

Абильдин Е.Н.

ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТА В СТРАНАХ -ЦЕЛЕВЫХ ЭКСПОРТНЫХ РЫНКАХ КАЗАХСТАНА

УДК: 338/54.25

Краткий обзор целевых рынков - наиболее привлекательных стран для продвижения Казахской пищевой продукции.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность РК, государственная поддержка, рынки сбыта, экспорт

A brief analytical reference (report) of countries which can be potential markets of Kazakhstanian processed products.

Key words: Kazakhstan's foreign trade, governmental support, target markets, export

Конкурентоспособность отечественных производителей на мировом рынке определяет экономическую мощь страны ее, безопасность от внешних рисков. Ведь чем более конкурентоспособна продукция, тем выше возможность увеличения ее присутствия на рынке, тем выше доходы от ее продажи - экспортная выручка предприятий нашей страны, тем выше инвестиционная привлекательность данных предприятий и отраслей, а также достигается больший потенциал для роста объемов выпуска отечественных предприятий-экспортеров, отраслей и экономики в целом.

Республика Казахстан традиционно представлена на мировом рынке как производитель сырья и продукции обрабатывающих отраслей низкой переделки, таких как сырая нефть, руды и прокат черных, цветных металлов, зерно, мука. Остальные отрасли либо ориентированы на удовлетворение внутреннего спроса, либо только выходят на новые для них внешние рынки. Для предприятий, которые хотят расширить сферу сбыта и вывести продукцию на мировые рынки, возникает необходимость повысить уровень конкурентоспособности своей продукции, довести ее качество до уровня мировых стандартов и при этом поддерживать достаточно невысокую цену, чтобы иметь конкурентное преимущество перед зарубежными фирмами, выпускающими аналогичную продукцию.

Сырьевая направленность экспорта казахстанских товаров не благоприятна для национальной экономики с той точки зрения, что ставит в зависимость макроэкономические параметры развития от конъюнктуры мировых сырьевых рынков. Так прошедший с середины 2008 года по конец 2009 года мировой кризис показал нестабильность цен на нефть, металлы и зерно и другие важнейшие статьи казахстанского экспорта товаров. Спад мировых цен в этот период привел к ухудшению многих важнейших параметров макроэкономического развития - к снижению темпов реального экономического роста - ИФО ВВП, снижению инвестиций, сужению доходной базы государственного бюджета, падению нормы прибыли предприятий - экспортеров. Низкая диверсификация казахстанской экономики, приводит и к низкой диверсификации экспорта, в обеих категориях преобладающую долю занимают сырье и

полуфабрикаты. В настоящее время проводится масштабная политика государства в поддержку форсированного индустриально-инновационного развития, одной из целью которого является наращивание доли несырьевого сектора в казахстанском экспорте до 40%.

Проблемы обеспечения конкурентоспособности отечественной продукции на международной арене связаны с преодолением различного рода барьеров как внутреннего, так и внешнего характера. Формирование конкурентных преимуществ наших казахстанских товаров связано с внутрифирменной политикой, которая стремится к наилучшему сочетанию цены и качества продукции, а также так с факторами внешней среды предприятий: макроэкономической стабильностью, валютными рисками, стандартами международной торговли, договоренностью между странами и т.д..

То, что качество экспортируемых товаров из любой страны отвечает за её общий имидж за рубежом, уже не является ни для кого секретом. Для Казахстана наступил тот самый момент икс: намереваясь вступить в число 50 развитых стран мира, нам пора задуматься о том, что мы производим, в первую очередь, для экспорта и достаточно ли сил вкладывается в успешное развитие этого актуального процесса.

На сегодняшний день структура казахстанского экспорта выглядит следующим образом: в 2012 году наибольший удельный вес в общем его объеме составили минеральные продукты (70%), металлы и изделия из них (19,3%), продукты химической и связанных с ней отраслей промышленности, включая пластмассы и каучук (4%), продукты животного и растительного происхождения, готовые продовольственные товары (3,6%), машины и оборудования, транспортные средства, приборы и аппараты (1,4%). Основные рынки сбыта казахстанской продукции – это Евросоюз, Китай и Россия. Согласитесь, картина могла бы быть и более радужной [1, с. 46].

Безусловно, являясь, прежде всего, поставщиком сырья в виде нефти и других полезных ископаемых, которыми богата наша страна, Казахстану можно только порадоваться за приход эры дорогой нефти, когда впервые за 28 лет за один её баррель цена составила более 100 долларов. Однако стоит отметить, что в прошлом году мировые инвестиции в возобновляемые источники энергии возросли на 41%, что указывает на стремление к постепенному уменьшению зависимости от самого геополитизированного энергоносителя и подчеркивает важность следования курса на экспорто ориентированность не сырьевых производств, создающих высокую добавленную стоимость.

Большинство отечественной продукции перерабатывающих производств не способно конку-

ризовать не только в глобальном масштабе, но и на внутреннем рынке. Укоренившееся в сознании многих бизнесменов мнение, что торговля не столь важна для развития экономики, как реальное производство, и не требует особой инфраструктуры, знаний и навыков, тормозит развитие экспортной деятельности. Нередко руководители предприятий считают, что им нужны не столько стратегии, сколько умение выжить сегодня, что надо ориентироваться не на мировые стандарты, а на свои внутренние. Россия здесь зачастую рассматривается в качестве гарантированного рынка для казахстанского экспорта. Однако высокую конкуренцию потенциальным поставщикам из Казахстана на российском рынке создают не только западные компании, но и наши соседи, причем не всегда лишь по ценовому фактору.

Относительно недавно государством было создано АО «Национальное агентство по экспорту и инвестициям «KAZNEX INVEST». Новая структура занялась поддержкой компаний, работающих в несырьевом секторе и, по сути, явилось настоящим спасением для многих производителей в Казахстане.

Главным позитивным моментом АО «KAZNEX INVEST» стало то, что корпорация пошла навстречу к казахстанскому бизнесу, чтобы из первых уст узнать и понять, что мешает стать конкурентными и чем можно и нужно помочь. Как сообщили представители компании, сейчас ведется активная работа по диагностике и оценке экспортного потенциала и готовности отечественных производителей к экспорту, а также сбор, анализ и обобщение проблем, мешающих производителям развивать способность экспортировать. Запланирована помощь в разработке отраслевых стратегий и индивидуальных программ для предприятий по выводу их продукции на экспорт.

Помощь компании будет предоставляться в виде организации обучения, технической помощи, поиска и обеспечения информацией по доступу к рынкам, маркетинговым исследованиям общего, отраслевого характера, созданию баз данных контактов и т.д. Кроме того, АО «KAZNEX INVEST») будет содействовать и в продвижении экспорта казахстанской продукции, устанавливая и поддерживая связи с другими странами, осуществляя поддержку компаниям по выходу на внешние рынки.

В планах организации также заняться вопросом содействия в брендинге казахстанской продукции, а также помощи казахстанским предприятиям в поставках глобальным игрокам на внутреннем рынке, прежде всего, ТНК.

К концу этого года начнет свою работу справочно-информационная служба, в которой можно будет получить необходимую информацию для всех желающих. Впервые будут выпущены справочник казахстанской продукции, которую Казахстан может предложить внешнему миру, реестр казахстанских экспортеров, каталог провайдеров услуг в области обучения. Эти публикации будут распространены по самым различным каналам по разным странам. Информация о казахстанской продукции будет размещена в ряде иностранных

специализированных каталогов. Корпорация окажет содействие в открытии представительств бизнес-ассоциаций за рубежом. Кроме того, появится интерактивный веб-сайт с предоставлением полной информации, базы данных национальных и иностранных экспертов.

Некоторые скептики считают, что государству не стоит вмешиваться в бизнес и повышать конкурентоспособность и экспорт, т.к. это дело самого бизнеса и отрасли. Однако в реалиях сегодняшнего дня, в которых пребывает Казахстан, отсутствие институциональной системы стимулирования и поддержки экспорта ставит отечественный бизнес в менее конкурентные условия по сравнению с их конкурентами как на внешних, так и на внутренних рынках. Даже крупные и всемирно известные компании не смогли бы преуспеть, если бы условия ведения бизнеса в стране не были бы адекватными, не было бы поддерживающей инфраструктуры и поддерживающей институциональной системы.

Всемирный банк провел исследование «Организации по продвижению экспорта: что работает и что не работает»), опубликованное в 2010 году и охватившее 119 стран мира, где функционируют Организации по продвижению экспорта (ОПЭ). Следует отметить важные выводы исследования — что же является факторами успеха развития экспорта: адекватное финансирование (бюджеты

ОПЭ в мире в среднем составляют 0,11% от объема экспорта товаров и услуг страны); подготовленный персонал, который является главным фактором успешной конкуренции на мировых рынках; постоянная поддержка со стороны правительства; работающая сеть взаимодействия, согласованность усилий решения задачи стимулирования экспортной деятельности среди разных заинтересованных сторон государственного и частного сектора; приоритетность рынков и продукции; краткосрочность программ помощи (максимум 2-3 года), что позволяет избежать политику субсидирования [2, с. 33].

В ходе ранее проведенных исследований по оценке экспортного потенциала Казахстана были определены несколько отраслей обрабатывающей промышленности, имеющих наибольший экспортный потенциал. Среди них наиболее приоритетными являются пищевая и химическая отрасли, а также машиностроение, чья продукция вполне могла бы конкурировать с продукцией зарубежных производителей.

Так, в пищевой отрасли наиболее привлекательным представляется экспорт кондитерских изделий, муки, продукции мясоперерабатывающей отрасли, продуктов переработки овощей и фруктов, рыбы и рыбных продуктов, а также алкогольных напитков.

Для экспорта продукции кондитерских предприятий перспективными рынками являются страны Центральной Азии, в основном, Кыргызстан и Таджикистан. Среди стран дальнего зарубежья, перспективным рынком может стать рынок Германии ввиду того, что в данной стране имеется большой спрос на кондитерскую продукцию, в

частности, на шоколадные изделия, со стороны проживающих в Германии выходцев из стран бывшего постсоветского пространства. Также, вследствие растущей популярности отечественных кондитерских изделий имеются возможности их реализации на стремительно и быстро развивающемся рынке Индии.

Продукция мукомольной отрасли может поставляться во многие страны мира как напрямую, так и через специализированные гуманитарные организации, занимающихся закупкой гуманитарной помощи (зерна, муки, товаров первой необходимости и т.д.).

Перспективными рынками экспорта продукции мясоперерабатывающей отрасли являются Россия, страны Азии и Ближнего Востока. Как показывает статистика, в последние годы в России наблюдается постоянная тенденция роста импорта мясной продукции, что говорит об открывающихся возможностях для казахстанского экспорта на рынок данной страны.

Если говорить о странах Азии и Ближнего Востока, то исходя из предпочтений мусульманского населения данных регионов, наиболее обещающим представляется экспорт казахстанской мясной продукции, произведенной на основе halal-стандартов.

Для экспорта продуктов переработки овощей и фруктов наиболее привлекательным является рынок России, а именно северные и северо-восточные регионы, ввиду их удаленности от основных российских регионов произрастания плодовоовощных культур.

Для экспорта рыбы и рыбной продукции в настоящее время наиболее интересным представляется рынок Западной Европы, поскольку казахстанская продукция целиком состоит из пресноводных рыб, потребление которых растет в последние годы, хотя их удельный вес в общемировом улове невысок, что создает определенное конкурентное преимущество перед морской продукцией - это спорный вопрос, в Западной Европе не едят речную рыбу, а в основном морскую и океаническую. Единств исключение - филе судака.

Во многих западных странах также популярна алкогольная продукция. Так, к алкогольной продукции, производимой в Казахстане, имеется особый интерес у потребителей в странах Западной Европы (например, Великобритании).

Так, для экспорта минеральных удобрений привлекательным рынком представляется Китай, который хоть и является сам крупным поставщиком удобрений, в то же время импортирует их значительное количество для удовлетворения собственных нужд из-за рубежа. Устойчивый рост потребления и импорта удобрений характерен и для стран Юго-Восточной Азии и Индии, которые также могут служить многообещающими рынками для сбыта казахстанской продукции. В части экспорта органических и органоминеральных удобрений, экспортными нишами могут стать страны Западной Европы, где в настоящее время преобладает идеология выращивания «органической» сельско-

хозяйственной продукции без добавления в почву химических соединений.

Экспорт химических волокон также является перспективным ввиду того, что такие высокотехнологичные материалы кроме Казахстана производятся лишь в двух странах — США и Японии. Волокна используются, например, в таких отраслях, как ракетостроение и самолетостроение для изготовления высокопрочных несгораемых обшивок. Соответственно, потребителями данной продукции могут стать страны, производящие воздушные суда, в частности, Россия и страны Европы.

Внешняя торговля приобретает все возрастающую значимость для экономики Казахстана. Если экспорт в 2002 году составлял 3,6 млрд. долларов, то в 2012 году он достиг рекордного уровня 48 млрд. долларов. При этом доля экспорта в ВВП в 2012 году составила 46%, что свидетельствует о высоком уровне интегрированностиTM Казахстана в мировую экономику и в то же время об увеличении зависимости экономики страны от внешней среды.

Внешнеторговый оборот в 2012 году достиг 80,5 млрд. долларов. Объем экспорта увеличился по сравнению с 2011 годом на 25%. Динамика роста импорта был выше - 38,5% достигнув 32,7 млрд. долларов. За 10 лет импорт вырос в 3,3 раза. Торговый баланс остается положительным, экспорт в 2012 году превысил импорт на 15 млрд. долларов. Отчасти это было связано с высокими ценами на нефть [3, с. 77].

В торговле готовой продукцией: потребительские товары, текстиль, машины оборудование, сохраняется отрицательный баланс – около 14 млрд. долларов. Растущая экономика Казахстана и потребность в новейших видах оборудования и других, необходимых для производства технологиях будут усугублять данную тенденцию. Вместе с тем, дальнейшее движение торгового баланса, с учетом растущих цен на нефть, вероятно, будет показывать положительное сальдо.

Внешняя торговля Казахстан ориентирована преимущественно на развитые страны. В настоящее время доля стран дальнего зарубежья в экспорте страны достигла 83,3%.

Страны Европы занимают значительную часть в объемах казахстанского экспорта. Так, по информации статистического агентства, основными покупателями казахстанской продукции в 2012 году являлись: Италия (16%), Швейцария (16%), Китай (11,8%), Франция (8%), Нидерланды (5%), Иран (5,1%), Великобритания (2%), Израиль (2,2%) и Турция (2%).

Доля стран дальнего зарубежья в импорте Казахстана составила в 2012 году 55,4%. Между тем, основными импортерами Казахстана в отчетном периоде были: Китай (11%), Германия (7,9%), США (5%), Япония (4%), Италия (4%), Турция (3%), Великобритания (2%) и Франция.

Литература:

- 1 Молчанов В., Супонина И. Экспорт пищевой промышленности РК // АПК: экономика, управление. - 2011.-№9. - С. 46-53.

2 Борхунов Н., Лукашев Н. Цены и аграрный сегмент рынка техники // АПК: экономика, управление. - 2012.- №9.- С.33-37.

3 Пягай А.Лизинг - особая форма пищевого производства//Экономика и статистика. - 2012. -№8. - С.77-79.

Рецензент : к.э.н., профессор Байсалов Ж.