

Как выйти на глобальный рынок? Белорусский опыт

Выход на глобальные рынки – одна из задач, требующих сегодня своего решения. Вроде бы все просто: хочешь быть успешным на глобальном рынке – создай конкурентный продукт. Однако не так легко превратить экспортную политику страны в основное направление развития экономики.

При проведении политики экспортной ориентации все больше отечественных фирм должны будут продавать свою продукцию на мировом рынке, где они столкнутся с жесткой конкуренцией как по цене, так и по качеству продукции. Это вынудит их постоянно совершенствовать производство, снижать себестоимость и повышать качество продукции. Странники политики экспортной ориентации приводят данные Всемирного банка: в 1965–1990 годах ВВП стран, проводивших политику стимулирования экспорта, показал ежегодный прирост в 7,6%, тогда как у всех развивающихся стран этот показатель составил 3%, и утверждают, что эта политика не только приводит к высоким темпам экспорта и импорта, но и предоставляет больше возможностей для привлечения иностранных инвестиций, столь необходимых для экономического роста развивающихся стран.

Узбекистан имеет высокий экспортный потенциал. За последние 13 лет экспорт республики вырос с \$5,4 млрд до \$13,9 млрд. Однако для его успешной реализации необходим грамотный подход, который позволит предприятиям повысить свою конкурентоспособность, а стране – укрепить свои позиции в качестве надежного партнера, которому есть, что предложить другим государствам.

Среди стран, которые уже превратили свою экспортную политику в основное направление развития экономики, числится Беларусь. Какие механизмы потребовались для поддержки экспорта и может ли белорусский опыт быть полезен нашей стране? Об этом мы побеседовали с начальником отдела СНГ Института стратегических и межрегиональных исследований при Президенте Республики Узбекистан Миланой Базаровой.

– Каким образом Республике Беларусь удалось попасть в число успешных в этой сфере стран?

– Анализ внешнеэкономической деятельности Беларуси показал, что экспортная политика республики за последние 12 лет (2005–2017 гг.) превратилась в основное направление развития экономики страны – объем экспорта увеличился с 15,9 до 29,2 млрд долл. Среди ключевых механизмов развития я бы выделила следующие:

Первое: «комплексная и наступательная» политика Белорусской торгово-промышленной палаты (БелТПП), целью которой является содействие национальным компаниям в распространении коммерческих предложений и заключение внешнеэкономических контрактов. По состоянию на 2018 год членами БелТПП являются 2166 предприятий Беларуси, из них 4% составляют индивидуальные предприниматели, 60% – малый и средний бизнес, 36% – крупные предприятия.

За 2017 год палата провела свыше 800 различных мероприятий. Это и выставки, и деловые советы, и форумы и многое другое по продвижению экспорта белорусской продукции за рубежом.

Нам было интересно ознакомиться со стратегическим планом Белорусской торгово-промышленной палаты на 2016–2020 гг. И картина оказалась весьма впечатляющей.

В 39 странах мира назначены 45 представителей БелТПП за рубежом из числа авторитетных и влиятельных бизнесменов данных государств.

– А чем конкретно они там занимаются?

– Представители БелТПП за рубежом изучают местные стандарты и требования, препятствующие вхождению белорусских товаров на иностранный рынок. Они занимаются формированием позитивного имиджа белорусских производителей товаров и услуг посредством широкой PR-кампании. Они распространяют полученные от белорусских предприятий запросы о реализации их продукции среди зарубежных деловых организаций и осуществляют поиск потенциальных

деловых партнеров путем предоставления иностранным компаниям информации о бизнес-среде в Беларуси и возможностях деловых визитов на ее предприятия и др.

На сегодняшний день создано 19 деловых советов из белорусских и зарубежных бизнесменов, работающих на постоянной основе и выступающих в роли консультационных органов между представителями бизнеса и государственных структур. Деятельность подобных советов позволяет их белорусским членам наладить диалог с органами законодательной и исполнительной власти и найти оптимальное решение проблемных вопросов, препятствующих реализации совместных проектов и экспорту товаров. В рамках деловых советов белорусы могут информировать зарубежное бизнес-сообщество о перспективных вариантах сотрудничества и привлекать прямые иностранные инвестиции.

- Но Торгово-промышленная палата Узбекистана также имеет свыше десяти представительств в таких странах, как Великобритания, Индия, Италия, Канада, Китай, Республика Корея, Кувейт, Португалия, Россия, США, Чехия, Швейцария и т.д...

- Да, но в составе БелТПП создано еще и предприятие «Белинтерэкспо», организующее национальные выставки за рубежом и зарубежные выставки в Беларуси, что способствует продвижению товаров с высокой добавленной стоимостью на новые рынки. В 2017 году было проведено свыше 300 выставочных мероприятий. При этом есть некоторые отличительные особенности участия предприятий Беларуси в зарубежных выставках. К примеру, во-первых, на экспозиции обязательно присутствует руководство предприятий, что существенно повышает вероятность заключения иностранными фирмами соглашений о сотрудничестве с Беларусью; во-вторых, дублирование всей рекламной информации осуществляется не только на английский язык, но и на язык страны-организатора выставки; в-третьих, белорусские предприятия устанавливают контакты не только с крупными, но и средними и малыми компаниями из небольших городов.

В целях предоставления информации иностранным посольствам в Беларуси и зарубежным партнерам БелТПП выпускает бюллетень «Белорусские экспортеры», предоставляющий сведения о более 2 тыс. национальных компаниях и их экспортоориентированных товарах.

Бюллетень распространяется белорусскими дипломатическими миссиями за рубежом, региональными и зарубежными представителями БелТПП в ходе всех международных мероприятий.

- А учитывается ли факт, что около 50% белорусского экспорта приходится на Россию?

- Да, конечно. Поэтому Минск акцентирует особое внимание на региональном сотрудничестве. Наиболее плодотворно Беларусь взаимодействует с Москвой и Санкт-Петербургом, Тюменской, Московской, Оренбургской, Брянской, Калужской областями, Республикой Татарстан. Объем внешней торговли с ними превышает 70% товарооборота между РБ и РФ. Для развития взаимных контактов созданы советы делового сотрудничества с Москвой, Санкт-Петербургом, Нижегородской и Свердловской областями. Эффективным инструментом регулирования отношений являются совместные рабочие группы, а также двусторонний Совет по долгосрочному сотрудничеству.

- Товаропроводящая сеть – один из наиболее эффективных инструментов продвижения продукции от производителя к потребителю. Что вы можете сказать об этом звене?

- Безусловно, это звено несет очень серьезную и ответственную нагрузку. В Беларуси создана эффективная система товаропроводящей сети (ТПС) белорусских производителей за рубежом. С 2013 года функции координации развития товаропроводящей сети возложены на Департамент внешнеэкономической деятельности Министерства иностранных дел страны, оказывающий содействие белорусским организациям через систему своих загранучреждений. Количество товаропроводящих компаний РБ насчитывает более 4000.

В товаропроводящую сеть входят следующие разновидности предприятий: субъекты ТПС с белорусским уставным капиталом или его долей в зарубежных странах, которые занимаются реализацией и сервисным обслуживанием товаров по договору с производителем; сборочные производства – субъекты ТПС, в том числе с уставным капиталом производителя, осуществляющие на основе поставляемых производителем машинокомплектов сборку и изготовление конечной продукции, а также ее продажу; дилеры и дистрибьюторы, осуществляющие реализацию и сервисное обслуживание товаров производителя от своего имени и за свой счет. Информационную поддержку экспортеров осуществляет Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен при МИД Беларуси. Он оказывает информационное сопровождение и содействие в поиске торгово-экономических партнеров. В этих целях создан Портал информационной поддержки экспорта (www.export.by), который предоставляет информацию как о производителях, так и выпускаемой ими продукции, данные о товаропроводящих сетях предприятий, предложения о деловом сотрудничестве, перечень иностранных партнеров, заинтересованных в совместной работе с белорусскими компаниями.

В Беларуси отсутствует министерство внешней торговли.

– Получается, что ориентация на создание и развитие собственной товаропроводящей сети в различных странах является основным условием наращивания белорусскими предприятиями экспортных поставок?

– Да, но в то же время глобализация экономики вызывает необходимость дальнейшей организованно-

управленческой и технологической модернизации белорусской промышленности. В таких условиях речь может идти об интернационализации предпринимательства, понимаемой как процесс поиска новых возможностей для международной деловой активности, использовании новых технологий вхождения на зарубежные рынки и новых сфер вложения капитала за рубежом, преодолении старых стереотипов и границ в области внешнеэкономической деятельности.

По мнению специалистов, интенсификация международной активности белорусских предприятий должна быть связана с трансформацией нынешней торгово-посреднической схемы отношений в производственно-инвестиционную модель экономических связей. Для этого следует разработать комплекс мероприятий – правовых, экономических, организационных – по развитию транснациональной деятельности наиболее конкурентоспособных белорусских предприятий.