

значительному увеличению дефицита внешней торговли и ухудшению текущего счета платежного баланса. Основным торговым партнером для РБ на протяжении последнего десятилетия остается Россия. Однако ее доля в экспорте снизилась по причине наращивания экспорта в страны ЕС. Белорусский экспорт вне СНГ приобрел ярко выраженный сырьевой характер, что говорит о высокой уязвимости от изменений, происходящих на мировых рынках. В 2006 г. появилась первая национальная инновационная программа, целью которой было превращение научных знаний в конкурентоспособные товары. В 2011 г. научными исследованиями и разработками в стране занималась 501 организация. Расходы республиканского бюджета на науку составили 774 млрд. рублей. Преобладающим в структуре затрат по-прежнему является приобретение машин и оборудования – 65,1 %, что можно назвать модернизацией, но никак не инновациями в классическом понимании этого термина [3]. Финансовую поддержку для выполнения инновационных проектов осуществляет Белорусский инновационный фонд. Таким образом, в РБ до развития глобального экономического кризиса наблюдался быстрый экономический рост, увеличивались доходы населения и поддерживалось социальное равенство. В последующий период ситуация поменялась: отрицательное сальдо торгового баланса привело к девальвации, росту внешнего долга и ухудшению состояния банковской системы. Факторами, которые сдерживают рост конкурентоспособности РБ, являются особенности ее микроэкономической среды. В настоящее время сохраняется высокая концентрация государственной собственности в экономике, развитие частного сектора сдерживается общей сложностью ведения бизнеса.

Плюсами в микроэкономической среде являются относительно дешевые природные ресурсы и высокая квалификация рабочей силы.

Список использованных источников

1. Белорусский национальный статистический комитет [Электронный ресурс] – 2006 – 2012. Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 05.04.2013 г.
2. Исследовательский центр ИГМ (2010, 2011). Национальная конкурентоспособность Беларуси. – Минск: Книга, 2011. – 234 с
3. World Bank (2013). Doing business 2013 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/>. – Дата доступа: 09.04.2013 г.

УДК 687.36.004.12

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НИШИ БЕЛАРУСИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Ст. преп. Селезнёва Ю.М.

Витебский государственный технологический университет

В настоящее время в Беларуси основными бюджетобразующими отраслями являются нефтехимия и продажа калийных удобрений. При переориентации экономики (применяя нанотехнологии) на машиностроение, сельское хозяйство и наукоемкие отрасли Беларусь имеет потенциал выхода на крупные мировые рынки по видам продукции данных отраслей. Традиционно по объему производства отдельные виды товаров, продукции в мире мы занимаем следующие лидирующие позиции: льноволокно (3 – 4 место), рожь (4 – 5 место), сахарная свекла (15 – 17 место), молоко (24 место) картофель (24 место, а в расчете на душу населения – первое).

Потенциальными сильными позициями для РБ являются:

1. Мировая индустрия воды прирастает на 8 – 10 % в год. В целом 64 % питьевой бутилированной воды потребляется в Европе, 21 % – в США. При этом мировой рынок контролируют ТНК. В ЕС действуют жесткие требования по качеству вод, технологиям добычи и оборудованию розлива по всей цепочке производства. После получения признания бутилированной воды в одной из стран ЕС возможна ее поставка только в эту страну. Доступ на весь рынок ЕС разрешается лишь после включения ее в Список

признанных вод из третьих стран, публикуемый Европейской ассоциацией. В связи с финансовым кризисом отмечается снижение спроса на бутилированную воду, кроме стран Азии, Африки и Австралии. Однако эти государства значительно удалены от Беларуси, и экспорт воды туда экономически нецелесообразен, потому что в стоимости очень высокая доля транспортной составляющей.

Нет перспектив продавать нашу воду в Китай, притом что рынок этой страны – более 4,3 млрд. долл., а импорт там только на уровне 2,9 млн. долл. Недостаточная рентабельность производства бутилированных вод, значительный срок окупаемости проектов, отсутствие товаропроводящей сети поставок на экспорт, большие трудности при оформлении и получении кредитов, желание инвесторов начинать бизнес на участках с уже имеющимися скважинами вод с одновременным развитием сопутствующих быстроокупаемых производств – основные проблемы в реализации данного потенциала.

2. Средства, затраченные государством на реконструкцию организаций здравоохранения, развитие высокотехнологичной медпомощи и прочее подняли отечественную медицину на такой уровень, что сегодня она становится конкурентоспособной по цене и качеству и привлекательной для иностранцев (на большинство услуг в 5 – 6 раз ниже, чем за рубежом).

3. Сухие молочные продукты. Большие сроки годности позволяют гибко маневрировать запасами и осуществлять поставки даже в географически удаленные страны.

4. Мясо и мясoproductы. Курс на интенсификацию сельскохозяйственного производства позволил Беларуси сохранить и укрепить позиции в числе стран-лидеров по производству этих продуктов питания.

5. Строительные услуги. При этом не обязательно речь идет о том, чтобы вывести строителей на работы в другие страны. Мы должны работать по принципу продвинутых зарубежных инжиниринговых компаний, когда главную суть составляет дорогостоящий инжиниринг.

6. Продукция химической и нефтехимической отраслей (полимерная упаковочная продукция (пленки для упаковки пищевых продуктов, включая замороженные, стиральные порошков, сухих кормов, удобрений; одноразовая посуда, контейнеры, подложки, канистры, фляги, бидоны, бутылки); строительные материалы из полимеров (моющиеся обои, декоративные самоклеящиеся пленки, листовые облицовочные пластики, погонажные изделия (поручни для лестниц, плинтусы для полов, накладки для ступеней лестниц, наличники, уголки и другое); трубы и санитарно-технические изделия (оборудование санитарных узлов, ванн, раковин, смывных бачков), арматуры систем водоснабжения, канализации; отделочные материалы для покрытия полов (линолеум, полимерные плитки, мастичные составы для бесшовных полов); полимерные бетоны и растворы, клея и краски, герметизирующие материалы (пленки, профильные прокладки, мастики); профильные изделия (конструкционный профиль, строительно-отделочный профиль, подоконники, стеновые панели, сайдинг, системы оконных откосов и другое); потребительские товары (моющие и чистящие средства, товары бытовой химии; изделия для цветоводства, ванной и туалетной комнат, кухни, садово-огородного инвентаря; фурнитура для мебели; канцелярские принадлежности, детские игрушки). Конкурентным преимуществом белорусской нефтехимии должна стать гибкость и специализация на инновационной продукции, где основа затрат не сырье, а оборудование и технологии.

6. Санаторно-курортные и туристические услуги.

Список использованных источников

1. Рудницкая, Е. Время большой воды еще не пришло / Е. Рудницкая // Директор. – 2010. – № 1(127) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.director.by/index.php/archiv-nomerov/archiv-2010/61-1-127-2010/1224-2010-05-26-10-00-47.html>. Дата доступа: 08.04.2013.
2. Лосич, Л. Здоровье на экспорт. Особенности медицинского туризма / Л. Лосич // АиФ в Беларуси [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.aif.by/ru/press-center/item/6611-medturism.html>. Дата доступа: 08.04.2013.