

В статье дается сравнительный анализ развития экономик Беларуси и Китая, рассматриваются вопросы государственного управления, внедрения инноваций в производство, развития компьютеризированных систем государственного управленческого учета, позволяющих обеспечивать оперативный контроль и создавать аналитическую базу для принятия решений на местном и государственном уровнях.

Статья поступила в редакцию 15 октября 2007 г.

ПРИОРИТЕТЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

С.В. Михолап, кандидат технических наук, доцент, кафедры маркетинга БГЭУ

Приоритетными задачами экономического развития Беларуси является целенаправленное развитие внешнеэкономической деятельности (ВЭД) и повышение конкурентоспособности товаров и услуг [1]. Решение поставленных задач требует реализации обоснованных маркетинговых стратегий на уровне как государства, так и отдельных субъектов хозяйствования – предприятий, организаций и фирм.

Развитие внешней торговли определяется влиянием различных факторов, к которым следует отнести политико-правовые и экономические условия в отдельных регионах, изменение ценовой политики на внешних региональных рынках, состояние финансового и производственного потенциала участников ВЭД, сезонную потребность в отдельных видах выпускаемой продукции, наличие традиционных экономических связей, степень развития товаропроводящих сетей и маркетинговых служб и другие.

Следует отметить, что Россия и второй крупнейший внешнеэкономический партнер – Украина находятся в преддверии вступления во Всемирную торговую организацию (ВТО). Это обязывает обе страны, во-первых, строго действовать в соответствии с правилами этой организации, а во-вторых, попытаться обеспечить отечественным производителям наиболее благоприятные условия на

момент вступления [2]. Учитывая, что сроки принятия Беларуси в ВТО являются более отдаленной перспективой, предпринимаемые меры во внешней торговле со стороны партнеров могут быть достаточно болезненными как для страны, остающейся за пределами организации.

Серьезного внимания и анализа требует влияние изменений курсов мировых валют и валют основных внешнеэкономических партнеров на результаты внешнеторговой деятельности. Укрепление евро и особенно российского рубля по отношению к доллару объективно стимулирует экспорт белорусской продукции в страны Европейского Союза (ЕС) и Россию. Однако с учетом импорта из этих регионов, составляющего, к примеру, для предприятий Министерства промышленности (далее Минпром) более 83 %, эффективность товарооборота с данными странами ниже желаемого. В результате по республике отрицательное сальдо во внешней торговле имеет тенденцию к росту, а темп роста импорта превышает темп роста экспорта.

Учет региональных особенностей рынка требует выработки специфических методов распределения товара. Прямой экспорт товара зачастую не самый эффективный способ осуществления ВЭД. Например, для удержания и расширения позиций белорусской автотракторной техники в странах ЕС в Польше

расширяется сборка тракторов на совместном предприятии «Пронар-МТЗ». В Литве ПО «БелавтоМАЗ» создало автосборочное производство «МАЗ-Балтия» с объемом выпуска до 500 автомобилей в год. Получены необходимые сертификаты для реализации автомобилей на рынках ЕС. Часть собранных в Литве автомобилей «МАЗ» реализуется в странах Восточной Европы.

В свою очередь Китай, Иран и ряд других стран заинтересованы в импорте технологий, создании рабочих мест и развитии экспорта товаров собственного производства, который они активно поощряют. Ряд других стран, испытывая недостаток средств, хотели бы получать товары в кредит или в лизинг с перспективой расчета за счет полученной от потребления импортируемых товаров прибыли. Координация действий предприятий в различных уголках мира выливается в разработку региональных стратегий Министерства промышленности, которые целесообразно рассмотреть на примере стран СНГ, России и ЕС.

Региональные приоритеты внешнеэкономической деятельности Министерства промышленности

Российская Федерация, Украина и Республика Казахстан традиционно являются основными торговыми партнерами подведомственных министерству организаций среди стран-участниц СНГ.

Стратегия развития экспорта Минпрома на 2006–2010 годы в отношении стран СНГ основывается на реализации преимуществ единого правового и экономического пространства. Использование упрощенных режимов ВЭД не только обеспечивает конкурентные преимущества при реализации готовой продукции, но и способствует развитию промышленной кооперации. Это позволяет включать отдельные предприятия в единые технологические цепочки и обеспечивать устойчивый внешний товарооборот в течение длительного времени. Другим важным фактором является возможность создания сборочных производств в регионах использования готовой продукции на базе существующих незагруженных мощностей.

Российская Федерация – крупнейший внешнеторговый партнер предприятий промышленности Минпрома. Развитие отношений характеризуется устойчивым ростом экспорта и положительного сальдо. Основу экспорта составляет продукция структурообразующих предприятий Минпрома. Кроме того,

предприятия России и Беларуси связаны тесной производственной кооперацией, особенно в машиностроении. Благодаря росту объемов производства и освоению новой продукции под потребности российского рынка в последние годы, обеспечивается платежеспособный спрос на товары белорусской промышленности.

Разработанная Министерством промышленности внешнеэкономическая стратегия в отношении России строится на реализации преимуществ Союза Беларуси и России. Вместе с тем неравномерное развитие отдельных регионов России диктует различные подходы к формированию внешнеэкономических отношений и определению структуры товарооборота.

На конец 2006 года в Российской Федерации стабильно функционировали восемь совместных сборочных производств. Заинтересованность в дальнейшем развитии этой формы сотрудничества российскими регионами проявляется постоянно. Формирование сбытовых структур и сервисных организаций с привлечением средств местных предпринимателей позволяет закрепиться на региональных рынках и приблизить центры продаж непосредственно к потребителям продукции.

Основное внимание в ближайшей перспективе должно быть направлено на:

1. Закрепление на региональных рынках, расширение сфер реализации продукции путем:

– вхождения в региональные программы (обеспечения сельхозтехникой, дорожного строительства, развития коммунального хозяйства и др.);

– поиска заинтересованных партнеров в продвижении продукции (дилеров, дистрибьюторов, создание совместных предприятий в форме ООО, ЗАО, ОАО, сервисных центров);

– на базе созданных Торговых домов – организации рекламы и продаж сопутствующей и другой техники и оборудования;

– продолжения сотрудничества с ОАО «Росагролизинг» и региональными лизинговыми компаниями по передаче в лизинг автомобильной, сельскохозяйственной и дорожной техники;

– разработки Программ сотрудничества с регионами России и в соответствии с планами созданных рабочих групп;

– использования региональных средств массовой информации, выставочной деятельности для рекламы продукции предприятий.

2. Децентрализацию поставок в Россию через:

- создание разветвленной товаропроводящей сети с охватом всех основных регионов;
- приближение центров продаж к непосредственным потребителям продукции.

3. Постоянный мониторинг региональных рынков путем сбора и анализа информации, в том числе о поведении конкурентов на рынках.

4. Использование возможностей хозяйственных и производственных объединений (Концерн «Белагромаш», ХГ «Белстанкоинструмент», ПО «МТЗ», ПО «БелАЗ», ПО «БелавтоМАЗ», ПО «Гомсельмаш» ПО «Белорусский металлургический завод») в продвижении продукции предприятий, входящих в их состав.

5. Расширение кооперационных связей белорусских и российских субъектов хозяйствования.

Внешнеэкономическая стратегия Минпрома в отношении других стран СНГ основана на закреплении позиций белорусских товаропроизводителей на традиционных рынках СНГ и осуществляется с помощью создания за пределами республики объектов товаропроводящей сети и поддержания их функционирования. Перспективы развития внешнеэкономических отношений строятся на пути реализации двухсторонних договоренностей, включения в государственные программы развития отдельных сегментов экономики, а также укрепления связей между отдельными субъектами хозяйствования.

Европа. Отношения со странами региона характеризуются достаточно высоким уровнем развития. Наряду с ростом экспорта в этот регион в результате реализации политики импортозамещения в течение последних трех лет обеспечено положительное сальдо внешнеторгового баланса.

Несмотря на расширение Европейского Союза при наличии общих черт для всех стран стратегия ВЭД в Европе формируется с учетом особенностей различных субрегионов: Балтия, Центральная и Северная Европа, Восточная Европа.

Перед предприятиями Минпрома, работающими со странами ЕС, стоит задача внедрения европейских стандартов и норм.

Стратегическими направлениями внешнеэкономической деятельности в Европе должны быть:

- развитие двухстороннего сотрудничества на уровне межправительственных и отраслевых комиссий;
- диверсификация экспорта с увеличением поставок высокотехнологичной продукции;

– формирование и развитие товаропроводящей сети, а также сети сервисного обслуживания сложной техники;

– поиск партнеров для реализации инвестиционных экспортоориентированных и импортозамещающих проектов в Республике Беларусь.

Азия. Азиатский регион весьма масштабный и разноплановый, динамично развивающийся. Конъюнктура рынков меняется весьма быстро, товаропроизводителям Минпрома приходится работать в жестком соревновании с продукцией ведущих стран мира, а также местных производителей.

Наиболее устойчивые связи имеются с Китаем, Вьетнамом, Ираном. Вместе с тем, учитывая особенности отдельных субрегионов, стратегия для Китая отличается от стратегии, реализуемой в Индии, странах Центральной Азии. В настоящее время основой стратегии в регионе должны стать диверсификация экспорта, создание и развитие совместных сборочных производств.

Страны Ближнего Востока – перспективный регион сотрудничества, в основе которого взаимные экономические интересы с Сирией, Иорданией, Ливаном. Кроме поставок в регион продукции предприятий белорусской промышленности, интерес представляет возможность привлечения инвестиций в развитие производств в Беларуси, совместных производств в странах региона и третьих странах.

Приоритет экспорта для экономики республики зачастую понимается как необходимость работы на внешних рынках всех без исключения субъектов хозяйствования. При этом избирается простейший метод управления: доведение прогнозных показателей и ответственности за их невыполнение. Результатом часто становится низкая эффективность хозяйственной деятельности. Главной задачей предприятия является достижение высокой рентабельности производства и получение максимальной прибыли. Однако то, что доступно крупным предприятиям, не всегда является приемлемым для малых и средних организаций. Часто наиболее эффективной формой деятельности и развития является консолидация усилий с другими организациями, в том числе торговыми посредниками, привлечение их средств в сферу производства и обращения продукции.

Процессы интеграции белорусской экономики в рамках региональных международных структур и в мировые экономические от-

ношения требуют пересмотра сложившихся стереотипов [3–7]. В части управления промышленностью необходимо повышение роли показателей эффективности ВЭД. Назрела потребность реструктуризации производства, что связано с отношением к собственности.

В Министерстве промышленности принят курс на создание крупных хозяйствующих структур. Как показал опыт ПО «БелАвтоМАЗ», ПО «Минский моторный завод», ПО «БелАЗ», ПО «Минский тракторный завод», концерна «Белагромаш», это позволит повысить эффективность управления предприятиями по формированию производственных программ, сократить издержки производства за счет специализации и кооперирования, централизовать финансовые средства для решения общих научно-технических задач, ускорить освоение выпуска новой конкурентоспособной продукции, повысить эффективность ВЭД.

В большинстве случаев отдельные предприятия не в состоянии самостоятельно обеспечить весь цикл производственно-хозяйственной деятельности: маркетинг – разработка – изготовление – продажа – сервисное обслуживание. В производственном объединении координируются усилия всех входящих в него предприятий, что и обеспечивается головной организацией. Ею же решаются задачи закупки сырья, материалов и комплектующих на уровне 40–85 % потребности всех предприятий объединения.

Предложенная Министерством промышленности модель реформирования организационной структуры управления отраслью предусматривает создание мощных корпоративных структур на базе существующих производственных объединений, дополняя их отдельными госпредприятиями и акционерными обществами. Создание таких корпораций должно позволить:

- сократить издержки производства за счет специализации;
- укрепить существующую систему кооперационных связей;
- создать инвестиционный спрос в смежных с автомобилестроением отраслях (химической, электронной и др.);
- рационально использовать имеющиеся производственные мощности в интересах предприятий корпорации;
- экономить на масштабах закупок сырья, материалов, комплектующих;

– проводить единую маркетинговую политику по продвижению своих товаров на всех рынках сбыта;

– оптимизировать научно-технические и опытно-конструкторские разработки в масштабах отрасли;

– централизовать финансовые ресурсы для модернизации и реконструкции предприятий отрасли и наиболее рационально их использовать.

Устойчивое положение на рынках в перспективе невозможно представить безотносительно к международным промышленно-финансовым структурам. Внешнее инвестирование в белорусские предприятия должно сопровождаться возможностью вложения белорусского капитала за рубежом. Это пока в полной мере не позволяет осуществить правовая база. Однако создание эффективной системы продаж за рубежом без этого проблематично.

Выводы

Привлечение инвестиций в промышленность, а вместе с ними новых технологий остается крайне актуальной задачей, особенно на фоне ее решения в соседних странах [8]. Речь необходимо вести не просто о модернизации производства, а в первую очередь об инновационном пути развития, техническом и технологическом перевооружении производства. Возможным решением поставленной задачи может стать консолидация средств различных предприятий и финансовых структур при создании холдингов или вхождении в уже существующие. Условиями являются изменение форм и методов управления, его децентрализация, передача властных полномочий сверху вниз.

В силу этого назревает настоятельная необходимость организовать сотрудничество с высокоразвитыми зарубежными компаниями, чтобы они организовали собственное производство на территории Беларуси или вступили в кооперационные связи с белорусскими субъектами хозяйствования с целью их реконструкции, повышения научно-технического и технологического уровня производства и выпускаемой продукции. Это позволит улучшить ее потребительские свойства для использования на внутреннем рынке и расширения внешнеэкономических возможностей отечественных субъектов хозяйствования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальная программа развития экспорта Республики Беларусь на 2006–2010 годы: [утв. СМ РБ 30.09.2005 г.]. – Минск, 2005. – 202 с.
2. Агеев, Ш.Р. Путь России в ВТО: проблемы и перспективы / Ш.Р. Агеев, Х.М. Салихов // Пособие для бизнеса по материалам российских и зарубежных авторов. – Казань: Идеал-Пресс, 2002. – 232 с.
3. Данильченко, А.В. Транснационализация промышленного и банковского капитала / А.В. Данильченко, Д.С. Калинин, О.Г. Ковшевич. – Минск: БГУ, 2007. – 183 с.
4. Лысенкова, Н.В. Рынок технологий в мировой экономике. Ориентиры вхождения Беларуси в международный технологический рынок / Н.В. Лысенкова, В.В. Почекина; под ред. В.Ф. Медведева. – Минск: ОДО «Равноденствие», 2003. – 163 с.
5. Орешенков, А.А. Маркетинг в иерархии устойчивостей инновационной системы: моногр. / А.А. Орешенков. – Минск: БГЭУ, 2007. – 187 с.
6. Почекина, В.В. Интеграция в мировой экономике и национальные интересы. Республика Беларусь в интеграционных процессах / В.В. Почекина, И.Е. Люля; под науч. ред. В.Ф. Медведева. – Минск: Право и экономика, 2004. – 242 с.
7. Соболевский, Е.Ю. Сбалансированность товарных потоков в системе экспортно-импортных отношений / Е.Ю. Соболевский; под науч. ред. В.Ф. Медведева. – Минск: Право и экономика, 2005. – 156 с.
8. Андрианов, В.Д. Россия в глобальной экономике / В.Д. Андрианов // Маркетинг. – 2003. – № 6. – С. 3–13.

РЕЗЮМЕ

Целенаправленное развитие внешнеэкономической деятельности и повышение конкурентоспособности товаров и услуг требуют реализации обоснованных маркетинговых стратегий на уровне как государства, так и отдельных субъектов хозяйствования – предприятий, организаций и фирм.

В статье рассматриваются приоритетные направления внешнеэкономической деятельности субъектов хозяйствования Республики Беларусь в различных регионах мира.

Необходимость взаимодействия белорусских и международных субъектов хозяйствования вызвана тем, что технический и технологический уровень национального производства страны и выпускаемой продукции требует своего дальнейшего развития.

Возможными условиями решения поставленной задачи могут стать консолидация средств различных субъектов хозяйствования и финансовых структур при создании холдингов или вхождения в уже существующие структуры.

Статья поступила в редакцию 5 ноября 2007 г.