

Сильванович Диана Александровна.

Оценка конкурентоспособности экспорта белорусской продукции.

(Белорусский государственный экономический университет)

– Проблема конкурентоспособности экспорта товаров является актуальной для Республики Беларусь, поскольку страна имеет высокую степень внешнеэкономической открытости вследствие узости внутреннего рынка. К основным факторам, оказывающим непосредственное влияние на конкурентоспособность белорусской продукции, можно отнести следующие:

- высокую открытость экономики и зависимость от изменений, происходящих на мировых рынках; необходимость сохранения и расширения присутствия на них;

- неэффективную отраслевую структуру производства (доминирование отраслей с высокой материало- и энергоемкостью и технологической отсталостью);

- низкую долю продаж продукции с высокой долей добавленной стоимостью (2—3 %) [1, с.25].

Поэтому особое значение приобретает формирование политики, направленной на повышение конкурентоспособности национальных производителей.

Целью данной работы является оценка конкурентоспособности экспорта Республики Беларусь. В 2011 г. страна достигла максимального объема экспорта в 40,3 млрд долл. США. Данный факт был обусловлен увеличением поставок нефти и нефтепродуктов в страны Европейского Союза до 15,7 млрд долл.США, а также ростом цен на нефть на 35 % [2]. В 2011 г. было преодолено сложившееся с начала года отставание темпов роста экспорта от темпов роста импорта и, соответственно, снижение прироста отрицательного сальдо внешней торговли товарами до 5,4 млрд долл. США [1, с. 27].

Оценка конкурентоспособности экспорта Республики Беларусь в 2011 г. была проведена автором статьи с использованием данных, которые ежегодно предоставляет Международный торговый центр (ЮНКТАД) в разрезе 14 экспортных секторов. В рамках данного анализа были рассмотрены такие показатели, как доля экспортных секторов в мировой торговле, диверсификация продукции, диверсификация рынков, относительное изменение доли страны на мировом рынке, адаптационный эффект. В качестве 14 товарных групп были выделены свежие продукты, переработанные продукты, изделия из древесины, текстиль, продукция химической промышленности, кожевенные изделия, стандартные товары, неэлектронное оборудование, информационно-коммуникационные технологии и бытовая электроника, компоненты электронного оборудования, компоненты транспортного оборудования, одежда, разные промышленные товары, минеральное сырье.

Первый показатель — доля экспортных секторов — отражает удельный вес определенной товарной группы страны в мировой торговле. Доля экспортных секторов Республики Беларусь в мировой торговле является незначительной. Следует отметить, что наибольший удельный вес занимают переработанные продукты (0,41 %, или 41-е место из 168-и стран), минеральное сырье (0,27 %, или 57-е место из 164-х стран) и продукция химической промышленности (0,25 %, или 42-е место из 154-х стран); наименьший удельный вес — информационно-коммуникационные технологии и бытовая электротехника (0,01 %, или 64-е место из 130-и стран) [3]. Следующим индикатором конкурентоспособности является диверсификация продукции. Важность показателя объясняется тем, что чем он выше, тем менее страна подвержена внешним шокам [4]. По данному показателю химическая продукция и минеральное сырье, которые занимают наибольший удельный вес в мировой торговле, оказались наименее диверсифицированными (120-е место из 154-х и 153-е место из 164-х стран соответственно). Также низкая степень диверсификации у информационно-коммуникационных технологий и бытовой техники. Наиболее диверсифицированными в 2011 г. в Республике Беларусь были такие товары, как изделия из древесины (22-е место из 146-и стран) и текстиль (32-е место из 131-й страны). Далее в ходе анализа была рассмотрена диверсификация рынков. Показатель позволяет оценить степень зависимости страны от экспортных секторов и то, насколько страна подвержена внешним шокам. Анализируя данные, можно сделать вывод, что все группы товаров, за исключением продукции химической промышленности, имеют низкий показатель — 2-5, а значит, высокую степень зависимости от этих рынков. Показатель диверсификации рынков по химической продукции равен 11, а значит, данная товарная группа, экспортируемая на рынки 11 стран, в меньшей степени зависит от изменений конъюнктуры данных рынков. Относительное изменение доли страны на мировом рынке показывает ее увеличение или уменьшение в течение определенного периода времени. Исходя из данных ЮНКТАД, следует отметить, что по пяти из четырнадцати товарных групп происходит снижение: кожевенные изделия, неэлектронное оборудование, компоненты электронного оборудования, компоненты транспортного оборудования, минеральное сырье [3]. Последний показатель в данном анализе — адаптационный эффект, позволяющий оценить приспособление экспорта страны к изменениям мирового спроса. Выделяется два вида адаптационного эффекта: положительный и отрицательный. Первым будет считаться эффект в случае, если страна увеличивает долю экспорта на растущих рынках и уменьшает на сужающихся. Отрицательный адаптационный эффект предполагает обратную ситуацию: увеличение доли страны на сжимающихся рынках. Для Республики Беларусь положительная адаптация экспорта происходит только по двум товарным группам — свежим продуктам и изделиям из древесины [3].

Также автором работы была проанализирована товарная и географическая структура экспорта товаров Республики Беларусь с 2004 г. по 2011 г. По

результатам проведенных расчетов за вышеуказанный период был выявлен прирост стоимостных объемов товарного экспорта в размере 193 %. Такой показатель за 8 лет был обеспечен за счет товарной группы «продукция химической промышленности» (прирост в 458 %), «минеральные продукты» (прирост в 283 %), «продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье» (прирост в 204 %) [2, рисунок 1].

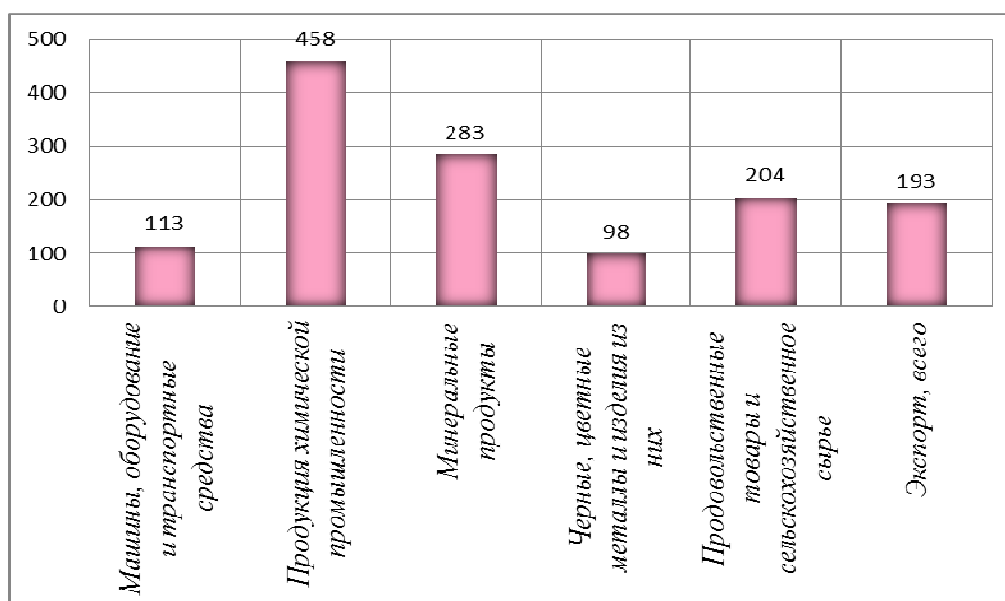


Рисунок 1 – Прирост экспорта Республики Беларусь по важнейшим товарным группам, 2011 г. к 2004 г. (в процентах)

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2].

Изучая географическую диверсификацию, можно отметить то, что экспорт в дальнее зарубежье за 2004–2011 гг. вырос на 208,54 %, в страны СНГ – на 178,43%, а в Россию – на 109,31 %. Рост в страны дальнего зарубежья произошел за счет увеличения экспорта минеральных продуктов на 234 %. Если оценивать по странам СНГ, то объем экспорта в 2011 г. по отношению к 2004 г. по группе «минеральные продукты» увеличился на 687 %, на втором месте – продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (217 %). В то же время отмечено снижение поставок минеральных продуктов на рынок России на 17 % в 2011 г. в сравнении с 2004 г., наибольший рост – по продовольствию (193 %), машинам, оборудованию и транспортным средствам (123 %) [2, рисунок 2].

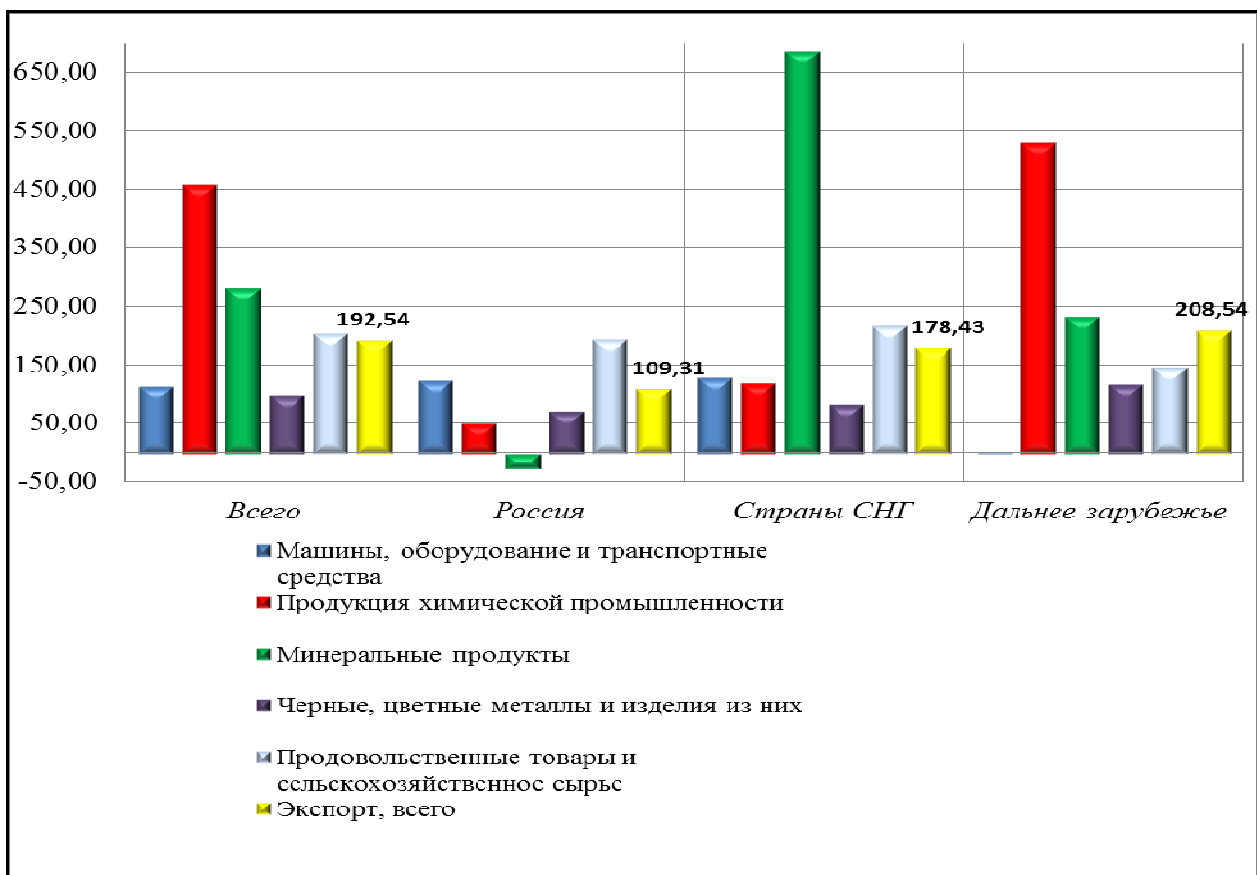


Рисунок 2 – Прирост экспорта Республики Беларусь по важнейшим товарным группам в географическом разрезе, 2011 г. к 2004 г. (в процентах)

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2].

Таким образом, по результатам проведенного анализа следует сделать вывод, что по большинству экспортных секторов продукция Республики Беларусь находится на низком уровне. Наиболее конкурентоспособной в 2011 г. оказалась продукция химической промышленности, изделия из древесины, текстиль и переработанные продукты. Наименьшей конкурентоспособностью обладали такие товарные группы, как информационно-коммуникационные технологии и бытовая электроника, неэлектронное оборудование, компоненты электронного и транспортного оборудования. За период с 2004 г. по 2011 г. произошло увеличение объемов экспорта товаров Республики Беларусь (их прирост составил 193 %). Значительный вклад в данный процесс внесла товарная группа «продукция химической промышленности» (увеличение объемов экспортных поставок более чем в 4 раза), группа «минеральные продукты» – рост более чем в 2 раза. Кроме того, следует отметить значительное увеличение экспорта в страны дальнего зарубежья (208,5 %). В качестве основных предложений по повышению конкурентоспособности экспорта были сделаны следующие: увеличение в экспорте доли наукоемкой продукции, с высокой долей добавленной стоимостью; модернизация белорусских предприятий, снижение материало- и энергоемкости

производств; сокращение потребления промежуточных товаров, импорта сырья и комплектующих; увеличение диверсификации продукции; открытие сборочных производств за рубежом; расширение группы ведущих стран-импортеров белорусской продукции.

Список использованных источников:

1. Мартынов, С.Н. Внешнеэкономическая деятельность: тенденции — положительное / С.Н. Мартынов // Экономика Беларуси. – 2011. – №3. – С. 24–27.
2. Официальная статистика. Годовые данные. Внешняя торговля // Национальный статистический комитет Республики Беларусь (официальный сайт) [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/fttrade1.php>. – Дата доступа: 12.09.2012.
3. Trade Performance Index (by Sector): Belarus (2011) // International Trade Centre [Electronic resource]. – 2012. – Mode of access: <http://www.intracen.org/menus/products.htm>. – Date of access: 14.09.2012.
4. Шиманович, Г. К. Национальная конкурентоспособность Республики Беларусь: постановка проблемы / Г. К. Шиманович // материал конференции "Национальная конкурентоспособность Беларуси: отвечая на современные вызовы". – Минск, 2010. – С. 12–15.