

СЕКЦИЯ III

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

ПОЛИТИКА РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. А. Ананич

*Учреждение образования «Белорусский государственный
технологический университет», г. Минск*

Научный руководитель А. А. Пузыревская

В современном мире состояние внешней торговли государства – это показатель уровня развития, признания страны международным сообществом. Высокая доля внешнеторгового товарооборота в ВВП означает высокую зависимость благосостояния граждан от внешней торговли. Для Беларуси увеличение объемов экспорта было и остается важнейшим приоритетом государственной политики, ибо Республика Беларусь не имеет в достаточном количестве собственных природных ископаемых и зависима от внешнего рынка.

Важнейшими экспортными товарами РБ являются нефть и продукты нефтепереработки, калийные и азотные удобрения, металлопродукция, грузовые и легковые автомобили, тракторы, шины, молочная и мясная продукция, мебель [1, с. 357].

Негативным показателем в торговле Республики Беларусь является постоянное в течение последних лет превышение импорта над экспортом. Так коэффициент покрытия импорта экспортом Республики Беларусь за последние 5 лет составил 83 %, что негативно отражается на ее платежном балансе.

Республика Беларусь поддерживает внешнеэкономические связи более чем со 170 странами мира по данным за 2016–2017 гг. [2, с. 511]. Основными партнерами в этой сфере являются страны СНГ и такие государства Европейского Союза, как Польша, Литва, Латвия. Это обусловлено географическим положением Республики Беларусь, а также исторически сложившимися связями с данными государствами. Наибольшая доля экспорта принадлежит транспортным средствам (тракторы, самосвалы БелАз, общественный транспорт), бытовой технике (холодильники, телевизоры, стиральные машины), химической продукции (калийные удобрения), текстильная продукция и пищевая. Несмотря на достаточно большие объемы экспорта, наблюдается медленный рост и даже снижение объемов внешней торговли в последние годы. Необходимо выделить факторы, негативно влияющие на темпы роста внешней торговли Республики Беларусь. Итак, сдерживающее влияние на данный сектор экономики оказывают следующие факторы:

1. Сложная финансовая обстановка на многих государственных предприятиях. Это же является причиной отсутствия у оных средств на модернизацию и закупку нового оборудования. Получается своего рода замкнутый круг, из-за чего некогда прибыльные предприятия оказываются на грани банкротства.

2. Обострилась конкуренция на внешнем рынке. В этом случае оказывается так, что продукция белорусских производителей оказывается более дорогой и менее современной, что делает ее невыгодной для приобретения. Беларусь столкнулась с

проблемой недостаточной осведомленности управленцев о принципах работы промышленных предприятий. Руководители часто не имеют нужного количества знаний и передового опыта для того, чтобы гибко и грамотно организовать товарную политику предприятий.

3. Беларусь не является привлекательной страной для инвестиций и вливания денежного капитала [3, с. 38]. Это ставит под вопрос не только развитие местных предприятий и наращивание оборотов экспорта, но и дальнейшее развитие экономики в целом.

Однако, несмотря на вышеизложенное, ситуация в секторе экспорта и развития промышленных предприятий Республики не настолько критична и при должном уровне регулирования и реструктуризации поддается контролю и появлению в дальнейшем ярко выраженной положительной динамики.

Предлагается опираться на опыт стран южноазиатского региона с существенными поправками на реалии Республики Беларусь. Необходимо реформировать производственные мощности таким образом, чтобы предприятия ориентировались на выпуск той продукции, которая была бы действительно востребована потребителями. Чаще всего белорусские товары по техническим характеристикам не уступают зарубежным аналогам, однако проигрывают в дизайне и внешнем виде. Изменение дизайна продукции не требует глобальных затрат, однако является крайне эффективной мерой, что уже давно было доказано маркетологами и опытом иностранных предприятий. Вместе с этим предприятия нуждаются в грамотном и, главное, гибком управлении на основе современных тенденций и инноваций в области менеджмента и маркетинга. Это обусловлено тем, что зачастую действующее руководство белорусских предприятий не в достаточной мере осведомлено о современных мировых тенденциях в сфере промышленности и управления.

Аналогично Беларусь нуждается в мощном толчке для развития предпринимательства. По опыту многих государств частный сектор является ядром развития экономики внешней торговли. Благодаря развитию малого и среднего бизнеса можно обеспечить рост рабочих мест, развитие технологий, а также начать осваивать выпуск новой технологичной продукции высокого качества по относительно низкой себестоимости, что по умолчанию сделает ее куда более конкурентоспособной.

По примеру стран азиатского региона предлагается создать ряд площадок для активизации интернет-торговли. Это обосновано тем, что в настоящее время наблюдается все большая популяризация совершения покупок в режиме реального времени, так как это быстрее, удобнее и не требует от потребителя совершения дополнительных действий. Вместе с тем, потребитель получает куда больше информации из сети Интернет, нежели из других источников, как это было ранее, т. е. недостаточно наладить торговые связи и как можно с большим числом государств. Потребитель не станет приобретать тот товар, о котором он не информирован и который является для него внешне непривлекательным. По этой причине предлагается развернуть широкую интернет-кампанию, ориентированную на зарубежные рынки с целью информирования потенциальных потребителей о белорусских товарах, формирования их положительного имиджа и дальнейшего продвижения. Данные меры аналогично не требуют глобальных затрат, большого количества времени, однако являются эффективными.

Таким образом, вопреки наличию в Республике Беларусь сильной экспортной базы и большого внешнеторгового потенциала, развитие внешней торговли находится лишь в зачаточном состоянии. Необходимо решить главную проблему: экспорт должен стать выгодным для самих экспортеров. Этого можно добиться с помощью различного рода реформ и активной деятельности по продвижению белорусских товаров за границу.

Литература

1. Научные труды Белорусского государственного экономического университета : юбилейн. сб. / М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. экон. ун-т; редкол. : В. Н. Шимов (пред.) [и др.]. – Вып. 6. – Минск : БГЭУ, 2013. – 562 с.
2. Национальная экономика Беларуси : учебник / под ред. В. Н. Шимова. – Минск : БГЭУ, 2009. – 752 с.
3. Шулековский, В. Стимулирование экспорта как мера экономической политики / В. Шулековский // Банк. вестн. – 2013. – № 10. – С. 37–39.