

Не хватает конкретики

Проект Национальной программы поддержки и развития экспорта на 2016—2020 годы напоминает манифест. Предложения МИД нужно конкретизировать.



Георгий Гриц, заместитель директора по науке центра системного анализа и стратегических исследований еларуси

В Беларуси это уже третий документ подобного рода. Принципиальных отличий от аналогичных программ предыдущих лет я не вижу и не нашел в нем каких-либо радикальных предложений или новаций. Вряд ли к ним можно отнести такие меры, как «реконфигурация нормативно-правовой базы» или «модернизация финансовых механизмов поддержки экспорта». Под эти общие фразы можно подвести все что угодно.

Кстати, само слово «реконфигурация», которое часто используется в программе, не указывает на то, что разработчики планируют какие-то глобальные изменения, тогда как сегодня назрела необходимость именно в новых инструментах и новых подходах к развитию экспорта.

Например, мы часто говорим о необходимости грамотно позиционировать нашу страну за рубежом, то есть о брендинге. Германия и выпускаемая ею продукция ассоциируются у потребителей всего мира с надежностью и качеством, Китай — с доступными ценами, а Беларусь в этом отношении — чистый лист. За пределами СНГ почти ничего не знают о нашей стране. В связи с этим возникает вопрос: почему в программе поддержки экспорта на 2016—2020 годы нет такого важного блока? Такой блок есть, например, в программах развития экспорта России, Польши, Китая, Великобритании. Он есть даже в программе США, которым и без того не о чем беспокоиться, — их и так все знают.

Программе не хватает конкретики. Например, в ней содержится тезис о диверсификации экспорта, но конкретных цифр, к которым надо стремиться, нет, хотя, на мой взгляд, в таком документе они необходимы. Комплекс мер по решению задач социально-экономического развития Беларуси в 2016 году более четко определяет задачи: доля экспорта в страны ЕАЭС должна составить 37,3 %, в ЕС — 35,2, другие страны — 27,5 %.

В программе много отсылочных норм, а сегодня нужны акты прямого действия — прочитал и сделал. Например, бросается в глаза то, что основным механизмом реализации программы признана некая дорожная карта. Разработчики ссылаются на нее, когда речь идет о финансировании предлагаемых мероприятий (блок «Ресурсное обеспечение программы»), но такого документа, как дорожная карта, на сайте МИД нет. Возможно, надо было не гнать лошадей, а сначала подготовить проект дорожной карты и вынести его на обсуждение общественности. В правительстве сегодня много говорят о поддержке МСП, но где в данной программе мероприятия по экспортной поддержке этого, несомненно, перспективного сектора экономики?

Не хватает анализа уже реализованных мероприятий. Например, предлагается использовать потенциал выставочно-ярмарочной деятельности. Было бы не лишним проанализировать итоги нашего участия, например, в Ганноверской выставке, количество не только заключенных, но и исполненных там контрактов и другие показатели. В результате разработчики программы, возможно, пришли бы к выводу, что не все традиционные выставочные мероприятия нужны, по крайней мере требуют господдержки. Это касается не только PR-мероприятий. В технико-экономическом

обосновании программы хотелось бы видеть комплексный анализ предыдущих программ по эффективности всего набора мероприятий.

Однозначно, было бы не лишним усилить блок информационной поддержки экспортеров, особенно МСП, то есть по оценке рынков, сбыта, рисков проверки потенциальных партнеров и т. д.

Координатором программы «Экспорт Беларуси» является Министерство иностранных дел. На мой взгляд, активное участие в ее реализации должно принять и Министерство торговли. Возможно, нам стоит возродить (и прописать это в программе) институт торговых представительств в структуре Минторга? Данное предложение особо актуально с учетом последних требований А. Лукашенко усилить роль Минторга, в том числе и на экспортном направлении.