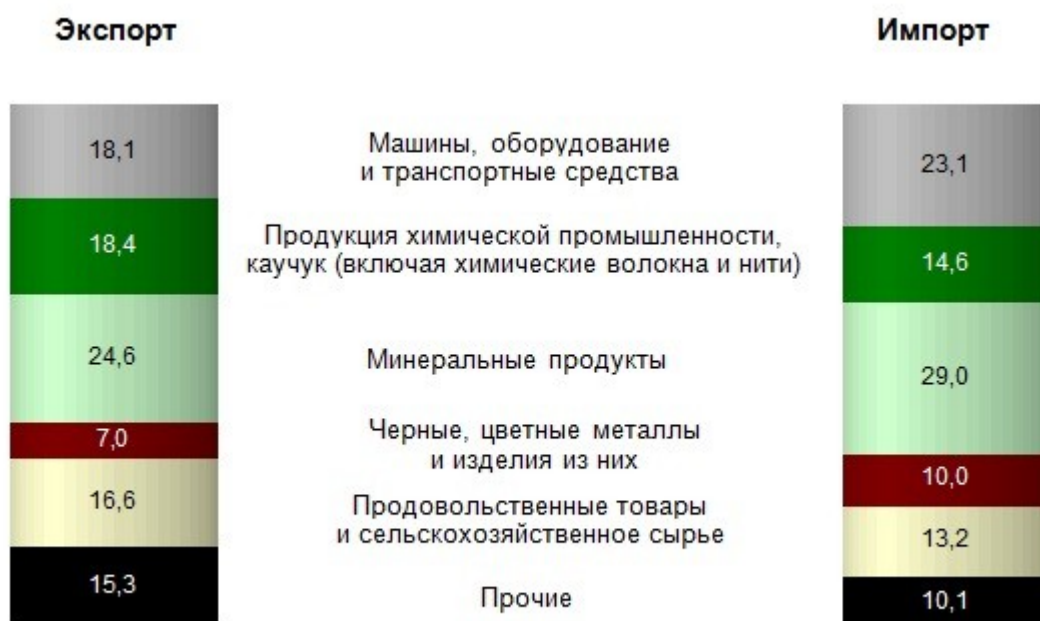


Рисунок 2.6 – Товарная структура экспорта и импорта Республики Беларусь в 2017 году (в процентах к итогу)
Примечание – Источник: [16].

Для роста белорусского экспорта в 2017 г. ключевое значение имело изменение поставок нефти и нефтепродуктов, а также калийных удобрений. Стоит отметить, что тенденция сокращения экспортных поставок нефтепродуктов, начавшаяся еще в 2015 году, продолжилась и в 2016 году, но в 2017 г. ситуация исправилась. Поставки нефти и нефтепродуктов на экспорт за 2016 год снизились на 2,8 млрд. долларов (за 2015 год – на 3,6 млрд. долларов). Снижение средних экспортных цен на калийные удобрения на 26,4 % в 2016 году привели к снижению экспортных поставок калийных удобрений на 651,1 млн. долларов США.

Анализ товарной структуры экспорта позволяет определить, что преобладающую группу товаров в структуре белорусского экспорта преобладают минеральные продукты. Эта динамика сохраняется на протяжении

нескольких лет (рисунок 2.7). Несмотря на это их доля сократилась до 21,6 % в общем объеме. За последние десять лет увеличили свою долю продукция химической промышленности, каучук, включая химические волокна и нити.

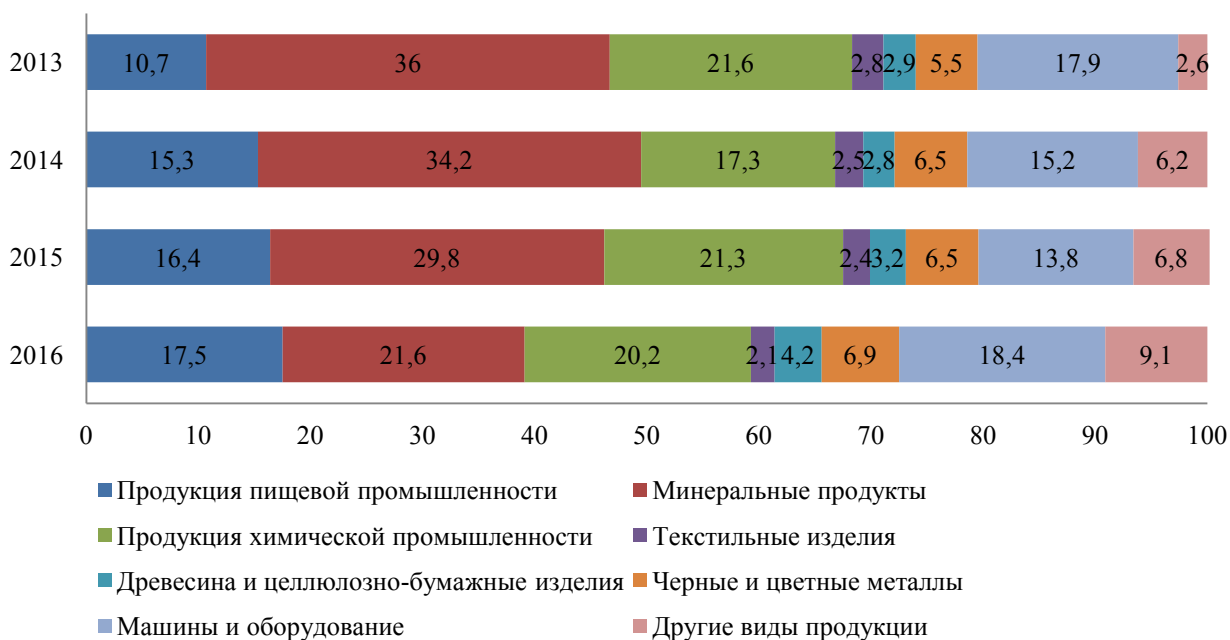


Рисунок 2.7– Динамика товарной структуры экспорта, %

Примечание – Источник: [16].

Важно отметить, что шесть ключевых групп товаров, включающих нефть и нефтепродукты, калийные удобрения, грузовые автомобили, тракторы и седельные тягачи, молоко и молочные продукты, черные металлы, занимают более половины всего объема белорусского экспорта. Это свидетельствует об уязвимости белорусского экспорта от изменений, происходящих на мировых рынках ограниченного числа товаров. К важнейшим экспортным товарным позициям также относятся мясо и мясные пищевые субпродукты, прутки из нелегированной стали горячекатаные, ингибиторы, шины, части и принадлежности для автомобилей и тракторов, тара из пластмассы, сельскохозяйственные машины и механизмы для них, сахар, холодильное оборудование, провода изолированные, кабели и др.

Далее отметим, что экспорт услуг за 2017 год сложился в размере 7,78 млрд. долларов и увеличился на 13,9 %. Наибольший удельный вес в экспорте составили транспортные услуги (42,9 %), телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги (17 %), услуги строительства (15,1%) и услуги, связанные с поездками нерезидентов в Республику Беларусь (10,4 %). Снижение экспорта наблюдалось по транспортным услугам – на 0,2 % и по поездкам – на 2,6 %. Рост демонстрировали телекоммуникационные,

компьютерные и информационные услуги (на 15,2 %) и услуги строительства (на 3,6 %).

Импорт услуг сложился в размере 4,80 млрд. долл. и вырос на 9,3 %. Наибольший удельный вес в импорте составили транспортные услуги (30,5 %), услуги строительства (19,9 %) и услуги, связанные с поездками белорусских граждан за границу (18,7 %). Импорт транспортных услуг вырос на 4,2 %, а импорт услуг строительства и услуг по статье "поездки" – сократился на 17,1 % и 11,8 % соответственно (рисунок 2.8).

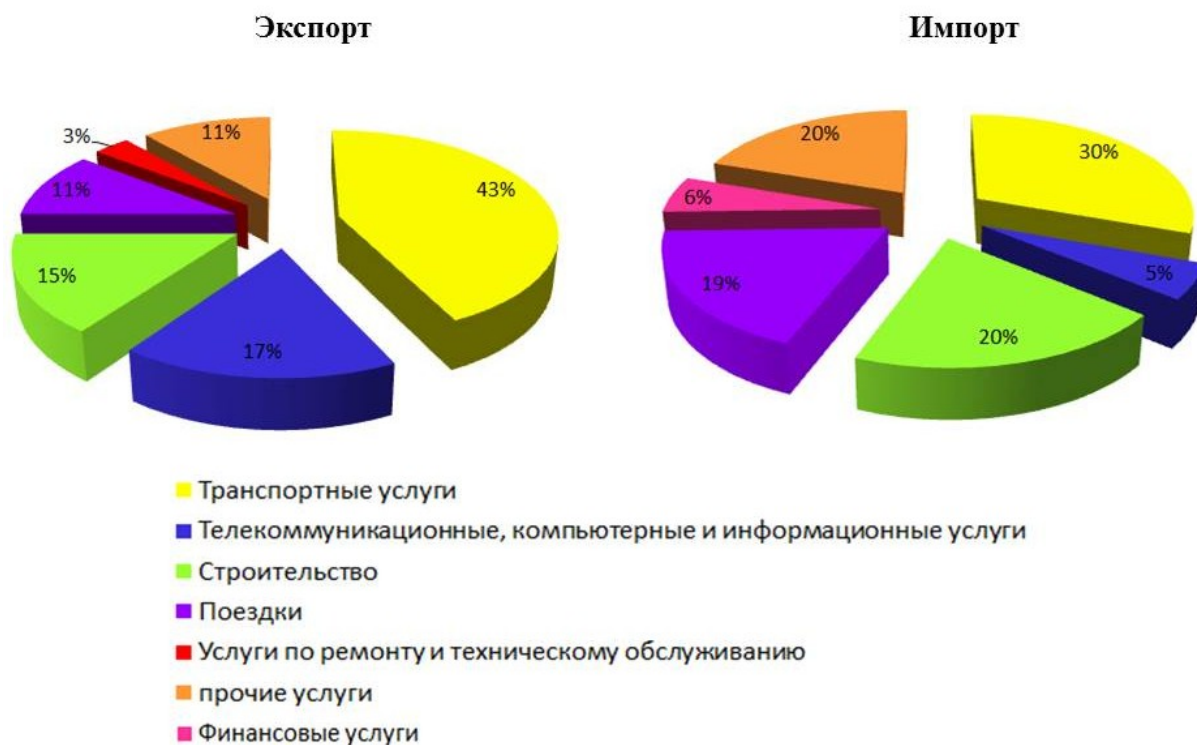


Рисунок 2.8 – Структура экспорта и импорта услуг Республики Беларусь в 2017 г.

Примечание – Источник: [16].

Основными потребителями белорусских услуг являлись резиденты стран ЕС (40,9 % экспорта услуг), включая Германию (11 % всех оказанных услуг) и Польшу (6,2 %). На государства – члены ЕАЭС пришлось 25,3 % белорусского экспорта услуг (на долю Российской Федерации – 24,1 %). Резиденты Российской Федерации оказали 26 % всего объема белорусского импорта услуг, Китая – 16 %, Литвы – 9,7 % и Польши – 5,4 %.

Стоит отметить, что Республика Беларусь активно вовлечена тенденцию развития и роста сектора информационных услуг. Страна с 2010 года входит в десятку самых динамично развивающихся стран в области информационно-коммуникационных технологий. В 2017 году в Беларуси более 90% компаний разрабатывали программные продукты на заказ, что

подтверждает абсолютное преимущество данного вида деятельности на белорусском рынке ИТ. Данная отрасль представляет собой перспективное направление, поскольку является сферой, где производят продукты с высокой добавленной стоимостью, а также позволяют увеличить долю наукоемких направлений развития экспортной деятельности Республики Беларусь. Это является одним из направлений стратегического развития страны, определенного Национальной программой развития экспорта Республики Беларусь 2016-2020 гг.

Для выявления перспектив по наращиванию экспорта услуг в ИТ-сфере можно проанализировать, какие выгоды получает государство от данной сферы.

1. Улучшение сальдо торгового баланса. Проанализировав платежный баланс можно отметить, что компьютерные и информационные услуги занимают одно из первых мест в структуре экспорта страны. И эта тенденция наблюдается с 2000 года. Рост экспорта сопровождается также увеличением их доли в общем объеме экспорта страны (рисунок 2.9).

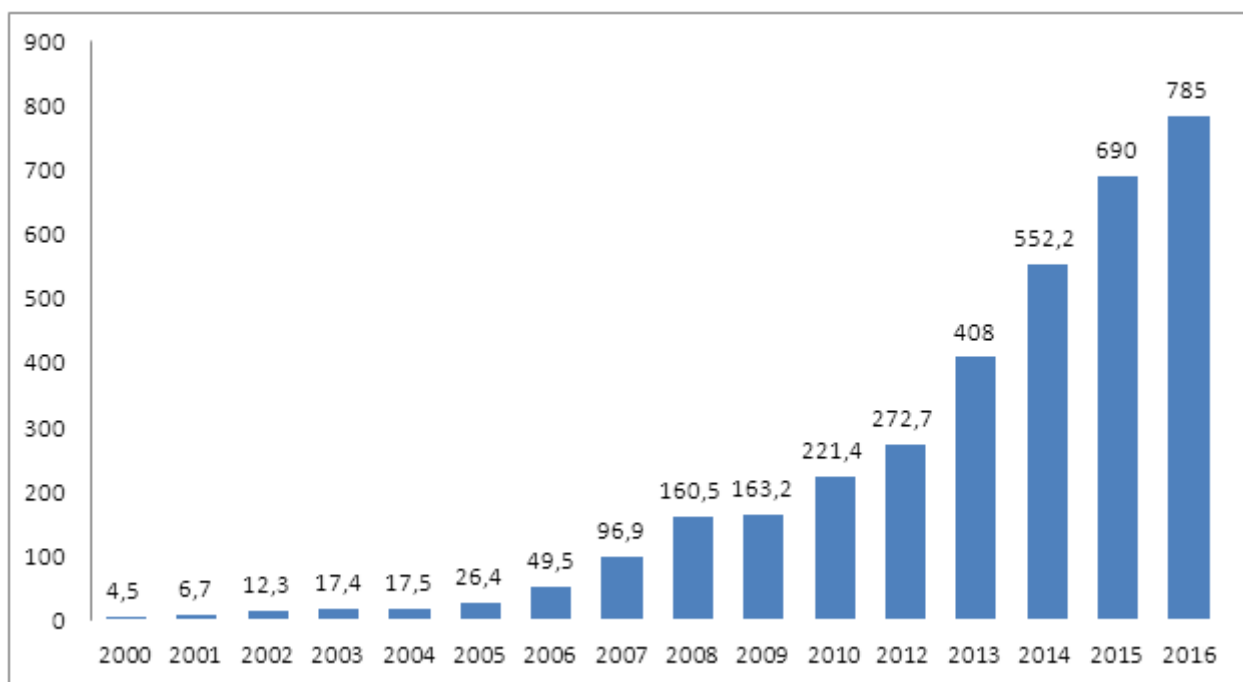


Рисунок 2.9 – Динамика объемов экспорта компьютерных и информационных услуг, млн. долл. США

Примечание – Источник: [16].

Целесообразность в наращивании поставок компьютерных услуг подтверждается проведенным анализом статистических данных в периоды экономических кризисов, происходящие в стране. В эти периоды сфера ИТ-услуг не только сохраняла, но и увеличила удельный вес в общем объеме

экспорта страны. Это свидетельствует о том, что отрасль имела более устойчивую позицию, чем весь экспорт страны.

2. Перераспределение структуры экспорта в сторону направлений с более высокой добавленной стоимостью. В отличие от производства товаров компьютерные услуги обладают более высокой добавленной стоимостью. Так, добавленная стоимость в производстве компьютерных услуг составила 71,8%. В производстве же товаров добавленная стоимость составляет только 32,5% (рисунок 2.10).

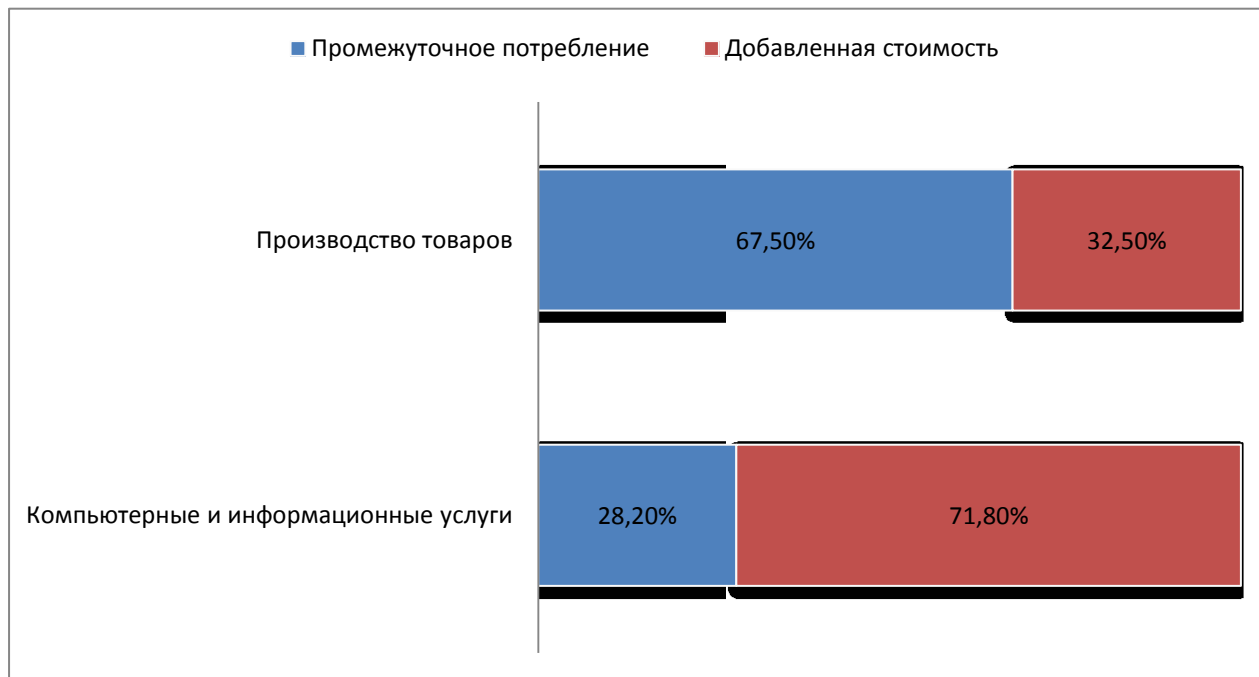


Рисунок 2.10 – Распределение добавленной стоимости и промежуточного потребления в производстве товаров и компьютерных и информационных услуг в Республике Беларусь

Примечание – Источник: собственная разработка.

3. Интеграция в мировую экономику с учетом тенденций международного разделения труда.

4. Диверсификация географической структуры экспорта. Основной объем экспорта компьютерных услуг приходится на страны Западной Европы (43,4%) и США (40,1%). Учитывая удобное географическое расположение Республики Беларусь, географическая структура постоянная расширяется.

Как показывает статистика, услуги IT-отрасли характеризуются темпами роста, превышающими темпы роста экспорта данного вида услуг в мире. Это свидетельствует об активной интеграции Республики Беларусь в мировую торговлю. Наличие такой динамично растущей позиции в экспортной корзине страны говорит о том, что Республика Беларусь делает шаги по изменению структуры экспорта в пользу активно развивающихся сфер на мировом рынке.

Также необходимо отметить, что объем экспорта услуг в 2017 г. по областям Республики Беларусь распределяется очень неравномерно. Почти 55% приходится на г. Минск (рисунок 2.11).

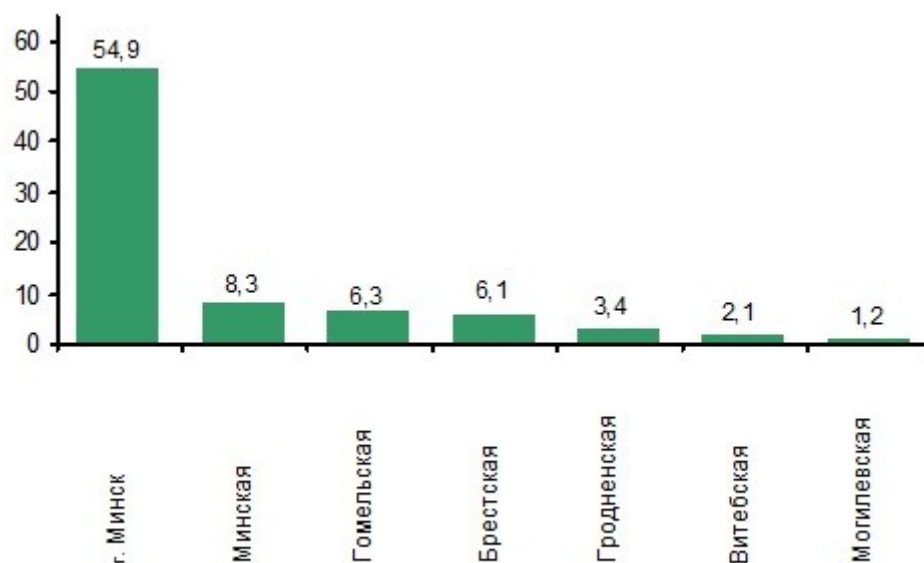


Рисунок 2.11 – Удельный вес областей и г. Минска в общереспубликанском объеме экспорта услуг в 2017 г. (в процентах к итогу)

Примечание – Источник: [16].

Таким образом, для дальнейшего развития сектора услуг необходима региональная политика в данной сфере, направленная на стимулирование развития сферы услуг, особенно экспортоориентированных услуг.

2.3 Оценка влияния конъюнктуры внешних рынков на развитие экспорта Республики Беларусь

Как уже отмечалось, в настоящее время на развитие экспорта Республики Беларусь влияет конъюнктура внешних рынков, в частности: политическое и экономическое противостояние Российской Федерации и стран западной коалиции (США и ЕС), обоюдные санкции и т.д.; стагнация экономики большинства европейских стран и стран СНГ; изменение расстановки сил и структуры товарооборота в регионе Восточной Европы в связи с территориальным, политическим и экономическим кризисом на Украине; зависимость Республики Беларусь от экономической ситуации в Российской Федерации.

Структура внешней торговли товарами Республики Беларусь с отдельными странами в 2017 году (в процентах к товарообороту) представлена на рисунке 2.12.



Рисунок 2.12 – Структура внешней торговли товарами Республики Беларусь с отдельными странами в 2017 году (в процентах к товарообороту)

Примечание – Источник: [16].

За последние десять лет объемы внешней торговли Беларуси выросли в разы. Это продиктовано общими мировыми процессами глобализации, экономическим ростом, открытием новых рынков сбыта для белорусских товаров. Немалое значение имеет увеличение покупательской способности традиционных потребителей отечественной продукции в странах СНГ. Внешнеторговый оборот товарами Республики Беларусь со странами СНГ представлен на рисунке 2.13.

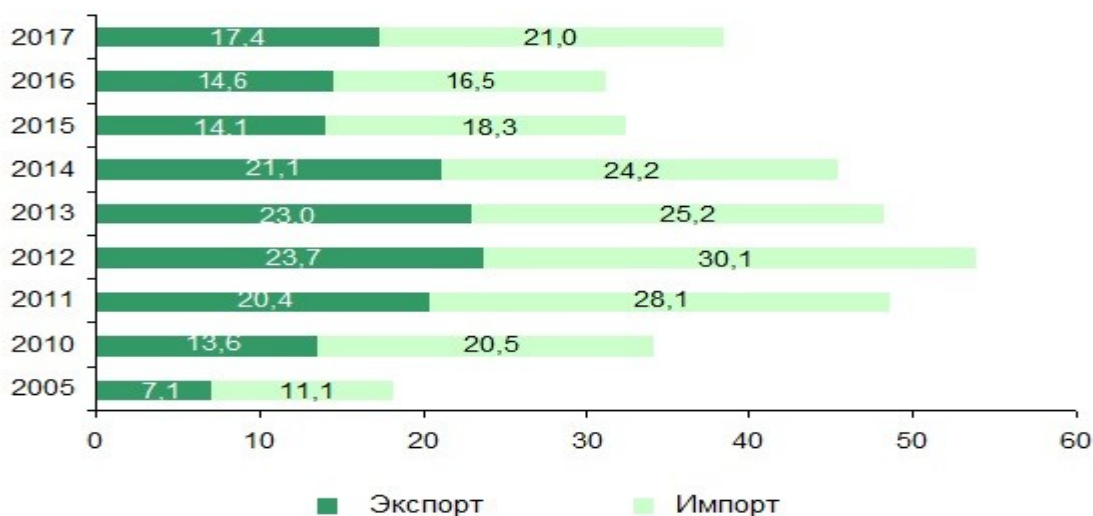


Рисунок 2.13 – Внешнеторговый оборот товарами Республики Беларусь со странами СНГ (млрд. долл. США)

Примечание – Источник: [16].

Анализируя данные рисунка 2.13, можно сделать вывод, что с 2012 г. наблюдался спад в объемах внешнеторгового оборота товарами Республики Беларусь со странами СНГ, однако, с 2017 г. данная ситуация начала изменяться, что связано с ростом объемов товарооборота в рамках ЕАЭС. Так, например, за 2017 г. возрос экспорт во все страны-члены ЕАЭС: в Кыргызстан – в 2,5 раз, в Казахстан – на 63%, в Армению – на 57%, в Российскую Федерацию – на 17%.

После провального 2016 г., когда товарооборот со странами вне СНГ достиг минимального значения с 2005 г. 20 млрд. долл. США, в 2017 г. ситуация улучшилась. Общий объем товарооборота со странами вне СНГ составил 25 млрд. долл. США, причем экспорт составил 11,8, а импорт – 13,2 млрд. долл. США. Динамика внешнеторгового оборота товарами Республики Беларусь со странами вне СНГ представлена на рисунке 2.14.

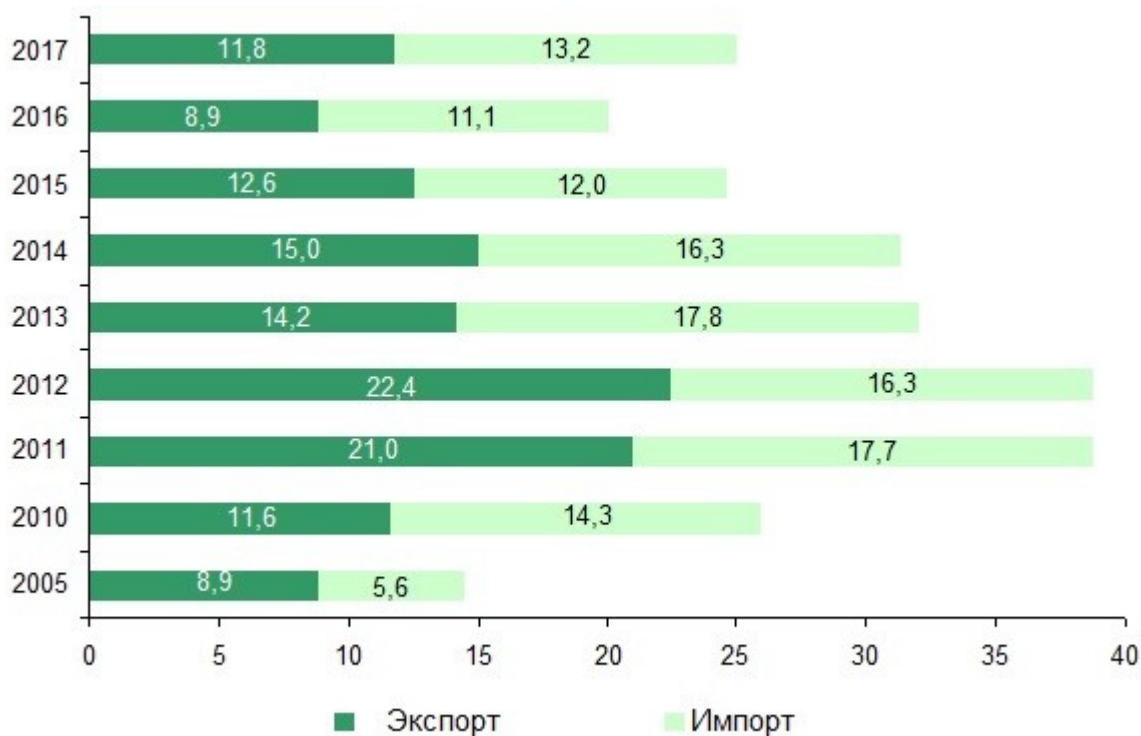


Рисунок 2.14 – Внешнеторговый оборот товарами Республики Беларусь со странами вне СНГ (млрд. долл. США)

Примечание – Источник: [16].

Важное место в товарообороте Республики Беларусь после Российской Федерации занимает Европейский союз, на долю которого в 2017 г. пришлось 26,9% белорусского экспорта и почти пятая часть импорта. Основные страны-импортеры белорусской продукции в Евросоюзе: Великобритания, Германия, Польша, Нидерланды, Литва, Италия, Латвия, Бельгия, Франция, Норвегия, Чехия.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать следующие выводы:

1) в настоящее время структура промышленного комплекса определяет высокую степень открытости экономики Республики Беларусь, ее ориентированность на внешние рынки. Экспорт является одним из основных приоритетов развития белорусской экономики. В структуре экономики экспорт традиционно составляет более половины валового внутреннего продукта, в силу чего является одним из основных источников обеспечения устойчивого экономического роста в стране. За годы развития экономики Беларуси в целом завершено формирование на государственном уровне системы стимулирования и поддержки экспорта, основанной на эффективной международной практике. Эта система постоянно развивается и совершенствуется, создаются условия для введения новых эффективных механизмов;

2) внешняя торговля Республики Беларусь подверглась определенной структурной трансформации в посткризисный период развития мировой торговли. Сегодня взят курс на увеличение доли наукоемкой и высокотехнологичной продукции в структуре экспорта, диверсификации поставок на новые рынки;

3) вектор экономической политики Беларуси всегда был направлен исключительно на Россию. Рынок Российской Федерации остается определяющим и основным для белорусских экспортеров. С учетом того, что ВВП России более чем в 20 раз превышает объем экономики Беларуси, вполне закономерно что, несмотря на тесные экономические связи, Беларусь не может быть партнером, от которого будет сильно зависеть состояние российской экономики. Немаловажным фактором, определяющим взаимоотношения двух стран в торговой и экономической деятельности, является процесс интеграции в рамках Союзного государства и ЕАЭС. В рамках ЕАЭС принят ряд унифицирующих и упрощающих торговлю документов, начинается формироваться единое инвестиционное пространство;

4) основу экспортного потенциала Республики Беларусь составляют шесть ключевых групп товаров, включающих нефть и нефтепродукты, калийные удобрения, грузовые автомобили, тракторы и седельные тягачи, молоко и молочные продукты, черные металлы. Данные группы товаров занимают более половины всего объема белорусского экспорта.

ГЛАВА 3

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

3.1 Основные проблемы экспорта и направления их решения

Основными проблемами в развитии внешней торговли и экспорта Республики Беларусь являются:

1) превышение импорта над экспортом, т.е. отрицательное сальдо торгового баланса государства, что в первую очередь обусловлено критической зависимостью национального производства от импорта. По состоянию на 01.01.2018 г. доля промежуточных товаров в стоимости импорта превышает 60%. Таким образом, в стране сложилась система «импортозависимого роста», при которой увеличение импорта (в большей мере, чем увеличение экспорта) является необходимым условием и ускорения роста ВВП, и увеличения экспорта;

2) низкая степень дифференциации рынков, основным рынком сбыта продукции белорусских предприятий остается Российская Федерация (43,9 % в общем объеме экспорта в 2017 году). В этой ситуации любое ухудшение развития российской экономики становится фундаментальной проблемой для развития экономики Республики Беларусь;

3) низкая степень дифференциации номенклатуры товаров, поступающих на экспорт (минеральные продукты – 24,6 % от общей суммы экспорта, 18,4 – продукция химической отрасли, 18,1 – машины и оборудование (МТЗ, МАЗ, БелАЗ и т.д.));

4) недостаточный прогресс в улучшении качественных параметров внутреннего экспортного потенциала экономики Республики Беларусь, т.е. при производстве экспортных товаров часто используются устаревшие технологии и недостаточно производительное оборудование. В свою очередь причинами медленного внедрения производственных инноваций и, как следствие, низкой конкурентоспособности белорусского экспорта, считается, прежде всего, низкая мотивация инновационной деятельности субъектов хозяйствования, а также недостаточное финансирование модернизации экспортоориентированных предприятий [8];

4) сравнительно с развитыми странами низкий уровень экспорта услуг в общем объеме экспорта;

5) сравнительно с развитыми странами низкий уровень экспорта высокотехнологичной и наукоемкой продукции с высокой добавленной стоимостью;

6) отсутствие активных и эффективных маркетинговых подходов при выходе большинства белорусских предприятий на зарубежные рынки;

7) недооценка всех преимуществ и недостатков вступления Республики Беларусь в ЕАЭС. Так, в условиях ЕАЭС произошли существенные изменения в системе нетарифного регулирования внешней торговли нашей страны. Последствия этих изменений очень неоднозначны. С одной стороны, происходит взаимное устранение тарифных и нетарифных ограничений в торговле, формируется широкий общий рынок, что расширяет возможности для торговли товарами и обмена ресурсами. С другой стороны, Беларусь теряет право на самостоятельный выбор инструментов внешнеторговой политики для защиты интересов национальных производителей и одностороннего стимулирования собственного экспорта. Кроме того, создание Таможенного союза стимулировало и развитие еще одной проблемной тенденции последнего времени в белорусской экономике – ускорился отток частного бизнеса из Беларуси. Учитывая, что большинство предприятий частного сектора ориентированы на экспорт, это может стать дополнительным фактором ухудшения баланса внешней торговли.

Кроме названных факторов, оказывающих влияние на развитие внешней торговли Республики Беларусь, обязательно стоит отметить, что внутренними проблемами, оказывающими непосредственное влияние на внешнюю торговлю Республики Беларусь являются замедленные темпы структурного реформирования экономики и организации внешней торговли. Данные проблемы включают структурную несбалансированность экономики (преобладание материало- и энергоемких производств, недостаточное развитие сферы услуг и высокотехнологичного сектора); низкая эффективность и недостаточные объемы привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику и т.д.

В настоящее время экономика Республики Беларусь в значительной мере зависит от условий и результатов внешней торговли. В 2017 году доля ее экспорта в ВВП составила более 50 процента (для сравнения: по данным 2017 года этот показатель в России составил 30 процентов, Польше – 40, Украине – 45, Германии – 47, Франции – 27, Италии – 29 процентов) [2, с. 39]. В этой связи в Республике Беларусь используется смешанная стратегия развития экспортоориентированного и импортозамещающего производства, позволяющая обеспечить сохранение хозяйственного комплекса, роста высокотехнологического производства, создание экспортоориентированных кластеров, расширение экспорта, рационализацию импортных потоков.

Устойчивое развитие внешнеэкономической деятельности Беларуси базируется на следующих принципах:

- многовекторность сотрудничества;
- опережающее развитие экспорта и ориентация на формирование положительного внешнеторгового сальдо;
- улучшение структуры и повышение экономической эффективности внешнеторговых связей;
- эффективное использование имеющегося производственного потенциала и развитие перспективных направлений внешнеэкономических связей;
- обеспечение экологических интересов Беларуси во внешнеэкономической деятельности;
- стимулирование поступления в страну экологически ориентированных зарубежных инвестиций.

Одним из ключевых принципов устойчивого развития внешнеэкономической деятельности Беларуси является ее многовекторность.

Концептуальной основой формирования многовекторной внешнеэкономической стратегии должна стать политика освоения новых рынков, преимущественно перспективных рынков развивающихся стран, при одновременном освоении новой конкурентоспособной продукции.

Организационными принципами многовекторной внешнеэкономической стратегии Беларуси могут стать следующие:

- обеспечение разумной открытости экономики при сохранении национального суверенитета;
- диверсификация страновой и товарной структуры экспорта и импорта;
- перевод внешней торговли Республики Беларусь на систему принципов и механизмов ВТО с использованием протекционистских мер в соответствии с международной практикой;
- сочетание рыночных и административных методов и механизмов в области внешнеторгового регулирования;
- наращивание в экспорте доли наукоемкой и инновационной продукции и услуг;
- увеличение в экспортной продукции национальной добавленной стоимости путем снижения импортоемкости и рационального импортозамещения;
- экологическая сертификация продукции.

В настоящее время стратегически важной целью для Республики Беларусь является определение ее внешнеторгового потенциала, места в международном разделении труда и обеспечение плавности вхождения в мирохозяйственные связи. В свою очередь, внешнеторговый потенциал

представляет собой комплексную характеристику, отражающую материальные и интеллектуальные возможности участия государства в торговом сотрудничестве с другими странами.

В дальнейшем при формировании внешнеторговой политики Республики Беларусь следует исходить из того, что экстенсивные факторы роста отечественного экспорта существенно ограничены. Поэтому в стратегическом плане целесообразно ориентировать производителей на экспорт, прежде всего, наукоемкой и высокотехнологичной продукции. В данном аспекте императивом экономического развития должна стать государственная поддержка экспорта путем активного и заинтересованного участия властных структур на местах в реализации экспортоориентированных проектов и продвижении отечественной продукции на внешние рынки.

Обязательно стоит отметить, что одним из направлений развития внешнеторговой деятельности является активное участие Республики Беларусь в мировых торгово-экономических учреждениях и организациях. В настоящее время крайне актуально вступление во Всемирную торговую организацию. Это не только позволит расширить объемы экспорта отечественной продукции на зарубежные рынки (вследствие избежания дискриминации и применения антидемпинговых мер по отношению к белорусским экспортерам), но и создаст благоприятные условия для привлечения зарубежного капитала [2, с. 41].

Таким образом, для Республики Беларусь с ее высокой степенью открытости экономики развитие внешней торговли во многом будет зависеть от решения главной проблемы: экспорт должен стать выгоден экспортерам. Выполнение этого условия зависит не только от самих экспортеров, но и от продуманной, целенаправленной политики государства по поддержанию и стимулированию экспортной деятельности.

В настоящее время одним из востребованных видов продукции на мировом рынке является продукция перерабатывающих отраслей промышленности.

Отметим, что в Беларуси развитию сельского хозяйства придается первоочередное значение, однако экспортный потенциал продукции данной отрасли невелик. Беларуси необходимо срочно диверсифицировать свой экспорт продукции отраслей АПК.

Чтобы выйти на новые рынки, где велик спрос на продукцию высокого качества (такие, как рынок ЕС), белорусскому АПК потребуется существенно повысить эффективность производства и переработки продукции, логистику внешней торговли.

Необходимо усилить внимание, уделяемое качеству и безопасности продукции в соответствии с требованиями рынка. А для этого потребуются

фундаментальные изменения в практике управления хозяйствами и во всей системе государственной поддержки сельского хозяйства.

В течение последних десяти лет доля экспорта продукции сельского хозяйства на рынок Российской Федерации в совокупном объеме экспорта сельхозпродукции оставалась на уровне от 80% до 95%, в то время как доля экспорта в ЕС сократилась, особенно в части экспорта молочной продукции.

По основным видам белорусского экспорта продовольствия на Россию с 2010 по 2016 годы приходилось не менее 60%. Причем по пяти из них поставки составляют 100% объема. Это касается свинины, мяса птицы, сливочного масла, сыров и творога, яиц. Кроме того, на Российскую Федерацию приходится 87% поставок замороженной говядины, 73% – сгущенного молока и сливок, 66% – сахара, 84% – изделий из сахара и кондитерских изделий, 71% – картофеля.

Поскольку Российская Федерация является основным рынком сбыта белорусской молочной продукции, запрет импорта Россией сразу создаст риски для половины предприятий молочной промышленности Беларуси. В то же время, учитывая, что Беларусь планирует вступить в ВТО, такие решения должны будут основываться на научных методах и эмпирических доказательствах и должны будут применяться таким образом, чтобы не допускать дискриминации (т.е. одинаково в отношении всех торговых партнеров).

Во многом за счет молочной отрасли Беларуси удалось существенно сократить отрицательное сальдо продукции АПК в последние годы. Однако в этом и заключается слабость структуры внешней торговли Беларуси, поскольку основной экспорт сконцентрирован на небольшом круге продукции и ограниченном количестве партнеров, куда она поставляется.

Между тем импорт продукции АПК более диверсифицирован. Если основная часть мясных продуктов (замороженная говядина, свинина и мясо птицы) поставляется из стран вне СНГ, то основная масса зерна и продукции из семян масличных культур – из России и Украины.

Исходя из того, что экспорт в страны Евросоюза является желанным вариантом для Республики Беларусь, необходимо принять соответствующее законодательство о безопасности продуктов питания и создать институциональные механизмы. Однако необходимо будет тщательно оценить степень унификации отечественного законодательства с соответствующим законодательством ЕС о продуктах питания и кормах, поскольку это повлечет за собой значительные издержки.

Отметим, что одной из экспортных статей Республики Беларусь являются трактора ОАО «МТЗ». Так, необходимо отметить, что бизнес-план инвестиционного проекта «Создание новых и модернизация действующих

производств ОАО «МТЗ» в 2013-2018 гг.» разрабатывался в условиях стабильного развития мировой экономики. При этом предполагалось, что в структуре продаж тракторов и машин «Беларус» будут преобладать традиционные рынки сбыта – Российская Федерация и Украина.

Однако политический и финансовый кризис оказал наиболее разрушительное воздействие на состояние рынков именно этих регионов. А это, в свою очередь, повлекло за собой снижения платежеспособного спроса на продукцию предприятия на рынках этих стран. Кроме того, отрицательными факторами, повлиявшими на деятельность МТЗ, также явились:

- Активная поддержка на уровне Правительства РФ своих производителей с/х техники, что не позволяет продавцам техники белорусского производства рассчитывать на участие в техническом перевооружении сельхозпроизводителей и коммунальных хозяйств Российской Федерации на условиях государственного субсидирования.

- Существенное изменение условий кредитования сельхозпроизводителей РФ. Так, в настоящее время белорусская техника Россельхозбанком не кредитруется.

- Сокращения объема дотирования на закупку сельхозтехники своим сельхозпроизводителям со стороны государства. Особенно заметно влияние этого фактора на рынках России и стран ЕС – Латвии, Польши, Венгрии, Болгарии.

- Существенное сокращение лимитов выдачи денежных средств обслуживающими банками и сроков возврата заемных средств, усложнение процедуры получения кредита банками второго уровня. Подобные явления отмечаются практически на всех рынках.

- Девальвация валют некоторых стран, которая негативно сказывается на цене белорусской техники.

- Падение закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию в некоторых странах СНГ, что привело к сокращению покупательской способности фермеров практически во всех странах СНГ (Казахстан, Узбекистан).

Столкнувшись с такими проблемами, ОАО «МТЗ» в настоящее время должно принимать все возможные меры по снижению негативного влияния кризиса, которые направлены на диверсификацию экспорта по всем направлениям.

С учетом изменения внешних факторов, ОАО «МТЗ» предлагается разработать новую стратегию продаж на основе диверсификации рынков, которая должна найти отражение в бизнес – плане развития на 2017-2020 гг.

Основными направлениями этой стратегии являются:

1) Нарастивание продаж на рынках, менее пострадавших от влияния кризиса, в первую очередь, это азиатские рынки (Пакистан, Афганистан, Вьетнам), страны СНГ (Казахстан, Узбекистан, Таджикистан и т.п.), страны Латинской Америки (Венесуэла);

2) Освоение новых рынков. В настоящий момент существуют реальные перспективы осуществления поставок тракторов «Беларус» в Ирак, Иран, Индию, Монголию, Нигерию, Австралию, в том числе через Австралию – в страны АСЕАН (Индонезия, Малайзия, Папуа – Новая Гвинея), Канаду;

3) Расширение номенклатуры тракторов, производимых на действующих сборочных предприятиях в Саранске, Елабуге, Украине (на базе ООО «ТД МТЗ Беларус-Украина»);

4) Создание новых сборочных производств в России и Азербайджане. Прорабатываются возможности создания сборочных производств в Египте, Судане, Индии, Китае, Сербии, Венесуэле (рисунок 3.1);



Рисунок 3.1 – Стратегия развития сборочных производств ОАО «МТЗ» на 2018-2020 гг.

Примечание – Источник: собственная разработка.

5) Реализация стратегии по наращиванию поставок запасных частей, основными направлениями которой являются:

- реализация запасных частей через собственную товаропроводящую сеть ОАО «МТЗ» на рынке РФ и СНГ, состоящую из Торговых домов и их дилеров;
 - вовлечение в продажу запчастей не только собственных торговых сетей, но и крупнейших оптовых сетей и компаний России, Беларуси и прочих стран СНГ, специализирующихся на продаже запасных частей (например, в РФ – ООО «Белтехснаб», ООО АСК «Белагросервис», в Украине – ООО «ПМТО Агропромтехника» и др.);
 - организация реализации запасных частей по прямым договорам с организациями и предприятиями, являющимися потребителями техники «Беларус»;
 - внедрение объединенной автоматизированной системы обеспечения запасными частями МТЗ по всему миру, что позволит осуществлять в режиме реального времени управление запасами запчастей на складах всех дилеров, а каждому дилеру – в оперативном режиме осуществлять заказ запчастей, получать информацию о наличии запчастей на складе (не только завода, но и других дилеров).
- Что касается других основных статей экспорта, то с целью диверсификации рынков, предлагается расширить сотрудничество и торговлю по следующим направлениям:
- по калийным удобрениям ОАО «Беларуськалий»: Индия, страны Латинской Америки;
 - по технике ОАО «МАЗ»: Республика Иран, с которой сейчас ведутся тесные переговоры и выполнены пробные поставки.

3.2 Прогнозирование экспорта Республики Беларусь

Правительство Республики Беларусь утвердило прогноз роста экспорта товаров в 2019 году по странам. Так, руководителям загранучреждений Беларуси, должностным лицам, закрепленным за странами, поручено обеспечить ежемесячное увеличение объемов экспорта товаров (без учета объемов нефти, нефтепродуктов, газов нефтяных и углеводородов газообразных прочих, калийных и азотных удобрений) в процентах к аналогичному периоду 2018 года.

Согласно Постановлению Совета Министров Республики Беларусь от № 110 от 21.02.2019, наибольших показателей – темп роста не ниже 145% - запланировано добиться по экспорту в ЮАР и Нигерию. Экспорт в Китай

предполагается нарастить на 44%, во Вьетнам, Аргентину и Бразилию - на 30% (рисунок 3.2).

Что касается темпа роста экспорта в страны СНГ, то в Украину он должен составить не менее 125%, в Азербайджан – 109%, в Россию – 107%, в Армению и Казахстан – 106% (рисунок 3.2).

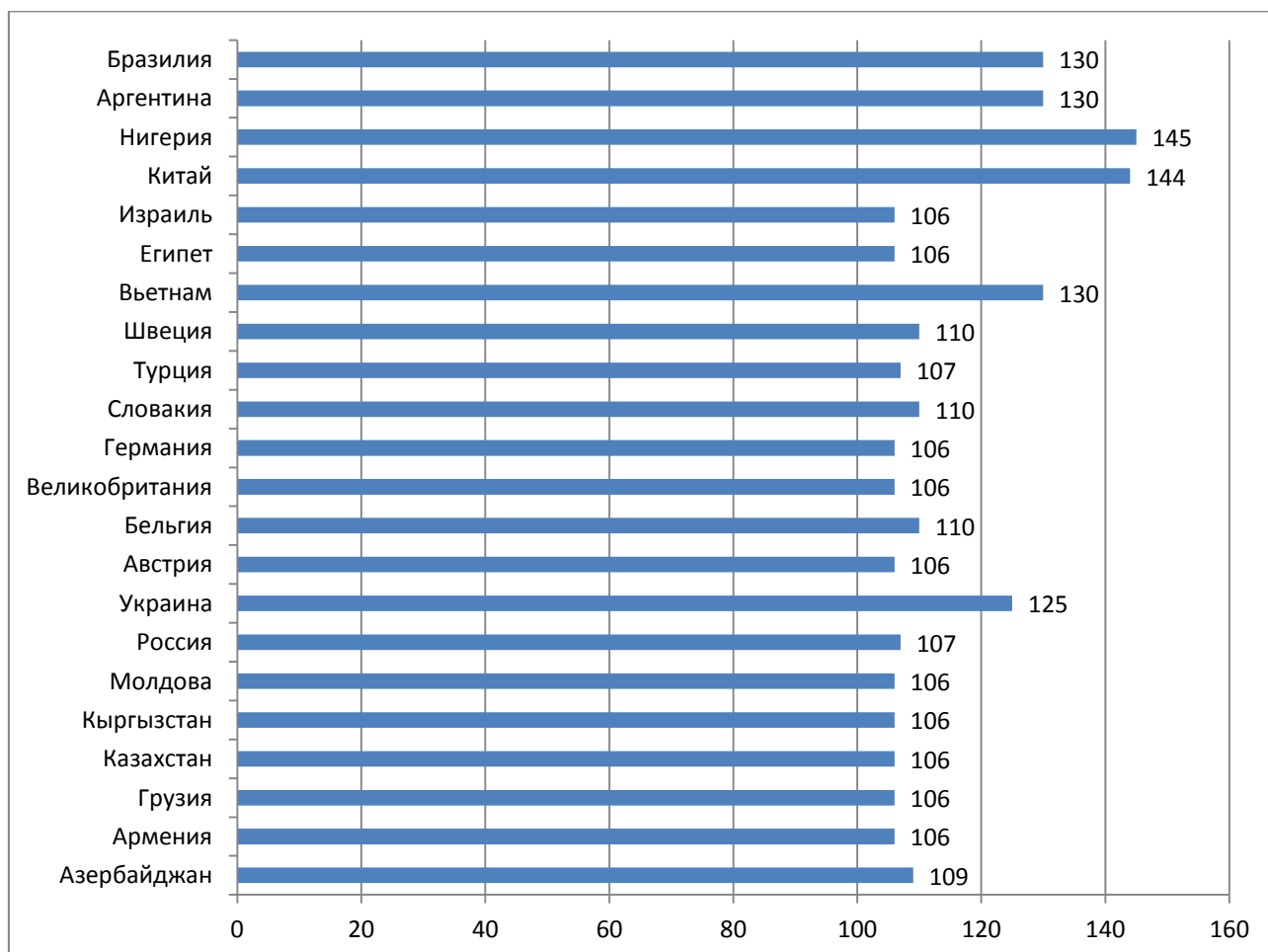


Рисунок 3.2 – Прогноз развития экспорта Республики Беларусь в 2019 г. по странам мира (темп роста, %)

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [13].

Из числа стран Европы экспортные поставки предполагается больше всего нарастить в Словакию и Швецию (на 10%).

Ключевой показатель эффективности работы руководителей заграничных учреждений Беларуси по экспорту товаров определен в целях принятия действенных мер по диверсификации экспорта и выходу на новые рынки.

Далее отметим, что совершенно очевидно, что отрицательное сальдо внешней торговли Республики Беларусь можно снизить и вывести на положительный уровень за счет наращивания экспорта услуг, по которым наблюдается ежегодный положительный рост внешнеторгового сальдо.

Основными направлениями развития экспорта услуг является туристические услуги и IT-услуги.

В качестве приоритетных направлений развития международного туризма в Республике Беларусь можно выделить транзитный, трансграничный, экологический, агротуризм, оздоровительный, спортивный, а также деловой туризм. Однако реализация вышеуказанных направлений требует решения ряда проблем, что возможно лишь при активном участии государства путем создания стимулов для отечественных туроператоров, а также предоставления консультационной и иной помощи при разработке туристского продукта.

Расширение экспорта туристских услуг Беларуси требует разработки и продвижения туристского продукта с ориентацией на четко определенные приоритетные зарубежные рынки. Следует отметить, что в настоящее время внешняя туристская политика Беларуси в сфере создания и рекламно-информационного продвижения национального туристского продукта, заключения соглашений о содействии туристскому обмену, установления безвизового режима въезда иностранных туристов не учитывает степень приоритетности рынков сбыта туристских услуг и характеризуется низкой эффективностью.

Используемые в настоящее время характеристики туристского потока отражают в первую очередь его объем, продолжительность пребывания, сезонную неравномерность, целевую и социально-демографическую структуру. Вместе с тем, отсутствуют необходимые для проведения эффективной туристской политики показатели, отражающие сравнительную степень туристской избирательности исследуемой страны в разрезе зарубежных национальных рынков, проявляющих потенциальный спрос на ее турпродукт. В связи с этим методический аппарат анализа международных туристских связей может быть дополнен показателем индекса туристской избирательности:

$$I_{\text{изб}} = [T_{ij} / T_j] / [T_i / T_{\text{мир}}], \quad (3.1)$$

где $I_{\text{изб}}$ – индекс туристской избирательности;

T_{ij} – количество иностранных посетителей из страны i в стране j ;

T_j – общий въездной поток иностранных посетителей в стране j ;

T_i – общий объем выездного туризма в стране i ;

$T_{\text{мир}}$ – общее мировое количество туристских прибытий.

Фактически индекс показывает, насколько удельный вес туристов из страны i в структуре туристских прибытий в исследуемую страну j (T_{ij}/T_j) превышает долю туристов из страны i в общемировой структуре прибытий ($T_i/T_{\text{мир}}$), и выражает степень ориентации отдельных стран на потребление туристского продукта исследуемого государства. Предложенный показатель

может использоваться для определения приоритетных географических направлений экспорта туристских услуг Беларуси.

Индекс туристской избирательности может быть рассчитан на основе статистических показателей туристских потоков либо финансовых поступлений от обслуживания иностранных туристов. Второй вариант представляется предпочтительным, так как он более четко отражает особенности туристского спроса (продолжительность пребывания в посещаемой стране, дифференцированный объем туристских расходов посетителей из стран с различным уровнем экономического развития и др.).

Несмотря на определенные колебания показателя, вызванные нестабильностью туристского рынка, общие закономерности его дифференциации в разрезе отдельных стран представляются относительно устойчивыми. В силу факторов географической близости, а также тесных экономических, этнических, культурных связей, сходного уровня социально-экономического развития и стандартов туристского потребления наиболее высокая степень туристской избирательности Беларуси характерна для соседних стран (Латвия, Россия, Польша, Литва, Украина), а также государств со значительной белорусской диаспорой (Израиль) (таблица 3.1).

Таблица 3.1 – Индекс туристской избирательности

№ п/п	Страна	Индекс туристской избирательности	Удельный вес страны в структуре туристских прибытий в Беларусь, %	Удельный вес Беларуси в структуре выездного туризма страны, %
1	Латвия	28,330	10,567	7,880
2	Израиль	12,193	6,182	0,105
3	Россия	7,088	18,692	0,061
4	Литва	6,211	3,236	0,054
5	Эстония	6,132	1,582	0,053
6	Польша	2,748	22,357	0,024
7	Австрия	1,326	0,887	0,011
8	Казахстан	1,296	0,232	0,011
9	Великобритания	1,261	10,290	0,011
10	Германия	0,881	9,413	0,008
11	Италия	0,769	2,429	0,007
12	Украина	0,601	0,746	0,005
13	США	0,571	4,784	0,005
14	Сирия	0,431	0,239	0,004
15	Швеция	0,423	0,631	0,002
16	Нидерланды	0,356	0,709	0,003
17	Дания	0,298	0,219	0,003
18	Индия	0,262	0,149	0,002
19	Франция	0,258	0,643	0,002
20	Бельгия	0,241	0,327	0,002
21	Турция	0,235	0,178	0,002
22	Япония	0,210	0,536	0,002
23	Финляндия	0,187	0,159	0,002

24	Китай	0,110	0,166	0,001
----	-------	-------	-------	-------

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [6, с. 182].

Следовательно, рынки указанных стран являются приоритетными для продвижения национального туристского продукта Республики Беларусь. Именно на эти перспективные рынки необходимо ориентировать усилия в области создания сети зарубежных туристско-информационных центров, участия в зарубежных туристских выставках, подготовки рекламно-информационных материалов, путеводителей и сувенирной продукции с учетом языков общения целевых групп потребителей.

Сопоставление мировых и национальных условий и тенденций развития международного туризма за последние два десятилетия представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Сопоставление мировых и национальных условий и тенденций развития международного туризма за последние два десятилетия

Мировые тенденции и особенности	Национальные тенденции и особенности
Дробление отпускного периода и рост непродолжительных поездок	Становление системы рыночных отношений на основе многообразия форм собственности, формирование рынка туристических услуг
Динамичное и широкое по своим масштабам развитие отрасли: увеличение туристических прибытий и расходов	Ориентация на привлечение потока иностранных туристов в Республику Беларусь при преимущественном росте спроса на выездные туры
Нарастание процессов глобализации и интеграции в туристической отрасли, которая проявляется в создании туркорпораций и гостиничных цепей, также создаются гостиничные и туристические ассоциации, союзы, международные правительственные и неправительственные организации	Членство белорусских туристических предприятий в различных международных организациях и ассоциациях (ООО «Вокруг света» – член Делового совета ВТО; «Смок Трэвел», «Внешинтурист», «Алатан Тур», «Сакуб Холидэй» – члены Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA); «Смок Трэвел» – представитель крупнейших в мире туроператоров «DERTOUR» и «TUI» в Беларуси, а также « <i>American Express Travel</i> »)
Углубление специализации, позволяющей более четко ориентироваться на определенные сегменты потребителей с учетом различных признаков	Появление туристических компаний, специализирующихся только на определенных направлениях («Мастер ВГ Тур» – Болгария, «Подевюс» – Крым, «ДЛ-Навигатор» – Чехия и др.) и гостиничных комплексов («Виктория» – деловые туристы, « <i>Crowne Plaza</i> » – VIP-туристы, «Планета», «Орбита» – сборные экскурсионные группы) и др.
Расширение туристического спроса пожилых (туризм «третьего возраста») и престарелых людей и инвалидов (туризм «четвертого возраста»)	Наблюдается увеличение удельного веса пожилых лиц, путешествующих по Беларуси, не выезжая далеко за пределы своего места жительства. Однако большинством активного населения Республики Беларусь, участвующего в международном туризме, является молодежь и люди среднего возраста
Внедрение компьютерных информационных технологий во все сферы туристической деятельности	Развитие глобальных компьютерных систем бронирования « <i>Sabre</i> », « <i>Amadeus</i> », « <i>Galileo</i> »; широкое использование белорусами Интернета в целях определения направления своей досуговой деятельности и планирования отпусков
Туристический продукт становится все более дифференцированным и изощренным	Возникновение относительно новых для Беларуси видов туризма: агротуризм, экотуризм, приключенческий, событийный, медицинский и др.
Ослабление таможенных, валютных, пограничных формальностей, а также отмена их, в частности между странами	Строгие визовые и таможенные формальности для многих потенциальных стран – поставщиков иностранных туристов – в Республике Беларусь (страны ЕС, Япония, США и др.)

Для дальнейшего развития международного туризма в Республике Беларусь необходимо оптимизировать целевую структуру въездного туризма. Одной из важнейших проблем в данной области является недостаточная дифференцированность предлагаемых программ обслуживания, структурная неразвитость рынка в плане формирования и динамичного развития приоритетных направлений въездного туризма и соответствующих суботраслей туристского хозяйства. Национальная программа развития туризма выделяет ряд приоритетных направлений приема иностранных посетителей (транзитный и трансграничный, познавательный, экологический, сельский, оздоровительный, спортивный, деловой, религиозный туризм). Однако в настоящее время специализированные субрынки экологического, охотничьего, этнического, познавательного и других видов въездного международного туризма находятся в стадии замедленного стихийного формирования и связаны с предоставлением ограниченного объема услуг незначительному числу иностранных посетителей.

Можно сделать вывод о том, что на протяжении 1990-2016 гг. Республика Беларусь не смогла создать конкурентоспособный национальный туристский продукт и представлена на мировом туристском рынке, прежде всего, как незначительный по масштабу импортер, не сумев завоевать собственную рыночную нишу. Отмеченные проблемы требуют скорейшего решения, так как ситуация с течением времени усугубляется в результате динамичного развития в Польше, Чешской Республике, Венгрии, Болгарии, Румынии, Литве, Латвии и других странах Центральной и Восточной Европы направлений въездного туризма, аналогичных экспортным приоритетам туристского комплекса Беларуси (агротуризм, экотуризм, познавательные, охотничьи туры и др.).

Самым перспективным направлений развития международного туризма в Республике Беларусь остается агроэкотуризм. Для его дальнейшего развития, необходимо решение ряда проблем. В настоящее время основными проблемами в развитии агроэкотуризма Республики Беларусь являются:

1) неразвитая инфраструктура в сельской местности, в первую очередь нехватка средств размещения. Например, экологоориентированные виды туризма в пределах особо охраняемых природных территорий Республики Беларусь выступают в качестве комплиментарных, дополнительных предложений, диверсифицирующих содержание основных услуг агроэкотуризма. Серьезная проблема – отсутствие жилья для туристов в сельской местности и на территориях, примыкающих к заповедным.

Организация сети сельских гостиниц явилась бы определяющим фактором, способствующим развитию здесь агроэкотуризма;

2) отсутствие взаимодействия между усадьбами и областными и районными органами власти. Можно отметить такие факты, как банальное отсутствие указателей и асфальтированных дорог, ведущих к некоторым усадьбам;

3) отсутствие грамотной рекламы и PR белорусского агроэкотуризма со стороны государства. Владелец агроусадеб предлагается заниматься этими вопросами самостоятельно;

4) наличие юридических нюансов. Так, законодательством Республики Беларусь разрешено использовать не более 10 комнат для обслуживания туристов. Однако для того, что обустроить эти комнаты надо расширить имеющееся жильё. В то же время построить два дома на одном участке весьма затруднительно с юридической точки зрения.

С целью решения проблем, возникающих в агротуризме Республики Беларусь, предлагается реализация следующих мероприятий:

- обязать (если нельзя обязать с помощью административных методов, можно стимулировать с помощью экономических) местных туроператоров, имеющих специальное разрешение (лицензию) на осуществление туристической деятельности, включать услуги в сфере агроэкотуризма в формируемые ими туры для последующей их реализации агроэкотуристам;

- упростить механизм выделения земельных участков в сельской местности для строительства агроусадеб и агротуристических комплексов;

- кроме Белагропромбанка, к льготному кредитованию субъектов агроэкотуризма привлечь (на взаимовыгодных условиях с помощью разработки специальных кредитных программ (в данных программах может участвовать ОАО АСБ «Беларусбанк») и другие банки.

Хорошим примером поддержки развития агроэкотуризма является зарубежный опыт создания бизнес-инкубаторов. Туристские бизнес-инкубаторы стимулируют развитие отдаленных регионов за счет рационального использования имеющихся природных и культурных достопримечательностей, создания новых туристских маршрутов, стимулирования развития предпринимательства в сфере туризма. Бизнес-инкубаторы позволяют начинающим предпринимателям наладить успешный бизнес, решают проблемы безработицы и нехватки образования, стимулируют молодежь остаться в сельской местности и работать в сфере туризма. Для серьезного и повсеместного развития сельского туризма необходимо создавать благоприятные условия для тех, кто начинает этот бизнес, помогать им воплотить свою идею наилучшим образом с учетом особенностей в каждом конкретном случае.

Серьезной проблемой сегодняшних продуктов агроэкотуризма является недостаточная рекламно-информационная поддержка. Сельскому туризму в Беларуси для развития нужна реклама. Отдельные агротуристские хозяйства не могут обеспечить продажу и популяризацию своих туристских услуг. Это требует не только специальной квалификации и времени, но и немалых денежных затрат. Поэтому в Европе рекламой агротуристских услуг занимаются общественные сельские организации, туристские ассоциации и объединения, которые могут рассчитывать на совместную деятельность и финансовую помощь со стороны государства. Взаимодействие хозяйств в рамках общества – наиболее реальный способ продвижения услуг на рынке агротуризма с использованием большого количества каналов. Если же хозяева агроусадоб хотят продавать и продвигать свои предложения самостоятельно, то самым рациональным методом в данном случае является реклама в Интернете. Многие владельцы усадеб открывают собственные сайты и находят клиентов благодаря активному продвижению своих страниц в Интернете. Например, в Испании около 70 % заказов на отдых в сельской усадьбе происходит через Всемирную сеть. Следующим по значимости методом продвижения бизнес-идеи являются личные впечатления туристов, которые, посетив агроусадьбу, будут рассказывать своим друзьям об отдыхе. Поэтому важно создать такие условия, которые позволят еще не один раз возвращаться в понравившееся место. Нужно мотивировать иностранных туристов, чтобы люди, приезжая в Беларусь с определенной целью, могли заодно 2–3 дня провести в агроусадьбе. Здесь значительна роль туристских компаний, которые, в отличие от владельцев агроусадоб, за время работы смогли установить серьезные партнерские отношения с иностранцами.

Таким образом, основными направлениями развития внешней торговли туристическими услугами Республики Беларусь являются:

- 1) разработка и продвижение туристского продукта с ориентацией на четко определенные приоритетные зарубежные рынки. Расчеты показали, что в силу факторов географической близости, а также тесных экономических, этнических, культурных связей, сходного уровня социально-экономического развития и стандартов туристского потребления наиболее высокая степень туристской избирательности Беларуси характерна для соседних стран (Латвия, Россия, Польша, Литва, Украина), а также государств со значительной белорусской диаспорой (Израиль). Рынки указанных стран являются приоритетными для продвижения национального туристского продукта Республики Беларусь. Именно на эти перспективные рынки необходимо ориентировать усилия в области создания сети зарубежных туристско-информационных центров, участия в зарубежных туристских выставках,

подготовки рекламно-информационных материалов, путеводителей и сувенирной продукции с учетом языков общения целевых групп потребителей;

2) необходимо оптимизировать целевую структуру въездного туризма. Одной из важнейших проблем в данной области является недостаточная дифференцированность предлагаемых программ обслуживания, структурная неразвитость рынка в плане формирования и динамичного развития приоритетных направлений въездного туризма и соответствующих суботраслей туристского хозяйства. Национальная программа развития туризма выделяет ряд приоритетных направлений приема иностранных посетителей (транзитный и трансграничный, познавательный, экологический, сельский, оздоровительный, спортивный, деловой, религиозный туризм). Однако в настоящее время специализированные субрынки экологического, охотничьего, этнического, познавательного и других видов въездного международного туризма находятся в стадии замедленного стихийного формирования и связаны с предоставлением ограниченного объема услуг незначительному числу иностранных посетителей;

3) дальнейшее развитие агроэкотуризма Республики Беларусь за счет решения таких проблем, как неразвитость инфраструктуры в сельской местности, отсутствие взаимодействия между усадьбами и областными и районными органами власти; отсутствие грамотной рекламы и PR белорусского агроэкотуризма со стороны государства. Хорошим примером поддержки развития агроэкотуризма является зарубежный опыт создания бизнес-инкубаторов. Туристские бизнес-инкубаторы стимулируют развитие отдаленных регионов за счет рационального использования имеющихся природных и культурных достопримечательностей, создания новых туристских маршрутов, стимулирования развития предпринимательства в сфере туризма.

Что касается сферы высоких технологий Республики Беларусь, то она имеет очень большой экспортный потенциал.

Рынок IT-услуг Республики Беларусь в настоящее время является быстроразвивающимся и очень перспективным, т.к. имеет множество конкурентных преимуществ по сравнению с другими рынками, среди них географическая и культурная близость Беларуси к Европе; развитая инфраструктура; высокий уровень образования; значительные налоговые преференции для предприятий данной отрасли.

Основные проблемы высокотехнологичной среды в Республике Беларусь состоят в недостаточности денежных средств и в сложной координации деятельности в данной сфере, так как она перегружена институтами и программами. Решение данных проблем позволит значительно улучшить результаты наукоемкой продукции и достичь мировых показателей активности

в области высоких технологий и соответствующего увеличения экспорта в сфере высоких технологий.

Обобщая все вышесказанное, можно выделить следующие перспективы и направления развития экспорта в Республике Беларусь:

1) дальнейшая работа государственных структур по вступлению Республики Беларусь во Всемирную торговую организацию, что позволит расширить объемы экспорта отечественной продукции на зарубежные рынки вследствие избежания дискриминации и применения антидемпинговых мер по отношению к белорусским экспортерам;

2) в стратегическом плане целесообразно ориентировать производителей на экспорт, прежде всего, наукоемкой и высокотехнологичной продукции. В данном аспекте императивом экономического развития должна стать государственная поддержка экспорта путем активного и заинтересованного участия властных структур на местах в реализации экспортоориентированных проектов и продвижении отечественной продукции на внешние рынки;

3) проведение регионально-страновой дифференциации экспорта путем освоения новых внешних рынков, выход на стратегический уровень отношений с динамично развивающимися странами Азии и Латинской Америки;

4) дальнейшее развитие внешней торговли услугами. По сравнению с внешнеторговым сальдо по товарам, сальдо по услугам в Республике Беларусь является положительным, что говорит о том, что для поступления валютной выручки в страну необходимо развивать именно сектор услуг. Основными направлениями развития экспорта услуг является туристические услуги и IT-услуги.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании проделанной работы можно сделать следующие выводы.

1. Экспорт представляет собой функцию международной торговли, посредством которой производимые в ней товары поставляются в другую страну для будущей продажи или обмена. Определены следующие преимущества экспорта: увеличенные продажи и прибыль; повышение внутренней конкурентоспособности; увеличение доли рынка; диверсификация рынков; снижение цены на единицу продукции за счет увеличения объемов производства; продажа избыточного производственного объема; получение новых знаний и опыта; увеличение жизненного цикла продукции.

Экспортный потенциал страны представляет собой способность национальной экономики производить конкурентоспособные на мировом рынке товары и услуги путем использования как сравнительных национальных преимуществ (географическое положение, природные ресурсы, макроэкономические, политические факторы и т.д.), так и новых конкурентных преимуществ, основанных на инновационном потенциале, достижениях науки и научно-технического прогресса. В настоящее время наблюдается прямая пропорциональная зависимость между степенью развитости экспортного потенциала и эффективным функционированием всего хозяйственного комплекса.

В современной глобальной экономике на развитие экспорта страны влияет конъюнктура внешних рынков, которая представляет собой условия, ситуацию, сложившуюся на рынке в конкретный период времени под воздействием субъективных и объективных факторов внешнего характера действия. Современная конъюнктура внешних рынков имеет следующие особенности: политическое и экономическое противостояние Российской Федерации и стран западной коалиции (США и ЕС), обоюдные санкции и т.д.; тагнация экономики большинства европейских стран и стран СНГ; изменение расстановки сил и структуры товарооборота в регионе Восточной Европы в связи с территориальным, политическим и экономическим кризисом на Украине; зависимость Республики Беларусь от экономической ситуации в Российской Федерации.

2. В настоящее время структура промышленного комплекса определяет высокую степень открытости экономики Республики Беларусь, ее ориентированность на внешние рынки. Экспорт является одним из основных приоритетов развития белорусской экономики. В структуре экономики экспорт традиционно составляет более половины валового внутреннего продукта, в силу чего является одним из основных источников обеспечения устойчивого

экономического роста в стране. За годы развития экономики Беларуси в целом завершено формирование на государственном уровне системы стимулирования и поддержки экспорта, основанной на эффективной международной практике. Эта система постоянно развивается и совершенствуется, создаются условия для введения новых эффективных механизмов.

Внешняя торговля Республики Беларусь подверглась определенной структурной трансформации в посткризисный период развития мировой торговли. Сегодня взят курс на увеличение доли наукоемкой и высокотехнологичной продукции в структуре экспорта, диверсификации поставок на новые рынки.

Вектор экономической политики Беларуси всегда был направлен исключительно на Россию. Рынок Российской Федерации остается определяющим и основным для белорусских экспортеров. С учетом того, что ВВП России более чем в 20 раз превышает объем экономики Беларуси, вполне закономерно что, несмотря на тесные экономические связи, Беларусь не может быть партнером, от которого будет сильно зависеть состояние российской экономики. Немаловажным фактором, определяющим взаимоотношения двух стран в торговой и экономической деятельности, является процесс интеграции в рамках Союзного государства и ЕАЭС. В рамках ЕАЭС принят ряд унифицирующих и упрощающих торговлю документов, начинает формироваться единое инвестиционное пространство.

Основу экспортного потенциала Республики Беларусь составляют шесть ключевых групп товаров, включающих нефть и нефтепродукты, калийные удобрения, грузовые автомобили, тракторы и седельные тягачи, молоко и молочные продукты, черные металлы. Данные группы товаров занимают более половины всего объема белорусского экспорта.

3. В магистерской диссертации определены следующие перспективы и направления развития экспорта Республики Беларусь:

1) дальнейшая работа государственных структур по вступлению Республики Беларусь во Всемирную торговую организацию, что позволит расширить объемы экспорта отечественной продукции на зарубежные рынки вследствие избежания дискриминации и применения антидемпинговых мер по отношению к белорусским экспортерам;

2) в стратегическом плане целесообразно ориентировать производителей на экспорт, прежде всего, наукоемкой и высокотехнологичной продукции. В данном аспекте императивом экономического развития должна стать государственная поддержка экспорта путем активного и заинтересованного участия властных структур на местах в реализации экспортоориентированных проектов и продвижении отечественной продукции на внешние рынки;

3) проведение регионально-страновой дифференциации экспорта путем освоения новых внешних рынков, выход на стратегический уровень отношений с динамично развивающимися странами Азии и Латинской Америки;

4) дальнейшее развитие внешней торговли услугами. По сравнению с внешнеторговым сальдо по товарам, сальдо по услугам в Республике Беларусь является положительным, что говорит о том, что для поступления валютной выручки в страну необходимо развивать именно сектор услуг. Основными направлениями развития экспорта услуг является туристические услуги и IT-услуги.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Авдокушин, Е.Ф. Международные экономические отношения: учеб. пособие / Е.Ф. Авдокушин. – М.: Маркетинг, 2015. – 267 с.
2. Артемьев, П. П. Стимулирование экспорта продукции промышленности: опыт зарубежных стран, направления совершенствования в Республике Беларусь / П. П. Артемьев // Белорусский экономический журнал. – 2018. – №3. – С. 38-59.
3. Бровкова, Е.Г. Внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие / Е.Г. Бровкова. – М.: Инфра-М, 2014. – 535 с.
4. Внешняя торговля Республики Беларусь: стат. сборник. – Минск, 2017. – 57 с.
5. Грачев, Ю.Н. Практика внешнеэкономической деятельности (рекомендации отечественным предпринимателям) / Ю.Н. Грачёв. – М.: Бизнес-школа «Интел-синтез», 2014. – 233 с.
6. Данилевич, А.А. Международная экономика: пособие для вузов / А.А. Данилевич, В.М. Жуковец. – Минск: БНТУ, 2015. – 224 с.
7. Дегтярева, О.И. Внешнеэкономическая деятельность: учебное пособие / О. И. Дегтярева, Т. Н. Полянова, С. В. Саркисов. – 3-е изд. – М.: Дело, 2014. – 315 с.
8. Коновалов, В.М. Проблемы внешней торговли Беларуси и экономический рост / В.М. Коновалов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle/22092014/2211/%20%20%20%20%20 %20%20 %20+ %20.%20.pdf?sequence=1](http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle/22092014/2211/%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20.pdf?sequence=1). – Дата доступа: 09.12.2018.
9. Медведев, В.Ф. Экспорт в системе реализации стратегии национального суверенитета Республики Беларусь : (оценки и прогнозные ориентиры — 2030) / В. Ф. Медведев, В. В. Почекина, Т. А. Ткалич. – Минск: Право и экономика, 2017. – 193 с.
10. Назаров, В.А. Международные экономические отношения: учеб. пособие / В.А. Назаров. – М. – 2013. – 725 с.
11. Ливенцев, Н.Н. Международная экономическая интеграция: учеб. пособие / под ред. Н.Н. Ливенцева. – Минск: Современная школа, 2015. – 430 с.
12. Ломакин, В.К. Мировая экономика: учебник для вузов / В.К. Ломакин. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 453 с.
13. Об определении ключевого показателя эффективности работы по экспорту товаров на 2019 год: Постановление Совета Министров Республики Беларусь № 110 от 21.02.2019 [Электронный ресурс]. / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

14. О государственном регулировании внешнеторговой деятельности: Закон Республики Беларусь, 02.11.2004 г. № 347-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс]. / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.
15. О мерах по защите экономических интересов Республики Беларусь при осуществлении внешней торговли товарами: Закон Республики Беларусь, 25.11.2004 г. №346-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс]. / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.
16. Официальная статистика Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/industry1.php>. Дата доступа: 10.12.2018.
17. Погодин, А.М. Содействуя экспорту и защите рынка / А. М. Погодин, Р. А. Мордашов // Стандартизация. – 2015. – № 5. – С. 42-45.
18. Плотницкий, М.И. Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие / М.И. Плотницкий. – Минск: Современная школа, 2014. – 628 с.
19. Румянцев, В. Техническое регулирование в рамках ЕАЭС как инструмент развития внешней торговли Беларуси / В. Румянцев // Наука и инновации. – 2017. – № 3. – С. 42-46.
20. Тодосийчук, А.В. Международное научно-техническое сотрудничество: цели и задачи / А. Тодосийчук // Проблемы теории и практики управления. – 2012, № 1-12. – № 3. – С. 8-14.
21. Филькевич, И.А. Формирование государственных приоритетов Республики Беларусь во внешнеэкономической деятельности / И.А. Филькевич. – Минск: Армита-маркетинг: Менеджмент, 2015. – 287 с.
22. Чайков, М.Ю. Эффективный экспорт возможен? / М. Ю. Чайков // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. – 2017. – № 5. – С. 55-59
23. Шадурский, В.Г. Историческая политика в Республике Беларусь: этапы развития и версии интерпретации прошлого / В. Г. Шадурский // Труды факультета международных отношений: научный сборник / БГУ; [редколлегия: В. Г. Шадурский (главный редактор) и др.]. – Вып. 5. – С. 9-24.
24. Шадурский, В.Г. Внешняя политика Республики Беларусь: поиск оптимальной модели / В.Г. Шадурский // Труды факультета международных отношений : научный сборник / БГУ; [редколлегия: В. Г. Шадурский (главный редактор) и др.]. – Вып. 2. – С. 33-38.
25. Шимов, В.Н. Развитие экономики Беларуси: состояние, проблемы, абрис перспективной трансформации / В.Н. Шимов // Белорусский экономический журнал. – 2014. – №2. – С.67-69.

26. Шевцова, А.Л. Региональный фактор во внешней политике национального государства: значение для Турции и Беларуси / А. Л. Шевцова // Белорусская модель развития в контексте глобализации : сборник научных трудов / [Академия управления при Президенте Республики Беларусь ; под редакцией С. А. Кизима]. – Вып. 3. – С. 42-47.

27. Шелег, Н.С. Международная торговля : учеб. пособие / Н. С. Шелег, Ю. И. Енин. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 510 с.

28. Шумский, Н.Н. Региональные экономические объединения постсоветских государств. Организационно-правовое обеспечение процессов интеграции / Н. Н. Шумский. – Минск: Беларуская навука, 2015. – 322 с.

29. Шуст, А.С. Стимулирование развития приоритетных секторов экономики государств-членов Таможенного союза и единого экономического пространства / А. С. Шуст // Государственное регулирование экономики и повышение эффективности деятельности субъектов хозяйствования : X Международная научно-практическая конференция (Минск, 10—11 апреля 2014 года) : сборник научных статей : в 2 ч. / [редколлегия: С. А. Пелих (председатель) и др.]. – Ч. 2. – С. 67-70.

30. Юсубов, Ф.И. Потенциал и направления развития межгосударственного экономического сотрудничества Республики Беларусь и Азербайджанской Республики / Ф. И. Юсубов. – Минск : Право и экономика, 2015. – 199 с.

31. Янчук, В.А. Анализ структуры внешнеторговых связей Республики Беларусь в современных условиях / А. Л. Янчук // Научные труды Белорусского государственного экономического университета / [редколлегия: В. Н. Шимов (председатель) и др.]. – Вып. 8. – С. 467-473.