

УДК 399.9(076.5)

Э.И. Никитинааспирант, Институт экономики НАН Беларуси,
старший преподаватель кафедры логистики УО ФПБ «Международный университет «МИТСО»», г. Минск**РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ:
ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ**

Статья направлена на исследование основных проблем экспортной деятельности белорусских предприятий и выявление направлений стимулирования развития экспортного потенциала. Экспорт играет важную роль в экономике любой страны, в том числе Республики Беларусь, где он представляет собой крупную сферу экономики и обеспечивает стабильные валютные поступления в бюджет, способствует росту занятости, увеличению объемов национального производства и стимулирует экономический рост.

Ключевые слова: внешняя торговля, экспортный потенциал, стимулирование экспорта, государственная поддержка экспортеров.

I. Вступление

В условиях глобализации и расширения мирохозяйственных связей значительную роль для обеспечения устойчивого развития национальной экономики играет экспортный потенциал, формирование которого происходит на предприятиях, являющихся самостоятельными участниками внешне-экономической деятельности. Именно от реализации экспортного потенциала предприятия зависит его успех на внешнем рынке и поступление валютной выручки за проданную продукцию.

Экспортный потенциал промышленного предприятия является многогранным понятием, включающим множество производственных, экономических, организационных и других характеристик, отражающих в совокупности способность организации реализовывать свою продукцию на мировом рынке.

Необходимость увеличения объема белорусского экспорта и улучшения его структуры с целью укрепления экспортной базы Беларуси, повышения конкурентоспособности белорусской продукции на мировых рынках и создания благоприятных торгово-политических условий, обеспечивающих доступ отечественной продукции на международные рынки, является актуальной задачей, стоящей перед отечественной экономикой.

II. Постановка задачи

Цель статьи – выявление основных проблем белорусских организаций на внешних рынках, а также направлений стимулирования развития экспортного потенциала промышленного предприятия в современных условиях хозяйствования.

III. Результаты

Республика Беларусь входит в первую десятку европейских стран по показателю

внешнеторговой квоты (соотношения объема внешней торговли и валового внутреннего продукта) – почти 143%. Экспортная квота нашей страны составляет около 69%, тогда как в Германии – 38%, Польше – 39%, Литве – 53% [1].

В последнее десятилетие динамика внешней торговли Республики Беларусь характеризуется стремительным увеличением объемов товарооборота и услуг. Это обусловлено высокими темпами экономического роста, повышением научно-технического и транзитного потенциала, участием в интеграционных процессах в рамках СНГ, а также диверсификацией торгово-экономических отношений с другими регионами мира. Динамика объемов внешней торговли Республики Беларусь представлена в табл. 1.

В целом белорусский экспорт товаров за 2011 г. составил около 33 млрд дол. США и увеличился по сравнению с 2010 г. более чем в 1,5 раза. К числу важнейших экспортных позиций относятся нефтепродукты и нефть, калийные и азотные удобрения, металлопродукция, грузовые автомобили, тракторы, химические волокна и нити, шины, молочная и мясная продукция, сахар. Основу импорта составляют энергоресурсы (нефть, природный газ) и сырье, материалы и комплектующее (металлы и изделия из них, сырье для химического производства, части машин), технологическое оборудование.

По классическим показателям – соотношению «цена-качество» – значительная часть белорусской экспортной продукции, в том числе сложнотехнической, конкурентоспособна. Так, объем экспорта сложнотехнической продукции Беларуси за последние два года увеличился на 30%.

**Динамика объемов внешней торговли товарами
Республики Беларусь (млн дол. США)***

Показатели	2010	2011	январь – август 2012 г.	январь – август 2012 г. в % к январю – августу 2011 г.
Оборот	60 168	86 041	64 088	113,1
Экспорт	25 284	40 294	32 858	123,4
Импорт	34 884	45 747	31 230	104,0
Сальдо	-9600	-5453	1628	–

*Источник: [5].

Стимулирование экспорта наукоемкой и высокотехнологичной продукции с высокой долей добавленной стоимости – одна из главных задач развития внешней торговли Беларуси на среднесрочную перспективу. В концепции Национальной программы развития экспорта Республики Беларусь на 2011–2015 гг. предусмотрен комплексный подход по развитию производства и увеличению экспорта такой продукции. Однако следует учесть, что в Республике Беларусь структурообразующую основу экономики составляют крупные предприятия. Являясь по сути монополистами в национальной экономике, большинство из них в финансовом, экономическом и организационном отношении пока слабы на мировых рынках.

Большинство белорусских предприятий используют в конкурентной борьбе такой метод, как более низкая цена по сравнению с конкурентами. Тем не менее, неценные факторы конкурентной борьбы (отлаженные сети сбыта продукции, уникальность продукции, быстрое реагирование на изменение запросов потребителей) активно используются на внешних рынках наиболее успешными экспортерами из других стран.

Проанализировав доступные источники [1; 4; 6–8; 10], нами был выделен ряд проблем, которые не позволяют белорусским предприятиям активно использовать свой экспортный потенциал и успешно действовать на внешних рынках:

1. Невысокое качество многих белорусских товаров, ввиду чего они оказываются неконкурентоспособными на мировых рынках.

2. Низкий уровень логистики и отсутствие продуманной маркетинговой линии. К сожалению, большинство белорусских предприятий не умеют превращать информацию в ресурс, зачастую представители маркетинговой службы не могут с помощью компьютерных программ проследить ценовые тренды и даже элементарно заполнить инвестиционный проект.

3. Незрелость систем маркетинга (в т.ч. электронного). Сегодня руководители отечественных предприятий – как правило, высококвалифицированные инженеры, однако с весьма ограниченными представлениями и опытом в области маркетинговых стратегий. Практика показывает, что приме-

нение e-маркетинговых систем сокращает число посреднических звеньев и увеличивает прямые продажи в среднем на 15%.

4. Отсутствие информации об экономических особенностях и условиях хозяйствования в стране-партнере. Очень часто белорусские экспортеры, не зная законодательных норм конкретной страны, принятых изменений и дополнений к ним, не владея полной информацией о правилах внешней торговли, устанавливают контакты с зарубежными партнерами, но при дальнейшей работе с ними терпят убытки и вскоре отказываются от проведения экспортно-импортных операций.

5. Невысокий международный рейтинг Республики Беларусь в области кредитования и инвестиций, сдерживающий получение и использование иностранных кредитов для развития экспорта товаров и услуг.

6. Небольшая доля изделий имеет сертификаты качества, признанные за рубежом.

7. Отсутствие филиалов и представительств крупных предприятий по сборке, ремонту и обслуживанию белорусской техники в странах-партнерах, что при прочих равных условиях дает преимущества конкурентам.

8. Ограниченность финансовых средств предприятий, выделяемых на рекламную деятельность. Согласно законодательству, предприятие может потратить на маркетинг и рекламу не более 2,5% от оборота. На большинстве даже крупных производственных структур Беларуси весь бюджет информационных ресурсов формируется по сути лишь из зарплаты отдела маркетинга. Сложно в пределах этих сумм вести организованную деятельность.

Республика Беларусь активно использует только часть от потенциальных возможностей белорусского экспорта. Из экспортируемых республикой товаров по 1 тысяче товарных групп только 35 видов продукции (нефтепродукты, удобрения, тракторы, автомобили, холодильники, телевизоры) обеспечивают более 60% экспортных поступлений. Это означает, что имеется значительный потенциал по увеличению экспорта остальных товаров.

Выход на новые зарубежные рынки – это сложный и ответственный процесс, в рам-

ках которого промышленные предприятия проводят следующие мероприятия:

- проведение маркетинговых исследований в целях выявления соответствия основных показателей деятельности предприятия мировому уровню (уровень платёжеспособного спроса: объём, цена, уровень качества, номенклатура и ассортимент);
- оценка экспортного потенциала предприятия;
- формулировка конкретных целей выхода на внешние рынки (текущий, краткосрочный, долгосрочный план);
- выбор экспортной стратегии предприятия;
- систематический анализ деятельности предприятия на внешнем рынке;
- контроль выполнения поставленных целей внешнеэкономической деятельности предприятия.

Нужно отметить, что обязательным процессом, необходимым для оценки целесообразности выхода предприятия на внешние рынки, является оценка экспортного потенциала промышленного предприятия.

Исследование экспортных возможностей предприятия предполагает комплексный анализ показателей деятельности предприятия, который включает в себя следующие элементы:

- 1) определение доли экспортируемой продукции в товарной структуре предприятия и динамики экспортных поставок;
- 2) оценка способов стимулирования экспорта на мировых рынках;
- 3) оценка организации предприятием послепродажного обслуживания;
- 4) оценка существующей логистической системы распределения.

Оценка экспортных возможностей позволяет выявить резервы развития предприятия, использование которых позволит нарастить объёмы внешнеторговых поставок и укрепить конкурентные позиции среди иностранных организаций.

В условиях ужесточающейся конкуренции на мировом рынке успешная стратегия внешнеэкономической деятельности может быть сформирована лишь на основе определения перспективных направлений специализации страны. Учитывая относительно ограниченный объём внутренних сырьевых ресурсов Республики Беларусь, система экспортного стимулирования должна в первую очередь быть нацелена на развитие и расширение производства и реализации продукции.

Главной проблемой эффективного экспорта белорусских предприятий является отсутствие действенных экономических механизмов стимулирования экспортных процессов в стране в виде целостной системы его государственной поддержки.

Система стимулов экспортной деятельности предприятий применяется практически во всех странах в зависимости от характера и структуры экспорта. В экономической теории стимулирование экспорта – это поощрение деятельности национальных предприятий-экспортеров.

К основным средствам стимулирования экспорта относятся:

- государственное субсидирование;
- льготное кредитование и страхование экспорта;
- валютная политика;
- регулирование ввоза и вывоза капитала;
- налоговые льготы экспортерам, транспортное обеспечение;
- информирование и консультирование руководства предприятий;
- дипломатическая поддержка экспортеров;
- государственная политика развития экспортной базы;
- подготовка кадров для внешней торговли.

Стимулирование экспорта является важной частью торговой политики многих стран в современных условиях, что заключается, прежде всего, в проведении активной внешнеторговой политики.

Слабая диверсификация отечественного экспорта обуславливает опасность его снижения из-за возможного падения цен на нефть, поэтому Республика Беларусь вынуждена учитывать международный опыт экспортных операций, и эффективно применять мероприятия по организационно-экономическому и политико-правовому стимулированию экспорта, изменению структуры импорта, а также возможность открытия новых совместных предприятий и увеличения их значимости в экономике.

Направления, по которым следует осуществлять реализацию мероприятий по содействию экспорту, могут быть следующими [9, с. 34]:

- предоставление Правительством гарантийных обязательств по привлекаемым банками кредитным ресурсам для обеспечения оборотными средствами производств, ориентированных на экспорт;
- усиление контроля над закупками оборудования для развития экспортного производства и введение жесткого спроса с предприятий за эффективность использования получаемого оборудования;
- предоставление государственных гарантий банкам, финансирующим экспортные поставки на основе коммерческого кредитования, на срок свыше 180 дней;
- страхование экспортных операций.

Стимулирование экспорта будет неэффективно без радикальной перестройки самих предприятий, занимающихся экспортом. Но вместе с тем необходимо устранять или минимизировать внутренние проблемы

предприятий, возникающие при осуществлении экспортных сделок.

IV. Выводы

Эффективное использование экспортного потенциала заключается в способности экспортоориентированных предприятий производить конкурентоспособную продукцию и реализовывать её на международных рынках при одновременном соблюдении условий устойчивого роста, эффективности использования природных ресурсов, развития научно-технического потенциала, а также обеспечения экономической безопасности страны в целом. Ключевая роль экспортного потенциала выражается в том, что он представляет собой инструмент активизации наличных и потенциальных преимуществ отечественных предприятий в мировом хозяйстве.

Экономический эффект от реализации экспортного потенциала белорусских предприятий может быть достигнут при ориентации предприятий на выпуск тех видов конкурентоспособной продукции и услуг, которые пользуются спросом на внешних рынках. В современных условиях необходимо формировать целостную систему мероприятий, способствующих наиболее полной реализации экспортного потенциала.

Формирование эффективного механизма развития и реализации экспортного потенциала страны нуждается в выполнении ряда мер:

1) обеспечение функционирования механизмов кредитования и страхования экспорта, предоставление государственных гарантийных обязательств относительно экспортных кредитов;

2) согласование мероприятий в сфере экспортной деятельности с целями и задачами Национальной программы развития экспорта Беларуси на 2011–2015 гг.;

3) создание системы информационно-консультативных служб в области внешне-торговой деятельности, которые имели бы региональные и заграничные представительства;

4) организация активного продвижения белорусской продукции на внешние рынки и защиты интересов отечественных экспортеров за рубежом со стороны государственных органов.

Решение указанных мер государственно-регулирующего экспортной деятельности позволит преодолеть имеющиеся кризис-

ные явления в сфере торговой политики, повысит конкурентоспособность отечественных товаров на внешних рынках, будет способствовать укреплению внешнеэкономических связей Республики Беларусь со странами-партнёрами.

Список использованной литературы

1. Данильченко А.В. Проблемы выхода белорусских предприятий на внешний рынок / А.В. Данильченко, Д.С. Калинин // Белорусская Экономика: анализ, прогноз, регулирование. – 2005. – № 2. – С. 5.
2. Национальная экономика Беларуси / под. ред. В.Н. Шимова. – Мн.: БГЭУ, 2005.
3. Статистические материалы. Товарная структура экспорта // Белорусский экономический журнал. – 2012. – № 1.
4. Панышин Б.А. Наука побеждать или что нужно белорусским предприятиям, чтобы завоевывать внешние рынки [Электронный ресурс] / Б.А. Панышин. – Режим доступа <http://www.Belarus.by>.
5. Внешняя торговля Республики Беларусь / Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mfa.gov.by/export/>.
6. Байгот М.С. Механизмы регулирования внешнеэкономической деятельности Беларуси в аграрной сфере: вопросы теории, методологии, практики / М.С. Байгот; под ред. В.Г. Гусакова; нац. акад. Наук Беларуси, Ин-т систем. исслед. ВАПК. – Минск: Беларус. Навука, 2010. – 367 с.
7. Петровская Л.М. Стимулирование экспорта и экспортные барьеры: теоретические и практические аспекты / Л.М. Петровская. – Минск, 2007. – 360 с.
8. Давыденко Е. Экспортный потенциал Республики Беларусь в условиях роста международной конкуренции / Е. Давыденко // Банкаўскі веснік. – 2008. – № 5. – С. 48.
9. Шулековский В. Стимулирование экспорта как мера экономической политики / В. Шулековский // Банкаўскі веснік. – 2007. – № 10. – С. 32.
10. Гранкина Н.А. Разработка внешнеэкономической стратегии сбыта продукции / Н.А. Гранкина, Е.В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 5. – С. 10.

Статья поступила в редакцию 28.11.2012.

Нікітіна Е.І. Розвиток экспортного потенціалу підприємства: просування продукції на зарубіжні ринки

Статтю спрямовано на дослідження основних проблем експортної діяльності білоруських підприємств та виявлення напрямів стимулювання розвитку экспортного потенціалу. Експорт відіграє важливу роль в економіці кожної країни, у тому числі Республіки Білорусь, він становить велику сферу економіки і забезпечує стабільні валютні надходження до бюджету,

сприяє зростанню зайнятості, збільшенню обсягів національного виробництва та стимулює економічне зростання

Ключові слова: зовнішня торгівля, експортний потенціал, стимулювання експорту, державна підтримка експортерів.

Nikitina E. The development of the export potential of the enterprise: the promotion of products to the foreign markets

The purpose of the article is the investigation of the main problems of export of the Belarusian enterprises and the identifying the trends for stimulation of the development of export potential. Export plays an important role in the economy of any country and it's the special important for the Republic of Belarus since native export is the great economic sphere. Export yields steady currency flows into the budget of the Republic of Belarus, contributes employment, increases national output and stimulates economical growth.

Key words: the foreign trade, export potential, export promotion, the government support for exporters.