

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА ПЛОДОВООЩНОЙ ПРОДУКЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Хворова Н.С.

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск*

Ключевые слова: экспортный потенциал, экспортная политика, внутренние и внешние факторы, рынок, государственная поддержка, продовольственная безопасность, плодоовощная продукция.

Keywords: export potential, export policy, internal and external factors, market, government support, food security, agricultural products.

Аннотация: В статье рассматривается экспортный потенциал плодоовощной продукции Республики Беларусь, основные направления его развития. Показаны сущность экспортного потенциала, роль и значение которого возрастает по мере открытости национальной экономики государства внешнему миру, принципы построения. Разработаны предложения по совершенствованию направлений развития экспортного потенциала Республики Беларусь для активизации продвижения плодоовощной продукции на внешние рынки.

Summary: The paper deals with export potential of Republic of Belarus and the main directions of its development. Construction principles and the essence of the export potential, the role and value of which increases with the openness of national economies to the outside world are presented. Proposals for improving the basic directions of the development of export potential of Belarus have been worked out to promote goods to foreign markets.

Для Республики Беларусь экспорт является одним из основных приоритетов экономики, поэтому механизмам поддержки экспорта уделяется большое внимание. Система стимулирования и поддержки экспорта плодоовощной продукции постоянно развивается и совершенствуется, создаются условия для введения новых эффективных механизмов. Республика Беларусь в последние годы достигла значительных результатов во внешней торговле плодоовощной продукцией и продолжает интенсивно осуществлять освоение внешних продовольственных рынков. На современном этапе происходит формирование многоуровневой системы регулирования в области международной торговли на национальном, региональном, транснациональном и глобальном уровнях.

Мировой опыт показывает, что на выбор методов и способов продвижения продукции на внешние рынки значительное влияние оказывает внешняя среда, которая представляет собой совокупность условий за пределами внутреннего рынка. Наиболее значимыми внешними факторами

развития экспортного потенциала Беларуси являются взаимоотношения с государствами-членами Евразийского экономического сообщества (ЕАЭС), а также третьими странами. С одной стороны, оценивая возможности наращивания экспорта плодоовощной продукции в контексте сбалансированной торговли с государствами-членами ЕАЭС, следует отметить, что в настоящее время Сообщество в целом является крупнейшим импортером плодоовощной продукции из третьих стран. С другой стороны, для белорусских экспортеров других государств-членов ЕАЭС рынок третьих стран мира, особенно экономически развитых является, труднодоступным по ряду причин:

- во-первых, торговая политика многих стран предполагает использование широкого инструментария для защиты внутреннего рынка, который дифференцирован по странам от предоставления льготных условий до запретительных мер;

- во-вторых, по большинству товаров плодоовощной продукции европейские страны имеют высокий уровень самообеспеченности;

- в-третьих, экономически развитые страны, особенно страны ЕС, импортируют продукцию с низкой добавленной стоимостью.

Исходя из современного состояния продовольственного рынка, в том числе и внешней торговли, предполагается, что для Беларуси главными приоритетами в развитии экспортного потенциала должны быть повышение конкурентоспособности плодоовощной продукции и эффективности экспорта, а также обеспечение сбалансированности и устойчивости внутреннего рынка. В настоящее время принята Национальная программа поддержки и развития экспорта на 2016-2020 годы (Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 01.08.2016 № 604).

Одним из наиболее эффективных инструментов поддержки экспорта сельскохозяйственной продукции в Республике Беларусь является «Товаропроводящая сеть». Положение о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом утверждено Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24 декабря 2013 года № 1137.

Республика Беларусь по мировым стандартам является небольшой европейской страной (занимает в мире 0,15%, по численности населения 0,17%), но располагает достаточно большим внешнеторговым потенциалом. При этом следует отметить, что в республике полностью решена продовольственная проблема: производство продовольствия превышает потребности внутреннего рынка, и эта тенденция сохранится в перспективе. Это важно, во-первых, для обеспечения устойчивости продовольственной безопасности, поскольку ориентация сугубо на внутренний рынок не может гарантировать ее достижение. Во-вторых, это крайне необходимо для повышения эффективности и конкурентоспособности производства в условиях нарастания процессов глобализации на мировом продовольственном рынке.

Особенности экономики Республики Беларусь, ее географическое положение и исторические связи определили высокую степень открытости экономики страны, ее ориентированность на внешние рынки. В настоящее время торговые отношения Беларусь поддерживает с 206 государствами мира.

Уровень обеспеченности Беларуси продукцией овощей равен 94,8%, плодовой продукцией – 55,2%. В 2016 году валовый выпуск овощей составил 1891 тыс. т, плодов – 705 тыс. т, (в 2015 году 1686 тыс. т и 553 тыс. т соответственно). Увеличилось производство овощей (2016 г. – 199 кг, 2015г. – 178 кг.) и плодов (2016г. – 74 кг, 2015г. – 58 кг.) на душу населения. Однако в межсезонный период возникает необходимость в импорте плодоовощной продукции [1].

Основными странами, в которые налажен экспорт плодоовощной продукции, являются Россия – 85% от всего объема экспорта, Германия – 6%, и Казахстан – 4%. Также в список стран-импортеров белорусской продукции с объемом экспорта более 1 млн долл. входят Литва, Польша, Франция, с объемами экспорта 6,3 млн долл., 2,4 млн долл., 2,3 млн долл. соответственно. В 2016 году экспорт свежих овощей составил \$143,9 млн В разрезе позиций томаты занимают 38,8%, огурцы – 18,9%, морковь – 12,4%, капуста – 6,6%, прочие овощи – 23%. Рост экспорта по сравнению с 2013 годом – в 3,3 раза. Выручка от экспорта яблок, груш и айвы свежей по итогам 2016 года получена в размере \$13,7 млн. К 2020 году планируется увеличить поставки овощей до 340 тыс. т, фруктов – до 39 тыс. т. [2].

Для наращивания мощности экспортного потенциала плодоовощной продукции республики в перспективе необходимо по новому подходить к внешнеторговой политике, чтобы на равных конкурировать с развитыми странами. Система мер и инструментов, направленных на эффективное развитие внешней торговли Беларуси, должна базироваться, во-первых, на приоритетах внешнеторговой политики республики, во-вторых, на достижении оптимального сочетания производства, потребления, экспорта и импорта продукции в условиях участия республики в региональной и международной интеграции. Очень важны меры, направленные на повышение конкурентоспособности плодоовощной продукции на внутреннем и внешних рынках. Особенно это относится к оптимизации затрат на производство и сбыт продукции, а также к обеспечению соответствия качественных параметров экспортной продукции требованиям стран-импортеров, в первую очередь в области ее безопасности, ветеринарного, фитосанитарного и санитарно-гигиенического режима.

Реализация основных направлений и предложений по государственной поддержке экспорта будет способствовать увеличению объемов экспорта плодоовощной продукции.

Список использованной литературы

1. Беларусь в цифрах. Статистический справочник. – Минск: 2017.
2. Беларусь и страны мира. Статистический сборник. – Минск: 2016.