

жет негативно отразиться на внутреннем рынке. При данном варианте возможно исчезновение наиболее качественных продуктов питания и даже может появиться дефицит на отдельные их виды, что в свою очередь скажется на их ценах.

В целях наращивания экспортных поставок отечественных продовольственных товаров на внешние рынки, и как нам представляется, целесообразно осуществить следующие мероприятия:

- расширить товаропроводящую сеть путем создания своих торговых домов, собственных оптовых баз, магазинов и совместных предприятий в странах- импортерах;
- осуществить аттестацию и сертификацию перерабатывающих предприятий АПК на их соответствие международным требованиям и техническим нормам;
- провести технологическое перевооружение и модернизацию отдельных предприятий мясной и молочной направленности в целях увеличения степени переработки сырья и уменьшения его доли в стоимости готовой продукции;
- совершенствование маркетинговой деятельности на предприятиях АПК, улучшение качества упаковки, использование интернет-технологий по продвижению продукции на внешние рынки;
- повысить конкурентоспособность отечественных продовольственных товаров путем внедрения новейших технологий по всему производственному циклу, повышения производительности труда в сельском хозяйстве, приближения предприятий переработки к производственным площадям;
- повысить качество трудовых ресурсов в отраслях АПК, соблюдения технологической и трудовой дисциплины работниками отрасли, предоставления больше свободы и самостоятельности при осуществлении внешнеэкономической деятельности;
- укомплектовать высококвалифицированными сотрудниками отделы внешнеэкономической деятельности на крупных предприятиях АПК и предприятий переработки сельскохозяйственной продукции и животноводства;
- наиболее эффективно использовать иностранные инвестиции для технологического перевооружения перерабатывающих предприятий АПК, путем задействования их в сырьевых областях, увеличения степени и глубины переработки и на этой основе экспорта продукции с большей добавленной стоимостью.

Представляется, что для реализации стратегии наращивания экспортных поставок отечественных продовольственных товаров на мировые рынки необходима диверсификация не только по географическому признаку, но и продуктовому признаку. Это означает необходимость наращивания экспорта продукции растениеводства путем ее реализации с высокой степенью переработки. Только на путях долгосрочной стратегии развития сельского хозяйства, перевода его на инновационный путь можно обеспечить продовольственную безопасность страны и увеличить валютные поступления в страну за счет наращивания экспорта продовольственных товаров на внешние рынки.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАДИОЭЛЕКТРОННОЙ ТЕХНИКЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ ОБОРОТ КИТАЯ

М.И. Латушко, к.в.н., доцент, Тянь Яньян, магистрант

Белорусский государственный аграрный технический университет (г. Минск)

Производство радиоэлектронной бытовой техникой является наиболее наукоемкой и непрерывно развивающейся отраслью, занимающей значительное место во внешней торговле Китая. Анализ экспортно-импортных оборотов электронной бытовой техники КНР за последний период показывает, что объемы экспорта телевизоров падают. В 2008 г. кризис отразился на экспорте практически всех категорий товаров из Китая. Не осталась в стороне и отрасль производства бытовой техники и, в частности, цветных телевизоров. По мнению экспертов, единственное, что помогло выжить множеству небольших компаний, деятельность которых была в основном нацелена на экспортные поставки, это предложенный и достаточно успешно реализуемый правительством КНР проект, нацеленный на поддержку местных производителей и получивший название «Бытовую технику — в сельскую местность!». В результате общий объем производства цветных телевизоров даже увеличился на 2,5 %.

В то же время, по данным Главного статистического управления Китая, в 2008 г. объем экспорта цветных телевизоров из Китая увеличился, причем исключительно за счет высоких

показателей первых месяцев, на 3,5 %; стоимость — на 16,9 %. Тем не менее, в декабре этого года экспорт снизился на 34,5 % и 28,9 % соответственно. В 2009 г. тенденция снижения объемов экспорта сохранилась.

Китайские телевизоры большей частью экспортируются в США, Гонконг, Россию, Центральную Азию и Африку. В силу экономического развития названных стран, в этих государствах предъявляются достаточно высокие требования к продукции китайского производства. Благодаря достойному качеству и низкой цене телевизоры, выпущенные в КНР, завоевали популярность в названных странах и регионах.

Что касается импорта, то по данным Главного таможенного управления КНР, в течение 2008 г. импорт иностранных телевизоров в Китай рос стабильными темпами. За год поставки продукции возросли на 30 %. Тем не менее, уже в 2009 г. картина кардинально изменилась, и за первые четыре месяца показатели снизились более чем на 50 % по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года.

Анализ сложившегося положения позволяет выделить следующие проблемы в отрасли по производству цветных телевизоров в Китае.

1. Существенное снижение спроса, причем как на внешнем, так и на внутреннем рынке. По данным исследования, проведенного гонконгской компанией Display Research Laboratory, мировой спрос на цветные телевизоры начал падать со второй половины 2008 г. Так, в четвертом квартале показатель упал на 3,5 %. По данным производителей, в 2008 г. покупателями было востребовано примерно на 3 млн шт. цветных телевизоров меньше, чем годом ранее. Примечательно, что последние месяцы 2008 г. и первые 2009 г. (обычно «пиковый сезон» продаж телевизоров) ознаменовались снижением показателей по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. По данным ряда китайских производителей цветных телевизоров, заказы на многих предприятиях в этот период снизились более чем на 30 %.

2. В сложной ситуации оказались производители телевизоров с электронно-лучевыми трубками (ЭЛТ). По мере эффективного развития и внедрения в производство инновационных технологий, стал расти спрос на плоско-панельные телевизоры и, как следствие, падать спрос на телевизоры с ЭЛТ. Большую роль сыграло падение цен на первые. Так, в 2008 г. 32-дюймовый жидкокристаллический (ЖК) телевизор стоил даже несколько дешевле, чем 29-дюймовый телевизор с электронно-лучевой трубкой. Эти обстоятельства существенно ускоряют уход с рынка телевизоров с ЭЛТ.

3. Усиливается конкуренция между китайскими и иностранными производителями. Все больше зарубежных компаний открывают предприятия и увеличивают объемы производства продукции на территории КНР, что служит серьезным препятствием для выхода на рынок китайских производителей, показывающих в сложившихся условиях недостаточную конкурентоспособность.

4. Китайские производители цветных телевизоров практически полностью зависят от импорта крупногабаритных панелей, необходимых для изготовления жидкокристаллических телевизоров. В 2008 г. Китай в общей сложности импортировал 1,9 млрд шт. данной продукции на сумму \$44,1 млрд — это второй по объему продукт, ввозимый в Китай в отрасли производства бытовой техники, после интегральной схемотехники. При том, что ЖК панели составляют примерно 70 % стоимости ЖК телевизоров, китайская работа в этой сфере сводится большей частью уже не к производству, а к сборке.

Прогноз развития отрасли позволяет сделать вывод, что в текущем году положительных перемен в отрасли не произойдет, ожидается дальнейшее снижение экспорта. По прогнозам IDC, Display Research Laboratory и других организаций, занимающихся исследованием международного рынка, производство цветных телевизоров в 2009 г. в целом сократилось на 3 %, их продажи упали на 18 %. Ожидается рост объема производства и сбыта плоско-панельных телевизоров и соответствующее снижение аналогичных показателей телевизоров с электронно-лучевыми трубками.