

# Экспортный бумеранг

## Региональные штрихи внешнеторговой стратегии Беларуси на примере Японии



Руслан ЕСИН,  
Чрезвычайный  
и Полномочный Посол  
Республики Беларусь  
в Японии, доктор  
политических наук,  
доцент

Реализация Национальной программы поддержки и развития экспорта Беларуси на 2016–2020 годы вышла на финальную стадию. В числе тех, кто принимал участие в разработке этого документа, был Руслан ЕСИН, в то время – заместитель директора Департамента внешнеэкономической деятельности МИД Беларуси, а ныне – Чрезвычайный и Полномочный Посол Республики Беларусь в Японии (в Австралии и Новой Зеландии по совместительству). В эксклюзивном интервью журналу «Беларуская думка» он рассказал о реализации шести приоритетов этой программы, а также выразил мнение о том, что в завершающем пятилетний период году стоит сконцентрироваться на экспортном направлении.

– Руслан Олегович, как известно, белорусская экономическая модель во многом опирается на внешнюю торговлю. Как Вы думаете, на чем имеет смысл сфокусироваться в финальный год реализации Национальной программы поддержки и развития экспорта?

– Действительно, доля экспорта в валовом внутреннем продукте Беларуси со-

ставляет более 50 %. Наряду с наращиванием объемов традиционных экспортных позиций, активно заполняются новые зарубежные товарные ниши за счет создания и модернизации предприятий. Немалую роль в этих процессах играет Национальная программа поддержки и развития экспорта. Программный документ, рассчитанный на 2016–2020 годы, стал логическим продолжением ранее принятых стратегических мер в области социально-экономического развития Республики Беларусь и конкретизировал приоритетные цели, задачи и механизмы их реализации во внешнеэкономической деятельности. В заключительный год выполнения программы важно не просто подвести итоги работы, но и использовать оставшееся время для фокусировки усилий на основных мероприятиях по ее реализации, в том числе с учетом начавшейся в 2020 году пандемии COVID-19 и вызванных ею изменений в мировой экономике.

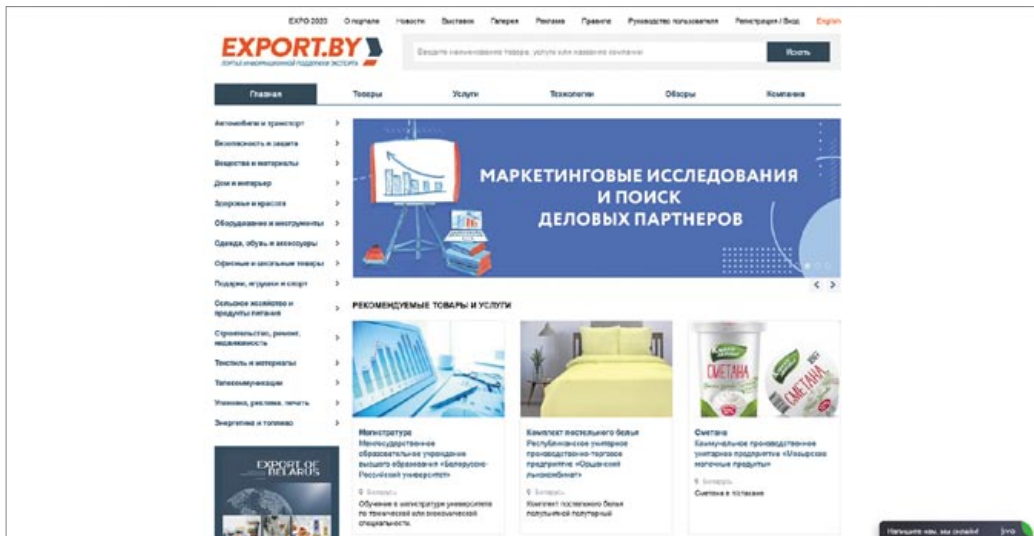
– При формировании программы в нее было заложено шесть основных приоритетов. Давайте остановимся на этих ключевых моментах.

– В свое время наполнение дорожной карты мероприятиями по реализации программы на 2016–2020 годы осуществлялось регуляторами внешнеэкономи-

### НАШЕ ДОСЬЕ

#### ЕСИН Руслан Олегович.

Родился в 1969 году в г. Петропавловске-Камчатском (Россия). Окончил Минское высшее военно-политическое общеобразовательное училище (1990), Белорусский государственный экономический университет (1993), Академию управления при Совете Министров Республики Беларусь (1993), Дипломатическую академию МИД России (1996). В 1990–1991 годах – инструктор идеологического отдела, второй секретарь Ленинского райкома ЛКСМБ города Минска. В 1991–1994 годах – ведущий специалист, главный специалист отдела международных культурных связей Министерства культуры Республики Беларусь. На дипломатической службе с 1996 года. В 2000–2003 годах – советник по торгово-экономическим вопросам Посольства Республики Беларусь в Венгерской Республике. В 2004–2006 годах – заместитель начальника управления информации Министерства иностранных дел Республики Беларусь. С 2006 по 2011 год – Генеральный консул Республики Беларусь в Гданьске (Республика Польша). С 2011 по 2014 год – заместитель начальника управления Содружества Независимых Государств и Евразийского экономического сообщества, в 2014–2017 годах – заместитель директора Департамента внешнеэкономической деятельности МИД Беларуси. С апреля 2017 года – Чрезвычайный и Полномочный Посол Республики Беларусь в Японии, с февраля 2019 года – Чрезвычайный и Полномочный Посол Республики Беларусь в Австралийском Союзе и Новой Зеландии (по совместительству). Доктор политических наук (2012), доцент (2016). Автор трех монографий и более 50 публикаций.



ческой деятельности, региональными властями, предприятиями-экспортерами и экспертным сообществом Беларуси. При этом фактором, определяющим прикладной и ориентированный на достижение положительных результатов характер внешнеэкономической стратегии страны, стало общественное обсуждение основных программных положений. Уже сегодня видны результаты выполнения ключевых мероприятий, обозначенных в качестве шести приоритетов.

Хочу обратить внимание, что в целях реализации первого – «Оптимизация национальной системы поддержки и развития экспорта» – принят Указ Президента Республики Беларусь от 14 ноября 2019 года № 412 «О поддержке экспорта». Он предусматривает в качестве дополнительного механизма возмещение за счет средств республиканского и региональных бюджетов юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям Беларуси до 50 % расходов по участию в международных специализированных выставках (ярмарках) и проведению оценки соответствия продукции в иностранных государствах.

Для обсуждения проблем, требующих оперативного решения, и постановки задач, рассчитанных на краткосрочную и долгосрочную перспективы, при Министерстве иностранных дел Беларуси был создан Совет экспортеров. Он стал удоб-

ной площадкой, где, в частности, рассматриваются вопросы диверсификации экспорта и мероприятий по реализации данного указа. Заседания Совета проводятся в том числе на базе Национального центра маркетинга и конъюнктуры цен, а для обсуждения с участием регионов широко используется формат видеоконференций.

Хочу отметить, что к числу практических результатов работы по реализации этого приоритета следует отнести начало строительства Международного финансового центра в рамках проекта «Минск – Мир». Центр призван привлечь в нашу страну новых представителей бизнеса и способствовать дальнейшему развитию международной финансовой активности в Беларуси. Созданный же несколько лет назад портал информационной поддержки экспорта [export.by](http://export.by) дал возможность сформировать и поддерживать в актуальном состоянии электронные базы данных национальных экспортеров на русском и английском языках. На наш взгляд, в нынешних условиях представляется важным использовать этот ресурс не только как «витрину» белорусских товаров. Портал может служить и для расширения сферы применения электронной торговли, оказания содействия экспортерам в создании электронных складов, проведения электронных аукционов в организациях различных форм собственности,

предоставления возможности оформления покупки товаров, запчастей и комплектующих в онлайн-режиме.

Существенно возросла роль белорусских бизнес-ассоциаций на экспортном направлении. Среди них, безусловно, необходимо выделить Белорусскую торгово-промышленную палату, которая смогла в сжатые сроки запустить проект многоотраслевой выставки «Сделано в Беларуси». При этом проводимый БелТПП конкурс «Лучший экспортер года» стал дополнительным мотиватором для предприятий и компаний к развитию внешнеэкономической деятельности.

**– Вы уже несколько лет работаете в Японии. Скажите, есть ли какие-либо особенности у этого удаленного от Беларуси рынка?**

– Отвечая на этот вопрос, хочу подчеркнуть, что вторым приоритетом программы «Занятие новых ниш на перспективных рынках, сохранение существующих и поиск дополнительных ниш, усиление позиции на традиционных рынках» были определены рынки интеграционных партнеров Беларуси, а также других стран, в том числе государств дальней дуги, к которым, несомненно, можно отнести и Японию.

На примере белорусско-японского сотрудничества хотел бы выделить ряд аспектов, которые представляются актуальными и для отношений со странами ЕАЭС, ЕС и дальней дуги. Так, на интеграционном поле приоритетное внимание уделялось налаживанию кооперационных цепочек между белорусскими предприятиями сферы автокомпонентов и японскими компаниями, осуществляющими в ЕАЭС выпуск автомобильной техники. Формат региональных форумов, например таких, как Восточный экономический форум во Владивостоке, используется для презентации белорусской экспортной продукции и проведения переговоров с зарубежными партнерами из стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Безусловно, привлекательность Беларуси для японского бизнеса будет расти по мере развития экономического диалога Японии с государствами – членами

ЕАЭС и ЕС, а также увеличения объемов грузоперевозок по транссибирскому маршруту, важным транзитным пунктом которого в Европе является наш Брест. Помимо этого, новое «окно возможностей» для представителей бизнес-сообщества Страны восходящего солнца открывается исходя из реализации идеи создания японского субпарка на инвестиционной площадке «Великого камня» и в рамках других преференциальных режимов Беларуси.

Убежден в том, что региональный бизнес использовал и будет далее использовать инициативу «Один пояс, один путь» для налаживания международных контактов, в том числе с целью привлечения зарубежных инвесторов к реализации проектов в Беларуси, включая модернизацию и расширение транспортно-логистической системы.

Напомню, что в мае 2019 года Токио и Фукуока (столица префектуры на севере японского острова Кюсю) принимали масштабные мероприятия, посвященные бизнес-возможностям Беларуси. В них участвовали представители официальных и деловых кругов трех стран: Беларуси, Японии и Китая. Наряду с презентацией индустриального парка «Великий камень» удалось установить межрегиональное взаимодействие Минской области с префектурой Фукуока. Апробированный в Японии формат белорусско-японско-китайского взаимодействия показал себя как перспективный инструмент продвижения совместных инвестиционных проектов.

Весомого результата удалось добиться по продвижению товаров белорусской молочной промышленности, чему способствовало включение Японией в 2017 году Беларуси в список стран, которые могут импортировать на японский рынок молоко и молочные продукты, не подвергавшиеся тепловой обработке.

Кстати, немало важно, что не так давно Беларусь и Япония провели успешные переговоры по согласованию нового стандарта гигиенического сертификата для белорусской молочной, поставляемой на японский рынок.

Эта страна действительно интересна для нас с точки зрения экспорта молочной продукции. поголовье коров и производство молока в Японии снижается из года в год, а спрос на отдельные продукты, такие как сыр, растет.

Также нельзя не учитывать значение советов по торгово-экономическому сотрудничеству. Примером такой инициативы является образованный в феврале 2020 года Белорусско-японский бизнес-клуб. Это неформальное объединение представителей деловых кругов двух стран, заинтересованных в развитии двустороннего экономического, торгового, финансового, кредитно-инвестиционного и других направлений сотрудничества.

Инициаторами создания этого клуба выступили представители японских деловых и общественных кругов, которые давно и успешно взаимодействуют с белорусскими партнерами в рамках совместных проектов в сфере торговли, молодежных обменов и культуры. Члены бизнес-клуба предпринимают усилия по организации и участию в двусторонних мероприятиях в Беларуси, Японии и третьих странах, в том числе во взаимодействии с дипломатическими представительствами Республики Беларусь и Японии.

**– А что Вы думаете о таком немаловажном аспекте экспорта, как оказание услуг?**

– Это направление весьма перспективно, что, между прочим, отражено в третьем приоритете «Увеличение экспортного потенциала в сфере услуг», который также предлагаю рассмотреть на примере белорусско-японского взаимодействия. Экспорт белорусских услуг в Японию растет. В 2019 году он превысил 6 млн долларов: основу составили транспортные и телекоммуникационные услуги. Белорусские и японские компании осуществляют взаимодействие в сфере высоких технологий. Так, в конце 2018 года делегация Парка высоких технологий во главе с директором администрации ПВТ В. Янчевским посетила Токио и Йокогаму. Серьезные



▲ Делегация ПВТ в Японии. 2018 год

позиции на японском рынке имеют такие белорусские компании, как ЕРАМ и Wargaming.

**– Действительно, сфера услуг сейчас выглядит очень привлекательно для отечественного бизнеса. А может ли влиять такой удаленный рынок на интеграционные объединения, в особенности на ЕАЭС, в котором наша страна в этом году председательствует?**

– Четвертый приоритет – «Развитие экономической интеграции в рамках ЕАЭС» – соответствует этим целям. Его реализации способствовало, например, проведение в Японии презентаций потенциала Евразийского экономического союза и встречи руководителей дипмиссий стран – участниц ЕАЭС. В сентябре 2019 года тогдашний член Коллегии

▼ Во время белорусско-японско-китайских мероприятий. Токио, 2019 год



(министр) по промышленности и агропромышленному комплексу Евразийской экономической комиссии Александр Субботин с представителями евразийского бизнеса презентовал в Токио проекты по совместному развитию транспортно-логистических систем и промышленных кластеров.

**– Как известно из мировой практики, развивая экспорт, страны большое внимание уделяют малому и среднему бизнесу. Нашло ли это отражение в программе?**

– «Повышение привлекательности работы субъектов хозяйствования на экспортном направлении, развитие экспортного потенциала малого и среднего предпринимательства» – это пятый приоритет, который является, на наш взгляд, одним из ключевых. Японский вектор в последние годы отличает рост деловой

активности, в том числе предприятий малого и среднего бизнеса, что крайне важно для дальнейшей диверсификации белорусского экспорта в Японию и экспортных потоков Беларуси в целом. В прошлом году наши поставки в Страну восходящего солнца осуществлялись по 34 новым товарным позициям. Экпортировались сыры и творог, желатин, продукты из шоколада, солод, женский текстиль и мужской трикотаж, печатная продукция, аппаратура для производства полупроводников и интегральных схем, центрифуги и фильтрующие установки, которые в 2018 году в Японию не поставлялись. К слову, по экспорту продовольствия в 2019 году по сравнению с предыдущим годом рост составил 58 % – увеличились поставки сухого молока, молочной сыворотки, сгущенных сливок.

При этом проведенные белорусско-японские экономические форумы и презентации дали возможность существенно активизировать контакты на региональном уровне и найти партнеров для взаимной торговли.

В 2019 году на японском рынке реализовано белорусских льняных тканей более чем на четверть миллиона долларов. В марте 2020 года в Токио открылся специализированный магазин по продаже изделий Оршанского льнокомбината.

Кроме того, одним из примечательных событий в двусторонней торговле стала недавняя поставка в префектуру Окинава комплектов каркасных домов производства филиала «Домостроение» РУП «Завод газетной бумаги».

**– Инновационный экспорт – одно из новых и, пожалуй, малоосвоенных направлений внешней торговли. Настолько ли все сложно, как может показаться на первый взгляд?**

– По моему глубокому убеждению, одним из наиболее эффективных путей развития инновационного экспорта является создание совместных производств, что соответствует шестому приоритету «Развитие инновационного экспорта посредством увеличения экспорта наукоемкой продукции и технологий». Примером такой формы сотрудничества с Японией

## Национальная программа поддержки и развития экспорта

Совет Министров утвердил Национальную программу поддержки и развития экспорта Беларуси на 2016–2020 годы и дорожную карту мероприятий по ее реализации.

**Цель** – диверсифицировать и нарастить объемы экспорта к 2020 году в соотношении треть – треть – треть между рынками:



ЕАЭС



ЕС



**ИНЫХ СТРАН,**  
в том числе дальнейшей дуги – Азии и Океании, Африки и Ближнего Востока, Латинской Америки

**За пятилетие планируется увеличить экспорт:**

товаров и услуг

**в 1,21–1,25**  
раза

товаров на новые рынки

**с 5,8 %**  
в 2015 году **до 10 %**  
в общем объеме экспорта товаров в 2020 году

услуг

**с 20,3 %**  
в 2015 году **до 25 %**  
в общем объеме экспорта товаров и услуг в 2020 году

**В числе других целевых показателей:**



превышение темпов роста экспорта над импортом



поставка на экспорт не менее 65 % произведенной промышленной продукции

*Программа предусматривает также продолжение работы по вступлению Беларуси в ВТО, другие направления интеграции экономики Беларуси в общемировое пространство.*

может стать создание на Белорусском металлургическом заводе совместного предприятия по высокоточному, прецизионному производству труб для нефтегазовой индустрии с компанией Toshin Kogyo Co., Ltd.

**– Руслан Олегович, а как бы Вы охарактеризовали совокупные итоги реализации этих шести приоритетов за последние годы?**

– Можно констатировать, что реализация принятой пять лет назад программы позволила создать неплохой задел, который, думаю, может нам пригодиться в самом ближайшем будущем в рамках подготовки очередной государственной программы поддержки и развития экспорта. Как видится, в нынешних условиях на первый план выходит организация торговли в электронном, удаленном режиме, соответственно, это направление могло бы стать ключевым приоритетом программы.

Итоги первого квартала 2020 года показали: ряд экспортлируемых Беларусью товарных групп, несмотря на сложную обстановку в мировой экономике, смогли продемонстрировать прибавку в зарубежных поставках. В частности, сельскохозяйственной продукции и продовольствия поставлено на 120 млн долларов больше, чем за аналогичный период прошлого года, машин, оборудования и транспортных средств – на 55 млн, ДСП, ДВП, фанеры, мебели – на 35 млн, текстиля – на 25 млн долларов. Как видно, запущенный несколько лет назад механизм диверсификации экспорта приносит плоды – вложенные силы и ресурсы бумерангом возвращаются в виде конкретных показателей. Это дает уверенность в том, что структура белорусского экспорта по формуле 30–30–30 достижима, хотя и не сразу. Напомню, эта формула подразумевает равномерное распределение экспорта: треть товаров и услуг поставляется в страны ЕАЭС, еще треть – в страны Евросоюза и треть – в страны так называемой дальней дуги, в дальнее зарубежье.

**– Уверена: когда этот «бумеранг» запускали, было немало скептиков. Что бы Вы могли сегодня им сказать?**

– В основе такого экспортного бумеранга – стратегически выверенный курс белорусской экономики, направленный на максимизацию прибыли от внешней торговли и направление этой прибыли на создание новых производств, модернизацию предприятий и создание площадки для притока иностранного капитала. Разделяю мнение о неразрывной связи экспортной и инвестиционной стратегий, а также о перспективности объединения финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсов, задействованных в рамках реализации внешнеэкономической стратегии, в единую высокопрофессиональную структуру. Такая структура могла бы действовать в качестве «одного окна» для иностранных покупателей белорусских товаров и инвесторов, а также представлять экспортный и инвестиционный потенциал Беларуси за рубежом.

Жизнь не стоит на месте. Меняются подходы и методы работы на мировых рынках, открываются новые возможности для продвижения белорусских товаров и новые ниши для стратегических вложений отечественными компаниями в перспективные проекты за рубежом. Некоторые наши партнеры в Европе уже начали работу по этому направлению.

Непредвиденные события начала 2020 года, связанные с распространением нового коронавируса, показали, как быстро может меняться ситуация не только на местном, но и на глобальном уровне. Они еще раз подтвердили важность знания о текущей обстановке в отрасли, на предприятии, в отдельном коллективе, а также способности к адаптации в изменяющихся внешних условиях.

Сегодня приоритетной задачей белорусского «экспортного штаба», если говорить образно, является оперативная корректировка основных направлений внешней торговли в новых условиях. Вместе с тем необходимо понимать, что без активной адаптации внешнеэкономических служб самих предприятий-экспортеров усилия этого «штаба» не дадут должного результата.

Беседовала Алина ГРИШКЕВИЧ ▮