

Страновые предпочтения и конкурентоспособность экспорта Беларуси, Казахстана и России¹

Б.Д. Хусаинов

Булат Доскалиевич Хусаинов – д.э.н., заведующий Отделом исследований глобализации и региональной интеграции Института экономики МОН РК, директор частного учреждения «Центр исследований мировой экономики», главный редактор научного журнала «Казахский Экономический Вестник». В 1991–1997 годы являлся консультантом Высшего экономического совета при Президенте Республики Казахстан, советником Председателя Верховного совета, помощником Вице-президента Казахстана, советником Посольства РК в США, советником Министерства иностранных дел республики. Действительный член Нью-Йоркской Академии наук и Международной Академии творчества. Автор более 150 научных работ, опубликованных в Австрии, Великобритании, Германии, Голландии, Китае, Южной Корее, России, США, странах Балтии, Турции, Франции, Швеции, Японии и других странах. Специализация: макроэкономика, проблемы международной миграции капитала и мировой торговли, исследование конъюнктуры мировых рынков, внешнеэкономические связи и инвестиционная политика национальной экономики, исследования в нефтегазовом, энергетическом секторах реальной экономики.
E-mail: Bkhusainov@gmail.com; Bkhusainov@mail.ru

Современный этап развития международных экономических связей характеризуется усилением конкуренции в глобальном масштабе, в том числе между традиционными центрами мирового хозяйства. В мировой экономике наблюдается усиление процессов регионального интеграционного взаимодействия. В этом контексте создание Таможенного союза (ТС) Евразийского экономического сообщества (ЕврАзЭС), в который вошли Республика Беларусь (РБ), Республика Казахстан (РК) и Российская Федерация (РФ), является своевременным ответом на усиливающиеся процессы глобализации и вызовы мировой экономики в целом и международной торговли в частности.

Основная цель создания ЕврАзЭС и ТС – укрепление интеграционных отношений между тремя республиками. Считается, что эти структуры будут способствовать углублению интеграционных отношений. Однако дейс-

¹ Проект выполнен при техническом содействии Евразийского банка развития.

тивность оказывается иной. Потому целесообразно провести анализ развития торговых отношений трех стран с момента создания ЕврАзЭС, а также определить уровень конкурентоспособности их экспортного сектора.

Традиционно анализ географической направленности внешней торговли национальной экономики осуществляется по удельному весу торговых партнеров в экспорте и импорте. Нами же в настоящем исследовании был использован другой подход. В частности, рассчитаны коэффициенты предпочтения для Беларуси, Казахстана и России, которые отражают уровень реальной интеграции товарных рынков национальных экономик.

Эти коэффициенты позволяют выявить торговые связи, в которых страны обладают высокой степенью притяжения друг к другу. Если значение коэффициента равно нулю, то торговые связи между государствами отсутствуют, если единице, то находятся на среднемировом уровне. Чем выше значение коэффициента, тем больше уровень торговой интеграции между странами. Коэффициент предпочтения рассчитывается по формуле:

$$K_1 = T_i / T_w \quad (1)$$

где T_i – доля торгового партнера в торговле с каким-либо государством; T_w – удельный вес страны-партнера в международной внешней торговле.

В ходе исследования были рассчитаны коэффициенты предпочтения для всех трех республик. Отобраны страны-партнеры, для которых значение коэффициентов предпочтения превышает единицу (см. таблицы 1, 2, 3).

Для Беларуси высокий уровень интеграции характерен в торговле с Латвией, Россией, Украиной, Эстонией, Литвой, Польшей, Пакистаном, Голландией и Казахстаном (в порядке убывания значения коэффициента K_1). В торговле с этими странами значение коэффициентов предпочтения выше единицы, причем для первых четырех характерно существенное превышение. В ряде государств (Швеция, Норвегия, Германия, Бразилия, Индия и Франция) коэффициент предпочтения близок к единице. Для остальных стран торговая интеграция РБ находится ниже среднемирового уровня.

Содержательный анализ формулы (1), а также страновых внешнеторговых показателей позволяет утверждать следующее. Анализ коэффициентов предпочтения должен осуществляться с определенной осторожностью. В частности, чем меньше удельный вес страны в мировой торговле, тем выше (при прочих равных условиях) будет значение коэффициента K_1 . Это подтверждается анализом исходных статистических данных в торговле Беларуси с Россией и Латвией, а также удельным весом этих стран в мировой торговле. Так, Россия в торговле с Беларусью занимает первое место, а Латвия – четвертое. Удельный вес внешней торговли РФ с РБ в 7.3 раза превышает аналогичный показатель Латвии (в 2009 году 47% против 6.4%). К тому же доля России в мировой торговле заметно выше, чем доля Латвии.

Характерно, что уровень торговой интеграции Беларуси с Казахстаном и Россией с момента образования ЕврАзЭС заметно снизился, о чем свидетельствует уменьшение значения коэффициента предпочтения для этих стран. Существенно снизился уровень торговой интеграции с Латвией. В 2003–2006 годах коэффициенты предпочтения для Украины имели тенденцию к снижению, но в 2009-м отмечен высокий уровень, сопоставимый с уровнем 2001–2002 годов. Тенденцию снижения имеют коэффициенты предпочтения для Польши, Пакистана и Индии. Заметно вырос уровень интеграции товарных рынков в торговле с Эстонией, Голландией, а в последние два года анализируемого периода – с Великобританией (см. таблицу 1).

Страны-партнеры	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Латвия	120.4	124.17	107.1	83.48	83.64	80.89	66.23	64.02	97.46
Россия	52.02	48.95	45.86	42.18	29.9	26.26	24.88	20.7	25.92
Украина	12.93	12.05	5.92	4.11	3.78	3.98	5.36	6.78	12.05
Эстония	3.31	3.72	2.51	2.68	3.67	3.58	3.83	4.76	6.04
Литва	0.34	0.13	0.05	0.44	0.36	0.1	0.55	1.4	3.27
Польша	4.09	3.93	4.52	4.58	4.81	4.42	3.55	3.45	3.1
Пакистан	н/д	н/д	4.6	4.63	5.5	5.94	2.21	1.86	2.24
Голландия	0.49	0.81	0.82	1.07	2.5	2.83	2.65	2.53	2.04
Казахстан	4.29	4.03	3.42	2.69	2.48	1.65	1.48	1.37	1.76
Швеция	1.17	0.98	0.95	0.99	1.28	1.54	1.21	0.79	0.93
Норвегия	0.79	0.72	0.81	0.77	0.63	0.65	0.67	0.76	0.79
Германия	0.52	0.38	0.37	0.41	0.66	0.7	0.66	0.82	0.71
Бразилия	0.25	0.38	0.47	0.56	0.72	0.84	0.96	0.64	0.68
Индия	3.12	2.44	2.1	1.87	1.3	1.16	1.08	0.77	0.63
Франция	0.25	0.33	0.23	0.33	0.51	0.54	0.59	0.7	0.62

Для Казахстана высокий уровень интеграции товарных рынков характерен в торговле с Украиной, Россией, Швейцарией, Словакией, Израилем, Ираном, Италией, Румынией, Беларусью, Финляндией, Турцией, Польшей и Китаем. Существенно снизился уровень торговой интеграции Казахстана и России: значение коэффициента предпочтения уменьшилось в 2.8 раза. Значение коэффициента K_1 для Беларуси в течение 2001–2007 годов неуклонно возрастало, затем в 2008-м снизилось и в 2009-м снова повысилось. За эти годы уровень интеграции рынков усилился во внешней торговле со Швейцарией, Словакией, Израилем, Италией, Румынией, Грецией, Финляндией, Китаем и Францией. В анализируемом периоде среднемировой уровень торговой интеграции превышен: с Грецией – с 2006 года, Францией – с 2004-го, Голландией – с 2007-го (в 2009-м снова стал ниже среднемирового уровня), с Австрией – с 2009 года (см. таблицу 2).

Таблица 1
Коэффициенты предпочтения для Республики Беларусь, 2001–2009 годы

Источник: подсчитано и составлено по данным COMTRADE
Примечание: цветом выделены значения коэффициентов предпочтения, характеризующие уровень торговых связей ниже среднемирового

Страны-партнеры	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Узбекистан	45.16	43.14	36.05	41.49	32.54	28.99	38.07	32.41	36.78
Украина	16.51	11.61	11.51	9.24	6.88	7.55	8.3	7.97	16.17
Россия	26.91	20.34	19.42	16.53	13.01	11.45	10.2	8.03	9.58
Швейцария	3.2	4.41	6.65	9.98	11.18	11.07	8.96	9.63	4.8
Словакия	1.14	1.11	1.56	1.28	0.52	0.39	0.29	1.75	4.48
Израиль	0.36	0.46	1.03	2.61	3.84	2.9	3.74	5.55	4.39
Иран	4.5	5.29	5.05	5.32	4.25	7.94	6.64	3.76	3.81
Италия	2.09	1.79	1.5	2.84	2.99	3.8	3.05	3.57	3.63
Румыния	0.73	4.08	0.95	0.71	3.65	3.91	2.38	2.47	3.18
Беларусь	2.68	3.1	3.53	3.07	3.34	3.32	3.44	2.32	2.91
Греция	1.43	0.86	0.2	0.12	0.95	1.82	1.37	1.34	2.42
Финляндия	1.4	1.25	1.56	1.63	1.41	1.38	1.48	1.78	2.13
Турция	2.38	2.48	1.87	1.74	1.36	1.58	2.37	2.54	1.93
Польша	2.14	3.3	1.85	1.26	1.38	0.85	0.75	0.69	1.69
Австрия	0.02	0.02	0	0	0	0	0	0	1.53
Китай	1.34	1.69	1.81	1.33	1.2	1.23	1.46	1.41	1.47
Франция	0.21	0.15	0.47	1.19	1.51	1.48	1.41	1.42	1.31
Голландия	0.56	0.48	0.51	0.61	0.72	0.98	1.1	1.4	0.92
Канада	0.09	0.08	0.09	0.32	0.45	0.23	0.26	0.25	0.88
Великобритания	0.73	0.49	0.4	0.37	0.38	0.62	0.61	0.68	0.8

Таблица 2 Коэффициенты предпочтения для Республики Казахстан, 2001–2009 годы

Высокий уровень интеграции рынков характерен в торговле России с Беларусью, Латвией, Украиной, Казахстаном, Финляндией, Турцией, Польшей, Словакией, Венгрией, Италией, Голландией, Чехией, Швейцарией. Уровень торговой интеграции с Беларусью в анализируемом периоде возрос, а с Казахстаном понизился, хотя и остается на сравнительно высоком уровне. За эти годы повысился уровень торговой интеграции с Финляндией и Голландией, а с остальными странами – понизился. Превышен среднемировой уровень торговой интеграции: с Австрией – с 2005 года, с Великобританией – с 2009-го (см. таблицу 3).

Следует отметить, что важность товарных потоков невозможно сравнить, используя показатели, рассчитанные на одну страну. Устранить указанный недостаток можно, определяя коэффициент взаимного предпочтения для двух стран одновременно. Коэффициент рассчитывается по формуле:

$$K_2 = \{average K_1^{ij}, K_1^j\}, \tag{2}$$

где: K_1^{ij} – коэффициент предпочтения i -ой страны для страны j , K_1^j – коэффициент предпочтения j -ой страны для страны i .

На основе формулы (2) были рассчитаны коэффициенты K_2 для каждой из двух пар – Беларуси и Казахстана, Беларуси и России, Казахстана и России. Для этого было определено среднее значение коэффициентов

Страны-партнеры	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Беларусь	30.66	42.48	36.49	39.88	50.23	50.8	43.59	37.39	41.61
Латвия	17.63	20.48	16.85	10.72	12.96	11.88	11.47	11.74	14.74
Украина	10.24	9.91	9.83	10.14	11.05	11.32	8.08	9.72	14.04
Казахстан	27.75	22.67	21.31	17.93	13.34	11.46	10.14	7.91	9.32
Финляндия	6	5.45	5.32	5.18	5.68	5.62	4.84	6.31	7.07
Турция	10.93	8.86	8.16	7.57	6.57	5.96	5.33	5.22	4.9
Польша	7.53	6.22	4.71	4.38	3.54	3.55	2.79	3.16	3.76
Словакия	7.48	5.51	3.82	4	3.91	2.78	2.58	2.65	3.25
Венгрия	3.83	3.15	2.98	2.49	2.94	2.98	2.01	2.59	2.61
Италия	2.72	2.48	2.45	2.43	2.69	2.77	2.25	2.7	2.55
Голландия	1.89	2.31	2.09	1.78	1.9	2.09	2.22	2.35	2.18
Чехия	2.66	2.22	2.1	1.7	1.92	1.82	1.2	1.65	1.61
Швейцария	1.44	2.73	2.45	2.53	2.8	2.58	2.37	1.45	1.35
Великобритания	0.75	0.65	0.72	0.68	0.76	0.74	0.74	0.9	1.01
Австрия	0.88	0.97	0.9	0.85	1.05	1.09	1.21	1.17	1
Швеция	1.46	1.24	1.1	0.91	0.94	1.08	0.83	1.18	0.99
Индия	1.51	1.59	1.87	1.3	0.79	0.72	0.6	0.61	0.88
Южная Корея	0.55	0.59	0.56	0.6	0.72	0.83	1.04	0.94	0.8
Китай	1.56	1.32	1.01	0.95	1.02	0.97	0.72	0.91	0.78
Бразилия	0.79	0.67	0.81	0.71	0.49	0.43	0.52	1	0.75
Франция	0.66	0.62	0.68	0.69	0.73	0.72	0.66	0.76	0.68
Япония	0.38	0.31	0.4	0.52	0.53	0.55	0.76	0.82	0.67
Германия	0.76	0.76	0.73	0.78	0.56	0.54	0.55	0.56	0.59

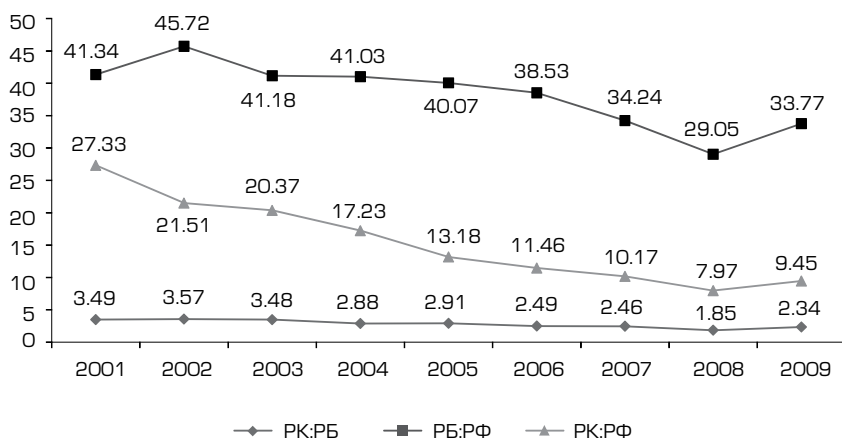


Рисунок 1

Коэффициенты взаимного предпочтения во внешней торговле для Беларуси, Казахстана и России, 2001–2009 годы

Источник: собственные расчеты

Таблица 3

Коэффициенты предпочтения для Российской Федерации, 2001–2009 годы

Источник: подсчитано и составлено по данным COMTRADE
Примечание: цветом выделены значения коэффициентов предпочтения, характеризующие уровень торговых связей ниже среднемирового

предпочтения K_1 для Беларуси в торговле с Казахстаном и наоборот – коэффициенты предпочтения K_1 для Казахстана в торговле с Беларусью и так далее. Рассчитанные коэффициенты взаимного предпочтения K_2 для каждой пары из трех стран – партнеров по ЕврАзЭС подтверждают ранее полученные результаты, которые свидетельствуют: наиболее высокий уровень интеграции торговых рынков наблюдается между РБ и РФ, а наименьший – между РБ и РК. Характерная особенность внешнеторговых отношений трех стран – уровень торговой интеграции между ними падает, особенно между Казахстаном и Россией (см. рисунок 1).

Концентрация экспорта Беларуси, Казахстана и России. При анализе структурных изменений в торговле важно определить степень концентрации/диверсификации экспорта. Известно, что чем шире номенклатура экспорта национальной экономики, тем больше возможностей для физических и стоимостных объемов взаимной торговли. Поэтому для количественной оценки степени концентрации экспорта/импорта по континентам и группам стран был использован индекс Герфиндаля – Хиршмана (Herfindahl-Hirschman index – ННН), который определяется как сумма квадратов долевых показателей экспорта/импорта i -ой страны в общем объеме экспорта/импорта национальной экономики:

$$HHI = d_1^2 + d_2^2 + \dots + d_n^2, \quad (3)$$

где n – количество стран.

По значениям коэффициентов концентрации и индексов Герфиндаля – Хиршмана выделяются три типа рынка:

- I тип – высококонцентрированные рынки: $2000 < HHI < 10000$;
- II тип – умеренноконцентрированные рынки: $1000 < HHI < 2000$;
- III тип – низкоконцентрированные рынки: $HHI < 1000$.

Как правило, коэффициент ННН рассчитывается только для экспорта. В данной работе он был рассчитан как для экспорта, так и для импорта Беларуси, Казахстана и России, что дает представление не только о пунктах назначения продукции этих стран, но и пунктов, откуда ввозятся товары.

Содержательный анализ значений коэффициентов ННН и динамики его изменения в 2001–2009 годах (см. таблицу 4) позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, в экспортно-импортных поставках всех стран расширяется спектр внешних рынков. Во-вторых, экспорт из РБ, РК и РФ все в большей степени концентрируется в границах развитых экономик. Это может означать, что торговля в этом направлении все больше становится зависимой от нескольких товаров. В-третьих, снижается степень концентрации экспорта из Беларуси и Казахстана в СНГ, ЕврАзЭС, в том числе Россию. Следовательно, экспорт в эти интеграционные образования становится более диверсифицированным². В-четвертых, следует помнить, что повышение концентрации экспорта отражает сокращение коли-

² Примечание: диверсификация – величина, обратная коэффициенту ННН

чества и номенклатуры экспортируемых товаров или же увеличение доли отдельных товаров в общем объеме их поставок на внешние рынки.

У Беларуси отмечался рост коэффициента ННІ для экспорта в развитые экономики мира (в особенности в Голландию), в Азию, Америку и Центральную и Восточную Европу (ЦВЕ), в том числе на Украину и в Латвию. Анализ структуры экспорта РБ свидетельствует, что рост концентрации экспорта в Голландию связан с увеличением поставок в эту страну нефтепродуктов. Примечательно: если в 2001–2004 годах страны СНГ и ЕврАзЭС относились к категории высококонцентрированных рынков, то с 2005-го они стали умеренноконцентрированными. Причем уровень концентрации экспорта в страны – члены ЕврАзЭС и Россию ежегодно снижается. Напротив, повышается уровень концентрации белорусского экспорта на рынках Азии и ЦВЕ (см. таблицу 4).

Таблица 4

Коэффициенты Герфиндаля – Хиршмана для экспорта Беларуси, Казахстана и России, 2001–2009 годы

Источник: подсчитано и составлено по данным COMTRADE database

Регионы и группы стран	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Республика Беларусь									
СНГ	3637.7	2988	2985.9	2814.7	1951.7	1904.9	2136.8	1917.2	1925.6
ЕврАзЭС	2883.5	2514.3	2483.9	2303.5	1370.5	1310.1	1464.8	1123	1121.6
Россия	2828.8	2458.6	2407.4	2208.8	1279	1204.2	1337.7	1035	995.2
Казахстан	0.1	0.2	0.5	0.8	1.3	1.7	2.2	1.2	2.2
Азия – всего	46.3	55.8	36.8	47.1	70	52.7	63.6	59.4	103.7
Америка – всего	6.7	6.9	6	7	9.4	13.1	12	24.8	15
Развитые экономики – всего	918.4	1273.9	1434.8	1520.2	2172.7	2386.7	2098.6	2030	1979.9
ЦВЕ	543.9	375.1	285.9	300.1	320.9	331.7	410.6	650.5	545.8
Республика Казахстан									
СНГ	943.2	504.5	531.3	406.5	213.2	212.2	278.2	242.2	247.9
ЕврАзЭС	450.9	253.3	261.5	221.8	128.5	108.8	116.9	93.5	86
Россия	417.5	233.8	231.6	193.1	110.5	95.1	95.2	76.6	67.4
Беларусь	0	0	0	0	0	0	0.1	0.1	0
Азия – всего	454.2	675.8	646.2	518.8	425.8	525.2	779.8	696.3	764.2
Америка – всего	467.5	568.1	509.7	43.1	40.3	5.5	3.9	2.7	28.8
Развитые экономики – всего	1085	951.5	1125.4	3259.4	4371.7	4268.6	3492.6	3768	3614.1
ЦВЕ	76.4	82.8	47.7	19.1	29.1	25.4	27.4	49.9	108
Российская Федерация									
СНГ	211.4	216.8	235.2	263.4	182.4	197.3	210.3	223.2	241.9
ЕврАзЭС	67.1	63.4	69.9	80.9	51.2	58.3	73.6	69.8	82.1
Беларусь	27.6	30.8	32.3	38.2	17.6	18.9	23.8	25.6	30.7
Казахстан	7.7	5.1	6	6.6	7.3	8.9	10.7	8.1	9.2
Азия – всего	489.6	524.7	561	548.5	474.5	442.7	449.8	562.4	717.7
Америка – всего	67.5	49	36.2	32.3	22.6	20.1	12	20.8	18.9
Развитые экономики – всего	4050.5	3871.7	3877.5	3908.1	4422.5	4542.4	3146.8	4179.8	3703.6
ЦВЕ	436.6	384.5	373.1	333.4	351.7	345.3	223.2	361.3	257.4

Анализ индексов ННІ, рассчитанных для Казахстана, показывает повышение уровня концентрации для экспортных поставок на рынки развитых экономик, которые в течение 2004–2009 годов стали относиться к категории высококонцентрированных (см. таблицу 4). Это произошло за счет повышения концентрации казахстанского экспорта на рынок Италии, куда поставляется главным образом сырая нефть. В частности, за последние годы удельный вес экспорта углеводородного сырья в эту страну повысился в 1.7 раза – с 56 до 96%, а темп роста к концу периода увеличился в 11.7 раза (весь экспорт из Казахстана в Италию возрос в 7 раз). Подчеркнем, что высокая концентрация экспорта означает также его большую уязвимость от изменений, происходящих на мировых рынках ограниченного числа товаров.

Несмотря на низкий уровень концентрации экспорта Казахстана на азиатских рынках, значение индекса ННІ имеет тенденцию к повышению, что связано с ростом концентрации экспортных поставок на рынок Китая, куда интенсивно поставляется углеводородное сырье (порядка 40% всего казахстанского экспорта в Поднебесную). За эти годы темп их роста увеличился в 22.8 раза. Здесь значителен удельный вес поставок черных и цветных металлов – повышение в 8.9 раза (весь казахстанский экспорт на рынок Азии за этот же период возрос в 6.5 раза). Рост концентрации среди развитых экономик наблюдается и в экспорте из РК во Францию. Сюда также поставляется главным образом сырая нефть, ее удельный вес в 2009 году составил 87% от всего экспорта в эту страну, еще 12% – химические радиоактивные элементы и их изотопы. Существенно снизился уровень концентрации экспорта на американский рынок, что связано с уменьшением в 2009-м по сравнению с 2001–2003-м удельного веса поставок нефти в этот регион. К примеру, в 2003 году их доля составляла 95% всего экспорта на американский рынок, в 2008-м – 42%, 2009-м – 75%.

Концентрация казахстанского экспорта на рынки стран СНГ и ЕврАзЭС, в том числе России, имеющая невысокий уровень, за девять лет многократно снизилась. Добавим, что экспорт из Казахстана на белорусский рынок имеет нулевую концентрацию.

Содержательный анализ значений российского индекса ННІ и динамики его изменений (см. таблицу 4) свидетельствует о стабильно низком уровне концентрации экспорта в страны СНГ и ЕврАзЭС, в том числе на рынки Беларуси и Казахстана. Несмотря на низкий уровень концентрации российских экспортных поставок на рынки Азии, он имеет повышательную тенденцию, приближаясь к среднему уровню.

За последние девять лет произошло снижение степени концентрации российского экспорта в развитые экономики, хотя она продолжает сохранять высокий уровень. Это связано со значительным ростом (в 4.4 раза) стоимостных объемов поставок на рынки этих стран сырой нефти и нефтепродуктов, полученных из битуминозных пород, их удельный вес за этот период увеличился с 40 до 61%. Причем на рынки развитых экономик поставляется большая часть экспорта этой продукции

(в 2009 году – 80%). Среди этой группы стран наблюдается тенденция роста концентрации экспорта в Голландию. Удельный вес российских поставок в это государство в анализируемом периоде возрос с 4.7 до 12%, а стоимость экспорта увеличилась в 7.7 раза (самый высокий темп роста среди всех стран, куда поставляется такая продукция из РФ). (Для сравнения: весь российский экспорт вырос в 3 раза, в развитые экономики – в 2.9 раза.)

Снижается уровень концентрации экспорта России на рынки Америки и стран ЦВЕ, о чем свидетельствует понижающееся значение индекса ННІ (см. таблицу 4). Среди стран ЦВЕ основным партнером является Польша, доля которой в общем объеме экспорта из РФ колеблется в интервале 3.1–4.3%.

Анализ внешнеторговых показателей государств ТС свидетельствует: экспортные поставки из этих стран на рынки развитых экономик очень слабо диверсифицированы и являются еще одним подтверждением того, что они во многом зависят от мировой конъюнктуры сырьевых товаров, в первую очередь нефти.

Был рассчитан индекс Герфиндаля – Хиршмана для импорта в Беларусь, Казахстан и Россию из основных континентов мира и интеграционных образований (см. таблицу 5). Высокий уровень концентрации у РБ для импорта из стран СНГ, ЕврАзЭС, в том числе из России отмечается в 2001–2009 годах. К концу анализируемого периода значение индекса ННІ заметно снизилось, тем не менее концентрация импорта из этих стран остается на высоком уровне.

У Казахстана высокий уровень концентрации импорта отмечался по СНГ в 2001–2008-м, но в 2009-м он снизился до средней степени. Это обусловлено уменьшением в 2009 году по сравнению с 2008-м стоимости импортных поставок из СНГ на 31% и, как следствие, сокращением их удельного веса (с 46 до 42%). Импортные поставки в РК для абсолютного большинства стран, по которым были рассчитаны индексы ННІ, заметно снизились. Исключение – положительная динамика импорта из Италии, Великобритании, Голландии и Украины.

Импортные поставки в Россию из интеграционных объединений (СНГ, ЕврАзЭС) имеют низкую степень концентрации. К тому же наблюдается явно выраженная тенденция снижения значений индекса ННІ для этой группы стран. Высокий уровень концентрации импорта в РФ характерен для рынков развитых экономик, о чем свидетельствует индекс ННІ, значение которого в 2001–2009 годах, за исключением 2005-го, превышает величину 2000. Импортные поставки в Россию из других регионов мира имеют низкий уровень концентрации, следовательно, для них характерна хорошо диверсифицированная структура ввозимых в страну товаров.

Для импорта в Беларусь из развитых экономик характерен низкий уровень концентрации, что свидетельствует о значительной диверсификации поставок. Наибольший уровень концентрации характерен для импорта из Германии. Импортные поставки из этой страны, увеличившиеся за эти

годы в 3.7 раза, имеют высокую степень диверсификации и представлены несколькими сотнями видов продукции.

Таблица 5
Коэффициенты
Герфиндала
– Хиршмана для
импорта Беларуси,
Казахстана и
России, 2001–
2009 годы

Источник: подсчитано
и составлено по
данным COMTRADE
database

У Казахстана концентрация импорта из развитых экономик имеет стабильно средний уровень: индекс ННІ находится в диапазоне значений между 1000 и 2000. Наибольший удельный вес импорта среди этой группы стран характерен для поставок из Германии и Италии. В общем объеме импорта из Германии наибольший удельный вес приходится на поставки автомобилей, металлоконструкции из черных металлов, лекарственные средства. Их совокупная доля в 2009 году составила 17.2%. Основная статья импорта из Италии в Казахстан – поставки комплектующих из группы товаров «машины, оборудование и механизмы», что составляет 21% (в 2009-м) от всего объема товаров, ввозимых в РК из этой страны.

Регионы и группы стран	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Республика Беларусь									
СНГ	4893.8	4793.9	4849.5	5217	4432.8	4217.3	4392.1	4354.3	4073
ЕврАзЭС	4332.7	4270.2	4346.8	4673.4	3680.2	3477.2	3662.9	3631.1	3462
Россия	4306.6	4242.6	4325.9	4647	3653.6	3435.5	3595.4	3573.9	3425.3
Казахстан	0	0	0	0	0	0.1	0.3	0.2	0.1
Азия – всего	7.8	6.5	6.4	9.2	19.7	34.6	45	58.2	60
Америка – всего	12.2	8.7	6.8	4.8	8.9	8.4	5.7	5.1	7.3
Развитые экономики – всего	578.8	590.6	591.5	494.9	621	676.2	626.8	619.3	705.4
ЦВЕ	80.2	72.9	85.6	87.8	139.1	144	124.5	128.8	109.8
Республика Казахстан									
СНГ	2641.6	1968.7	2181.3	2257.3	2194.3	2181.2	1977.4	2137.9	1809.7
ЕврАзЭС	2082.2	1420.8	1608.5	1468.2	1534.5	1561	1341	1400.2	1063.3
Россия	2017.1	1358.8	1519.2	1382.3	1441.9	1467.5	1253.7	1322.8	980.7
Беларусь	0.5	0.7	1.3	1.3	1.4	1.4	1.5	1.1	1.7
Азия – всего	205.9	311.3	327.4	372.9	374.6	462.2	661.9	583	534.5
Америка – всего	69.7	94.8	65.1	46.3	87.4	46.5	41.8	51.9	49.8
Развитые экономики – всего	1365.9	1554.3	1449.2	1403	1439.3	1347.5	1273.7	1134.4	1375.4
ЦВЕ	30.8	52.5	51.6	98.6	65.3	55.5	62.8	76.5	122.3
Российская Федерация									
СНГ	713.6	484.4	525	549.4	322	263.6	223	188.2	163.1
ЕврАзЭС	215.8	172.4	172.3	180	105.5	63.8	48.7	43.8	41.3
Беларусь	88.6	74.2	72.4	73.6	43.2	24.7	19.8	15.8	15.4
Казахстан	23.2	17.8	18.6	20.6	12.1	7.8	5.3	5.7	4.7
Азия – всего	410.2	443.2	531.1	664.3	389.3	931.4	1082.5	1149.8	934.9
Америка – всего	171.7	141.8	101.9	66.3	38.9	88.3	81.7	84.1	104.3
Развитые экономики – всего	3160.7	3410.5	3298	3262.1	1912	3337.6	3262.9	3388	3451.4
ЦВЕ	242.7	200	231.1	234.6	137.5	191.7	186.5	194.9	181.3

Для всех трех республик ЕврАзЭС характерен рост концентрации импорта из Азии, причем у России и Казахстана индекс HHI имеет заметно большее значение, чем у Беларуси. Концентрация импорта из ЦВЕ у РБ и РК увеличивается, а у РФ уменьшается, поскольку на российский рынок поставляется значительное число товаров из развитых экономик (см. таблицу 5).

Конкурентоспособность экспортного потенциала Беларуси, Казахстана и России. В мировой экономической литературе тема конкурентоспособности последние 25 лет остается одной из центральных. Представим краткий обзор по этой теме.

В научных исследованиях глобальной (межстрановой) конкурентоспособности выделяются разработки Всемирного экономического форума, которые публикуются в его ежегодных докладах (WEF, 2009). Не менее плодотворны и известны в научном мире ежегодные книги о мировой конкурентоспособности стран (IMD, 2009), публикуемые с 1989 года Международным институтом менеджмента и развития (IMD, Лозанна, Швейцария). Не осталась в стороне от исследований и Европейская экономическая комиссия (ЕЭК), которая с 1996-го ежегодно публикует доклад о европейской конкурентоспособности (ЕС, 2003).

В рамках программы IST (информационные технологии общества) Европейской комиссией была предпринята попытка реориентации оценки экономики с системы национальных счетов на оценку нематериального вклада в экономику, в том числе посредством оценки вклада исследований и разработок, интеллектуального капитала, прав собственности (Васси, 2002).

Хакманн (Hackmann, 1997) ставит во главу угла измерения международной конкурентоспособности контроль национального капитала над бизнесом по всему миру на примере США. Он применяет эту концепцию для количественного анализа связей зарубежных прямых инвестиций, позиций мировой торговли, экспорта дочерних предприятий за рубежом и экспорта дочерних предприятий по секторам экономики, предоставляя исторический обзор зарубежных прямых инвестиций Соединенных Штатов со времен Второй мировой войны по настоящее время, а также обзор 100 лидирующих компаний США по зарубежным прямым инвестициям по секторам экономики.

Мутсун (Mutsune, 2008) проводит исследование связи между результатами торговли и международной конкурентоспособностью на примере США, показывая недостаточность использования только одного критерия результатов торговли, поскольку факторы влияния выходят за рамки контроля конкурирующей фирмы.

Теоретический аспект конкурентоспособности на микроуровне нашел достаточно подробное отражение в теории конкурентных преимуществ М. Портера (Porter, 2003). Одной из основных задач в этой работе была попытка объяснить, почему различные страны добиваются крупных достижений только в определенных отраслях экономики. Главный

постулат теории конкурентных преимуществ наций заключается в следующем. Существует четыре сильнодействующих фактора, создающих экономическую среду, в которой корпорации вынуждены конкурировать между собой. Они являются основой для появления и проявления конкурентных преимуществ той или иной корпорации. Этими факторами являются:

- 1) факторы производства – наличие в стране таких факторов, как квалифицированная рабочая сила, инфраструктура, знания и технологии, необходимые для успешной конкуренции в определенной отрасли;
- 2) условия спроса – составляющие спроса, такие как объем спроса на продукцию отрасли, темпы роста спроса, сегментация потребительских предпочтений, уровень покупательной способности;
- 3) сопутствующие и поддерживающие отрасли – наличие или отсутствие в стране компаний смежных секторов экономики, обслуживающих данную отрасль на должном уровне;
- 4) стратегия фирмы – корпоративная стратегия, цели корпорации, эффективность управления и умение добиваться поставленных задач, структура и организация корпорации, способность освоения новых сфер деятельности.

В западной литературе также популярна концепция регионального конкурентного преимущества. В частности, М. Виассоне (Viassone, 2008) адаптировала метод Delphi (итерационный процесс сбора экспертных мнений с помощью вопросников) для оценки региональной конкурентоспособности и составления регионального индекса конкурентоспособности RCI (Regional Competitiveness Index). Согласно Китсону и др. (Kitson, Martin, Tyler, 2004), ключевыми элементами оценки региональной конкурентоспособности являются человеческий капитал, глубина и направленность социальных сетей и институциональных форм, присутствие инновационного и созидательного капиталов, масштаб и качество инфраструктурного капитала. Ряд исследователей (Florida, 2003), (Fleming, King, Juda, 2006) большое внимание в оценке факторов конкурентоспособности уделяют инновациям.

Весьма актуальный для изучения современной экономики методологический инструментарий оценки конкурентоспособности продолжает активно совершенствоваться. Это связано с отсутствием общепринятого определения понятия конкурентоспособности. Довольно заметные расхождения в его определении связываются с различиями в методологиях исследования. Одни методы основаны на использовании данных статистики внешней торговли, позволяющей получить в итоге количественную оценку конкурентоспособности. Другие ориентированы, в частности, на анализ используемых ресурсов, характеризующий показатели экономической эффективности.

В соответствии с выбранной методологией и уровнем исследования, как правило, предлагается соответствующая версия определения конкурентоспособности. В настоящем исследовании подразумевается, что основ-

ной индикатор конкурентоспособности – экспортный потенциал и его фактическая реализация, служащие подтверждением реальных конкурентных преимуществ и инструментом продвижения национальных интересов в масштабах глобальной экономики. Представим краткий анализ подходов к оценке конкурентоспособности экспортного потенциала национальных экономик.

Для оценки конкурентоспособности товара часто апеллируют к концепции Б. Балассы (Balassa, 1998), согласно которой конкурентное преимущество состоит в достаточно большой доле, занимаемой товаром на международном рынке, соответственно, отсутствие конкурентного преимущества заключается в низкой доле этого товара на рынках экспорта. Для этого используют разработанный им инструментарий – коэффициент сравнительных преимуществ (RCA), который имеет следующий вид:

$$RCA_{ij} = (E_{ij}/E_{wi}) / (E_{je}/E_{we}) \quad (4)$$

где E_{ij} – экспорт товара i из страны j ; E_{wi} – мировой экспорт товара i (за исключением экспорта страны j); E_{je} – экспорт всех товаров, произведенных в стране j ; E_{we} – мировой экспорт всех товаров (за исключением товаров страны j).

Предполагается: если значение коэффициента RCA_{ij} превышает единицу, то страна конкурентоспособна в производстве данного товара, если меньше единицы – страна не имеет конкурентного преимущества. На первый взгляд, с помощью коэффициента RCA можно идентифицировать те секторы экономики, в которых страна имеет конкурентное преимущество. Однако главный недостаток данного подхода – использование в расчетах только данных по экспорту, тогда как показатели импорта совершенно не учитываются.

Для оценки конкурентоспособности экспортной продукции существует также другой подход (Borodin, 2006). Суть предложенного метода – мировая торговля рассматривается с двух точек зрения: а) как межотраслевая (когда страны экспортируют продукцию отраслей, в которых они специализируются, и импортируют продукцию других отраслей); б) как внутриотраслевая (торговля однотипными товарами, которая наиболее интенсивна, как правило, между развитыми странами). В этом случае страна одновременно является и экспортером, и импортером товаров, попадающих в одну категорию продуктов.

Анализ конкурентоспособности экспорта Венгрии и новых стран – членов ЕС до их вступления в Евросоюз определяет сферы конкурентоспособности данных стран по типам развития. Процесс приближения этих стран к уровню ЕС внес значительные изменения в их модели специализации и конкурентоспособности (Togok, 2008). Так, Испания, Венгрия, Словения и Чешская Республика показывают неотехнологический тип развития конкурентоспособности. Португалия, Польша, Турция следовали по пути «Хекшера-Олина» – дешевой рабочей силы и множества технологий. Путь «Рикардо» с высокой степенью влияния природных ресурсов приписыва-

ется Украине и Болгарии. Данная работа носит теоретический характер, в ней не предлагается каких-либо критериев для оценки конкурентоспособности экспортного потенциала национальных экономик.

Имеется некоторое число работ в области исследования внешней торговли Казахстана и Кыргызстана. Однако серьезных научных трудов по исследованию конкурентоспособности экспортного сектора этих стран, как, впрочем, и других центральноазиатских государств, всего единицы. В РК впервые серьезно исследована конкурентоспособность экспортного сектора национальной экономики в 2007 году (Tochitskaya, Mogilevskii, 2001). Автором предложена следующая упрощенная формула для оценки конкурентоспособности экспортной i -й продукции:

$$CI_i = \frac{E_i - I_i}{I_i} \quad (5)$$

где CI_i (Competitiveness Index) – индекс конкурентоспособности продукции i , E_i – экспорт продукции i , I_i – импорт продукции i .

В последующих работах (Khusainov, 2009) предложено развитие данного подхода. В частности, в коэффициент введены два дополнительных показателя: производство и потребление продукции. В результате использования различных вариаций указанных четырех основных переменных и проведения многочисленных расчетов на их основе, а также проведения сравнительного анализа полученных результатов был сделан вывод, что индекс конкурентоспособности экспортной продукции целесообразнее рассчитывать по модифицированной формуле:

$$CI_i = \frac{E_i}{P_i} + \left(\frac{E_i - I_i}{I_i} \right) - \frac{I_i}{C_i} \quad (6)$$

где CI_i – индекс конкурентоспособности продукции i , P_i – производство продукции i , C_i – потребление продукции i , E_i – экспорт продукции i , I_i – импорт продукции i .

При этом считается, что:

- а) продукция вида i является конкурентоспособной, если значение индекса CI_i является положительным, чем больше абсолютная величина индекса CI_i , тем выше уровень конкурентоспособности;
- б) или неконкурентоспособной, если его значение $CI_i < 0$. На предварительном этапе исследования на основе формулы (5) можно определить абсолютно неконкурентоспособную на мировых рынках продукцию (из 11 тыс. наименований). Затем с помощью предложенной формулы (6) определять уровень конкурентоспособности экспортной продукции страны и выявлять тенденции его изменения.

Однако использование индекса (6) целесообразно для оценки экспортных позиций по десяти знакам товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД). Кроме того, для элиминирования влияния конь-

конъюнктурных факторов и инфляции оценку уровня конкурентоспособности экспортных позиций национальной экономики необходимо осуществлять по натуральным показателям.

Поэтому в данном исследовании для оценки конкурентоспособности экспортного потенциала Беларуси, Казахстана и России был использован индекс Лафая (Lafay Index – LFI) [Khusainov, Nussupov, 2010]. Любая оценка конкурентоспособности, как отмечалось выше, основанная только на экспорте, является некорректной. Это недостаток, присущий коэффициенту Балассы, устранен в индексе Лафая, который определяется следующим образом:

$$LFI_j^i = 100 \left(\frac{x_j^i - m_j^i}{x_j^i + m_j^i} - \frac{\sum_{j=1}^N (x_j^i - m_j^i)}{\sum_{j=1}^N (x_j^i + m_j^i)} \right) \frac{x_j^i + m_j^i}{\sum_{j=1}^N (x_j^i + m_j^i)} \quad (7)$$

где x_j и m_j – экспорт и импорт продукции j в страну i . N – число видов продукции.

В сущности, формула представляет нормированное произведение 100 на разность между отношением чистого экспорта продукции j к внешнеторговому обороту товара j в определенном году и отношением совокупного чистого экспорта к внешнеторговому обороту, а также доли последнего по j -ой продукции в совокупном внешнеторговом обороте определенной страны. Положительные значения индекса Лафая указывают на существование конкурентных преимуществ. Чем больше значение коэффициента, тем выше уровень конкурентоспособности. Напротив, отрицательные значения свидетельствуют о неконкурентоспособности продукции. Другие важные свойства индекса – его ограничения по минимальному и максимальному значению: от -50 (полная деспециализация) до +50 (полная конкурентоспособность).

На основе COMTRADE database были определены коэффициенты LFI для экспорта и импорта³ продукции по четырем знакам ТН ВЭД по Беларуси, Казахстану и России за период 2005–2009 годы. Выявлены товарные позиции, для которых индекс Лафая имеет положительное значение. Для анализа выбирали только продукцию, у которой значение данного индекса превышает или равно 1.

В Республике Беларусь к конкурентоспособной на мировых рынках продукции относится 18 товарных позиций (см. таблицу 6). Это товарная группа «топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки», доля которых в общем объеме мировой торговли составляет 0.52%⁴. Всего по этой группе экспортируется от двух до девяти видов продукции. Наибо-

³ Индекс Лафая для экспорта и импорта определенного вида продукции имеет одинаковое значение.

⁴ Подсчитано по данным COMTRADE database.

лее конкурентным является экспорт нефтепродуктов, их индекс Лафея имеет наибольшее значение среди всех 18 видов.

Анализ экспорта по шести знакам ТН ВЭД показал, что среди нефтепродуктов наибольший удельный вес занимает экспорт дистиллятов, которые имеют конкурентные преимущества на рынках Голландии, Великобритании, Польши, Германии и Швеции, а последние три года – на Украине и в Латвии. Около 70% дистиллятов поставляется в Голландию, Великобри-

Товарная группа		2005	2006	2007	2008	2009
Код	Наименование	LFI	LFI	LFI	LFI	LFI
2700	Топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки					
2710	Нефтепродукты	15	16	15	14	14
3100	Удобрения, в т.ч.:	3	3	3	5	3
3104	Удобрения минеральные или химические, калийные	3	3	3	5	3
8700	Средства наземного транспорта, кроме железнодорожного, их части и оборудование, в т.ч.:	4	3	4	2	2
8701	Тракторы, включая седельные тягачи	2	2	2	2	1
8704	Автомобили грузовые, не включая седельные тягачи	2	2	2	1	1
0200	Мясо и пищевые субпродукты	0	0	0	0	1
0400	Молочная продукция, яйца, мед, в т.ч.:	2	2	2	2	2
0402	Молоко и сливки сгущенные	1	1	1	1	1
0405	Масло сливочное	0	0	0	0	1
0406	Сыры и творог	0	1	1	1	1
3800	Прочие химические продукты, в т.ч.:	0	-1	0	0	1
3814	Растворители и разбавители сложные органические	0	0	0	1	1
9400	Мебель, постельные принадлежности, матрасы, осветительные приборы	1	1	1	1	1
4400	Древесина и изделия из древесины	1	1	1	0	0
6200	Одежда и принадлежности одежды, текстильные	1	1	1	0	0
9403	Мебель прочая и ее части	1	1	1	0	0

Таблица 6

Ключевые конкурентоспособные товарные позиции экспорта Республики Беларусь, 2005–2009 годы

Источник: подсчитано и составлено по данным COMTRADE database

танию, Польшу⁵. За последние пять лет импорт продукции группы 2700 увеличивается (рост в 2 раза), а их удельный вес вырос с 0.9 до 4.6%. В 2009 году индекс Лафея имел отрицательное значение для товаров группы 2700, что связано с отрицательным внешнеторговым сальдо.

Сравнительно конкурентным является экспорт удобрений. Среди пяти видов этой продукции конкурентны поставки удобрений минеральных или химических, калийных, для которых индекс Лафея на протяжении пятилет-

⁵ Здесь и далее приводится перечень только тех стран, в которых продукция трех республик имеет конкурентные преимущества, подтвержденные соответствующим значением индекса Лафея.

него периода оставался неизменным ($LFI = 3$). Продукция поставляется в Китай, Бразилию, США, Индию, Польшу, Украину, Норвегию и Венесуэлу. Отметим, что по экспорту удобрений Беларусь занимает шестое место в мире, это 4% всего мирового рынка данной продукции (на первом месте – Россия, на втором – Канада, на третьем – США).

Беларусь имеет конкурентные преимущества по экспорту продовольственных товаров, в частности, мяса и пищевых мясных субпродуктов, а также молочной продукции, в первую очередь молока и сливок сгущенных, масла сливочного, сыров и творога. Мясо и пищевые мясные субпродукты (всего 45 видов по шести знакам ТН ВЭД) поставляются на рынки стран СНГ (Россия, Украина, Узбекистан) и дальнего зарубежья (Польша, Испания, Швеция, Канада). Мясная продукция РБ занимает 1.9% мирового рынка. Определенные конкурентные преимущества имеет белорусский экспорт 12 видов молочной продукции, поставляемых на рынки СНГ (Россия, Казахстан, Азербайджан и Туркменистан) и страны вне СНГ (Польша, Япония, Бангладеш, Египет и Венесуэла). Причем по молоку и сливкам сгущенным индекс Лаффея на протяжении всего пятилетнего периода имеет стабильное значение, равное 1. Экспорт сыров и творога в 2006–2009 годах был конкурентоспособным, значение индекса LFI равно 1. Поставки масла сливочного на мировые рынки стали конкурентоспособными в 2009-м.

Конкурентные преимущества на внешних рынках имеет экспорт средств наземного транспорта, кроме железнодорожного, их частей и оборудования, удельный вес которых в мировой торговле составляет 0.18%. В частности, это экспорт тракторов, включая седельные тягачи, автомобилей грузовых, не включая седельные тягачи. Анализ экспорта этой продукции по шести знакам ТН ВЭД показывает, что в основном поставляются различные виды тракторов, автомобилей грузовых и прочих моторных средств для перевозки грузов на рынки СНГ (Россия, Украина, Казахстан и Туркменистан) и стран вне СНГ (Пакистан, Литва), а в 2009 году – в Венесуэлу и Китай. Причем совокупная доля этих средств наземного транспорта на мировом рынке колеблется в пределах 0.18–0.26%.

Экспорт белорусской химической продукции имеет нестабильный уровень конкурентоспособности на внешних рынках, о чем свидетельствует значение индекса Лаффея. Наиболее конкурентны поставки растворителей и разбавителей. Их доля на мировом рынке – 0.18–0.26%, на рынках России, Германии, Франции, Голландии, США, Китая и Бельгии они пользуются спросом.

Удельный вес экспортных поставок белорусской мебели в мировой торговле незначителен и находится в диапазоне 0.25–0.31%. Продукция пользуется спросом на рынках России, Германии, Казахстана, Франции, Италии и Украины. В эти страны экспортируется порядка 10 видов различной мебели и ее частей.

Экспорт из РБ древесины и изделий из нее, текстильной одежды и ее принадлежностей в 2005–2007 годах был конкурентоспособным, но в 2008–2009-м это качество утерялось. В общем объеме мирового экс-

порта доля продукции группы 4400 за последние пять лет варьируется в пределах 0.32–0.41%, а группы 6200 – 0.14–0.17%. Продукция группы 4400, насчитывающей 103 наименования, поставляется в Россию, Германию, Литву, Польшу, Латвию, Украину и Финляндию. Номенклатура белорусской текстильной одежды по шести знакам ТН ВЭД насчитывает 245 наименований и пользуется конкурентоспособным спросом на рынках России, Германии, США, Голландии, Великобритании и Литвы. Однако в 2008–2009 годах поставки этой группы товаров перестали носить конкурентный характер (см. таблицу 6).

В целом анализ полученных результатов свидетельствует, что основным конкурентоспособным белорусским товаром на мировых рынках является экспорт нефтепродуктов, в частности, различные виды дистиллятов. Остальная продукция, для которой значение индекса Лафеля равно 1, менее конкурентоспособна, но пользуется спросом как на рынках СНГ, так и за его пределами.

В экспортных поставках Республики Казахстан, осуществленных в 2005–2009 годах, выявлено 22 товарные позиции (по четырем знакам ТН ВЭД), пользующиеся спросом на внешних рынках, что подтверждается значениями индекса Лафеля, которые превышают или равны 1 (см. таблицу 7).

Самые высокие значения характерны для экспортных поставок топлива минерального, нефти и продуктов их переработки, на долю которых приходится 1.94% мирового рынка. Казахстан поставляет на внешние рынки 26 видов продукции данной товарной группы, но только три (сырая нефть, каменный уголь и газ природный в газообразном состоянии) являются ключевыми и составляют 96% от общего объема поставок продукции этой группы. Основной конкурентный экспортный товар – нефть сырая. Среди всех поставщиков углеводородного сырья РК занимает 18-е место в мире (3.6% от всего мирового рынка). В 2009 году основной физический объем экспорта нефти приходится на рынки дальнего зарубежья – Италию, Францию, Китай, Голландию и Швейцарию, что составляет 62% всего физического объема экспорта. В 2005-м в первую пятерку стран, куда экспортировалась казахстанская нефть, входили Швейцария, Италия, Франция, Россия и Иран (69.7% всего физического объема поставок)⁶. 75% экспорта нефтяных газов идет на рынки стран СНГ (в Россию, Молдову, Таджикистан, Кыргызстан и в небольших объемах – в Беларусь), остальные 25% – в страны дальнего зарубежья. Основными потребителями этой продукции вне СНГ являются Виргинские (британские) острова и Германия.

В товарной группе «руды, шлаки и зола» основной экспортный товар, на который имеется конкурентоспособный спрос на рынках Китая, России, Узбекистана, Швейцарии, Голландии и Кыргызстана, – руды и концентраты железные, включая обожженный пирит, руды и концентраты

⁶ Источник: подсчитано автором по данным Агентства Республики Казахстан по статистике.

Товарная группа		2005	2006	2007	2008	2009
Код	Наименование	LFI	LFI	LFI	LFI	LFI
2700	Топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки, в т.ч.:					
2709	Нефть сырая и нефтепродукты сырые, полученные из битуминозных минералов	27	26	26	24	27
2711	Газы нефтяные и углеводороды газообразные прочие	0	0	1	1	2
2701	Уголь каменный; брикеты, окатыши и аналогичные виды твердого топлива, полученные из каменного угля	1	1	0	0	1
2600	Руды, шлаки и зола, в т.ч.:	1	1	1	1	2
2601	Руды и концентраты железные, включая обожженный пирит	1	1	1	1	1
2603	Руды и концентраты медные	0	0	0	0	1
2800	Продукты неорганической химии, в т.ч.:	1	1	1	1	2
2818	Искусственный корунд определенного или неопределенного химического состава; оксид алюминия; гидроксид алюминия	1	1	1	0	0
2844	Элементы химические радиоактивные и изотопы радиоактивные	0	1	1	1	2
7200	Черные металлы, в т.ч.:	2	1	2	3	2
7202	Ферросплавы	2	1	1	2	1
7210	Прокат плоский из железа или нелегированной стали шириной 600 мм или более, плакированный, с гальваническим или другим покрытием	1	0	0	0	0
7400	Медь и изделия из нее, в т.ч.:	3	3	3	2	2
7403	Медь рафинированная и сплавы медные необработанные	2	3	3	2	2
7900	Цинк и изделия из него, в т.ч.:	1	1	1	0	0
7901	Цинк необработанный	1	1	1	0	0
1000	Злаки, в т.ч.:	0	1	1	1	1
1001	Пшеница и меслин	0	1	1	1	1
1100	Продукция мукомольно-крупяной промышленности, в т.ч.:	0	0	0	1	1
1101	Мука пшеничная или пшенично-ржаная	0	0	0	1	1
7100	Жемчуг природный или культивированный, драгоценные или полудрагоценные камни и др., в т.ч.:	1	1	1	0	1
7108	Золото необработанное или полуобработанное, или в виде порошка	0	0	0	0	1

Таблица 7

Ключевые конкурентоспособные товарные позиции экспорта Республики Казахстан, 2005–2009 годы

Источник: подсчитано и составлено по данным COMTRADE database

медные, руды и концентраты хромовые. Совокупный удельный вес поставок продукции группы 2600 в мировом экспорте варьируется в пределах 1.2–1.6%, на долю казахстанского экспорта хромовых руд и концентратов в 2009 году приходилось 11.2% мирового объема их поставок на внешние рынки⁷.

Среди продуктов неорганической химии конкурентоспособным спросом на внешних рынках пользуется экспорт элементов химических радиоактивных и изотопов радиоактивных. Основными потребителями этой казахстанской продукции являются Россия, Китай, Франция, США и Канада. В целом продукция РК группы 2800 покрывает 2.8% мирового рынка (11-е место в мире). **(Справка:** на первом месте – США, на втором – Китай, на третьем – Германия; Россия занимает 10-е место).

Повышенным спросом на внешних рынках пользуется казахстанская продукция черной и цветной металлургии. Черные металлы (всего поставляется 20 видов продукции из этой группы, по четырем знакам ТН ВЭД), в частности, чугун и сталь, ферросплавы, конкурентоспособны на рынках Китая, Голландии, России, Ирана, Южной Кореи, Японии, Турции и Германии. Цветные металлы, в первую очередь медь и изделия из нее (среди них медь рафинированная и сплавы медные необработанные), экспортируемые в Италию, Китай, Германию, Россию, Филиппины, Турцию, Южную Корею, Великобританию, имеют конкурентные позиции на рынках этих стран. Медь и изделия из нее занимают от 1.5 до 2% мирового рынка.

Конкурентными позициями на рынках СНГ (Россия, Таджикистан, Азербайджан, Узбекистан, Кыргызстан, Туркменистан и Молдова) и дальнего зарубежья (Италия, Турция, Индия, Египет, Тунис, Иран и Монголия) обладает экспорт злаков, в том числе пшеницы и меслина, а также продукция мукомольно-крупяной промышленности, в первую очередь мука пшеничная или пшенично-ржаная. На экспорт казахстанской продукции группы 1100 приходится от 1.8 до 5.5% мирового рынка, а на экспорт продукции группы 1000 – от 0.5 до 1.8%.

В экспорте жемчуга природного или культивированного, драгоценных или полудрагоценных камней Казахстан занимает 34-е место в мире (0.32% мирового рынка). В основном экспортируется золото и серебро на рынки Швейцарии (80.1% всего экспорта этих видов продукции), Великобритании (13.3%), Италии (4.1%), что в совокупности составляет 97.5% от всего стоимостного объема поставок.

Проведенный анализ свидетельствует, что основным конкурентоспособным казахстанским товаром на мировых рынках является нефть сырая и нефтепродукты сырые, полученные из битуминозных минералов. Вторая значимая конкурентоспособная экспортная позиция – черные и цветные металлы. Остальная продукция, для которой значение индекса Лафея равно 1, менее конкурентоспособна, но также пользуется определенным спросом на рынках стран СНГ и дальнего зарубежья.

⁷ Источник: подсчитано автором по данным COMTRADE database.

Перейдем к анализу конкурентоспособности экспортных позиций Российской Федерации. В соответствии с принятыми критериями (индекс Лаффея должен быть больше или равен 1) выявлено 18 конкурентоспособных на внешних рынках товарных групп (см. таблицу 8).

Товарная группа		2005	2006	2007	2008	2009
Код	Наименование	LFI	LFI	LFI	LFI	LFI
2700	Топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки, в т.ч.:					
2709	Нефть сырая и нефтепродукты сырые, полученные из битуминозных минералов	13	14	15	15	15
2710	Нефть и нефтепродукты, полученные из битуминозных пород	6	6	7	8	7
2711	Газы нефтяные и углеводороды газообразные прочие	5	0	6	7	7
2701	Уголь каменный; брикеты, окатыши и аналогичные виды твердого топлива, полученные из каменного угля	0	0	1	1	1
3100	Удобрения	1	1	1	1	1
4400	Древесина, изделия из нее; древесный уголь, в т.ч.:	1	1	1	1	1
4403	Лесоматериалы необработанные	0	0	1	0	0
7200	Черные металлы, в т.ч.:	2	1	1	2	1
7207	Полуфабрикаты из железа или легированной стали	1	1	1	1	1
7400	Медь и изделия из нее	0	1	1	0	0
7500	Никель и изделия из него, в т.ч.:	1	1	1	1	1
7502	Никель необработанный	1	1	1	0	1
7600	Алюминий и изделия из него, в т.ч.:	1	1	1	1	1
7601	Алюминий необработанный	1	1	1	1	1
7100	Жемчуг природный или культивированный, драгоценные или полудрагоценные камни	0	1	0	0	0
9900	Прочие товары	1	7	1	1	1

Максимальное значение индекса LFI имеет экспорт топлива минерального, нефти и продуктов их перегонки, в первую очередь поставки нефти сырой и нефтепродуктов сырых, полученных из битуминозных минералов. По экспорту сырой нефти Россия в 2009 году заняла лидирующие позиции в мире, а ее доля составила 10.6% на глобальном рынке. (Справка: на втором месте – Саудовская Аравия, на третьем – Норвегия, на четвертом – Канада, на пятом – США⁸.) В 2009 году по сравнению с 2008-м темп российских поставок этого вида продукции на внешние рынки упал на 38%. В 2009-м в пятерку лидеров по потреблению российской сырой не-

Таблица 8
Ключевые конкурентоспособные товарные позиции экспорта Российской Федерации, 2005–2009 годы

Источник: подсчитано и составлено по данным COMTRADE database

⁸ Источник: COMTRADE database.

фти входили: Голландия (22.2%), Италия (13.1%), Польша (9.6%), Германия (9.1%) и Китай (5.3%). В совокупности в эти пять стран экспортировано 59% (от всего стоимостного объема поставляемой на внешние рынки) сырой нефти. Второй ключевой конкурентной экспортной позицией является экспорт нефти сырой и нефтепродуктов сырых, полученных из битуминозных пород. В 2009 году в первую очередь данный продукт был направлен в Голландию (18.3%), Италию (10.9%), Великобританию (7.8%), Турцию (7.5%) и Францию (6.7%), что в суммарном выражении составляет 51.2% от всей стоимости экспортируемой продукции группы 2710. Третья значимая (по уровню конкурентоспособности) позиция – поставки газов нефтяных и углеводородов газообразных. По позициям 2710 и 2711 Россия в 2009-м также занимала первое место в мире, что составляет соответственно 19.5 и 18.1% глобального рынка. Еще одна конкурентоспособная продукция из группы 2700 – уголь каменный, брикеты, окатыши и другие виды твердого топлива. В первую десятку потребителей этих изделий входят: Великобритания, Япония, Китай, Турция, Украина, Голландия, Польша, Латвия, Южная Корея и Финляндия. Их совокупный объем составляет 77% от всего экспортируемого из России стоимостного объема.

Удельный вес экспорта российских удобрений, поставляемых на рынки Китая, Бразилии, Турции, Германии, Индии, США, Украины, Мексики, Аргентины и Бразилии, в общем объеме мировой торговли варьируется от 14.1 до 16.3%. Основная продукция данной группы: а) удобрения минеральные или химические, азотные, доля которых в мировом экспорте составляет 12.6%; б) удобрения минеральные или химические, содержащие два или три питательных элемента: азот, фосфор и калий, на которые приходится 16% всего мирового экспорта; в) удобрения минеральные или химические, калийные, на поставки которых приходится 15% глобального рынка данной продукции.

В товарной группе «древесина, изделия из нее; древесный уголь» наибольший удельный вес в экспорте приходится на две позиции. 1) Лесоматериалы необработанные, поставки которых покрывают 18.4% мирового экспорта, 47% всего экспорта приходится на азиатские рынки – Китай (36.3%), Японию (7.3%) и Южную Корею (3.5%). 2) Лесоматериалы распиленные или расколотые. Крупные потребители – Китай (20.3% от всего российского экспорта этой продукции), Египет (11.1%), Япония (9.4%), Узбекистан (8.5%), Азербайджан (6.5%), Иран (5.5%), Германия (4.5%) и Казахстан (3%), что в совокупности составляет 69% от всего экспорта товарной группы 4407. Однако значение индекса Лафая для этой группы товаров оказалось ниже 1.

Конкурентоспособной российской продукцией являются черные металлы, в том числе полуфабрикаты из железа или нелегированной стали, по экспорту которых РФ занимает первое место в мире, покрывая своими поставками 23% мирового рынка этой продукции. Крупнейшие потребители – Италия (18% всего российского экспорта), Иран (16.7%), Турция (9.7%), Дания (8.5%), Китай (6.3%), Таиланд (5.4%), что составляет 64.6% всего российского экспорта. (Казахстан занимает 21-е место среди

56 стран мира, куда поставляется эта продукция, а в Беларусь она не экспортируется.)

Среди продукции цветной металлургии конкурентными преимуществами обладают: 1) медь и изделия из нее, в частности, медь рафинированная и сплавы медные необработанные; Россия занимает третье место в мировом рейтинге экспортеров этой продукции (5.4% от мирового экспорта). 89.6% экспорта приходится на Голландию (25.5% от всех поставок), Турцию (25%), Швейцарию (21.1%) и Германию (18%). 2) Никель и изделия из него (конкурентными преимуществами обладает никель необработанный), поставки покрывают 38.3% мирового экспорта. Тремя крупнейшими мировыми потребителями необработанного никеля являются Голландия (64.9% всего российского экспорта), Швейцария (21.1%) и Китай (10.1%), что составляет 96.1% всего российского экспорта этой продукции. 3) Алюминий и изделия из него, в частности, алюминий необработанный. На российские поставки приходится 16% всего мирового экспорта этой продукции (первое место в мире). 81.2% всего необработанного алюминия Россия экспортирует в США (34.9%), Японию (22.7%), Голландию (14.5%) и Турцию (9.1%).

В экспортных поставках группы товаров «жемчуг природный, драгоценные и полудрагоценные камни» конкурентные преимущества проявились только в 2006 году (см. таблицу 8). В остальные годы анализируемого периода значение индекса Лафеля равно 0. В этой товарной группе ключевую роль играет экспорт алмазов обработанных или необработанных, которые поставляются в 16 стран мира. Ведущие потребители – Бельгия (76.1% от всего экспорта), Израиль (13.1%) и Индия (9.1%). Суммарное потребление этих трех стран составляет 98.3% от всего российского экспорта алмазов. В 2006 году Россия занимала 18-е место в мире (1.61% всей мировой торговли) среди экспортеров алмазов. (Справка: В 2009-м крупнейшими мировыми экспортерами были Индия – 19.7% мировой торговли этой продукцией, Израиль – 13.7%, Бельгия – 13.1% и США – 11.8%; Россия занимала 13-е место в мире.)

Завершая анализ, отметим, что основным конкурентоспособным российским товаром на мировых рынках является минеральное топливо, нефть и нефтепродукты. Причем индекс Лафеля по пяти конкурентным позициям данной товарной группы имеет возрастающую тенденцию. Остальные 16 товарных групп, за исключением алмазов, также обладают конкурентными преимуществами на внешних рынках. Поставки алмазов на мировые рынки были конкурентоспособными только в 2006 году.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. Характерной особенностью внешнеторговых отношений большинства стран – членов ЕврАзЭС, в особенности Беларуси, Казахстана и России, является сокращение динамики взаимной торговли внутри интеграционного объединения и переориентация экспортных поставок в дальнее зарубежье. Динамика роста экспорта в страны дальнего зарубежья опережает темпы роста поставок внутри ЕврАзЭС. Аналогичная ситуация складывается в динамике импортных поставок этих государств. По нашему мнению,

снижение динамики взаимной торговли связано: во-первых, с большей привлекательностью и разнообразием рынков дальнего зарубежья; во-вторых, с низким уровнем диверсификации структуры внешней торговли стран – участниц ЕврАзЭС; в-третьих, с невысокими качественными характеристиками импортных товаров республик – членов интеграционного объединения по сравнению с их зарубежными аналогами.

2. Анализ внешней торговли в территориальном разрезе позволил выявить страновые предпочтения экспортно-импортных операций Беларуси, Казахстана и России, а также уровень торговой интеграции с отдельными государствами, интеграционными объединениями и регионами. Так, на основе рассчитанных коэффициентов взаимного предпочтения и их последующего содержательного анализа установлено, что уровень торговой интеграции РБ и РК, РБ и РФ, а также РК и РФ с момента образования ЕврАзЭС имеет явно выраженную тенденцию к снижению. Однако в 2009 году уровень торговых отношений трех стран повысился. Степень интеграции торговых рынков Казахстана и России существенно выше, чем Казахстана и Беларуси, Беларуси и России. Одновременно усиливается торговая интеграция этих стран с развитыми экономиками Европы и Азии.

3. На основе рассчитанных коэффициентов Герфиндаля – Хиршмана определено, что для Беларуси, Казахстана и России характерен высокий уровень концентрации экспорта в развитые экономики. Анализ других показателей свидетельствует, что экспортные поставки (для трех стран главным экспортным товаром является сырая нефть и нефтепродукты) на рынки развитых экономик слабо диверсифицированы, имеют сырьевую направленность и, следовательно, весьма уязвимы, поскольку зависят от конъюнктуры мировых товарно-сырьевых рынков. Другая характерная особенность: а) у Беларуси, имевшей высокий уровень концентрации экспорта со странами СНГ и ЕврАзЭС, в том числе с Россией, этот показатель неуклонно снижается; б) у Казахстана и России отмечается тенденция снижения уровня концентрации экспорта с государствами СНГ и ЕврАзЭС, которая и без того была низкой. Высокий уровень концентрации импорта с этой группой стран характерен для РБ, в меньшей степени для РК, а для РФ концентрация импорта из СНГ и ЕврАзЭС является низкой, причем четко выражена тенденция постоянного снижения. В Беларуси и Казахстане низкий уровень концентрации импорта в Азию, Америку, развитые экономики и страны ЦВЕ. Высока степень концентрации импорта в Россию из развитых экономик, а из стран ЦВЕ, азиатского и американского континентов – низка. Поставки из России в Беларусь имеют высокую степень концентрации. Для Казахстана Россия является умеренноконцентрированным рынком импорта. В целом полученные результаты свидетельствуют, что для стран – членов ТС спектр внешних рынков за последние девять лет расширился.

4. В ходе исследования выявлены конкурентные преимущества экспортных позиций, оцениваемых с помощью индекса Лафая, для каждой из трех стран в отдельности. Примечательно, что основной конкурентоспособной

на внешних рынках продукцией для всех трех является товарная группа «минеральное топливо, нефть и продукты их перегонки».

5. Анализ, проведенный по шести знакам ТН ВЭД, показал, что для Беларуси это главным образом экспорт дистиллятов. РБ также имеет конкурентные преимущества на внешних рынках по экспорту удобрений, продовольственных товаров (мясо и пищевые субпродукты, молоко и сливки сгущенные, масло сливочное, сыры и творог), средств наземного транспорта (тракторы и грузовые автомобили), химической продукции (растворители и разбавители), мебели, древесины и изделий из нее, текстильной одежды и ее принадлежностей. Конкурентные преимущества Казахстана, помимо сырой нефти, выявлены для экспорта угля каменного, руд, шлаков и золы (руды и концентраты железные, включая обожженный пирит, медные руды и концентраты, хромовые руды и концентраты), продуктов неорганической химии (радиоактивные элементы, химические и радиоактивные изотопы), продукции черной металлургии (чугун, сталь, ферросплавы), цветной металлургии (медь рафинированная и сплавы медные необработанные), злаков (пшеница и меслин), драгоценных и полудрагоценных камней. Для России, помимо продукции топливно-энергетического комплекса (сырая нефть, нефтепродукты сырые, газы нефтяные и углеводороды газообразные), конкурентные преимущества выявлены для экспорта удобрений (минеральные или химические, калийные; азот, фосфор и калий), древесины, изделий из нее, древесного угля (лесоматериалы необработанные; лесоматериалы распиленные или расколотые), черных металлов (полуфабрикаты из железа или нелегированной стали), цветных металлов (медь рафинированная и сплавы медные необработанные, никель и изделия из него, алюминий и изделия из нее), жемчуга природного, драгоценных и полудрагоценных камней (алмазы обработанные или необработанные).

Литература

Bacci L. (2002) *The intangible determinants of competitiveness and their measurement: the case of regional analysis*. PRISM Policy Implications Research Papers. N. WPO3.

Balassa B. (1998) *Intra-Industry Trade and the Integration of Developing Countries in the World Economy. International Economic Integration*. Ed. M.N. Jovanovic. London: Routledge. Vol.3.

Bernard A., Jensen J. (1999) Exceptional Exporter Performance: cause, effect, or both? *Journal of International Economics*. Vol. 47. 1: 1-26.

Bernard A., Wagner J. (1997) Exports and success in German manufacturing. *Weltwirtschaftliches Archive*. Vol. 133. 1: 134-57.

Borodin K. (2006) Assessment of competitiveness of produce in conditions of current trade. *Problems of forecasting*. 3: 84-96.

EC (2003) *European Competitiveness Report 2003*. European Commission.

Fleming L., King III C., Juda A. (2006) *Small Worlds and Regional Innovation*. Working papers Harvard Business School. March.

- Florida R. (2003) Cities and the creative class. *City and Community*. 2: 3-19.
- Hackmann R. (1997) *U.S. trade, foreign direct investments, and global competitiveness*. New York and London: Haworth Press, International Business Press.
- IMD (2009) *World Competitiveness Yearbook 2009*. Institute of Management Development. Lausanne, Switzerland.
- Khusainov B. (2009) Competitiveness of the export sector of economy of Kazakhstan. *Economy and Statistics*. 1: 85-96.
- Khusainov B., Nussupov A. (2010) Export Sector's Competitiveness Assessment. *Kazakh Economic Review*. Almaty. 1-2: 19-31.
- Kitson M., Martin R., Tyler P. (2004) Regional competitiveness: An elusive yet key concept? *Regional Studies*. p. 38.
- Mutsune T. (2008) *The state of U.S. international competitiveness: a study of the impact of trade performance indicators*. Advances in Competitiveness Research. Vol. 16. Issue 1.
- Porter M. (2003) The economic performance of regions. *Regional Studies*. 37: 549-578.
- Tochitskaya I., Mogilevskii R. (2001) *Foreign trade of Kyrgyz Republic: status and prospects*. Warsaw. November.
- Torok A. (2008) Export competitiveness and the catch-up process of Hungary (1996-2001). *Competitiveness Review*. Vol. 18 Issue 1/2, pp. 131-153.
- Viassone M. (2008) Regional Competitive Index as a tool to improve regional foresight: theory and evidence from two Western-Europe Regions. 8th Global Conference on Business & Economics. October, 18-19. Florence, Italy.
- WEF (2009) *Global Competitiveness Report 2009-2010*. World Economic Forum. Geneva.
- Zaghini A. (2003) Trade Advantages and Specialization Dynamics in Acceding Countries. Working Paper Series. No.249. Germany. European Central Bank.