

Экспорт: пока лишь робкие попытки...

• В практике внешнеэкономической деятельности предприятий актуальным был и остается вопрос о выборе оптимальной формы заграничной деловой активности. Интернационализация как сложный динамичный процесс может принимать различные стадии/ступени и протекать в различных организационно-правовых формах. При этом выбор заграничной деловой активности определяется как рыночными параметрами, например, потенциалом сбыта, так и производственными константами: размером предприятия, его отраслевой принадлежностью, финансовым и управленческим потенциалом.

Так, по данным июньского 1996 г. конъюнктурного опроса промышленных предприятий Беларуси, проведенного Научно-исследовательским экономическим институтом, 46% из них не удовлетворены экспортным спросом на выпускаемую продукцию, а 38% руководителей не смогли вообще оценить сложившуюся ситуацию. В отраслевом же разрезе сложилась следующая картина.

Таблица 1

**Оценка текущего объема экспортного спроса
(в процентах к сумме ответов на вопрос)**

Название отрасли	Текущий объем экспортного спроса			
	выше нормы	норма	ниже нормы	нет ответа
1. Топливная	9	18	18	55
2. Нефтехимия	—	8	46	46
3. Машиностр.	2	15	48	35
4. Деревообр.	7	13	53	27
5. Стройиндуст.	—	28	44	28
6. Легкая	3	16	45	35
7. Пищевая	2	7	34	57
В целом по промышленности	3	13	46	38

Величина экспортного спроса оказалось зависимой от формы собственности предприятий. Так, около половины государственных предприятий (45%), половина акционерных (51%), 67% коллективных отметили, что экспортный спрос на их продукцию ниже нормы. В лучшем положении оказались арендные предприятия. Лишь треть из них указали на величину экспортного спроса ниже нормы.

Несмотря на столь низкие оценки экспортного спроса примерно 76% предприятий экспортируют часть своей продукции за пределы республики. Большинство из этих предприятий (48%)

реализуют на экспорт менее 10% производимой промышленной продукции, а 18% имеют долю экспорта, равную ТТ—25%. В целом 66% опрошенных предприятий имеют невысокую экспортную квоту, а у 34% предприятий она была свыше 25%. В частности, 14% руководителей сообщили, что реализуют на внешнем рынке 25—50% производимой продукции, 15% производят на экспорт более половины (50—80%) своей продукции и только 5% имеют долю экспорта, превышающую 80% выпуска.

Учитывая потенциал спроса и представления руководителей предприятий о возможных объемах и предполагаемой эффективности экспортных операций, для характеристики процесса интернационализации можно воспользоваться многоступенчатой моделью вхождения промышленных предприятий на заграничные рынки: непрямой экспорт; прямой экспорт; прямой импорт; бартер (встречная торговля); передача лицензий; производство по контракту.

Прямое иностранное инвестирование: совместные предприятия; заграничные сборочные и производственные предприятия; дочерние общества. Данная модель учитывает поступательное развитие заграничной деловой активности от простейшей формы — непрямого/косвенного экспорта — к более сложным, включая совместное предпринимательство за границей или создание сборочных производств.

В этой модели представлены своего рода стратегии интернационализации как способы вхождения на заграничные рынки, которые даны с учетом последовательности распространения и степени сложности видов заграничной деловой активности, а также их организационно-управленческих форм. Переход от одной формы к другой означает усиление степени интернационализации фирмы, ибо за границу переносится все больше производственных мощностей, финансовых ресурсов и управленческих навыков и ноу-хау.

В рамках данной теоретической модели интересен анализ форм и структуры заграничной деловой активности белорусских промышленных предприятий. Как известно, наш внутренний рынок ограничен и не может поглотить всю производимую товарную массу из-за низкой платежеспособности потенциальных потребителей. Кроме этого, в рамках союзной специализации Белоруссия была "сборочным цехом" и основную часть производимой продукции экспортировала в другие республики СССР, а также страны СЭВ. В силу этих обстоятельств наши промышленные предприятия столкнулись с острой проблемой сбыта готовой продукции, а поэтому необходимо осваивать не только традиционные, но и использовать новые формы заграничной деловой активности для проникновения на новые рынки сбыта.

Как показал конъюнктурный опрос 1996 г., отечественные промышленные предприятия чаще всего используют такую простейшую, традиционную форму выхода на внешний рынок, как прямой экспорт. Об этом заявили 53% опрошенных предприятий (см. табл. 2).

Таблица 2

Виды заграничной деловой активности	Количество ответов
1. Прямой экспорт	53
2. Бартер (встречная торговля)	50
3. Производство по контрактам	30
4. Прямой импорт	17
5. Косвенный экспорт через отечественные фирмы	16
6. Косвенный экспорт через иностранные фирмы	9
7. Импорт лизинговых услуг	1
8. Производство по лицензии	1
9. Экспорт лизинговых услуг	0
10. Производство продукции за границей, включая совместное, сборочное, заграничное производство	0
11. Продажа лицензий	0

На втором месте по числу ответов стоит такая форма внешнеэкономической деятельности, как бартер. В такой форме реализуют свою внешнеэкономическую деятельность половина (50%) промышленных предприятий республики. Это связано в



первую очередь с тем, что бартерная сделка позволяет осуществлять обмен товарами без применения валютных средств, нехватка которых остро ощущается отечественными предприятиями.

Еще одна форма, которая получила распространение в последнее время в РБ, — это производство по контрактам для зарубежных партнеров. Около трети промышленных предприятий (30%) производят и реализуют продукцию по контракту для зарубежных фирм. В качестве экономических причин распространения производства по контракту (для фирмы-заказчика) могут быть более низкие производственные издержки, благоприятное налогообложение, возможность прониновения на новые рынки сбыта и расширение производственных мощностей без крупномасштабных инвестиций. Фирма-подрядчик (как правило, в этом качестве выступают отечественные предприятия) получает новые технологии, оборудование, сырье и материалы; ей гарантируется 100% сбыта произведенной продукции. Все это вместе взятое обеспечивает загрузку производственных мощностей и занятость работников. В условиях экономического кризиса эта форма должна получить дальнейшее развитие, ибо она вписывается в пружинную стратегию «сборочного цеха». Однако нельзя утверждать, что производство по контракту является активной формой внешнеэкономической деятельности, ибо в этом случае не преемливается идея активного международного маркетинга, а именно: поиск и освоение новых международных рынков сбыта.

К прямому импорту прибегает 17% опрошенных промышленных предприятий. Это обусловлено тем, что закупки сырья, комплектующих и полуфабрикатов за границей напрямую, без посредников, обходятся дешевле. Кроме этого, часть выручки от реализации продукции за границей тратится там же на закупки необходимых материалов, сырья и полуфабрикатов, которая не попадает на валютную биржу с ее субъективной котировкой.

Небольшое количество промышленных предприятий экспортирует свою продукцию с помощью экспортных фирм, как отечественных, так и иностранных. Как правило, к услугам экспортных посредников прибегают те предприятия, которые только начинают свою экспортную деятельность и стремятся свести затраты и риск к минимуму.

Как видно из таблицы 2, производство продукции по лицензиям и импорт лизинговых услуг практически не распространены. Ни одно предприятие из опрошенных не экспортирует лизинговые услуги, не продает лицензии и не имеет производства за границей.

Однако следует отметить, что МТЗ имеет сборочное производство в Польше, Минский часовой завод создал совместное предприятие на Украине. Однако это единичные случаи, которые не стали характерными для других промышленных предприятий республики.

В целом прямой экспорт преобладает практически во всех отраслях промышленности. И только в нефтехимии и легкой промышленности большинство предприятий в первую очередь отметили такую форму внешнеэкономической деятельности, как производство по контрактам для зарубежных партнеров.

Для сравнения можно привести структуру транснациональной деловой активности немецких промышленных предприятий (в процентах от полученных ответов): 1) прямой экспорт = 76,4%; 2) непрямого экспорт = 63,6%; 3) непрямого экспорт через иностранные фирмы = 55,9%; 4) непрямого экспорт через отечественные фирмы = 34,6%; 5) передача лицензий = 15,9%; 6) экспортная кооперация = 10,5%; 7) транснациональное производство = 9,6%; 8) совместное предприятие = 8,6%; 9) монтажное/сборочное производство = 7,3%; 10) производство по контрактам = 4,1% (2,447). Эти данные показывают, что структура транснациональной деловой активности промышленных предприятий Германии разнообразна, она характеризуется наличием прямых иностранных инвестиций, которые рассматриваются в качестве основной экспортной политики. И если прямой экспорт также возглавил список, то вот значение непрямого экспорта для предприятий ФРГ оказалось существенно выше. Для белорусских же предприятий он оказался на 3-м месте, причем если для немецких фирм доля

непрямого экспорта через иностранных партнеров была выше, чем отечественных, то у нас наоборот. Это говорит о том, что в Беларуси еще не сложилась оптимальная система внешнеэкономических организаций, которая содействовала бы продвижению белорусских товаров за границу.

С точки зрения вхождения на внешние рынки отечественные промышленные предприятия пользуются простейшими формами транснациональной деловой активности, что указывает на то, что степень интернационализации белорусских предприятий невысокая. Можно предположить, что усиление экспортной активности должно происходить за счет все усложняющихся форм транснациональной деловой активности, в том числе и основанных на прямом иностранном инвестировании. Например, машиностроительные предприятия могли бы использовать резервы такой формы, как экспортная кооперация, при которой ряд предприятий, выпускающих однородную продукцию, создают специализированную внешнеэкономическую фирму для сбыта продукции.

Основные направления экспорта в региональном аспекте представлены в таблице 3.

Регион	Количество ответов
1. Россия	75
2. Другие республики СНГ	38
3. Прибалтийские страны	26
4. Западная Европа	20
5. Восточная Европа	13
6. Северная Америка	9
7. Латинская Америка	2
8. Другие регионы	9

Большинство отечественных предприятий, принявших участие в конъюнктурном опросе, экспортируют свою продукцию в Россию, которая остается главным торговым партнером Беларуси. 33% респондентов отметили, что экспортируют продукцию в другие республики СНГ, что также обусловлено сохраняющимися и восстановившимися экономическими связями. Четверть опрошенных руководителей реализуют экспортную продукцию в соседние прибалтийские государства. Эти данные свидетельствуют, что отечественные предприятия еще не адаптировались к реальным рыночным условиям. В то же время опыт стран Восточной Европы показал, что сразу же после распада СЭВ они переориентировались в поисках кредитоспособных покупателей на новые рынки сбыта как в Европе, так и в других регионах. И лишь после некоторого времени обратили внимание вновь на Россию и другие республики бывшего СССР.

На четвертом месте по своему значению для отечественных предприятий-экспортеров находится Западная Европа. Пятая часть опрошенных промышленных предприятий поставляет свою продукцию в данный регион. При всей важности торговли со странами Западной Европы прогнозировать существенное увеличение ее объемов не приходится, ибо рынки этих государств перенасыщены, а конкурентоспособность отечественных товаров имеет ограниченный жизненный цикл. А в условиях возрастающей международной конкуренции белорусские товары будут вытесняться продукцией западных и новых индустриальных стран. При этом нельзя забывать и о новом протекционизме западных стран, которые не спешат открыть рынки сбыта для новых независимых государств.

С восточноевропейскими странами развивают экспортные отношения всего 13% опрошенных промышленных предприятий, что очень незначительно. Это объясняется тем, что на восточноевропейских рынках наши отечественные предприятия столкнулись с сильной конкуренцией со стороны западных фирм, а в отечественных до сих пор сохраняются проблемы с конвертацией валюты, а бартерные сделки на внешних рынках не всегда эффективны. Поэтому для наращивания экспорта в страны Восточной Европы необходимо использовать не только форму экспорта, но и развивать собственную сбытовую сеть, особенно для высокотехнологичных продуктов.

В Северную Америку экспортируют свою продукцию 9%, а в Латинскую — всего 2% отечественных предприятий. 9% промышленных предприятий реализуют продукцию в другие регионы. Здесь прежде всего сказывается фактор удаленности, высоких транспортных расходов, отсутствие заграничной внешне-торговой инфраструктуры.

Приведенные данные показывают, что в своей экспортной активности промышленные предприятия Беларуси ориентируются прежде всего на традиционные, освоенные рынки сбыта. Задача же, стоящая перед промышленными предприятиями в условиях экономического кризиса, — искать нетрадиционные, новые рынки сбыта. В региональном аспекте к наиболее перспективным рынкам сбыта относятся страны Азиатско-Тихоокеанского региона, на долю которых приходилось менее 4%. По оценкам западных экспертов, именно новые индустриальные страны этого региона будут иметь самые высокие темпы экономического развития, а это означает, что они могут стать перспективными рынками сбыта для нашей продукции. Кроме этого, один из новейших тезисов теории мировой торговли гласит, что международный обмен происходит более интенсивно между странами равного или близкого уровня экономического развития. Структура же нашей отечественной промышленности в настоящее время во многом схожа с типичной для новых индустриальных стран. Поэтому при создании соответствующей внешнеторговой инфраструктуры должны вырасти и объемы внешней торговли с новыми индустриальными странами.

Развитие внешнеэкономической деятельности зависит как от внутренних факторов (микроэкономический уровень), так и от внешних, макроэкономических причин, обусловленных проводимой экономической политикой государства. Оценка причин, препятствующих развитию и расширению внешнеэкономической деятельности, приведена в таблице 4 на основе конъюнктурных опросов 1995 и 1996гг.

Таблица 4

Формулировка фактора	Количество ответов	
	июль 1995 г.	июль 1996 г.
1. Сильная конкуренция со стороны зарубежных производителей	28	37
2. Налоговая политика в области экспорта	9	30
3. Низкий уровень технической базы производства	20	30
4. Неэффективный обменный курс	24	29
5. Отсутствие заинтересованности со стороны иностранных фирм	28	29
6. Недостаток знаний о мировой конъюнктуре	28	23
7. Низкое качество продукции	16	15
8. Низкая квалификация кадров	4	3

Сравнение данных за 1995 и 1996 годы показывает, что такой фактор, как налоговая политика государства относительно экспорта, с 7 места в опросе 1995г. переместился на 2 место в 1996г., поднявшись за один год на 21 пункт. На 5 пунктов выросло значение обменного валютного курса. На 10 пунктов выросло значение такого отрицательного фактора на микроуровне, как низкий уровень технической базы производства, который зависит напрямую от инвестиций. К положительным моментам можно отнести то, что предприятия накопили больше знаний о конъюнктуре мировых товарных рынков, снизилось на один пункт влияние таких факторов, как низкое качество продукции и низкая подготовка персонала. Сильная конкуренция со стороны западных фирм, как фактор, препятствующий расширению экспорта отечественных товаропроизводителей, сохранил самый высокий рейтинг (1 место) и вырос на 9 пунктов. Поэтому невысокая конкурентоспособность белорусских товаров остается главной причиной, которая сдерживает расширение экспорта.

Но ранжирование факторов и по отраслям, и по группам предприятий является неоднозначным. Так, респонденты топливной отрасли назвали три равнозначные по важности причины, сдер-

живающие их внешнеэкономическую активность: налоговая политика в области экспорта, низкий уровень технической базы производства и отсутствие заинтересованности со стороны иностранных фирм. Для предприятий же нефтехимии главными сдерживающими факторами были недостаток знаний о мировой конъюнктуре и отсутствие заинтересованности со стороны зарубежных фирм.

Неэффективный обменный курс и сильная конкуренция со стороны зарубежных производителей выступали в качестве основных причин сдерживания экспорта для машиностроительных предприятий. Аналогичные факторы имели значение и для руководителей деревообрабатывающих и целлюлозно-бумажных предприятий, которые также на первое место поставили сильную конкуренцию со стороны зарубежных производителей, а вот на второе — налоговую политику в области экспорта и низкий уровень технико-технологической базы производства. Для предприятий легкой промышленности главными причинами также выступали неэффективный обменный курс и налоговая политика.

Экспортная активность предприятий, производящих строительные материалы, сдерживалась в первую очередь низким техническим уровнем производственной базы, а также отсутствием заинтересованности зарубежных фирм во взаимовыгодном сотрудничестве. А вот респонденты пищевой промышленности на первое место поставили отсутствие заинтересованности со стороны зарубежных фирм, на второе — сильную конкуренцию со стороны иностранных производителей.

Если же проанализировать сдерживающие экспортную активность факторы с точки зрения собственности и типов предприятий, то получится следующая картина. Для государственных предприятий различных отраслей промышленности основными препятствиями для развития экспортной активности были сильная конкуренция со стороны зарубежных товаропроизводителей и низкий уровень технико-технологической базы производства. Акционерные общества также на первое место ставят такой фактор, как сильная конкуренция, а на второе — неэффективный обменный курс. А вот руководители арендных предприятий сообщили, что внешнеэкономическая деятельность тормозится в первую очередь непродуманной налоговой политикой. Коллективные предприятия в качестве главных препятствий сдерживания внешнеэкономической деятельности отметили исключительно рыночные факторы: неэффективный обменный курс, налоговую политику и сильную конкуренцию со стороны иностранных товаропроизводителей.

Вышеназванные причины сдерживания развития экспортной активности предприятий на микро- и макроэкономических уровнях тесно взаимосвязаны между собой. Так, низкий уровень технико-технологической базы производства обуславливает невысокое качество производимой продукции и соответственно низкую конкурентоспособность ее на международных рынках. В силу этого отсутствует заинтересованность со стороны иностранных партнеров по сбыту и потенциальных инвесторов. Проводимая государством макроэкономическая политика в области налогов и валютного регулирования также не побуждает промышленные предприятия развивать внешнеэкономическую активность. В качестве предпринимательско-специфических факторов, сдерживающих развитие экспорта, можно назвать недостаток знаний о мировой конъюнктуре и отсутствие опыта международного предпринимательства. Следует заметить, что ранее белорусские вузы вообще не занимались подготовкой специалистов в области внешней торговли. Ряд руководителей предприятий дополнили перечень такими объективными факторами, как высокая стоимость производимой продукции, отсутствие качественного и привлекательного внешнего оформления продукции, высокие транспортные расходы и таможенные пошлины, которые в конечном счете отрицательно сказываются на конкурентоспособности продукции.

А.ДАНИЛЬЧЕНКО,
кандидат экономических наук

Л.ХМУРОВИЧ,
ст. научный сотрудник НИЭИ Минэкономики