



ЭКСПОРТ АПК ПЛЮСУЕТ

В этом году мы планируем продать продукции сельского хозяйства на сумму более 5,7 миллиарда долларов

Валютная выручка наших предприятий от продажи в другие страны своей сельскохозяйственной продукции и продуктов питания за прошлый год выросла по сравнению с 2018-м на 4,5 % (плюс 238,8 миллиона долларов). На этот раз от реализации продуктов мы получили рекордные 5,519 миллиарда долларов, что составило 16,8 % в общем экспорте страны, сообщил начальник главного управления внешнеэкономической деятельности Министерства сельского хозяйства и продовольствия Алексей Богданов.

МЫ ОТКРЫТЫ ДЛЯ ВСЕХ

За прошлый сезон больше всего выросли поставки молока и молочной продукции (плюс 309,4 миллиона долларов), рапсового масла (35,3 миллиона долларов), готовой или консервированной рыбы (17,9 миллиона долларов), консервированных овощей и фруктов (15,5 миллиона долларов), соевого масла (15,4 миллиона долларов), мяса птицы (14,5 миллиона долларов), яиц (7,2 миллиона долларов), шоколада и прочих готовых продуктов, содержащих какао (10,8 миллиона долларов) и картофеля (4,3 миллиона долларов).

Рост общих поставок был обеспечен за счет как увеличения экспорта натуральных объемов, так и роста цен на продовольствие. География экспорта этой продукции представлена таким образом: страны ЕАЭС покупают у нас 84,7 %, ЕС — 4,4 %, иные страны — 10,9 %.

Следует отметить, что именно в прошлом году активно развивалась географическая диверсификация экспорта. Сельскохозяйственная продукция и продукты питания в 2019 году поставлялись в 104 страны мира. В числе новых рынков сбыта — страны Азии (Афганистан), Африки (Ангола, Бенин, Буркина-Фасо, Гвинея, Кения, Мавритания, Мозамбик, Нигер, Судан, Уганда), Америки и Карибского бассейна (Белиз, Куба, Уругвай), Европейского союза (Люксембург, Финляндия), а также Албания, Босния и Герцеговина.

В минувшем сезоне отечественные производители начали поставлять молочную сыворотку и сухое обезжиренное молоко в Афганистан, в Анголу и Буркина-Фасо — солод, в Бенин, Мозамбик, Нигер — сухое обезжиренное молоко, на Кубу — молочные консервы, сухое молоко, в Финляндию — пушно-меховое сырье, в Албанию — сахар и картофель, а в Боснию и Герцеговину — картофель.

А в нынешнем году запланировано продолжить работу по наращиванию экспорта продовольствия. «У нас уже есть утвержденные правительством планы, они доведены до всех заинтересованных. В планах увеличить поставки на 4,2 % по сравне-



Фото Анастасия КИЩУКА

нию с 2019 годом и выйти на сумму, превышающую 5,7 миллиарда долларов», — сказал Алексей Богданов. Главный упор будет традиционно сделан на молочные продукты. Сейчас проделана огромная работа по улучшению содержания молочного скота на фермах. Продуктивность и производство молока будут расти. Это дополнительное молоко вкупе с высокими ценами на молочную продукцию, которые, по прогнозам, сохранятся и в 2020 году, обеспечит стране прирост объемов экспорта.

НО ГЛАВНЫЙ НАШ РЫНОК — РОССИЯ

Традиционно основные пищевые потоки направляются на рынки ближайшей соседки. Наша страна в прошлом году поставила в Россию продовольствия на 4,3 миллиарда долларов, или на 3 % больше по сравнению с 2018 годом. «Мы снизили долю российского рынка на 1,2 %. Но все равно эта доля остается достаточно высокой», — отметил начальник главного управления.

Основным драйвером роста поставок в эту страну стала молочная продукция. Выручка от ее экспорта увеличилась на 23 %. Выросли также поставки яиц, льноволокна, желатина, семян, рапсового масла. А вот экспорт мяса снизился из-за определенных ограничений на поставки продукции, вводимых российской стороной. В частности, весной 2019 года Россельхознадзор вводил временные ограничения на ввоз говядины на кости и крупного рогатого скота из стран, не имеющих официального статуса Международного эпизоотического бюро по губкообразной энцефалопатии, в том числе из Беларуси. Позже они были сняты, экспорт говядины в Россию в итоге снизился. Немного меньше также поставили туда мяса птицы, колбасных изделий и свинины.

«Но данная ситуация не стала для белорусских производителей одной из нерешаемых. Сейчас склады отечественных мясокомбинатов стоят практически пустые. Те товары, которые недопоставили на российский рынок по тем или иным причинам, мы перенаправили на другие рынки сбыта», — пояснил Алексей Богданов. Кроме того, теперь на 2020 год балансы поставок подписаны. Экспорт молочной продукции в Российскую Федерацию запланирован

в объеме 3 миллиона 600 тысяч тонн. Что касается мяса, то к экспорту запланировано порядка 316 тысяч тонн. Эти показатели — практически на уровне прошлого года.

ПРОДАЖИ НА РЫНОК КИТАЯ ПРОДОЛЖАЮТ РАСТИ

Экспорт белорусской сельскохозяйственной продукции и продуктов питания в Китай в 2019 году увеличился на 59,6 % и составил 131,5 миллиона долларов. Его доля в структуре экспорта в страны Азии и Океании достигла примерно 68 %. Объем поставок переработанной мясной продукции с высокой добавленной стоимостью (такой как говядина и мясо птицы) увеличился сразу на 53,3 миллиона долларов и достиг 44,1 % в общей структуре экспорта продовольствия в Китай. Кроме этого, выросли поставки рапсового масла, льноволокна, шоколада и прочих готовых продуктов с содержанием какао, алкогольных напитков, вод, включая минеральные, а также сухого обезжиренного молока и сухой молочной сыворотки.

Примечательно, что между нашими странами налажена хорошая практика поставки белорусского продовольствия в Китай целыми контейнерными поездами. Поставили уже порядка 20 поездов с молочной продукцией. Планировали в конце 2019 года отправить еще один поезд исключительно с мясной продукцией — говядиной и мясом птицы. Планы сдвинулись на 2020 год. На это есть объективная экономическая причина — выгоднее поставлять эти объемы морским путем. Была и другая причина: нужно больше холодного подвижного состава. Мясная продукция требует глубокой заморозки, ее надо поставлять не простыми контейнерами, а теми, которые держат низкую температуру.

Алексей Богданов заметил, что в последнее время еще несколько белорусских предприятий получили право на экспорт в Китай мясной продукции. Также расширился ассортимент возможных поставок. С учетом этого планируется начать поставки в текущем году именно железнодорожным транспортом в больших объемах.

Сергей КУРКАЧ.

НОВОСТИ СОЮЗА

На пути к транснациональным компаниям

Общие подходы по формированию евразийских компаний и особенности работы компаний на продовольственном рынке обсуждены в Евразийской экономической комиссии в ходе проектно-аналитической сессии, которую организовал Департамент промышленной политики ЕЭК совместно с Деловым советом Евразийского экономического союза и Евразийским центром интеграционных исследований и коммуникаций.

В дискуссии приняли участие представители Конфедерации промышленников и предпринимателей (нанимателей) Республики Беларусь, Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен», Кыргызского союза промышленников и предпринимателей, Института народнохозяйственного прогнозирования РАН, Центра развития потребительского рынка Российской Федерации бизнес-школы «Сколково», Ассоциации «Инфо-парк», Центра многостороннего сотрудничества и евразийской интеграции РСПП.

ЕЭК работает над созданием евразийских компаний. Возможные инструменты их деятельности активно обсуждаются с привлечением заинтересованных предпринимателей стран союза.

Заместитель директора Департамента промышленной политики ЕЭК Тигран АРУТЮНЯН подчеркнул, что по итогам изучения мирового опыта можно выделить ряд потенциальных преимуществ евразийских компаний. «К ним следует отнести, например, развитие экспорта и создание условий для стратегической конкурентоспособности транснациональных компаний союза на рынках третьих стран, углубление кооперации и взаимные инвестиции, приоритетную поддержку на национальном уровне, выбор экономической юрисдикции в ЕАЭС», — сказал Тигран Арутюнян.

По словам модератора сессии — генерального директора НП «Евразийский центр интеграционных исследований и коммуникаций» Станислава НАУМОВА, ведущие бизнес-структуры ЕАЭС видят положительный эффект от создания евразийских компаний.

«Необходимо развивать в дальнейшем горизонтальные диалоги между национальными отраслевыми союзами и таким образом стимулировать создание евразийских отраслевых союзов и Советов рынка. Следующим шагом может стать выработка организационной структуры евразийских компаний с определением принципов и механизмов их работы», — отметил Станислав Наумов.

Как инструмент евразийские компании могут применяться в различных сферах деятельности, и каждая имеет свои особенности. Уже проработан ряд отраслей, где могут быть реализованы первые пилотные проекты. Это ювелирная отрасль, проекты в сфере логистических центров, лифтостроении, в сфере создания систем накопления электроэнергии и аддитивных технологий. Этот список — не исчерпывающий, при заинтересованности бизнеса он может быть дополнен.

«Евразийская компания — организационно-правовая форма, которая, безусловно, имеет большие перспективы, в том числе с точки зрения брендинга отраслевых товаров и последующего продвижения на рынки третьих стран. Первый шаг нами сделан. Далее ожидаем от бизнеса уточненную позицию, после чего подготовим дорожную карту по формированию евразийских компаний», — отметил Тигран Арутюнян.

Ольга МЕДВЕДЕВА.