

КОНКУРЕНТНЫЕ ИЗДЕРЖКИ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В.И. Буць

*Учреждение образования «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции
и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»
ул. Мичурина, 5, 213407, г. Горки, Беларусь, butz_wladimir@tut.by*

Дан обзор определений категории «конкурентные издержки» во внешней торговле молочной продукцией Республики Беларусь. Обосновано использование теоретико-методологической базы М. Портера, А. А. Томпсона, А. Дж. Стрикленда для оценки уровня конкурентных издержек. Выявлен рост значимости внешней торговли в развитии системы международных экономических отношений в современных условиях. Проведен экономический анализ динамики внешней торговли молочной продукцией республики на основных продовольственных рынках. Особое внимание уделено внешнеторговым отношениям Республики Беларусь и Российской Федерации. Показана необходимость роста ценовой конкурентоспособности белорусской молочной продукции на региональных российских рынках. Представлены рекомендации по снижению издержек в технологической цепочке производства, переработки и торговли молочной продукцией в контексте ее реализации на внешних рынках.

Ключевые слова: международные экономические отношения; внешняя торговля; конкуренция; издержки; молочная продукция.

COMPETITIVE COSTS IN FOREIGN TRADE OF DAIRY PRODUCTS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

U. Buts

*Educational institution "Belarusian state agricultural Academy"
Michurina str., 5, 213407, Gorki, Belarus, (butz_wladimir@tut.by)*

Definitions of the notion of competitive costs are reviewed with reference to Belarus' foreign trade in dairy products. We use the theoretical and methodological perspectives of M. Porter, A. A. Thompson, and A. J. Strickland for estimating the level of competitive costs, and we explicate the procedure for such estimation. We note the growing importance of foreign trade in the system of international economic relations, and analyse the trends in Belarus' international trade in dairy products in some of the key markets, including the Russian Federation. The need for improving the price competitiveness of Belarusian dairy

products in Russia's regional markets is demonstrated. Recommendations are presented on cost reduction across the technological chain of production, processing and trade in dairy products, with the view to strengthening Belarus' competitive position in foreign markets.

Keywords: international economic relations; foreign trade; competition; costs; dairy products.

Согласно классическим теориям международной торговли А. Смита и Д. Рикардо различие в издержках торгуемых товаров между странами является весомым фактором получения конкурентных преимуществ [1, с. 30-31]. Значение и роль внешней торговли для Республики Беларусь, которая является страной с малой экспортоориентированной экономикой для обеспечения стабильного уровня валового внутреннего продукта и создания условий экономического роста нельзя недооценивать в современных условиях. В связи с этим получение конкурентных преимуществ за счет снижения издержек на производство и реализацию товаров на внешних рынках остается актуальной задачей внешнеторговых отделов предприятий и организаций.

Целью данных тезисов является обзор современных представлений к анализу и оценке уровня конкурентности издержек во внешней торговле молочной продукцией, рассчитанных через цены внешнеторговых контрактов и доходность отрасли. Из этого фокусом исследований послужил уровень издержек экспортной продукции, сложившийся под влиянием себестоимости производства и реализации и валютного курса. На основе сформулированной цели задачами работы послужили теоретические и практические аспекты формирования конкурентных преимуществ белорусских молочных компаний на внешних рынках за счет применения стратегии сокращения издержек. Еще в 1991 году М. Портер, в отличие от классических теорий международной торговли, сформулировал тезис о том, что конкуренция во внешней торговле складывается не между странами, а между отдельными крупными компаниями. При этом, источником получения конкурентных преимуществ компании на внешнем рынке может быть стратегия снижения издержек. Однако, традиционное рассмотрение мирового продовольственного рынка в ракурсе мирового спроса, предложения и уровня цен, сложившихся на международных рынках, в нынешних условиях требует своего дополнения и уточнения в связи с лоббированием интересов транснациональных корпораций в отдельных странах и регионах [2, с. 45, 49-50].

Мировой продовольственный рынок контролируется 10 транснациональными корпорациями: Mars, Inc. (Марс), Coca-Cola (Кока-Кола), Unilever (Юнилевер), Kellog (Келлог), AssociatedBritishFoods

(Ассошиэйтед Бритиш Фудс), General Mills (Дженерал Миллс), Danone (Данон), Mondelez (Монделез), PepsiCo (Пепсико), Nestle (Нестле). Среди известных мировых производителей молочных продуктов следует выделить корпорации:

- Данон (Danone), Франция: молочные продукты – выручка около 12,34 млрд. долл. США [3];
- Нестле (Nestlé S.A.), Швейцария: молочные продукты – 10,5 млрд. долл. США [4];
- Юнилэвр (Unilever), Нидерланды: мороженое – 7 млрд. долл. США [5].

Среди этих корпораций только Данон контролирует от 15 до 21% российского рынка молочной продукции, который является основным экспортным рынком для 40 молочных холдингов Беларуси, среди которых необходимо выделить ОАО «Савушкин продукт», 640,2 млн. долл. США выручки (г. Брест); ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат», 330,7 млн. долл. США (г. Слуцк); ОАО «Бабушкина крынка», 240,8 млн. долл. США (г. Могилев); ОАО «Минский молочный завод №1», 218 млн. долл. США выручки (г. Минск). Остальные холдинги имеют ежегодную выручку от 50 до 180 млн. долл. США [6]. Очевидно, что для успешной конкуренции на российском и другим внешних рынках молочной продукции назрела необходимость объединения ряда крупных холдингов и создания транснациональной белорусской молочной корпорации с преимущественным участием государственного капитала, ежегодной годовой выручкой 2–3 млрд. долл. США и образованием стратегических альянсов с известными транснациональными корпорациями на рынке молочных продуктов. Этот процесс концентрации капитала в белорусской молочной отрасли необходимо дополнить реализацией стратегии сокращения издержек. Базовой теоретико-методологической основой в данном случае послужит концепция А. А. Томпсона и А. Дж. Стрикленда. Они определили понятие конкурентоспособности компании по ценам и издержкам. Суть этого в том, что конкуренция на рынках осуществляется не только по цене. Компании должны удерживать издержки на уровне конкурентов и ниже [7, 165-166].

Экономический анализ издержек на производство молока в Республике Беларусь выявляет тенденцию их роста. Цена экспорта 1 тонны молока и сливок не сгущенных возросла с 605 долл. США в 2010 году до 826 долл. США в 2019 году. Основным фактором роста цены выступило повышение издержек на производство и реализацию молока сельскохозяйственными производителями, а также рост себестоимости молочной продукции, полученной в сфере переработки молочного

сырья. Повышение цен способствовало тому, что экспорт по товарной группе «Молочная продукция; яйца птиц; мед натуральный; пищевые продукты животного происхождения» возрос с 1,6 млрд. долл. США в 2010 году до 2,4 млрд. долл. США в 2019 году [8, с. 95, 133].

Основным рынком реализации молочной продукции является Российская Федерация. При этом географическая диверсификация экспорта белорусской молочной продукции на продовольственном рынке Российской Федерации осуществляется очень медленно. По-прежнему основными территориальными экспортными рынками выступают г. Москва и Московская область. Здесь необходимо учитывать, что заработки потребителей молочной продукции столичных рынков на 40-50% превышают заработки жителей российских регионов. Это обстоятельство требует снижения издержек на производство белорусской экспортной молочной продукции, как минимум на 20-25%, и доведение их уровня до показателей конкурентов на соответствующих рынках.

Таким образом, на примере мирового рынка молочной продукции можно констатировать его монополизацию отдельными транснациональными корпорациями. Цены на их продукцию определяются не столько результатом взаимодействия спроса и предложения, сколько в процессе негласного договора между стейкхолдерами на отдельных международных рынках. В условиях конкурентной борьбы глобальных игроков на рынке продовольствия, отсутствие классического свободного рынка нивелирует общепринятую систему мероприятий обеспечения международной конкурентоспособности продукции компании через влияние на цены и качество. Здесь необходима не только широкая кооперация белорусских молочных компаний на стадии производства и переработки молока, но также в сфере экспорта молочной продукции. Создание белорусской транснациональной молочной корпорации позволит повысить конкурентоспособность молочной продукции на международных рынках, в том числе и за счет конкурентных издержек во внешней торговле.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Кругман П., Обстфельд М. Международная экономика. 5-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2012.
2. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М.: АльпинаДиджитал, 1990.
3. Danone in 2019 [Electronic resource] // URL: <https://www.danone.com/integrated-annual-report-2019/danone-in-2019.html#FABER>

4. Nestle. Annual Review 2019 [Electronic resource] // URL: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2020-03/2019-annual-review-en.pdf>
5. Unilever. Annual Report and Accounts 2019 Highlights [Electronic resource] // URL: <https://www.unilever.com/>
6. Рейтинг: ТОП-20 крупнейших молочных предприятий Республики Беларусь // URL: <https://milknews.ru/analitika-rinka-moloka/reitingi/TOP-20-molochnyh-predpriyatij-Belarusii.html>
7. Томпсон-мл. А. А., Стрикленд III А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ. М. : Вильямс, 2006.
8. Внешняя торговля Республики Беларусь. Статистический сборник. Минск: Национальный статистический комитет, 2020.

ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ КИТАЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Ван Нана¹, О.Ф. Малашенкова²

¹⁾ *Хэнанский университет экономики и права, Китайская Народная Республика, nanaprivet@126.com*

²⁾ *Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, malashenkova@bsu.by*

В статье представлены особенности цифровизации китайской экономики на современном этапе, отмечены основные регуляторы и нормативные документы в этой сфере. Авторами выделены важнейшие факторы, влияющие на темы и глубину цифровизации китайской экономики. Сделан вывод об определенной степени совпадения китайских трендов цифровизации с мировыми, однако со значительной ролью государства в определении всех тенденций цифровизации.

Ключевые слова: цифровизация; Китай; сектора экономики.

TRENDS IN THE DIGITALIZATION OF THE CHINESE ECONOMY

Van Nana¹, O.F. Malashenkova²

¹⁾ *Henan University of Economics and Law, People's Republic of China, nanaprivet@126.com*

²⁾ *Belarusian State University, Independence Ave. 4, 220030, Minsk, Belarus
Corresponding author: malashenkova@bsu.by*

Some distinct trends in the ongoing digitalization of the Chinese economy are presented, the most prominent regulatory bodies are identified, and relevant regulatory documents are summarised. The key factors affecting the directions and depth of digitalization of the Chinese economy are reviewed. It is concluded that the digitalization trends in China coincide with the global trends to some extent, but the government plays a distinctively important role in the management of digitalization.

Keywords: digitalization; China; economic sectors.