

ОСОБЕННОСТИ ЭКСПОРТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Мировая практика неоднократно доказывала, что чем меньше страна, тем большее значение для нее имеет внешний рынок и тем меньшее — внутренний. Развитие экспорта — важнейшая задача для Беларуси. Стимулирование экспорта предполагает прежде всего разработку грамотной внешнеторговой политики, увязанной со спецификой белорусской внешнеторговой деятельности.

Географическая структура внешней торговли отражает явное доминирование и рост доли государств СНГ. При этом налицо моноцентричность ориентации на Россию: из 8,098 млрд дол. всего объема экспорта в 2002 г. 4,054 млрд дол. (50,1 %) пришлось на Россию. Доля России в импорте Республики Беларусь составила 5,843 млрд дол. (65,1 %). Динамика географической структуры экспорта в остальные страны СНГ указывает на то, что, несмотря на все усилия в рамках содружества, тенденции к росту не прослеживаются. В настоящее время происходит не только сужение экспортных отношений с другими странами, но и снижение эффективности внешней торговли страны.

В соответствии с условиями Договора об объединении денежной системы России и Беларуси с 1 мая 1994 г. в республике стали действовать ставки ввозных и вывозных таможенных пошлин, идентичные российским. Разработанные российской стороной и введенные в действие на территории Беларуси они не отвечали требованиям белорусской экономики.

В целом действие общего внешнего тарифа в рамках Союза России и Беларуси предполагает высокую степень интегрированности экономик. Это справедливо лишь для нескольких экономических сфер. Общий внешний тариф в такой ситуации неизбежно нарушает баланс интересов.

Анализ товарной структуры экспорта Беларуси позволил обнаружить низкую технологическую структуру, что делает экономику чрезвычайно зависимой от изменений на внешних рынках. Доля ввозимой в страны СНГ наукоемкой продукции очень мала (примерно 1 %), тогда как в экспорте промышленно развитых стран она приближается к 40 %. Еще одна из проблем увеличения белорусского экспорта — недостаточная конкурентоспособность отечественных товаров. На ее повышение направлена реализация государственной и отраслевых программ «Качество» на 2001—2003 гг. Однако конкурентоспособность продукции зависит не только от ее качества. Конкурентные преимущества Беларуси в настоящее время от-

носятся к низкому порядку и определяются прежде всего дешевой рабочей силой, в то время как продуктивность белорусской экономики в 15—20 раз ниже, чем в развитых странах. На такой основе невозможно долго сохранять превосходство в конкурентной борьбе. Для решения проблемы возможны два пути: патентование новейших изобретений и разработка отраслевых технологий снижения затрат на производство.

Не менее важными для развития внешней торговли Республики Беларусь являются расширение экспорта услуг, прежде всего транспортных и коммуникационных, а также политика импортозамещения.

<http://edoc.bseu.by:8080>

*П.П. Лукьяненко
БГЭУ (Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДОЛОГИИ МАТРИЧНОГО АНАЛИЗА

Участие в международной торговле является одним из ключевых факторов повышения благосостояния национальной экономики. Для эффективного осуществления экспорта необходимо оценить стратегическое положение национальных экспортеров на мировом рынке, определить товарные и географические приоритеты, сформулировать стратегии работы на целевых рынках.

Решение данной задачи традиционными методами зачастую затруднительно ввиду необходимости значительных материальных и временных затрат на сбор и анализ необходимой информации. У экспортеров может быть недостаточно средств для осуществления полномасштабного маркетингового исследования зарубежных рынков.

Выходом может являться использование в процессе позиционирования товаров национального экспорта на мировом рынке методов матричного анализа.

Методология матричного анализа, традиционно применяемая только для сравнения различных направлений деятельности предприятия, также может быть использована для управления внешнеэкономической деятельностью на макроэкономическом уровне при определении целевых зарубежных рынков и оптимизации структуры экспорта.

На основе методологии матричного анализа автором разработана модель управления экспортной деятельностью, позволяющая решить следующие задачи: