

В Национальной программе поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы в числе восьми основных задач, наряду с диверсификацией торгово-экономических связей с различными странами и регионами, оптимизацией законодательства в сфере поддержки экспорта, стимулированием экспортеров товаров и услуг к расширению товарной номенклатуры и видов оказываемых услуг, совершенствованием подходов к работе с малым и средним предпринимательством по экспортной тематике, формированием условий для стимулирования несырьевого, высокотехнологичного, инновационного экспорта, продолжением экономической интеграции в рамках Евразийского экономического союза, развитием сотрудничества с региональными объединениями и международными экономическими организациями, содержится также требование продвижения экспортной культуры в виде закрепления в массовом сознании значимости экспорта для развития страны и общества и повышения его приоритетности. Достижение цели такой сложности возможно только при условии привлечения к внешнеэкономической деятельности всех отечественных производителей товаров и услуг. Каким же образом эта задача решается на практике? Речь об этом идет в предлагаемом исследовании.



Борис Залесский

## Инвестиции, инновации, экспорт

Хроника реализации потенциала  
международного сотрудничества



Доцент кафедры зарубежной журналистики и литературы Института журналистики Белорусского государственного университета. Области исследований: многовекторная внешняя политика Республики Беларусь, особенности международного информационного обмена в условиях глобализации политического и экономического пространства, экспорт медийных товаров и услуг.



978-613-9-57693-7

**Борис Залесский**

**Инвестиции, инновации, экспорт**



**Борис Залесский**

# **Инвестиции, инновации, экспорт**

**Хроника реализации потенциала  
международного сотрудничества**

**LAP LAMBERT Academic Publishing RU**

## **Imprint**

Any brand names and product names mentioned in this book are subject to trademark, brand or patent protection and are trademarks or registered trademarks of their respective holders. The use of brand names, product names, common names, trade names, product descriptions etc. even without a particular marking in this work is in no way to be construed to mean that such names may be regarded as unrestricted in respect of trademark and brand protection legislation and could thus be used by anyone.

Cover image: [www.ingimage.com](http://www.ingimage.com)

Publisher:

LAP LAMBERT Academic Publishing

is a trademark of

International Book Market Service Ltd., member of OmniScriptum Publishing Group

17 Meldrum Street, Beau Bassin 71504, Mauritius

Printed at: see last page

**ISBN: 978-613-9-57693-7**

Copyright © Борис Залесский

Copyright © 2018 International Book Market Service Ltd., member of  
OmniScriptum Publishing Group

All rights reserved. Beau Bassin 2018

## Оглавление

Введение.....	3
Внешняя политика Республики Беларусь в условиях глобализации.....	7
Многовекторность как базовый принцип внешней политики и медиа.....	21
Особенности развития парламентской дипломатии в условиях глобальных вызовов .....	37
Международная журналистика, белорусский экспорт и медийная инноватика .....	55
Актуальные вопросы привлечения иностранных инвестиций в белорусскую экономику: информационно-медийный аспект .....	67
Медиаэкспорт и международная журналистика.....	81
Актуальные вопросы развития белорусского экспорта в контексте рекламно-медийного обеспечения.....	93
Рекламный рынок Беларуси: сегменты и тенденции .....	115



## Введение

В Национальной программе поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы в числе восьми основных задач, наряду с диверсификацией торгово-экономических связей с различными странами и регионами, оптимизацией законодательства в сфере поддержки экспорта, стимулированием экспортеров товаров и услуг к расширению товарной номенклатуры и видов оказываемых услуг, совершенствованием подходов к работе с малым и средним предпринимательством по экспортной тематике, формированием условий для стимулирования высокотехнологичного, инновационного экспорта, продолжением экономической интеграции в рамках Евразийского экономического союза, развитием сотрудничества с региональными объединениями и международными экономическими организациями, содержится также требование продвижения экспортной культуры «в виде закрепления в массовом сознании значимости экспорта для развития страны и общества и повышения его приоритетности»<sup>1</sup>.

Появление подобной задачи в числе стратегически важных в государственном документе самого высокого уровня, надо полагать, не является случайностью. Как известно, экспорт – основа открытой белорусской экономики, так как обеспечивает поступления валюты в страну, прибыли предприятиям, налогов в бюджет Республики Беларусь. В Послании к белорусскому народу и Национальному собранию в апреле 2016 года в этой связи отмечалось, что «важнейшим приоритетом, приоритетом из приоритетов был и остается экспорт, его рост и обязательно диверсификация»<sup>2</sup>. Но итоги минувшей пятилетки (2011-2015) выявили целый ряд факторов, сдерживающих рост и оптимизацию структуры белорусского экспорта. В их числе – медленное освоение новых рынков сбыта, низкая конкурентоспособность отечественной

---

<sup>1</sup> Национальная программа поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы. – Минск, 2016. – С. 11.

<sup>2</sup> Обращение с ежегодным Посланием к белорусскому народу и Национальному собранию // Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – URL: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/aleksandr-lukashenko-21-aprelja-obratitsja-s-ezhegodnym-poslaniem-k-belorusskomu-narodu-i-natsionalnomu-13517/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/aleksandr-lukashenko-21-aprelja-obratitsja-s-ezhegodnym-poslaniem-k-belorusskomu-narodu-i-natsionalnomu-13517/)

продукции, отставание от передовых стран по уровню производительности труда, недостаточное использование конкурентных преимуществ, ориентированность промышленного производства Беларуси на внешние ресурсы, отсутствие широкой линейки экспортных инновационных товаров, неготовность отраслевых и территориальных структур управления оперативно реагировать на изменения конъюнктуры рынков, активно продвигать продукцию на новые рынки сбыта. Происходит же все это на фоне увеличения «объемов мировых продаж товаров и услуг с применением информационно-коммуникационных технологий, что приводит к частичному вытеснению белорусских экспортных товаров, продаваемых традиционным способом»<sup>3</sup>.

Вот почему в программных документах социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы говорится о том, что в предстоящем пятилетии внешнеэкономическая деятельность, предполагающая осуществление многовекторной внешней политики и достижение устойчивого роста экспортного потенциала белорусской экономики, «будет направлена на обеспечение сбалансированности внешней торговли на основе опережающих темпов роста экспорта, использования конкурентных преимуществ страны, эффективного участия в международном разделении труда и интеграционных процессах»<sup>4</sup>, чтобы в итоге увеличить объемы белорусского экспорта товаров и услуг в 1,21-1,25 раза, а также довести масштабы экспортных поставок произведенной в Беларуси промышленной продукции до 65 процентов.

Решение задач такой сложности возможно только при условии привлечения к внешнеэкономической и экспортной деятельности всех отечественных производителей товаров и услуг, вне зависимости от масштаба производства и форм собственности. Но вот о чем говорят цифры: «У нас в стране насчитывается более двадцати двух тысяч субъектов хозяйствования, но только восемь тысяч восемьсот субъектов хозяйствования принимают участие в

---

<sup>3</sup> Национальная программа поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы. – Минск, 2016. – С. 7.

<sup>4</sup> Основные положения программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы // Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – URL: <http://shod.belta.by/programma>

экспортной деятельности»<sup>5</sup>. Иными словами, две трети белорусских предприятий, компаний, фирм остаются вне сферы международного делового сотрудничества. А ведь экспортные возможности страны зависят еще и от того, «насколько успешно осуществляется переход к экономике инновационного типа, формируется благоприятная институциональная среда, инвестиционный и деловой климат, снижается импортоспособность продукции, растет человеческий капитал»<sup>6</sup>. К тому же все эти проблемы надо решать в условиях усиливающейся глобализации, международной интеграции и интернационализации производства и потребления. Опыт других стран показывает, что справиться с ними могут только носители высокой экспортной культуры, внедрить которую в массовое сознание невозможно без деятельного участия медийных структур.

Решать данную задачу планируется по нескольким направлениям. Так, в рамках Приоритета 1 “Оптимизация национальной системы поддержки и развития экспорта” в целях усиления позиций Беларуси на перспективных мировых рынках предполагается формирование комплексной национальной системы поддержки экспорта с применением не только финансовых, организационных, маркетинговых, торгово-политических, дипломатических, но и информационных инструментов. В соответствии с данным приоритетом будут реализованы не только такие мероприятия, как систематизация нормативной правовой базы, внедрение новых подходов к подготовке и расстановке кадров на экспортном направлении, изменение формата организационной поддержки экспорта товаров и услуг, модернизация финансовых механизмов поддержки экспорта, развитие нефинансовых инструментов сопровождения поддержки экспорта, использование потенциала выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности, но и значительное

---

<sup>5</sup> Стенограмма подхода к прессе министра иностранных дел Беларуси В. Макея в рамках участия в Ассамблее деловых кругов Республики Беларусь // Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – URL: <http://mfa.gov.by/press/smi/e19c618d70541f42.html>

<sup>6</sup> Выступление Министра иностранных дел Республики Беларусь Владимира Макея на XVII Ассамблее деловых кругов Республики Беларусь “Вызов кризису” (2 марта 2016г., г. Минск) // Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – URL: <http://mfa.gov.by/press/smi/e19c618d70541f42.html>

усиление должна получить информационно-коммуникационная составляющая поддержки экспорта.

В рамках Приоритета 6 “Развитие инновационного экспорта посредством увеличения экспорта наукоемкой продукции и технологий”, реализация мероприятий которого будет способствовать интенсификации товарной структуры экспорта, увеличению объемов экспорта продукции глубокой переработки, современных материалов и готовых изделий с улучшенными свойствами, развитию экспорта технически и технологически сложной продукции, для закрепления инновационной специализации белорусского экспорта предусматривается развитие национальной информационно-коммуникационной инфраструктуры в совокупности и расширение ее экспортных возможностей, а также формирование национальных инновационных кластеров в индустрии информационно-коммуникационных технологий.

Важным элементом продвижения экспортной культуры в массовое сознание должна стать и обозначенная в “Дорожной карте” мероприятий по реализации Национальной программы поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016-2020 годы популяризация экспортных возможностей нашей страны за рубежом, в глобальной компьютерной сети, системе спутникового теле- и радиовещания. Свой вклад в решение данной задачи могут внести также действующие в Беларуси республиканские, отраслевые, региональные средства массовой информации и их интернет-ресурсы.

## Внешняя политика Республики Беларусь в условиях глобализации

В Республике Беларусь главными принципами государственной политики являются «планомерность, последовательность, постепенность, преемственность»<sup>7</sup>, которые и лежат в основе проводимой сегодня белорусской внешней политики. При этом: 1) **планомерность** заключается в проведении миролюбивой политики добрососедства, в строительстве Союзного государства Беларуси и России, в отказе от шагов, которые могут втянуть страну к участию в международных конфликтах; 2) **последовательность** позволила сохранить традиционные связи со странами Содружества Независимых Государств, а также проявляется в отношениях с государствами “поояса добрососедства” и Организацией Североатлантического договора, с которой можно и нужно налаживать нормальные отношения, конструктивно решать имеющиеся проблемы; 3) **постепенность** заключается в том, чтобы свести к минимуму негативные последствия расширения Европейского союза, восстановить полноценный политический диалог, обеспечить дальнейшее наращивание усилий по развитию всего комплекса отношений; 4) **преемственность** основывается на том, что в наследство от Советского Союза Республике Беларусь досталась экономика, ориентированная на экспорт, и выражается в целенаправленном стремлении развивать интеграционные процессы на постсоветском пространстве.

На законодательном уровне в Беларуси определены еще **семь принципов**<sup>8</sup>, на которых основывается внешняя политика белорусского государства: 1) соблюдение общепризнанных принципов и норм международного права; 2) соразмерность внешнеполитических целей политико-дипломатическому, экономическому, оборонному, научно-техническому, интеллектуальному потенциалу государства, обеспечение их

---

<sup>7</sup> Главные принципы государственной политики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – URL: <http://president.gov.by/press10663.html>

<sup>8</sup> Закон Республики Беларусь “Основные направления внутренней и внешней политики Республики Беларусь” [Электронный ресурс]. – 2005. – URL: <http://laws.newsby.org/documents/laws/law0361.htm>

реализации для укрепления международных позиций Республики Беларусь и ее международного авторитета; 3) повышение эффективности политических, правовых, внешнеэкономических и иных инструментов защиты государственного суверенитета Республики Беларусь и ее национальной экономики в условиях глобализации; 4) развитие на основе общепризнанных принципов и норм международного права всестороннего сотрудничества с иностранными государствами, международными организациями, взаимный учет и соблюдение интересов всех членов международного сообщества; 5) добровольность вхождения и участия в межгосударственных образованиях; 6) приверженность политике последовательной демилитаризации международных отношений; 7) отсутствие территориальных претензий к сопредельным государствам, непризнание территориальных притязаний к Республике Беларусь.

**Стратегическими целями** внешней политики Республики Беларусь являются: 1) защита государственного суверенитета и территориальной целостности Республики Беларусь; 2) защита прав, свобод и законных интересов граждан, общественных и государственных интересов.

Сегодня есть все основания полагать, что «в Беларуси сформированы необходимые условия для предотвращения либо нейтрализации различных угроз национальной безопасности. Система обеспечения национальной безопасности функционирует устойчиво и обеспечивает решение стоящих передней задач. <...> В то же время современная мировая ситуация осложняет проведение самостоятельной внешней политики Беларуси»<sup>9</sup>. Вот почему в числе основных потенциальных либо реально существующих угроз национальной безопасности страны из числа других выделяются: 1) посягательства на независимость, территориальную целостность, суверенитет и конституционный строй Республики Беларусь; 2) навязывание Республике Беларусь политического курса, не отвечающего ее национальным интересам,

---

<sup>9</sup> Концепция национальной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://www.mod.mil.by/koncept.html>

вмешательство извне во внутривнутриполитические процессы; 3) деструктивное **информационное** воздействие на личность, общество и государственные институты, наносящее ущерб национальным интересам; 4) снижение или потеря конкурентоспособности отечественных информационно-коммуникационных технологий, **информационных ресурсов** и национального контента.

В политической сфере в числе основных **внешних источников угроз** Беларуси отмечаются: 1) наличие существенных противоречий между основными субъектами мировой политики, проявляющихся на фоне снижения дееспособности систем международной и региональной безопасности и способных осложнить обстановку вокруг Республики Беларусь; 2) столкновение геополитических интересов ведущих государств (групп государств) в процессе перехода от однополярного к многополярному мироустройству; 3) использование отдельными государствами или группами государств давления, экономических и ресурсных преимуществ для продвижения своих интересов; 4) вмешательство в международные процессы сил, не являющихся признанными субъектами международных отношений; 5) международный терроризм, незаконный оборот технологий и оборудования двойного назначения, оружия, боеприпасов, радиоактивных, химических, биологических и других опасных веществ и материалов; 6) ослабление интеграционных структур и международных организаций, участие в которых принимает Республика Беларусь; 7) деятельность специальных служб, иных организаций и отдельных представителей иностранных государств, направленная на причинение ущерба национальным интересам Республики Беларусь.

В этой связи **основные задачи** внешней политики Республики Беларусь сформулированы следующим образом: 1) содействие построению стабильного, справедливого, демократического миропорядка, базирующегося на общепризнанных принципах международного права; 2) равноправная интеграция Республики Беларусь в мировое политическое, экономическое,

научное, культурное и **информационное** пространство; 3) создание благоприятных внешнеполитических и внешнеэкономических условий для повышения уровня благосостояния народа, развития политического, экономического, интеллектуального и духовного потенциала государства; 4) формирование добрососедских отношений с сопредельными государствами; 5) обеспечение защиты прав, свобод и законных интересов граждан Республики Беларусь за границей; 6) содействие реализации национальных, культурных и иных прав и законных интересов этнических белорусов, выходцев из Республики Беларусь и лиц, идентифицирующих себя как белорусы, проживающих за пределами ее территории; 7) содействие укреплению международной безопасности, нераспространению оружия массового поражения и контролю над вооружением; 8) расширение международного сотрудничества в области предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, охраны окружающей среды, в **информационной** и гуманитарной сферах; 9) привлечение внешних интеллектуальных и научных ресурсов в интересах образовательного, научного и культурного развития Республики Беларусь; 10) участие в международном сотрудничестве в области поощрения и защиты прав человека.

Решение поставленных задач белорусской **внешней политики** в современных условиях реализуется в следующих **основных сферах**:

- 1. Внешнеэкономическая деятельность.**
- 2. Международное экономическое сотрудничество.**
- 3. Международное сотрудничество в области космической деятельности.**
- 4. Международное военное сотрудничество.**
- 5. Международное сотрудничество по реализации государственной пограничной политики.**
- 6. Международная безопасность.**
- 7. Гуманитарное сотрудничество и права человека.**

**8. Международное сотрудничество в области здравоохранения, образования, науки, информации и информатизации, культуры, спорта, туризма, охраны окружающей среды.**

**9. Международное сотрудничество в области предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций.**

**10. Сотрудничество в области кодификации и прогрессивного развития международного права.**

**11. Трансграничное сотрудничество.**

Каждая из этих сфер реализации внешней политики структурируется следующим образом:

**1. Внешнеэкономическая деятельность:**

1.1. совершенствование государственной внешнеэкономической политики на основе многовекторности, сложившегося международного разделения труда и рынков товаров и услуг;

1.2. создание благоприятных условий для участия белорусских товаров в международном торгово-экономическом обороте;

1.3. защита интересов организаций и индивидуальных предпринимателей – резидентов Республики Беларусь на внешнем рынке;

1.4. обеспечение условий роста экспорта;

1.5. осуществление внешних государственных заимствований в пределах лимита внешнего государственного долга Республики Беларусь, установленного законодательством Республики Беларусь;

1.6. развитие экспорта высоких технологий и содействие импорту высоких технологий в целях ускоренного развития национальной экономики;

1.7. обеспечение доступа к источникам сырья и товарам, производство которых невозможно либо неэффективно в Республике Беларусь.

**2. Международное экономическое сотрудничество:**

2.1. участие в многостороннем сотрудничестве в рамках международных организаций, институтов и форумов в качестве фактора органичной интеграции в мировое сообщество в интересах развития национальной экономики;

2.2. участие в таможенных союзах, зонах свободной торговли и иных формах экономической интеграции с иностранными государствами;

2.3. привлечение иностранных инвестиций;

2.4. развитие делового сотрудничества с государствами, участвующими в многосторонней системе регулирования торговли;

2.5. рациональное использование географического положения, развитие эффективной системы обслуживания международных транспортных систем и коммуникаций.

### **3. Международное сотрудничество в области космической деятельности:**

3.1. участие в международных программах исследования и использования космического пространства;

3.2 развитие научно-технического потенциала белорусских организаций, работающих в области космической деятельности.

### **4. Международное военное сотрудничество:**

4.1. проведение государственной политики, направленной на предотвращение войны и поддержание мира, нейтрализацию потенциальных военных угроз;

4.2. исключение вовлечения Вооруженных Сил Республики Беларусь в вооруженные конфликты за пределами государства;

4.3. расширение международного сотрудничества, партнерства и укрепление доверия в военной сфере;

4.4. содействие мирному урегулированию международных вооруженных конфликтов и споров;

4.5. сотрудничество с иностранными государствами по сокращению вооружения и вооруженных сил в Европе, конверсии предприятий оборонной промышленности;

4.6. военно-техническое сотрудничество с иностранными государствами.

### **5. Международное сотрудничество по реализации государственной пограничной политики:**

5.1 обеспечение нерушимости Государственной границы Республики Беларусь, защиты государственного суверенитета и территориальной целостности Республики Беларусь;

5.2 взаимовыгодное межгосударственное сотрудничество по пограничным вопросам;

5.3 мирное разрешение пограничных вопросов.

## **6. Международная безопасность:**

6.1. развитие международного сотрудничества в целях сохранения и укрепления существующих систем международной и региональной безопасности;

6.2. развитие международного сотрудничества в области борьбы с терроризмом и экстремизмом, организованной преступностью, наркобизнесом и иными видами преступной деятельности;

6.3. противодействие незаконному распространению оружия массового поражения, его компонентов и средств доставки, а также товаров и технологий двойного назначения.

## **7. Гуманитарное сотрудничество и права человека:**

7.1. участие в международных договорах в гуманитарной области и в области прав человека;

7.2. развитие международного гуманитарного сотрудничества и сотрудничества в области прав человека;

7.3. реализация долгосрочной стратегии содействия духовному и культурному развитию белорусской диаспоры;

7.4. создание благоприятных правовых и организационных условий для этнических белорусов, выходцев из Республики Беларусь и лиц, идентифицирующих себя как белорусы, а также членов их семей, принявших решение вернуться в Республику Беларусь на постоянное место жительства.

**8. Международное сотрудничество в области здравоохранения, образования, науки, информации и информатизации, культуры, спорта, туризма, охраны окружающей среды:**

8.1. укрепление международного сотрудничества в области развития здравоохранения;

8.2. привлечение внешних интеллектуальных и научных ресурсов в интересах научного, образовательного и культурного развития Республики Беларусь;

8.3. расширение международного научно-технического сотрудничества;

8.4. участие в международных договорах, развитие взаимовыгодных отношений с иностранными государствами, международными организациями, **обмен информацией** и технологиями, использование международных глобальных информационных сетей в интересах ускоренного экономического развития;

**8.5. содействие интеграции Республики Беларусь в мировое информационное пространство, поддержка взаимовыгодного международного сотрудничества в области информации и информатизации;**

8.6. содействие национальным федерациям (союзам, ассоциациям) по виду (видам) спорта в их международной деятельности и повышении международного авторитета Республики Беларусь через активное участие спортсменов (команд спортсменов) Республики Беларусь в международных спортивных мероприятиях;

8.7. формирование имиджа Республики Беларусь как региона, привлекательного для развития туризма, и продвижение национального туристского продукта на внешний рынок;

8.8. развитие международного сотрудничества в сфере охраны окружающей среды, разрешения экологических проблем транснационального характера;

8.9. привлечение помощи международного сообщества по преодолению последствий катастрофы на Чернобыльской АЭС.

**9. Международное сотрудничество в области предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций:**

9.1. оперативное информирование о случаях возникновения или опасности возникновения чрезвычайных ситуаций;

9.2. проведение согласованной политики по предупреждению трансграничных чрезвычайных ситуаций и ликвидации их последствий;

9.3. обмен научно-технической информацией и специалистами в области предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций;

9.4. оказание гуманитарной помощи странам, пострадавшим вследствие чрезвычайных ситуаций.

## **10. Сотрудничество в области кодификации и прогрессивного развития международного права:**

10.1. участие в разработке международных договоров;

10.2. развитие сотрудничества с международными организациями.

## **11. Трансграничное сотрудничество:**

11.1 взаимодействие с иностранными государствами на региональном и местном уровнях в целях оперативного решения приграничных проблем, привлечения иностранных инвестиций для совершенствования приграничной и транспортной инфраструктуры, создания коммерческих организаций с иностранными инвестициями;

11.2. разработка и реализация региональных проектов технического содействия, финансируемых международными организациями и программами в области экономики, территориального планирования, предпринимательства, инфраструктуры, **информации**, охраны окружающей среды, образования, культуры, туризма и спорта;

11.3. поощрение **еврорегионов** как формы приграничного сотрудничества в целях сглаживания различий в уровнях социально-экономического развития территорий, развития приграничной инфраструктуры, совместного решения проблем в сфере охраны природы, преодоления дисбаланса в вопросах занятости населения, культурных и языковых барьеров.

Если говорить о **перспективах**, то Республика Беларусь в своей социально-экономической политике до 2015 года исходила из преемственности

целей и приоритетов, которые были сформулированы и реализовывались в предыдущие годы. Факты говорят о том, что национальная модель социально ориентированной экономики хорошо зарекомендовала себя на протяжении последних 15 лет и в основном будет сохранена в перспективе. Вместе с тем для динамичного развития требуется более активное совершенствование и модернизация действующих организационно–экономических механизмов, экономических институтов и экономической политики, которые позволяют повысить эффективность, устойчивость и конкурентоспособность существующей модели развития Республики Беларусь. Главная цель – рост благосостояния и улучшение условий жизни населения на основе совершенствования социально–экономических отношений, инновационного развития и повышения конкурентоспособности национальной экономики. В этой связи в стране предусматривается:

- 1) формирование национальной инновационной системы;
- 2) создание благоприятных условий для развития предпринимательской инициативы и увеличения притока инвестиций в экономику;
- 3) развитие государственно–частного партнерства в целях обеспечения устойчивости государственной финансовой системы;
- 4) расширение самостоятельности и ответственности региональных и местных органов управления в решении социально–экономических проблем<sup>10</sup>.

Если учесть, что дальнейшее развитие мировой экономики будет определяться ростом напряженности между мировыми центрами и накоплением диспропорций в мировой торговле и финансовой системе, что мировой финансовый кризис уже привел к усилению дифференциации между странами, что европейский рынок растет относительно медленными темпами и заметно выросла активность развивающихся рынков, где динамичными центрами роста стали не только Китай, но и Индия, Бразилия, что значительными темпами растет спрос на иностранные товары в странах

---

<sup>10</sup> Основные положения Программы социально–экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы [Электронный ресурс]. –2010. – URL: <http://law.sb.by/1002/>

Латинской Америки, в то время как в США и странах Европейского союза он снижается, то становится понятно: на экономику Беларуси в ближайшие годы будут значительно влиять глобальные тенденции мирового экономического развития, которые потребуют повышения конкурентоспособности национальных товаропроизводителей, внедрения новых технологий.

В этой связи осуществление последовательной и сбалансированной многовекторной внешней политики Республики Беларусь, основанной на принципах взаимоуважения, равенства и партнерства, невмешательства в дела суверенных государств, будет сосредоточено на следующих **направлениях**:

1) своевременное выявление, предупреждение и пресечение политико-дипломатическими методами попыток вмешательства во внутренние дела Республики Беларусь со стороны зарубежных государств и их спецслужб, международных организаций, а также иных сил, не являющихся признанными субъектами международных отношений;

2) противодействие применению в международной практике экономических, политических и иных мер принудительного характера, направленных на ущемление суверенных прав государств, либо поощрению таких мер;

3) решительное отстаивание национальных интересов в рамках международных организаций и союзов, в том числе регионального характера, содействие укреплению авторитета Республики Беларусь и позиций этих структур в системе международных отношений;

4) сохранение глобальной роли Организации Объединенных Наций и Совета Безопасности ООН в обеспечении международной стабильности и безопасности;

5) продолжение последовательного курса в сфере ядерного разоружения, участие в режимах нераспространения, в выполнении посреднических функций при урегулировании конфликтов, миротворческой деятельности под эгидой ООН;

6) развитие международного сотрудничества в вопросах борьбы со всеми видами транснациональной организованной преступности, в первую очередь связанной с терроризмом, незаконной миграцией, торговлей людьми, наркобизнесом;

7) активное участие Республики Беларусь в деятельности Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе, содействие устранению дисбалансов в ее функционировании, последовательное укрепление институциональных основ данной организации;

8) формирование полноценного, без искусственных изъятий и ограничений, эффективного и взаимовыгодного Таможенного союза и Единого экономического пространства в рамках Евразийского экономического сообщества;

9) активизация деятельности Республики Беларусь по расширению участия во взаимовыгодных инициативах и проектах в рамках ключевых субрегиональных организаций: Содружества Независимых Государств, Центрально-Европейской инициативы, Организации Черноморского экономического сотрудничества, Совета государств Балтийского моря;

10) развитие по периметру внешних границ Республики Беларусь пояса добрососедства во всех его измерениях: военном, политическом, культурном, информационном, социальном и экономическом;

11) эффективная реализация государственной пограничной политики, обеспечивающая комплексный подход к управлению границами, оптимальное сочетание барьерных функций с созданием благоприятных условий для активного развития экономических связей, повышения туристической и деловой привлекательности страны;

12) сохранение и укрепление основ Союзного государства, реализация имеющегося конструктивного потенциала стратегического партнерства с Российской Федерацией;

13) развитие полноформатных отношений с государствами Европейского союза, поддержание активного диалога с Евросоюзом по всему спектру

вопросов, представляющих взаимный интерес, с перспективой заключения Соглашения о партнерстве и сотрудничестве, а также отмены дискриминационных мер в отношении белорусского государства;

14) последовательное наращивание вовлеченности Республики Беларусь в общеевропейские объединительные процессы, в первую очередь предполагающие активное участие в международных проектах, связанных с производством и транспортировкой энергоресурсов, эксплуатацией транспортных коридоров;

15) последовательное углубление отношений стратегического партнерства с Китаем, Венесуэлой, развитие всестороннего сотрудничества с другими государствами Азии, Латинской Америки и Африки, прежде всего с Индией, Вьетнамом, Бразилией, приведение масштабов экономического взаимодействия с ними в соответствие с уровнем политических отношений;

16) развитие диалога с США на принципах равноправия, взаимоуважения и партнерства, основывающегося на совпадающих интересах, в первую очередь, в контексте обеспечения международной безопасности;

**17) доведение до широких кругов мировой общественности объективной информации о Беларуси и ее позиции по основным международным проблемам, внешнеполитических инициативах, достижениях отечественной культуры и науки;**

18) повышение эффективности защиты прав и законных интересов белорусских граждан и соотечественников за рубежом.

В недавнем Послании белорусскому народу и Национальному собранию главой белорусского государства была обозначена главная, стержневая для Беларуси – **идея обновления**, которая коснется и белорусской внешней политики: «Нам надо полностью переориентировать свои внешнеэкономические политические представительства в соответствии с нашими интересами. Надо идти туда, где нас ждут, где открываются новые

рынки»<sup>11</sup>. Это означает, что Беларусь и дальше будет стремиться развивать взаимовыгодные партнерские отношения со всеми странами и регионами, но будет адекватно реагировать на внешнее давление и политику санкций, с которыми ей еще приходится сталкиваться.

---

<sup>11</sup> Обновление страны – путь к успеху и процветанию. Послание Президента А. Г. Лукашенко белорусскому народу и Национальному собранию / СБ. Беларусь сегодня. – 2013. – 20 апр.

## **Многовекторность как базовый принцип внешней политики и медиа**

Система проведения государственной внешней политики, получившая название “многовекторность”, стала складываться на постсоветском пространстве в первой половине 90-х годов XX века. Выбор этой системы для большинства бывших советских республик был продиктован необходимостью выживания в непростых условиях, вызванных развалом Советского Союза. Фактически многовекторность стала тем инструментом, который позволил скорректировать естественные недостатки и использовать имеющиеся преимущества новых независимых государств, начавших проводить свой внешнеполитический курс. Фактом является то, что научного описания термина “многовекторность”, уже широко вошедшего в дипломатический и политологический лексикон, не существует до сих пор. Но есть ряд определений, которые, на наш взгляд, весьма исчерпывающе могут передать смысл этого понятия.

Во-первых, «многовекторная внешняя политика – это независимая самостоятельная внешняя политика, отличительной чертой которой является сбалансированное и равномерное отношение одновременно с разными важными центрами сил и основными мировыми и региональными игроками»<sup>12</sup>. Во-вторых, для новых независимых государств постсоветского пространства многовекторность означала «определенный дипломатический стиль, выгодный метод ведения внешней политики, следуя которому наиболее полно реализуются национальные интересы, сформулированные правящей элитой»<sup>13</sup>. В-третьих, обращает на себя внимание трактовка принципа многовекторности внешней политики, озвученная президентом Казахстана Н. Назарбаевым: «На самом деле все государства можно назвать многовекторными. Это означает, что в условиях независимости, самостоятельности каждое государство может

---

<sup>12</sup> Деловарова, Л.Ф. Некоторые теоретические аспекты многовекторности / Л.Ф. Деловарова // [Электронный ресурс]. – 2009. – URL: <http://articlekz.com/article/7012>

<sup>13</sup> Караваев, А. “Состязательная” и “дискретная” многовекторность государств Южного Кавказа / А. Караваев // [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://ia-centr.ru/expert/10473/>

общаться, торговать, заключать политические договора со всеми, с кем ему выгодно это делать»<sup>14</sup>. В-четвертых, даже во внешней политике Российской Федерации многовекторность является одной из ключевых характеристик, на чем заостряет внимание глава российского дипломатического ведомства С. Лавров: «Следование этому принципу означает только одно: каждый вектор для нас самоценен, а какие бы то ни было их взаимоисключающие или “компенсационные” схемы неприемлемы»<sup>15</sup>. Иными словами, принцип многовекторности российской внешнеполитической деятельности заключается в «устремленности к развитию равноправных взаимовыгодных отношений со всеми без исключения странами, которые к этому готовы»<sup>16</sup>.

И, действительно, на первом этапе формирования Содружества Независимых Государств необходимость проведения многовекторной внешней политики участниками этого объединения возникла как необходимостью расширения круга союзников, получения эффективного механизма их поиска. Так, Туркменистан тогда почти сразу пошел по пути провозглашения нейтралитета и неприсоединения к каким-либо союзам и объединениям. Узбекистан объявил о выборе пути самостоятельности. Таджикистан провозгласил политику “открытых дверей”, которая предполагала формирование равных отношений со всеми странами. В Казахстане сфокусировались на развитии дружественных и предсказуемых взаимоотношений со всеми государствами, играющими существенную роль в мировых делах и представляющих практический интерес.

Не стало исключением в этом плане и белорусское государство. Декларации о необходимости проведения многовекторной внешней политики Республики Беларусь стали звучать в документах и выступлениях официальных лиц практически с первых месяцев независимости нашей страны. В 1997 году

---

<sup>14</sup> Встреча с представителями ведущих отечественных телеканалов [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: [http://www.akorda.kz/ru/events/akorda\\_news/press\\_conferences/page\\_218761\\_vstrecha-s-predstaviteliyami-vedushchikh-otechestvennykh-telekanalov](http://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/page_218761_vstrecha-s-predstaviteliyami-vedushchikh-otechestvennykh-telekanalov)

<sup>15</sup> Лавров, С. Подъем Азии и восточный вектор внешней политики России / С. Лавров // [Электронный ресурс]. – 2006. – URL: [http://www.globalaffairs.ru/number/n\\_6566](http://www.globalaffairs.ru/number/n_6566)

<sup>16</sup> Интервью Министра иностранных дел С.В. Лаврова телекомпании ВГТРК в связи с юбилеем Е.М. Примакова [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://p.120-bal.ru/doc/9801/index.html?page=4>

многовекторность была декларирована как базовый принцип белорусской внешней политики, реализация которого потребовала «от белорусской дипломатии предельной точности, продуманных заявлений и действий, не оставляя права на ошибку»<sup>17</sup>.

Серьезным импульсом к проведению многовекторной внешней политики постсоветских государств стало и нарастание процессов глобализации. Ведь «проблема расстояний в эпоху глобализации становится все меньшим препятствием для налаживания связей»<sup>18</sup>. Поэтому в процессе развития международного сотрудничества между государствами, расположенными в разных регионах планеты, появилась возможность гораздо глубже понимать многообразие мира, специфику разных стран и народов. Именно глобализация привела к появлению у стран бывшего Советского Союза реальных возможностей и выработке умения с выгодой сочетать разные геополитические векторы и активно их использовать, чтобы интегрировать различные направления внешней политики в один курс. Собственно, с интенсификацией глобализации и появилась возможность проведения разноуровневой многовекторности, когда один вектор может нести качественные оценки политического режима, второй – серьезно влиять и поддерживать местную элиту без идеологического контекста, третий – отличаться конкретными прагматичными выгодными проектами.

Но нельзя забывать и о том, что «для небольших государств, с ограниченным числом политических и экономических ресурсов, многовекторность таит определенные опасности»<sup>19</sup>. Не секрет, что крупные державы или центры притяжения постоянно посылают сигналы малым государствам, давая понять, что надо определяться с главным партнером или

---

<sup>17</sup> Шадурский, В.Г. Принцип многовекторности во внешней политике Беларуси / В.Г. Шадурский // Проблемы внешней политики и безопасности : Беларусь – Польша : история и перспективы сотрудничества / редкол. : А.В. Русакович (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Тесей, 2009. – С. 43.

<sup>18</sup> Шадурский, В.Г. Реализация принципа многовекторности в белорусской внешней политике / В.Г. Шадурский // Труды факультета международных отношений 2010 : научный сборник. Вып. 1. – БГУ, 2010. – С. 48.

<sup>19</sup> Караваев, А. “Состязательная” и “дискретная” многовекторность государств Южного Кавказа / А. Караваев // [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://ia-centr.ru/expert/10473/>

вектором. «В этой ситуации политика многовекторности рискует остаться только в теории, на практике же государства, руководствуясь интересом сохранить суверенитет, скатятся к акценту на более тесные отношения с одним из больших партнеров»<sup>20</sup>. К числу негативных атрибутов многовекторной внешней политики относят также такие, как маскировка своей реальной внешней политики, непоследовательность в межгосударственных отношениях, сиюминутные стремления выправить баланс в ту или иную пользу, непостоянство и метание между геополитическими центрами, изоляционизм, шараханье от одного ориентира к другому, зависимость от политической конъюнктуры, «неразборчивость, всеядность»<sup>21</sup>.

Тем не менее следование многовекторности является одним из эффективных способов перераспределения внешнеполитических рисков в разные «корзины». Важно, чтобы при развитии широкого спектра внешнеполитических связей в самых разных направлениях, будь то Восток, Запад, Север или Юг, государство, проводящее политику многовекторности, сохраняло за собой инициативу принятия самостоятельных решений, а не превращалось в объект внешней игры. Понятно, что взаимопонимание между названными геополитическими феноменами должно базироваться на глубоком знании особенностей каждого из них, ибо содержит в себе огромные возможности, которые необходимо обратить на благо взаимодействующих стран и народов. Иными словами, «развитие дружеских связей с государствами, соотносящимися с такими геополитическими феноменами, как Восток, Запад, Север и Юг, определяет содержание многовекторной внешней политики»<sup>22</sup>.

Конечно, добиться успеха при осуществлении сбалансированного, прагматичного внешнеполитического курса со взаимной выгодой и твердым отстаиванием национальных интересов, с дифференцированным и

---

<sup>20</sup> Многовекторность внешней политики: феномен Центральной Азии [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://politobzor.net/show-67519-mnogovektornost-vneshney-politiki-fenomen-centralnoy-azii.html>

<sup>21</sup> Некоторые теоретические аспекты многовекторности во внешней политике государств Центральной Азии [Электронный ресурс]. – 2009. – URL: <http://www.easttime.ru/reganalitic/1/206p.html>

<sup>22</sup> Медеубаева, Ж.М. Многовекторность – концептуальный фундамент внешнеполитической доктрины РК / Ж.М. Медеубаева // [Электронный ресурс] – 2014. – URL: <http://e-history.kz/media/upload/1466/2014/06/26/7457d86661d4c9e1cd89610d267637eb.pdf>

разноуровневым подходом к взаимодействию с различными зарубежными странами и международными организациями в условиях неоднозначности процессов и тенденций в современной системе международных отношений, выражающихся во всевозможных противоречиях и конфликтах между их участниками, можно только в том случае, если государство будет использовать весь комплекс внешнеполитических методов, в том числе и средства массовой информации, формирующие общественное мнение в различных социальных слоях страны. Более того, «необходимость создания общественного мнения, поддерживающего сотрудничество с данным государством, одна из сложных задач многовекторной политики»<sup>23</sup>, решением которой должен заниматься по определению международный сегмент национальной журналистики каждой страны, придерживающейся принципа многовекторности в своей внешней политике. Реальная практика показывает, что далеко не во всех странах постсоветского пространства данная задача решается журналистами-международниками успешно. Связано это с рядом обстоятельств. Остановимся на некоторых из них.

Известно, что качество освещения международной проблематики в средствах массовой информации конкретного государства зависит, прежде всего, от активности международной позиции самой страны, а также от такого фактора, как интерес читателей, зрителей, слушателей к международной тематике. Опыт становления международной журналистики на постсоветском пространстве за минувшие два с лишним десятка лет продемонстрировал такую взаимосвязь: с резким ухудшением социально-экономического положения в странах интерес аудитории к внешнему миру также серьезно снижался. Об этом свидетельствовало вытеснение из медийной сферы международной политической и экономической проблематики и замещение ее обсуждением сугубо внутренних проблем. Данная тенденция повлекла за собой уход квалифицированных журналистов-международников и деградацию освещения

---

<sup>23</sup> Караваев, А. «Состязательная» и «дискретная» многовекторность государств Южного Кавказа / А. Караваев // [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://ia-centr.ru/expert/10473/>

самой международной тематики в прессе, на радио, телевидении, в интернете, а также натолкнула на грустный вывод о том, что, если «общество не интересуется международными событиями, в то время как внешняя политика государства не имеет ни глобальных интересов, ни региональных, то не следует ожидать от журналистов <...> возможностей и способностей освещать те или иные события международной жизни»<sup>24</sup>.

Думается, что для Республики Беларусь такая жесткая постановка вопроса в данной тематической плоскости все-таки не характерна, что объясняется соответствующей внешней политикой белорусского государства на всех этапах его суверенного развития. Так, со второй половины 90-х годов XX века эта политика «активно и нормально развивается в двух направлениях: восточном и южном, в то время как на западном и северном (последнее примыкает к западному) она испытывает серьезный дисбаланс, особенно в политической сфере, ограничиваясь преимущественно внешнеэкономической сферой»<sup>25</sup>. И уже в конце 90-х годов на государственном уровне в Беларуси провозглашается курс на многовекторную внешнюю политику.

На законодательном уровне основные принципы, цели и задачи внешней политики белорусского государства были закреплены в 2005 году в Законе «Об утверждении Основных направлений внутренней и внешней политики Республики Беларусь». В этом документе в числе основных принципов белорусской внешней политики названы развитие на основе общепризнанных принципов и норм международного права всестороннего сотрудничества с иностранными государствами, международными организациями, взаимный учет и соблюдение интересов всех членов международного сообщества. Основным же направлением в сфере внешнеполитической деятельности является «совершенствование государственной внешнеэкономической политики на

---

<sup>24</sup> Усубалиев, Э. Внешняя политика КР и СМИ: Проблемы освещения международной жизни / Э. Усубалиев // [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.media.kg/blogs/usubaliev-e-vneshnyaya-politika-kyrgyzstana-i-smi-problemy-osveshheniya-mezhdunarodnoj-zhizni/>

<sup>25</sup> Снапковский, В.Е. Внешняя политика Республики Беларусь: концептуальные основы и приоритетные направления / В.Е. Снапковский // [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://www.mirperemen.net/content/vneshnyaya-politika-respubliki-belarus-konceptualnye-osnovy-i-prioritetnye-napravleniya>

основе многовекторности, сложившегося международного разделения труда и рынков товаров и услуг»<sup>26</sup>.

Формировать свой международный многовекторный курс Республике Беларусь пришлось в ситуации, когда мир вступил в стадию кардинальных геополитических, экономических и общественных трансформаций, характеризующихся высокой интенсивностью и динамичностью, когда «становление новых центров силы сопровождается обострением соперничества государств и конкуренцией моделей будущего развития»<sup>27</sup>. Рост международной напряженности в последние несколько лет заметно снизил доверие к партнерам на межгосударственном уровне. Возникновение так называемых гибридных угроз и усиление санкционного противостояния еще более осложнили подходы международного сообщества к согласованному решению мировых проблем. К тому же «огромное значение принимают информационные войны, активизация так называемых пятых колонн и формирование негативного общественного мнения с помощью средств массовой информации и интернета»<sup>28</sup>.

Еще большую тревогу в наше беспокойное время вызывает потеря взаимного доверия между глобальными игроками, отсутствие готовности у них идти на компромисс, возврат к элементам блокового противостояния, ставящие мир на грань новой войны. В этих условиях выход видится только в поиске оптимальных путей устойчивого развития для всего мирового сообщества, а не отдельных стран. Вот почему новую формулу всеобщего взаимовыгодного сотрудничества белорусская сторона видит в том, чтобы, как это было заявлено ею в общей дискуссии на 70-й Генеральной ассамблее Организации

---

<sup>26</sup> Об утверждении Основных направлений внутренней и внешней политики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2005. – URL: [http://www.economy.gov.by/dadvfiles/001296\\_334566\\_2.pdf](http://www.economy.gov.by/dadvfiles/001296_334566_2.pdf)

<sup>27</sup> Внешняя политика Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: [http://mfa.gov.by/foreign\\_policy/](http://mfa.gov.by/foreign_policy/)

<sup>28</sup> Заседание Совета Безопасности Беларуси [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/zasedanie-soveta-bezopasnosti-belarusi-10444/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/zasedanie-soveta-bezopasnosti-belarusi-10444/)

Объединенных Наций, «его основной темой стала идея интеграции интеграций как наиболее актуальная тенденция современного мира»<sup>29</sup>.

Тем более, что сегодня актуальным уже становится обсуждение на разных уровнях перспектив взаимодействия Европейского и Евразийского экономического союзов, реализации масштабного проекта Великого шелкового пути, создания Транстихоокеанского партнерства и Трансатлантической зоны свободной торговли, ряда других интеграционных проектов. Вот почему многовекторность внешней политики в современных условиях становится тем созидательным инструментом, который позволяет не только избежать опасного и ненужного противостояния интеграционных моделей, но и добиться их совместимости и взаимодополняемости.

Многовекторность внешней политики белорусского государства – это фундаментальный принцип, предполагающий развитие сбалансированных конструктивных отношений с теми партнерами в различных регионах мира, с которыми белорусская сторона «руководствуется принципами прагматизма и последовательности, взаимного уважения, равноправия, невмешательства во внутренние дела, отказа от давления и принуждения»<sup>30</sup> при выстраивании диалога и взаимовыгодного сотрудничества. Обусловлен же этот многовекторный курс Беларуси целым рядом обстоятельств, в числе которых можно назвать, как географическое положение страны, территорию которой пересекают важнейшие транспортные пути из Европы и Азии, так и историю белорусского государства, испытавшего на себе разрушительные последствия немалого количества европейских войн и конфликтов. Сегодня Республика Беларусь уже признана всем мировым сообществом как суверенное европейское государство, которое проводит свою самостоятельную, миролюбивую, многовекторную внешнюю политику, активно развивая сотрудничество с зарубежными партнерами в разных частях земного шара и

---

<sup>29</sup> Выступление в общей дискуссии 70-й сессии Генеральной ассамблеи ООН [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/vystuplenie-v-obschej-diskussii-70-j-sessii-generalnoj-assamblei-oon-12219/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/vystuplenie-v-obschej-diskussii-70-j-sessii-generalnoj-assamblei-oon-12219/)

<sup>30</sup> Принципы, цели и задачи Республики Беларусь на международной арене [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: [http://mfa.gov.by/foreign\\_policy/aims/](http://mfa.gov.by/foreign_policy/aims/)

внося существенный вклад в укрепление международной безопасности и стабильности.

О многовекторности белорусской внешней политики свидетельствуют также такие цифры. На начало 2016 года Беларусь поддерживала дипломатические отношения со 174 странами. Сегодня белорусские дипломатические представительства работают в 56 государствах, расположенных на пяти континентах. Только в 2014 году посольства Беларуси были открыты в Австралии, Катаре, Монголии, Пакистане, Эквадоре, а в Италии открылось Генеральное консульство Республики Беларусь в Милане. В свою очередь, в Минске иностранные государства представлены сейчас 45 посольствами, 4 отделениями посольств, 2 торговыми представительствами, 35 консульскими учреждениями, включая почетных консулов. Немаловажен и тот факт, что по совместительству на белорусской земле аккредитованы уже 88 иностранных представительств.

Статус геополитического перекрестка предоставляет Республике Беларусь заманчивые шансы максимально использовать свое выгодное географическое положение, имеющийся транзитный и промышленный потенциал, но одновременно приближает вплотную к ее границам конфликты, которые никогда прежде в ее суверенной истории не вспыхивали и не развивались так стремительно и непредсказуемо. Поэтому, придерживаясь единых подходов к развитию отношений со всеми зарубежными странами, Беларусь все-таки концентрирует свои многовекторные внешнеполитические усилия на ряде наиболее важных и перспективных направлений, среди которых можно выделить следующие приоритеты.

**I. Российская Федерация,** стратегическое партнерство с которой обусловлено географическими, геополитическими, историческими факторами, взаимной дополняемостью экономик двух стран, тесными кооперационными связями между предприятиями. Основные внешнеэкономические задачи на данном направлении:

- 1) наращивание объемов белорусского экспорта;

2) эффективное использование потенциала прямых связей между регионами двух стран;

3) углубление кооперации;

4) расширение белорусских товаропроводящих сетей;

5) привлечение инвестиций.

Приоритетным направлением взаимодействия Беларуси и России является сотрудничество регионов, нацеленное на:

1) наращивание объемов взаимных поставок товаров;

2) расширение товаропроводящей сети;

3) укрепление производственной кооперации;

4) создание сборочных производств.

Лидерами во взаимной торговле с Беларусью являются Центральный, Уральский, Приволжский, Северо-Западный федеральные округа, а среди субъектов федерации России – Москва, Санкт-Петербург, Тюменская, Московская, Смоленская, Оренбургская, Брянская, Нижегородская, Калужская области и Республика Татарстан, на долю которых приходится более «70 процентов белорусско-российского товарооборота»<sup>31</sup>.

**II. Страны Содружества Независимых Государств и Евразийского экономического союза**, во взаимодействии с которыми все более конкретные очертания приобретает процесс постсоветской интеграции. В СНГ потенциал интеграционного взаимодействия кроется в торгово-экономическом сотрудничестве, а также в:

1) реализации положений Договора о зоне свободной торговли;

2) создании зоны свободной торговли услугами;

3) дальнейшем формировании образовательного и инвестиционного пространства;

4) развитию гуманитарного, приграничного и трансграничного сотрудничества;

---

<sup>31</sup> Сотрудничество Беларуси с российскими регионами [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: [http://mfa.gov.by/bilateral/russia\\_regions/](http://mfa.gov.by/bilateral/russia_regions/)

5) усиления экологической безопасности.

Ключевыми торговыми партнерами Беларуси в СНГ являются Украина, Казахстан, Молдова, Туркменистан и Азербайджан, «на долю которых приходится более 95 процентов белорусского экспорта в регионе СНГ (без учета России)»<sup>32</sup>.

В рамках **ЕАЭС** сейчас создаются дополнительные условия для устойчивого развития белорусской экономики за счет:

1) обеспечения свободы движения товаров, услуг, капитала и трудовых ресурсов;

2) реализации согласованной политики в ключевых секторах экономики;

3) развития кооперационных связей;

4) реализации совместных инвестиционных и инновационных проектов;

5) соблюдения единых правил конкуренции, стандартов и требований к товарам и услугам;

6) доступа к услугам естественных монополий и рынку государственных закупок.

III. Страны **Европейского союза**, интенсификация отношений с которыми происходит в таких сферах взаимного интереса, как торговля и инвестиции, транспорт и транзит, трансграничное и региональное сотрудничество, упрощение визового режима и охрана окружающей среды. Основные торгово-экономические партнеры Беларуси среди европейских стран – Германия, Нидерланды, Польша, Италия, Литва, Великобритания, Латвия, а в числе ведущих инвесторов белорусской экономики – Великобритания, Кипр, Нидерланды, Австрия, Польша, Литва, Латвия, Германия.

Белорусская нацелена на активизацию взаимодействия с европейскими партнерами и разработку конкретных проектов, направленных на:

1) развитие сети энергетических и транспортных коммуникаций;

2) укрепление региональной энергетической безопасности;

---

<sup>32</sup> Беларусь и страны СНГ и Грузия [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://mfa.gov.by/bilateral/cis/>

3) противодействие экологическим угрозам;

4) повышение эффективности охраны границ и таможенного обеспечения торговли.

Именно на европейском векторе Беларусь последовательно продвигает идею интеграции интеграций, которая «в перспективе может послужить основой для гармонизации интеграционных процессов в рамках Европейского союза и Евразийского экономического союза, а также создания общего экономического и гуманитарного пространства от Владивостока до Лиссабона»<sup>33</sup>.

**IV. Китайская Народная Республика**, отношения с которой за последние несколько лет вышли на уровень всестороннего стратегического партнерства и строятся «на принципах взаимоуважения, поддержки и многопланового сотрудничества»<sup>34</sup>, в структуре которого можно выделить следующие основные направления:

1) глубокая и взаимная интеграция отраслей и предприятий;

2) информационные технологии;

3) формирование совместных исследовательских и научно-практических центров;

4) совместное развитие отраслевой науки;

5) прямое и системное межрегиональное сотрудничество.

Для их успешной реализации уже формируются механизмы стимулирования привлечения прямых китайских инвестиций в энергетику, производство строительных материалов, транспортную инфраструктуру, производство и переработку сельскохозяйственной продукции. А регионы-побратимы двух стран разработали дорожную карту углубления торгово-экономического сотрудничества, зафиксировавшую приоритетные совместные проекты, а также перспективные направления взаимодействия всех

---

<sup>33</sup> Европейский союз [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://mfa.gov.by/multilateral/organization/list/c723f8823e56d467.html>

<sup>34</sup> Государственный визит Председателя КНР Си Цзиньпина в Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/gosudarstvennyj-vizit-predsdatelja- knr-si-tszinpinga-belarus-11366/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/gosudarstvennyj-vizit-predsdatelja- knr-si-tszinpinga-belarus-11366/)

белорусских областей и Минска с китайскими провинциями Хэйлунцзян, Цзянсу, Чжэцзян, Сычуань, Ганьсу, Гуандун, Хубэй и столицей – Пекином.

V. Страны **мирового Юга**, где в **азиатском, латиноамериканском, ближневосточном и африканском** регионах белорусская сторона нацелена на постепенную диверсификацию торговли, углубление экономической кооперации, чтобы создать дополнительные предпосылки роста для своей экспортоориентированной экономики. Здесь основные направления развития отношений структурируются следующим образом:

1) активизация политического и экономического взаимодействия с традиционными партнерами – Аргентиной, Бразилией, Венесуэлой, Вьетнамом, Египтом, Индией, Ираном, Кубой, Объединенными Арабскими Эмиратами, Сирией, Японией, Южно-Африканской Республикой;

2) налаживание диалога и активный выход с закреплением на рынках государств, имеющих значительный потенциал для взаимовыгодного сотрудничества, – Анголы, Австралии, Боливии, Индонезии, Камбоджи, Катара, Колумбии, Лаоса, Малайзии, Мозамбика, Монголии, Нигерии, Никарагуа, Пакистана, Перу, Саудовской Аравии. Эквадора, Эфиопии.

При этом со странами **Африки** ключевым направлением торгово-экономического сотрудничества является расширение белорусского экспорта продукции и услуг, освоение новых рынков сбыта. Наиболее перспективное направление взаимодействия с государствами **Ближнего Востока** – инвестиционное сотрудничество, в рамках которого реализуются совместные проекты в области создания новых производств, строительства, сельского хозяйства, гостиничного бизнеса, торговли. Страны **Азии**, имеющие наиболее высокие темпы роста внутреннего валового продукта на планете, – это и перспективный, быстро расширяющийся рынок для белорусских товаров и услуг, и перспективный инвестор в экономику Беларуси. Государства **Латинской Америки** – вектор белорусской внешней политики, нацеленный на закрепление долгосрочных отношений, расширение политического диалога, укрепление договорно-правовой базы, продвижение интересов белорусских

предприятий, в том числе путем создания совместных производств, открытия торговых домов и представительств.

VI. Наконец, **Соединенные Штаты Америки**, в отношениях с которыми белорусская сторона видит цель – развивать конструктивный и равноправный диалог, основанный на взаимном учете интересов, а также расширять полноформатное двустороннее сотрудничество по таким актуальным вопросам глобального уровня, как борьба с торговлей людьми, противодействие распространению наркотических и психотропных веществ, киберпреступлений и детской порнографии в интернете, защита ядерных объектов, нераспространение оружия массового уничтожения.

Все эти представленные выше направления белорусской внешней политики весьма красноречиво подчеркивают мысль о том, что в нынешних условиях преодоления глобального кризиса необходимо наращивать международное сотрудничество во всех сферах. И это будет абсолютно созвучно логике принципа многовекторности внешней политики. При этом международное сотрудничество должно базироваться не только на знаниях, инновациях, передовых технологиях, внедряемых в серийное производство, но и на активном формировании общего информационно-медийного пространства взаимодействия и партнерства, на внедрении в массовое сознание миллионов людей принципов равноправия и взаимного уважения. Ведь средства массовой информации играют сегодня чрезвычайно важную роль в процессах дальнейшего сближения стран и народов: «Активное продвижение идеи <...> интеграции предполагает не менее активную созидательную позицию масс-медиа, их историческую ответственность перед обществом»<sup>35</sup>.

Надо полагать, что возрастающая ответственность перед своими читателями, слушателями и зрителями указывает современным медиа путь следования не только определенным ценностным критериям, но и проявления

---

<sup>35</sup> Приветственное слово Министра информации Республики Беларусь Л.С. Ананич // Межнациональное согласие и толерантность – ценностная основа евразийской интеграции : мат. межд. научно-практической конференции, Респ. Беларусь, г.Минск, 9 декабря 2014г. / Ин-т философии НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2015. – С. 13.

высочайших профессиональных навыков, базирующихся на компетентном знании социальных, этнических, лингвистических, религиозных, культурологических, цивилизационных особенностей своей аудитории. Только такой путь может противостоять наблюдаемым сегодня в медийной сфере информационным войнам – войнам без правил, свидетелями и жертвами которых становится все большее количество людей на нашей планете.



## Особенности развития парламентской дипломатии в условиях глобальных вызовов

В сентябре 2016 года в Республике Беларусь был избран парламент шестого созыва. Минувшее с той поры время показало, что одним из важнейших направлений его деятельности становится значительная активизация так называемой “парламентской дипломатии”, в основе которой должны лежать задачи «по диверсификации рынков сбыта, продвижению белорусских товаров и услуг»<sup>36</sup>. Напомним, что понятием “парламентская дипломатия” обозначают совокупность активных действий парламента, групп в его составе или отдельных парламентариев для достижения целей внешней политики в диалоговых форматах, а также различные аспекты международной деятельности парламентариев, связанной как с выполнением международных обязательств государства, так и с продвижением в жизнь его различных внешнеполитических и внешнеэкономических инициатив.

Считается, что диалоговые форматы, которые призваны выстраивать на международной арене народные избранники, могут способствовать поиску эффективных стратегий по разрешению глобальных и региональных проблем и противоречий. А если вспомнить, что современная международная обстановка отличается сохранением повышенной нестабильности и усилением факторов неопределенности, обусловленных продолжающимися глобальными трансформациями и негативным влиянием традиционных и новых вызовов и угроз, то нетрудно понять, почему сегодня «тенденция к росту многофункциональной деятельности парламентов в рамках международных отношений носит универсальный характер. Она распространяется практически на все государства мира и созданные ими межпарламентские структуры»<sup>37</sup>.

---

<sup>36</sup> Международная активность депутатов должна способствовать повышению благосостояния народа – Андрейченко [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/politics/view/mezhdunarodnaja-aktivnost-deputatov-dolzha-sposobstvovat-povysheniju-blagosostojanija-naroda-224872-2016/>

<sup>37</sup> Лихачев, В. Парламентская дипломатия / В. Лихачев // [Электронный ресурс]. – 2009. – URL: <https://interaffairs.ru/jauthor/material/122>

При оценке современного состояния развития парламентской дипломатии следует также исходить из понимания того, что она сегодня все больше возвращается к национальным интересам и начинает решать серьезные вопросы внешней политики и экономики. И это вполне объяснимо, так как «возврат к национальным интересам, прагматичным подходам во многом является не просто реакцией на внешние кризисы, но и логичной ступенью переосмысления методологии реализации <...> целей в глобальной политике»<sup>38</sup>. В свою очередь, активизация парламентской деятельности на международной арене является важной точкой роста в развитии самого института парламентаризма и утверждения национального парламента в качестве одного из центров разработки стратегии внешней политики, так как «увеличение результативности парламентской дипломатии на мировом уровне наблюдается в увеличении полномочий, в расширении географической сферы активности и круга рассматриваемых вопросов»<sup>39</sup>.

Иными словами, парламентская дипломатия – это тот инструмент, который позволяет совершенствовать методы обсуждения и создания условий, благоприятствующих международному сотрудничеству, как в двустороннем, так и многостороннем формате. Важно при этом, чтобы парламентарии в нынешней политической и экономической глобальной реальности органично встраивались в систему реализации внешней политики и принятия эффективных решений, опираясь на усиление аналитической составляющей своей работы, так как именно глубокий анализ ситуации в зарубежных странах может сделать эффективным их поиск возможных путей воздействия на гражданское общество для решения существующих вопросов взаимодействия.

Актуальна в данном контексте и тема улучшения информационного сопровождения внешнеполитической деятельности национального парламента

---

<sup>38</sup> Гаврилов, С. Парламентская дипломатия возвращается к национальным интересам / С. Гаврилов // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [http://185.37.61.231/news\\_rl/2016/04/26/parlamentskaya\\_diplomatiya\\_vozvrwaetsya\\_k\\_nacionalnym\\_interesam/](http://185.37.61.231/news_rl/2016/04/26/parlamentskaya_diplomatiya_vozvrwaetsya_k_nacionalnym_interesam/)

<sup>39</sup> Кондрашова, Е.В. Эволюция парламентаризма в контексте внешнеполитической деятельности России / Е.В. Кондрашова // [Электронный ресурс]. – 2008. – URL: <http://www.lib.uu.ru.net/diss/cont/295367.html>

для целенаправленного формирования не только его международного имиджа, но и страны в целом. Тем более, что «важной проблемой в сфере информирования является излишняя закрытость в доступе к информации, чрезмерный уровень секретности, представленные в прессу материалы могли бы быть в значительной степени расширены за счет конкретизации направлений деятельности и списка некоторых предложенных инициатив»<sup>40</sup>.

В числе основных форм внешнеполитической деятельности национальных парламентов сегодня выделяют несколько. Во-первых, организационно-правовое укрепление международного сотрудничества путем создания договорно-правовой базы, совершенствования международного права, принятия заявлений, обращений и резолюций по внешнеполитическим вопросам. Во-вторых, упрочение международной безопасности путем участия парламентариев в международных конференциях, симпозиумах, дискуссиях, круглых столах, в миротворческих миссиях и наблюдениях за выборами в других странах. В-третьих, развитие межпарламентского сотрудничества путем международных встреч парламентариев, личных контактов с зарубежными коллегами, представителями как правительственных, так и неправительственных организаций.

Если говорить о белорусском парламенте, то в его системе внешнеполитической деятельности особое место занимает межпарламентское сотрудничество, так как «эта форма содержит в себе максимальный потенциал для проведения собственной активной международной политики, а также для оказания содействия официальной дипломатии в реализации внешнеполитических инициатив»<sup>41</sup>. В числе приоритетов белорусской парламентской дипломатии можно выделить антикризисную тематику, а также содействие торгово-экономическому и производственно-кооперационному

---

<sup>40</sup> Кондрашова, Е.В. Эволюция парламентаризма в контексте внешнеполитической деятельности России / Е.В. Кондрашова // [Электронный ресурс]. – 2008. – URL: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/295367.html>

<sup>41</sup> Горелик, А.А. Внешнеполитическая деятельность белорусского парламента в современных условиях / А.А. Горелик // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [http://www.pac.by/ncatfiles/000038\\_786310\\_k\\_Gorelik.pdf](http://www.pac.by/ncatfiles/000038_786310_k_Gorelik.pdf)

взаимодействию, международным связям белорусских регионов во всех сферах. О том, как это сотрудничество реализуется на практике, мы посмотрим на примере развития партнерских связей белорусского парламента с коллегами в **Казахстане, Пакистане, Малайзии.**

В марте 2017 года в Беларуси побывала парламентская делегация **Казахстана** во главе с председателем Мажилиса Парламента Н. Нигматулиным. Этот визит обозначил обоюдное и самое заинтересованное стремление Минска и Астаны расширить инструментарий белорусско-казахстанского взаимодействия за счет такой эффективной формы выстраивания двустороннего диалога, какой является парламентская дипломатия. Поэтому в рамках многочисленных встреч казахстанских парламентариев на белорусской земле обсуждались не только межпарламентское сотрудничество, но и взаимодействие в торгово-экономической сфере, совершенствование договорно-правовой базы, функционирование совместных сборочных производств на территории Казахстана.

Подключение парламентской дипломатии к решению целого ряда вопросов партнерских связей Беларуси и Казахстана весьма своевременно уже хотя бы по той причине, что сторонам сегодня «необходимо приложить усилия для преодоления спада в торгово-экономическом сотрудничестве, как на двустороннем уровне, так и в рамках Евразийского экономического союза»<sup>42</sup>. Действительно, еще в 2014 году белорусско-казахстанский товарооборот стал рекордным, достигнув отметки почти в один миллиард долларов. Но уже в 2016 году объем взаимной торговли уменьшился в два с лишним раза, составив 419,1 миллионов долларов. И хотя сальдо торгового баланса в данном случае сложилось для Беларуси положительным за счет поставок на казахстанскую землю белорусских тракторов и седельных тягачей, молока и молочных продуктов, машин и механизмов для уборки и обмолота сельскохозяйственных

---

<sup>42</sup> Встреча с Председателем Мажилиса Парламента Казахстана Нурланом Нигматулиным [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/vstrecha-s-predsdatelem-mazhilisa-parlamenta-kazaxstana-nurlanom-nigmatuliny-m-15817/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/vstrecha-s-predsdatelem-mazhilisa-parlamenta-kazaxstana-nurlanom-nigmatuliny-m-15817/)

культур, грузовых автомобилей и мебели, первоочередная задача для парламентариев двух стран сегодня сформулирована так – «обеспечить эффективную законодательную поддержку всех решений и договоренностей глав государств. <...> Еще одна важная задача – работать над увеличением товарооборота»<sup>43</sup>.

Заметим, что сегодня основным документом в области практического развития двусторонних белорусско-казахстанских отношений является межправительственный план мероприятий на 2017-2018 годы, который охватывает все сферы взаимодействия, включая торгово-экономические, научно-технические, культурно-гуманитарные, региональные вопросы. В соответствии с этим документом стороны ставят задачу – в самое ближайшее время восстановить уровень товарооборота 2014 года и даже превзойти его. И определенные шаги в этом направлении делаются.

В Казахстане уже организована сборка карьерной и шахтной техники Белорусского автомобильного завода, а также белорусских тракторов, зерно- и кормоуборочных комбайнов, грузопассажирских лифтов, пожарной техники. Всего на данный момент в этой стране «функционирует 8 совместных сборочных производств белорусской техники и оборудования. Сторонами ведется работа по запуску еще 6 сборочных производств»<sup>44</sup>. Их участниками с белорусской стороны планируют стать, в частности, ОАО «Пинский завод средств малой механизации» и ООО «Дорэлектромаш». Кроме того, сотрудничество в промышленной сфере очень скоро будет расширено за счет создания Белорусско-Казахстанского индустриально-технологического парка в Кокшетау. А в начале 2017 года на заводе компании «Астана Моторс» в Алматы начато производство грузовиков под маркой Минского автомобильного завода. Важно, что «проект по выпуску МАЗов в Казахстане предусматривает не просто крупноузловую сборку грузовиков. Уже сейчас там

---

<sup>43</sup> Андрейченко и Нигматулин договорились активнее обмениваться опытом в законодательной сфере [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/politics/view/andrejchenko-i-nigmatulin-dogovorilis-aktivnee-obmenivatsja-opytom-v-zakonotvorcheskoj-sfere-237815-2017/>

<sup>44</sup> Парламентская делегация Казахстана прибыла в Беларусь [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/politics/view/parlamentskaja-delegatsija-kazahstana-pribyla-v-belarus-237708-2017/>

доля местных комплектующих составляет 30%. К концу нынешнего года эта цифра по локализации производства возрастет до 50%»<sup>45</sup>.

Все эти факты говорят о том, что сторонами создан определенный фундамент для разработки и принятия Программы социально-экономического сотрудничества Беларуси и Казахстана до 2026 года, подписание которой планируется в 2017 году. В этом документе, появлению которого будут способствовать и парламентарии двух стран, смогут и должны найти свое продолжение и развитие как уже начатые проекты по созданию индустриально-технологического парка сельскохозяйственной и коммунальной техники, по совместной сборке коммунальной самосвальной техники на базе Минского автомобильного завода, комбайнов “Лидагропромаш”, так и еще разрабатываемые. В частности, эта программа могла бы открыть «хорошие перспективы по сотрудничеству беспилотников, взаимодействию в космической отрасли»<sup>46</sup>, а также участию белорусской стороны в реализации масштабной инициативы казахстанского лидера Н. Назарбаева по третьей модернизации страны. Напомним, что в конце января 2017 года глава Казахстана обозначил пять основных приоритетов реформирования казахстанской экономики, реализация которых позволит обеспечить ее рост выше среднемировых показателей и устойчивое продвижение в число 30 передовых стран. «Первый приоритет – это ускоренная технологическая модернизация»<sup>47</sup>, в рамках которой будет создана программа “Цифровой Казахстан”, где могут быть использованы наработки белорусских специалистов с повсеместным внедрением таких элементов четвертой промышленной революции, как автоматизация, роботизация, искусственный интеллект.

---

<sup>45</sup> Белорусская продукция пользуется спросом у потребителей в Казахстане – Нигматулин [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/beloruskaja-produktsija-polzuetsja-sprosom-u-potrebitelej-v-kazahstane-nigmatulin-237925-2017/>

<sup>46</sup> Встреча с парламентской делегацией Казахстана [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.government.by/ru/content/7109>

<sup>47</sup> Муминов, А. Нурсултан Назарбаев назвал пять приоритетов модернизации Казахстана / А. Муминов // [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.abctv.kz/ru/news/nursultan-nazarbaev-nazval-pyat-prioritetov-modernizacii-ka>

**Пакистан** относится к числу тех государств Азии, отношения с которыми у Республики Беларусь в последние несколько лет развиваются особенно интенсивно. Два визита на пакистанскую землю белорусского лидера в 2015 и 2016 годах, обмен визитами премьеров – Н. Шарифа и А.Кобякова в августе и ноябре 2015 года – показали, что в двусторонних белорусско-пакистанских отношениях наступило время коренных изменений. В принятой дорожной карте сотрудничества Беларуси и Пакистана на кратко- и среднесрочную перспективу «поставлена задача увеличить к 2020 году объем взаимного товарооборота до \$1 млрд»<sup>48</sup>.

В 2017 году стороны пришли к пониманию того, что «для углубления сотрудничества необходимо регулярное взаимодействие парламентариев. Именно парламенты служат важными связующими звеньями в налаживании контактов между людьми, углублении взаимопонимания и развитии взаимовыгодного сотрудничества»<sup>49</sup>. Вот почему в апреле 2017 года Палата представителей Национального собрания Беларуси и Национальная ассамблея парламента Пакистана подписали совместное заявление и меморандум о взаимопонимании, речь в которых идет о том, что «развитие полноформатного взаимодействия невозможно без установления и наращивания эффективного межпарламентского диалога»<sup>50</sup>.

Заметим, что потенциал расширения нынешнего белорусско-пакистанского взаимодействия базируется на осознании того, что экономика этой азиатской страны растет и предлагает большие инвестиционные возможности в сельском хозяйстве, агроиндустрии, фармацевтике, легкой промышленности, машиностроении, нефтегазовой отрасли. И по ряду из этих

---

<sup>48</sup> Гришкевич, А. Беларусь и Пакистану по силам нарастить взаимный товарооборот до \$1 млрд к 2020 году – Вовк / А. Гришкевич // [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/politics/view/belarusi-i-pakistanu-po-silam-narastit-vzaimnyj-tovarooborot-do-1-mlrd-k-2020-godu-vovk-239082-2017/>

<sup>49</sup> Отношения Пакистана и Беларуси в последние годы развиваются беспрецедентными темпами – Шариф [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/politics/view/otnosheniya-pakistan-i-belarusi-v-poslednie-gody-razvivajutsja-bespretseidentnymi-tempami-sharif-242294-2017/>

<sup>50</sup> Беларусь и Пакистан заявили о важности сотрудничества в сфере АПК [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/belarus-i-pakistan-zajavili-o-vazhnosti-sotrudnichestva-v-sfere-apk-241978-2017/>

направлений в последнее время делаются конкретные шаги в плане эффективного сотрудничества с белорусской стороной. Так, в конце марта 2017 года пакистанская сторона заявила о своем намерении реализовать инвестиционный проект по открытию в провинции Пенджаб сборочного производства тракторов “Беларус”, которые здесь уже хорошо известны.

Напомним, что Минский тракторный завод начал поставки своей техники в Пакистан еще в 1955 году. И за это время экспортировал туда более 130 тысяч машин. А уже в 2015 году в этой стране на базе завода Orient Tractor было открыто сборочное производство по выпуску белорусских машин – около четырех тысяч тракторов ежегодно. Но «на сегодняшний день тракторный парк Пакистана оценивается в 700 тыс. единиц техники. Ежегодная потребность рынка – 85-90 тыс. тракторов»<sup>51</sup>. Вот почему есть основания полагать, что новый проект сборки белорусской сельскохозяйственной техники принесет реальную выгоду его участникам. Тем более, что белорусская сторона уже предложила пакистанским партнерам не ограничиваться лишь сборкой тракторов, но и поставлять местным фермерам технику вместе с сельскохозяйственными технологиями. А в будущем и вовсе собирать на этом совместном предприятии в штате Пенджаб не только сельскохозяйственную, но и коммунальную технику.

Недавно тема развития двустороннего взаимодействия в агропромышленном комплексе получила мощные импульсы в рамках первого совместного белорусско-пакистанского сельскохозяйственного форума, состоявшегося в апреле 2017 года в Пакистане, на который прибыла представительная делегация во главе с председателем Палаты представителей Национального собрания Беларуси В. Андрейченко. В рамках этого знакового мероприятия белорусская сторона озвучила основные приоритеты двустороннего сотрудничества в агропромышленной сфере, в том числе «наращивание взаимного оборота, создание совместных перерабатывающих

---

<sup>51</sup> Пакистан готов инвестировать в создание нового сборочного производства тракторов BELARUS [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/pakistan-gotov-investirovat-v-sozdanie-novogo-sborochnogo-proizvodstva-tractorov-belarus-240149-2017/>

производств, обмен передовыми достижениями в области аграрной науки, организацию совместной подготовки кадров»<sup>52</sup>.

Так, наращиванию взаимного товарооборота будет содействовать активизация на пакистанском рынке экспортной деятельности таких белорусских производителей, как ОАО “Полоцкий молочный комбинат”, ОАО “Витебская бройлерная птицефабрика”, ОАО “Оршанский мясоконсервный комбинат”, ЗАО “Мясо-молочная компания”, ООО “Биоком”, ОАО “Агрокомбинат “Дзержинский”, ОАО “Лидсельмаш”, ОАО “Гомсельмаш”, продемонстрировавшие свой производственный и технологический потенциал на первом совместном сельскохозяйственном форуме. В плане появления новых совместных производств речь идет «о создании предприятий по переработке мяса птицы, строительства теплиц, зерносушильных комплексов»<sup>53</sup>, так как у сторон уже имеются хорошие наработки по вопросам проектирования строительства и оснащения оборудованием животноводческих помещений, фруктоовощехранилищ, тепличных комбинатов. Что касается обмена передовыми достижениями в области аграрной науки, то дополнительные возможности здесь должен открыть подписанный в апреле 2017 года меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве между Белорусским государственным аграрным техническим университетом и Аграрным университетом Фейсалабада.

**Малайзия** – это государство в Юго-Восточной Азии, которое в Республике Беларусь рассматривают в качестве важного и перспективного партнера в данном регионе и потенциал сотрудничества с которым еще предстоит раскрыть. В 2015 году эта страна заняла 25-е место по величине белорусского экспорта среди всех торговых партнеров Беларуси. Объем взаимных поставок составил тогда почти 160 миллионов долларов с

---

<sup>52</sup> Андрейченко о приоритетах сотрудничества с Пакистаном: наращивание товарооборота и создание СП [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/andrejchenko-o-prioritetah-sotrudnichestva-s-pakistanom-naraschivanie-tovarooborota-i-sozdanie-sp-242175-2017/>

<sup>53</sup> Беларусь и Пакистан намерены создавать совместные предприятия [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/belarus-i-pakistan-namereny-sozdavat-sovmestnye-predpriyatija-242021-2017/>

положительным сальдо для белорусской стороны в размере 65,1 миллионов долларов. В 2016 году эта тенденция практически сохранилась: за десять месяцев экспорт из Беларуси в Малайзию превысил 85 миллионов долларов при положительном сальдо в сорок миллионов долларов. Правда, львиную долю в белорусских поставках занимали калийные удобрения, что вполне понятно, так как Малайзия является одним из крупнейших потребителей хлористого калия в Юго-Восточной Азии. В том же 2015 году сюда было завезено 406,9 тысяч тонн этих удобрений на 109,5 миллионов долларов, а в 2016 году – 546,2 тысячи тонн на 104,6 миллионов долларов. Уже только эти факты свидетельствуют о том, что в плане торгово-экономического сотрудничества сторонам есть куда двигаться – к диверсификации взаимных поставок. Но для этого надо определиться с наиболее эффективными механизмами двустороннего взаимодействия.

В Минске на этот счет есть свое мнение, которое, впрочем, разделяют и в Куала-Лумпуре: «Межпарламентское сотрудничество должно стать одним из краеугольных камней в фундаменте белорусско-малазийских отношений»<sup>54</sup>. И, судя по всему, стороны уже делают конкретные шаги к достижению поставленной цели. Еще в феврале 2013 года в Национальном собрании Республики Беларусь была создана рабочая группа по сотрудничеству с малазийским парламентом. В качестве ответного шага в апреле 2014 года в парламенте Малайзии сформировали Малазийско-Белорусскую парламентскую группу дружбы, представители которой во главе с заместителем спикера Палаты представителей Р. Кианди в августе того же года прибыли в Минск, где сформулировали с белорусским коллегами одну из важнейших задач белорусско-малазийских партнерских связей: «Двум странам нужно создавать и развивать договорно-правовую базу для взаимодействия»<sup>55</sup>.

---

<sup>54</sup> Встреча со спикером Палаты представителей парламента Малайзии Пандикаром Амином Мулиа [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/vstrecha-so-spikerom-palaty-predstavitelej-parlamenta-malajzii-pandikarom-aminom-mulia-15126/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/vstrecha-so-spikerom-palaty-predstavitelej-parlamenta-malajzii-pandikarom-aminom-mulia-15126/)

<sup>55</sup> Беларусь и Малайзия имеют большие возможности для развития двустороннего сотрудничества [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://www.belta.by/politics/view/belarus-i-malajzija-imejut-bolshie-vozmozhnosti-dlja-razvitija-dvustoronnego-sotrudnichestva-51954-2014>

И сразу началась работа над целым шлейфом проектов двусторонних соглашений: об экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве; о содействии осуществлению и взаимной защите инвестиций; о сотрудничестве в борьбе с преступностью; о взаимной отмене виз; о сотрудничестве в правовой сфере; о военно-техническом сотрудничестве; о сотрудничестве между Белорусской торгово-промышленной палатой и Национальной торгово-промышленной палатой Малайзии; о сотрудничестве между Минским отделением Белорусской торгово-промышленной палаты и Международной торгово-промышленной палатой Малайзии в штате Сабах; о правовой помощи по гражданским и коммерческим делам; о правовой помощи по уголовным делам; об экстрадиции; об избежании двойного налогообложения и предотвращении уклонения от уплаты налогов в отношении налогов на доходы и имущество; о сотрудничестве в области высшего образования; о сотрудничестве между Белорусским государственным университетом и Университетом Малайя; о взаимопонимании между Малазийским институтом сельскохозяйственных исследований и развития и Национальной академией наук Беларуси по сотрудничеству в области сельскохозяйственных исследований; о сотрудничестве между Минским областным исполнительным комитетом и Правительством штата Сабах, о сотрудничестве между Белтелерадиокомпанией и государственной телерадиокомпанией Малайзии RTM; о сотрудничестве в сфере предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций. Наконец, в 2016 году стороны подписали Меморандум о межпарламентском сотрудничестве, отметив при этом, что «у Беларуси и Малайзии есть необходимая основа для того, чтобы углублять политический диалог, развивать торгово-экономические отношения, сотрудничество в области культуры, науки, образования, здравоохранения»<sup>56</sup>, что существует огромный нереализованный потенциал взаимодействия и есть много точек соприкосновения.

---

<sup>56</sup> Андрейченко: у Беларуси и Малайзии есть основа для углубления политического диалога [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/politics/view/andrejchenko-u-belarusi-i-malajzii-est-osnova-dlja-uglublenija-politicheskogo-dialoga-224305-2016/>

Состоявшийся в декабре 2016 года визит в Минск спикера Палаты представителей малазийского парламента П.А. Мулиа продемонстрировал широту тематического диапазона, который с подачи парламентариев двух стран будет задействован в белорусско-малазийском сотрудничестве уже в ближайшей перспективе: промышленность, туризм, образование, высокие технологии, военно-промышленный комплекс, создание совместных предприятий, наращивание межрегиональных и научно-технических связей. В частности, в том, что касается научно-технического сотрудничества, то здесь «в качестве стартовых могли бы быть реализованы проекты в сфере биотехнологий, микробиологии, лазерной оптики, новых материалов»<sup>57</sup>. Несколько соглашений прорабатывается уже между высшими учебными заведениями двух стран по вопросам, связанным с подготовкой специалистов, как на университетском уровне, так и научных кадров высшей квалификации, так как «усиление взаимодействия в подготовке кадров помогло бы развитию политических, торгово-экономических отношений»<sup>58</sup>.

Интересные возможности, судя по всему, могут открыться на малазийском рынке у целого ряда белорусских экспортеров, которые до сих пор поставляли туда, помимо калийных удобрений, в небольших количествах шины, измерительные приборы, аппаратуру и пищевые продукты. В 2016 году состоялись пробные поставки в эту страну смешанных минеральных удобрений ОАО «Гомельский химзавод» и солода ОАО «Белосолод». В связи с интенсивным развитием сельского хозяйства в Малайзии появились перспективы возобновления экспорта белорусской сельскохозяйственной техники. Напомним, что первые поставки техники Минского тракторного завода сюда были организованы еще в 1968 году, но потом стали осуществляться через Сингапур. Сегодня же «емкость рынка сельхозтехники Малайзии оценивается в \$70-80 млн в год. Парк тракторной и иной

---

<sup>57</sup> Андрей Кобяков встретился со спикером Палаты представителей парламента Малайзии [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.government.by/ru/content/6900>

<sup>58</sup> Беларусь предлагает Малайзии более интенсивно развивать сотрудничество в сфере подготовки кадров [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/society/view/belarus-predlagaet-malajzii-bolee-intensivno-razvivat-sotrudnichestvo-v-sfere-podgotovki-kadrov-224404-2016/>

сельхозтехники насчитывает около 43 тыс. единиц. Основные пользователи такой техники – фермерские производители, занимающиеся плантационным хозяйством»<sup>59</sup>. Так что белорусские тракторы здесь могут быть вполне востребованы в немалых количествах.

Обозначила малайзийская сторона свой интерес также к таким белорусским предприятиям, как Белорусский автомобильный завод в Жодино и ОАО “558 Авиационный ремонтный завод” в Барановичах. Белорусские самосвалы могут быть востребованы в этой азиатской стране по той причине, что «Малайзия обладает большими запасами полезных ископаемых. Это и железная руда, и уголь, и цветные металлы. Страна занимает одно из ведущих мест по олову. <...> Сейчас начинается этап восстановления данного сектора»<sup>60</sup>. Что касается предприятия в Барановичах, то оно уже выполняло разовые контракты малайзийских заказчиков. Но сегодня Малайзия рассматривает возможности расширения сотрудничества с Беларусью в вопросах авиационной техники, поэтому речь идет о расширении взаимодействия белорусской стороны «с Министерством обороны Малайзии по ремонту и модернизации самолетов типа МиГ-29»<sup>61</sup>.

Судя по всему, белорусско-малайзийское взаимодействие в сфере военной техники уже в ближайшей перспективе может значительно расшириться. По крайней мере, в марте 2017 года белорусская сторона сделала важные шаги в этом направлении, продемонстрировав свои новейшие оборонные технологии на 14-й Международной выставке авиационно-космической и военно-морской техники LIMA-2017, проходившей в Малайзии на острове Лангкави. Заметим, что этот форум – один из крупнейших в Азиатско-Тихоокеанском регионе смотров боевой техники, который с периодичностью раз в два года на

---

<sup>59</sup> Малайзия рассматривает возможность закупки техники МТЗ для работы на рисовых полях [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/malajzija-rassmatrivaet-vozmozhnost-zakupki-tehniki-mtz-dlja-raboty-na-risovyh-poljah-224664-2016/>

<sup>60</sup> Огнева, Ю. Техника БелАЗ может быть интересна частному сектору Малайзии – Пархомчик / Ю. Огнева // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/tehnika-belaz-mozhet-byt-interesna-chastnomu-sektoru-malajzii-parhomchik-225091-2016/>

<sup>61</sup> Малайзия заинтересована расширить сотрудничество с Беларусью по ремонту военной авиатехники [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/malajzija-zainteresovana-rasshirit-sotrudnichestvo-s-belarusju-po-remontu-voennoj-aviatehniki-224895-2016/>

протяжении уже 26 лет проходит под патронажем Министерства обороны Малайзии. На этот раз в нем приняли участие около 350 компаний из 36 стран и около 400 тысяч посетителей. Участие Беларуси в этом мероприятии можно понять, так как «предыдущие выставки LIMA доказали, что являются превосходной платформой для показа и продвижения новейшей авиакосмической и военно-морской техники и технологий на рынок Малайзии и всего Азиатско-Тихоокеанского региона»<sup>62</sup>.

Вот почему на объединенном стенде Госкомвоенпрома были представлены новейшие оборонные технологии и возможности оборонного сектора экономики Беларуси в области разработки и производства роботизированной техники, авиационных компонентов, современных средств радиолокации, станций и комплексов радиоподавления радиосвязи, оптической и оптико-электронной продукции, устройств отображения информации, способных работать в жестких условиях эксплуатации, а также глубокой модернизации зенитных ракетных комплексов противовоздушной обороны. Свою самостоятельную экспозицию на этой выставке продемонстрировал и «558 Авиационный ремонтный завод», представивший широкую линейку беспилотных летательных аппаратов – тактические БПЛА самолетного типа – "Беркут-1(2)", "Кондор-1(2)", "Москит" – и вертикального взлета и посадки типа квадрокоптер – БПЛА "Шершень", АРТЗ "Сателлит" и более 20 позиций авиационных компонентов, производимых на предприятии в Барановичах.

Определенные перспективы просматриваются и во взаимодействии регионов Беларуси и Малайзии. С белорусской стороны это касается, прежде всего, Минской области, на территории которой располагается основной экспортер в эту страну – ОАО «Беларуськалий». Интересно, что «доля белорусских калийных удобрений среди всей аналогичной продукции на рынке

---

<sup>62</sup> Жибуль, А. Новейшие оборонные технологии Беларуси будут представлены на выставке LIMA в Малайзии / А. Жибуль // [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/society/view/novejshie-oboronnye-tehnologii-belarusi-budut-predstavleny-na-vystavke-lima-v-malajzii-235856-2017/>

Малайзии достигает 25%»<sup>63</sup>. Но в столичной области надеются, что экспортные поставки на малазийский рынок не будут ограничиваться только калийными удобрениями. Их спектр может расшириться за счет сельскохозяйственной и грузовой техники, а также продуктов питания. С малазийской стороны в этом межрегиональном сотрудничестве будет задействован штат Сабах. Если опыт взаимодействия с ним окажется положительным, то в Минской области не исключают развитие тесных связей и с другими малазийскими регионами.

Заметим, что наращивание в последние несколько лет усилий по расширению белорусско-малазийского взаимодействия, в основании которого лежит межпарламентское сотрудничество, начинает уже давать реальные результаты. В частности, «темпы роста белорусского экспорта в Малайзию в январе 2017-го по сравнению с аналогичным периодом прошлого года составил 172,4%, объем экспорта – \$13,8 млн»<sup>64</sup>. Сейчас в повестке развития двусторонних отношений Беларуси и Малайзии стоит вопрос создания такого важного и эффективного инструмента расширения взаимовыгодного партнерства, как межправительственная Белорусско-Малазийская комиссия по торгово-экономическому сотрудничеству. Надо полагать, что ее появление в 2017 году могло бы стать фактором дальнейшей интенсификации отношений между двумя странами, которым в марте 2017 года исполнилось 25 лет. По мнению Минска и Куала-Лумпура, за четверть столетия обе стороны стали свидетелями роста взаимного торгового оборота, развития политических и культурных связей. Дальнейшее же развитие этого конструктивного диалога будет только «положительно влиять на реализацию существующего богатого потенциала белорусско-малазийского сотрудничества»<sup>65</sup>.

---

<sup>63</sup> Минская область планирует развивать сотрудничество с малазийским штатом Сабах [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/regions/view/minskaja-oblast-planiruet-razvivat-sotrudnichestvo-s-malajzijskim-shtatom-sabah-224590-2016/>

<sup>64</sup> Беларусь в начале 2017 года резко нарастила экспорт в Малайзию, Сингапур и Филиппины [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/belarus-v-nachale-2017-goda-rezko-narastila-eksport-v-malajziju-singapur-i-filippiny-235803-2017/>

<sup>65</sup> Руководство МИД Беларуси и Малайзии отмечают большой потенциал двусторонних отношений [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/politics/view/rukovodstvo-mid-belarusi-i-malajzii-otmechajut-bolshoj-potencial-dvustoronnih-otnoshenij-237705-2017/>

Как видим из приведенных примеров взаимодействия белорусского парламента с казахстанскими, пакистанскими и малазийскими коллегами, «парламентская составляющая в международном диалоге является важным элементом взаимодействия по многим вопросам»<sup>66</sup>. Депутаты стремятся использовать возможности парламентской дипломатии для содействия в развитии торгово-экономических связей, производственной кооперации, реализации перспективных инвестиционных проектов. Дальнейшее развитие ресурса парламентской дипломатии в Беларуси видят в более активном его использовании при подготовке и реализации дорожных карт и программных документов, подписанных с зарубежными странами. Тем более, что «депутаты в силу своего статуса способны поднимать весьма щекотливые темы, а парламентские контакты часто оказываются действенным альтернативным путем для того, чтобы “расшить” узкие места в межгосударственных отношениях»<sup>67</sup>.

Напомним, что в Национальном собрании Республики Беларусь шестого созыва для осуществления контактов, укрепления и развития международных связей сформировано 70 рабочих групп по сотрудничеству с парламентами иностранных государств, две межпарламентские комиссии по сотрудничеству с Национальным собранием Армении и Верховной Радой Украины, а также 13 делегаций для работы с международными организациями, в числе которых – Парламентское собрание Союза Беларуси и России, Межпарламентская ассамблея государств Содружества Независимых Государств, Парламентские ассамблеи Организации Договора о коллективной безопасности, Центрально-Европейской инициативы, Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе.

---

<sup>66</sup> Выступление перед депутатами Парламента Республики Судан [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/vystuplenie-pered-deputatami-parlamenta-respubliki-sudan-15402/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/vystuplenie-pered-deputatami-parlamenta-respubliki-sudan-15402/)

<sup>67</sup> Андрейченко, В. Парламентскую дипломатию можно активнее задействовать при подготовке дорожных карт сотрудничества / В. Андрейченко // [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/opinions/view/parlamentskuju-diplomatiju-mozhno-aktivnee-zadejstvovat-pri-podgotovke-dorozhnyh-kart-sotrudnichestva-5462/>

Кроме того, роль белорусского парламента сегодня в значительной мере возрастает и в решении таких масштабных вопросов, как привлечение значительных объемов западных инвестиций и технологий для модернизации экономики Беларуси, что невозможно сделать без улучшения инвестиционного климата в стране и дальнейшего совершенствования законодательства в данной сфере. Вот почему «межпарламентский обмен опытом с европейскими коллегами по оптимизации правового режима защиты и поощрения инвестиций, а также защиты интеллектуальной собственности становится особенно актуальным»<sup>68</sup>. Вот почему парламентская дипломатия в целом, работая на укрепление авторитета и имиджа Беларуси, на повышение ее инвестиционной привлекательности, не просто способствует расширению всего спектра международного сотрудничества, а становится очень важным элементом всей системы реализации белорусской внешней политики.

---

<sup>68</sup> Евдоченко призвал депутатов к работе по совершенствованию законодательства в инвестиционной сфере [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/evdochenko-prizval-deputatov-k-rabote-po-sovershenstvovaniju-zakonodatelstva-v-investitsionnoj-sfere-240193-2017/>



## **Международная журналистика, белорусский экспорт и медийная инноватика**

Современные тенденции развития большинства стран мира объективно свидетельствуют о том, что качество высшего образования имеет сегодня определяющее значение для успешного развития любого государства, так как «изменение технологий, опирающихся на высочайший уровень интеллектуальных ресурсов, и связанная с этим геополитическая конкуренция ведущих стран мира за такие ресурсы становятся важнейшим фактором, определяющим не только экономику, но и политику нового века»<sup>69</sup>. А характерная для нашего времени постиндустриальная стадия цивилизационного развития отличается тем, что вызывает необходимость формирования нового типа интеллекта, мышления, отношения к быстроменяющимся производственно-техническим, социальным и информационным реалиям. Такой подход определяют, как технократический, так как он применительно к высшей школе меняет смысл и характер высшего образования, фокусируя его содержание и методы на формировании у студентов рационального умения оперировать большими массивами информации, владеть компьютерными технологиями и мыслить профессионально-прагматично. Основной его ценностью является ориентация на профессионализм и организацию обучения во взаимосвязи с требованиями рынка и социального заказа современного общества.

Необходимость такого подхода особенно актуальна для подготовки специалистов информационно-медийного комплекса Беларуси, который «обязан освоить новое инновационное качество общения с аудиторией, чтобы белорусский народ и государство могли преодолеть вызовы XXI века»<sup>70</sup>. В этой связи к профессионалам в области СМИ предъявляются новые требования

---

<sup>69</sup> Максимцев, И.А. Обеспечение качества высшего образования в контексте международной интеграции / И.А. Максимцев, Е.А.Горбашко // Экономика и управление. – 2011. – № 11. – С. 6.

<sup>70</sup> Слука, О. Противоречия в национальной коммуникации / О. Слука // Журналистыка-2011: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 13-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 90-годдзю БДУ, 8–9 сн. 2011 г., Мінск / рэдкал. : С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 13. – Мінск : БДУ, 2011. – С. 301.

времени, когда на первый план выходит «потребность общества не просто в журналистах, которые говорят и пишут о том, что видят и как понимают увиденное, а в журналистах, аналитиках, способных не просто выявить и осветить, а глубоко и грамотно проанализировать событие, эффективно преподнести, оценить результат»<sup>71</sup>.

Расширение политических, экономических и культурных связей нашей страны, активизация международного сотрудничества практически по всем направлениям деятельности белорусского государства и намеченный курс на скорейшее вхождение национальной журналистики в мировой информационный контекст диктуют необходимость возрастающей роли отечественных медиа в международных проектах и программах. Но, чтобы эффективно освещать эти вопросы в печатной и онлайн-прессе, на радио и телевидении, «сотрудники массмедиа должны не только иметь общее представление о роли и месте различных государств в мировой политике, но и компетентно разбираться в особенностях их внешнеполитических стратегий и взаимодействия между собой»<sup>72</sup>. Иными словами, речь идет о необходимости значительного повышения уровня подготовки в Республике Беларусь специалистов международного сегмента отечественных медиа – журналистов-международников. Напомним, что первый набор студентов специализации «Международная журналистика» состоялся в Белорусском государственном университете в 1998 году.

Сегодня профессиональная подготовка белорусских журналистов-международников имеет «ярко выраженную специфику, обусловленную такими основными тенденциями развития современного мира, как навязывание идеологии глобализма, призванной подменить или исказить традиционные духовно-нравственные ценности народов, возрождение доктрины

---

<sup>71</sup> Дубовик, С. Важнейшая составляющая государственности / С. Дубовік // Журналістыка-2011: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 13-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 90-годдзю БДУ, 8–9 сн. 2011 г., Мінск / рэдкал. : С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 13. – Мінск : БДУ, 2011. – С. 18.

<sup>72</sup> Фрольцов, В. Цели и задачи изучения студентами Института журналистики учебной дисциплины «Современные международные отношения» / В. Фрольцов // Журналістыка-2011: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 13-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 90-годдзю БДУ, 8–9 сн. 2011 г., Мінск / рэдкал.: С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 13. – Мінск : БДУ, 2011. – С. 31.

однополярного мира и возврата к праву сильного диктовать всем свою волю и вмешиваться во внутренние дела суверенных государств, когда на смену международному финансово-экономическому кризису приходят новые по своей сути конфликты, охватывающие огромные регионы»<sup>73</sup>.

Традиционно международную журналистику определяют, как раздел журналистики, изучающий международные аспекты деятельности журналистов и средств массовой информации, международные и региональные организации, разрабатывающие стандарты, правовые и этические нормы сбора, создания, обработки, хранения и распространения информации через каналы массовых коммуникаций. В Республике Беларусь «есть все основания рассматривать отечественную международную журналистику как область филологической науки, предметом которой являются роль белорусских средств массовой информации в международном информационном пространстве, формы и методы журналистской деятельности, связанной с отражением в СМИ состояния отношений между государствами и народами, осуществлением внешней политики, экономической деятельности и другими аспектами международных отношений Республики Беларусь»<sup>74</sup>.

В процессе университетского обучения особое внимание уделяется изучению и освоению будущими журналистами-международниками четырех информационно-аналитических уровней международной тематики:

1) **глобально-межгосударственного**, включающего анализ текущих мировых событий глобального и межрегионального масштаба;

2) **национально-странового**, освещающего реализацию многовекторной государственной внешней политики белорусского государства, его двусторонние и многосторонние торгово-экономические, научно-технические, производственно-кооперационные, культурно-социальные связи с другими странами и международными организациями;

---

<sup>73</sup> Залесский, Б.Л. Инновационные аспекты подготовки журналистов-международников / Б.Л. Залесский, Т.Н. Дасаева // Народная асвета. – 2011. – № 12. – С. 8.

<sup>74</sup> Залесский, Б.Л. Журналистика глобального сообщества / Б.Л. Залесский, Т.Н. Дасаева // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер. 4. Філалогія. Журналістыка. Педагагіка. – 2011. – № 1. – С. 63.

3) **ведомственно-отраслевого**, отражающего тематику международного сотрудничества белорусских министерств, ведомств, концернов и отдельных субъектов хозяйствования;

4) **регионально-территориального**, охватывающего международное взаимодействие белорусских регионов – городов, районов, областей – с зарубежными партнерами.

Для совершенствования теоретической и практической подготовки будущих журналистов-международников за последние несколько лет на кафедре зарубежной журналистики и литературы Института журналистики БГУ разработан целый ряд новых учебных дисциплин, специальных курсов и курсов по профилю. В их числе – дисциплина специализации «Мировая рекламная индустрия», введенная для студентов третьего курса специализации «Международная журналистика» осенью 2010 года.

Появление этой дисциплины в учебных планах подготовки специалистов для международного сегмента белорусской журналистики было продиктовано тем, что «открытость Республики Беларусь и вовлеченность в мировые хозяйственные связи в значительной мере определяют зависимость экономики страны от конъюнктуры и тенденций, складывающихся на внешних рынках <...> В этой связи важнейшими приоритетами развития должны стать повышение эффективности внешней торговли и обеспечение сбалансированности внешнеэкономических отношений»<sup>75</sup>. При этом «основными направлениями внешнеэкономической деятельности должны стать расширение экспорта, рационализация объема и структуры импорта, углубление взаимодействия с мировым рынком, осуществление эффективной внешнеторговой политики, взаимосвязанной с макроэкономической и промышленной политикой, обеспечивающие динамичное развитие внешнеэкономического комплекса страны и защиту интересов национального

---

<sup>75</sup> Основные положения Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://law.sb.by/1002/>

рынка от неблагоприятного воздействия мировой конъюнктуры»<sup>76</sup>. Вот почему стратегическими задачами текущей пятилетки белорусское правительство назвало:

- 1) рост экспорта товаров и услуг, повышение его эффективности, увеличение рентабельности экспортных поставок;
- 2) выход на положительное сальдо внешней торговли;
- 3) совершенствование системы правового и **информационного** сопровождения внешнеэкономической деятельности.

Для успешного решения этих задач в ближайшие годы в Беларуси будут модернизироваться действующие и создаваться новые экспортоориентированные производства, должна увеличиться доля услуг в общем объеме экспорта товаров и услуг, в том числе за счет развития новых видов **информационно-коммуникационных** услуг, предполагается освоение новых внешних рынков и выход на стратегический уровень отношений с динамично развивающимися странами Азии и Латинской Америки. Но усиление конкурентных позиций на мировых рынках традиционных белорусских производителей-экспортеров невозможно без внедрения новых технологий, активного применения новых форм торговли – создания белорусских торговых компаний за рубежом, финансово-промышленных групп с иностранными партнерами, экспорта технологий, открытия сборочных производств с одновременным формированием сетей технических центров, представительств предприятий в странах ближнего и дальнего зарубежья, а также без развития экспорта услуг, связанных с обслуживанием инфраструктуры рыночного хозяйства, среди которых, наряду с банковскими, страховыми, правовыми, маркетинговыми, консалтинговыми, свое важное и специфическое место занимают **рекламно-информационные** услуги. Поэтому в информационной сфере особое внимание в текущей пятилетке должно и «будет уделяться последовательному повышению качества, объема и

---

<sup>76</sup> Внешнеэкономическая деятельность и экспорт [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://president.gov.by/press28384.html#doc>

конкурентоспособности национального контента, который призван занимать доминирующее положение внутри страны, и его продвижению во внешнее информационное пространство. <...> Важной задачей при этом является расширение каналов и повышение качества информирования зарубежной общественности»<sup>77</sup>. Думается, что свою компетентную роль в плане рекламно-медийной поддержки белорусского экспорта на зарубежных информационных рынках могли бы играть представители международного сегмента национальной журналистики, в сферу профессиональных интересов которых должно входить «своевременное осмысление тех процессов, которые происходят в развитии белорусского экспорта»<sup>78</sup>.

В структуре белорусской экономики экспорт традиционно составляет более половины внутреннего валового продукта, в силу чего и является одним из основных источников обеспечения устойчивого экономического роста в нашей стране. Но в условиях нарастающей в мире конкуренции нам «жизненно необходим поиск новых партнеров, использование различных форм взаимодействия на всех континентах. <...> Поэтому, как и любому разумному продавцу, нам важно иметь как можно больше торговых партнеров. Мы не можем себе позволить зависеть от одного-пяти покупателей, как было раньше»<sup>79</sup>. И цифры говорят о том, что белорусский экспорт в последние годы серьезно трансформировался. Достаточно сказать, что в 2009 году белорусские товары поставлялись уже в 141 страну. Причем, диверсификация экспорта осуществляется сегодня по двум векторам – географическому и товарному. В 2010 году география белорусского экспорта расширилась еще на 24 новые страны, в которые ранее поставки белорусской продукции не осуществлялись: Барбадос, Буркина-Фасо, Габон, Гаити, Гибралтар, Гондурас, Джибути, Кабо-

---

<sup>77</sup> Концепция национальной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://mfa.gov.by/upload/cnd.pdf>

<sup>78</sup> Залесский, Б. Белорусский экспорт и средства массовой информации / Б. Залесский // Журналистика–2007: надзеныя праблемы. Перспектывы. Матэрыялы 9-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. Вып.9 / Рэдкал.: С.В. Дубовік (адк.рэд.) і інш. – Мінск, 2007. – С. 168.

<sup>79</sup> Мы – единый народ. Послание Президента А.Г.Лукашенко белорусскому народу и Национальному собранию: “Предприимчивость, инициатива и ответственность каждого – достойное будущее страны” // СБ–Беларусь сегодня. – 2011. – 22 апр.

Верде, Камбоджа, Коста-Рика, Либерия, Мальта, Мартиника, Нигер, Папуа-Новая Гвинея, Парагвай, Уругвай, Фиджи, Французская Гвиана, Чад, Черногория, Центрально-Африканская Республика, Эль-Сальвадор, Ямайка<sup>80</sup>. А перечень экспортируемых белорусских товаров уже превышает тысячу наименований.

Расширение географии и номенклатуры поставок белорусской продукции осуществляется, как правило, в рамках реализации отраслевых и региональных программ развития экспорта как на традиционные рынки СНГ и Европы, так и на новые – в Азии, Африке, Австралии, Океании. Но много ли знают о сути этих программ читатели белорусской региональной и отраслевой прессы? Мониторинг этих медиа студентами специализации “Международная журналистика” дает однозначный ответ на данный вопрос: практически ничего. Столь же слабо в отечественных средствах массовой информации анализируются такие механизмы продвижения и закрепления белорусской продукции на перспективных рынках, как создание товаропроводящей сети, сборочных производств белорусской сложотехнической продукции, сетей сервисного и гарантийного обслуживания. А ведь только в 2010 году за пределами нашей страны было создано 253 новых субъекта товаропроводящей сети и 49 сборочных производств. И сегодня предприятия отечественного Министерства промышленности имеют за рубежом 87 сборочных производств, на которых осуществляется сборка из машинокомплектов, узлов и деталей белорусской сельскохозяйственной, автомобильной, лифтовой и бытовой техники. Приведенные факты свидетельствуют о том, что в Беларуси создана национальная система финансовой поддержки экспорта с использованием механизмов экспортного кредитования и страхования рисков с поддержкой государства. Думается, что следующим этапом на этом пути должно стать также формирование системы рекламно-медийной поддержки белорусского

---

<sup>80</sup> Диверсификация экспорта [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://www.mfa.gov.by/export/export/diver/>

экспорта и развития экспортного потенциала рекламно-информационных услуг.

Дело в том, что в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы. поставлена задача «повысить экспорт товаров и услуг более чем в 2,2 раза»<sup>81</sup> за счет освоения новых внешних рынков сбыта, создания новых наукоемких и высокодоходных экспортоориентированных видов деятельности, увеличения доли экспорта услуг. Сделать это сегодня без опережающего рекламно-медийного обеспечения данного процесса как внутри страны, так и за рубежом будет очень сложно, так как «глобальные информационные системы в последние десятилетия связали мир в единое целое и сделали все государства информационно взаимозависимыми, заставляя их при этом проявлять максимум внимания к качеству информационного взаимодействия в различных сферах жизнедеятельности общества»<sup>82</sup>. Поэтому свое веское слово в организации такой рекламно-медийной поддержки белорусского экспорта должна сказать международная журналистика, новые подходы которой к освещению экспортной тематики требуют особенно выверенного анализа и креативного подхода в продвижении белорусских экономических интересов на зарубежные информационные рынки. Отечественные медиа должны быть активными участниками такого экспортного продвижения, глубоко вникая в его суть и конструктивно дополняя его доступными средствами – публикациями, передачами, программами. Кроме того, они и сами должны становиться экспортерами своей информационной продукции, осуществляя свою собственную экспортную политику. Ведь «в глобализации кроются большие возможности в плане расширения информационного обмена,

---

<sup>81</sup> Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: [http://www.economy.gov.by/ru/macroeconomy/programma\\_soc\\_econom\\_razvitia](http://www.economy.gov.by/ru/macroeconomy/programma_soc_econom_razvitia)

<sup>82</sup> Залесский, Б.Л. Средства массовой информации и формирование единого информационного пространства Содружества Независимых Государств / Б.Л. Залесский // Информационное поле современной России: практики и эффекты: материалы VIII Международной научно-практической конференции Казань, 20–22 октября 2011 г. / под ред. В.З. Гарифуллина, Р.П. Баканова. – Казань: Казан. ун-т, 2011. – С. 252.

налаживания новых коммуникационных каналов для распространения информации на рынках ближнего и дальнего зарубежья»<sup>83</sup>.

Разумеется, расширение международного рекламно-информационного сотрудничества на разных векторах движения будет и уже происходит по-разному. Сегодня сам процесс анализа этого явления на евразийском, европейском, азиатском, африканском, латиноамериканском направлениях теоретиками и практиками белорусской международной журналистики только начинается. Но уже ясно, что этот путь на зарубежные информационные рынки должен базироваться на принципах инновационности и сотрудничества с медиапартнерами в других странах. И если на евразийском направлении эти вопросы по формированию совместного рекламно-информационного пространства решаются относительно легче и проще в силу уже имеющихся договоренностей по созданию Таможенного союза, Единого экономического пространства и формированию Евразийского экономического союза, то по другим векторам белорусского продвижения в глобальное информационное пространство все выглядит гораздо сложнее. Фактически на этих направлениях речь пока идет о нахождении опорных точек взаимодействия белорусских медиа с партнерами в Европе, Азии, Африке, Латинской Америки в рамках междивизиационного диалога. Понятно, что белорусские центральные, региональные и отраслевые средства массовой информации только начинают этот путь за пределы национальных границ с выходом на глобальный уровень. И с самого начала для них открываются здесь огромные возможности в плане демонстрации своих инновационных подходов и возможностей.

Вообще под инновацией в широком смысле понимают новый способ думать и делать. Причем, в этом определении важными являются оба слова – и “думать”, и “делать”. Всякая инновация начинается с нового взгляда, с допущения новой возможности развития. Вот и инновационно-экспортную деятельность белорусских медиа могло бы стимулировать появление в

---

<sup>83</sup> Залесский, Б.Л. Масс-медиа и развитие единого информационного пространства / Б.Л. Залесский // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер.4. Філалогія. Журналістыка. Педагагіка. – 2011. – № 3. – С. 85.

республике программы рекламно-медийной поддержки белорусского экспорта и ускоренного развития экспорта рекламно-информационных товаров и услуг. Отсутствие такой программы пока привело к тому, что в Беларуси продукция средств массовой информации еще вообще не рассматривается как ориентированная на экспорт, а в перечне видов экспорта услуг рекламно-информационный сервис также нигде не замечен. Хотя возможности для успешного развития этих сегментов экспорта в стране есть. Но «развитие невозможно без наличия образа будущего. <...> Отсутствие этого образа – ключевая проблема современности»<sup>84</sup>. Иными словами, развитие экспортной составляющей в белорусских медиа можно классифицировать как один из элементов становления медийной инноватики – области знаний, посвященной проблемам организации инновационной деятельности в СМИ, Сегодня, когда все мы являемся свидетелями стремительного развития медийного сообщества, становится особенно очевидным, что для обеспечения его потребностей «необходим научный и образовательный комплекс, способный оптимизировать использование и коммерциализацию результатов исследований и разработок, совершенствовать технологии и, как следствие, расширить и обновить ассортимент, улучшить качество выпускаемой медиапродукции»<sup>85</sup>.

Имеющийся опыт деятельности белорусских медиа показывает, что основные трудности в реализации инновационно-экспортного потенциала связаны с отсутствием у них «как осмысленной инновационной политики, так и подходов к созданию инновационного климата, а также с острой нехваткой инновационной культуры в редакционных коллективах»<sup>86</sup>. Дело в том, что инновационная культура должна формироваться в процессе осуществления инноваций, ибо во многом она является результатом накопленного

---

<sup>84</sup> Тупицын, А. Гуманитарная инноватика / А. Тупицын [Электронный ресурс]. – 2004. – URL: <http://soob.ru/n/2004/10/0/6>

<sup>85</sup> Центр “Инноватика-21” в МГУП имени И. Федорова [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://b2blogger.com/pressroom/release/79935.html>

<sup>86</sup> Залесский, Б.Л. Инновационная проблематика и СМИ / Б.Л. Залесский // Журналистика–2011: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 13-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 90-годдзю БДУ, 8–9 сн. 2011 г., Мінск / рэдкал.: С.В. Дубовік (адк.рэд) [і інш]. – Вып. 13. – Мінск : БДУ, 2011. – С. 157–158.

специалистами опыта участия в этом процессе, который должен стимулироваться прежде всего руководителями медиа. И тогда на основе индивидуального сознания сотрудников может сформироваться инновационный климат СМИ, который представляет собой сложившиеся в редакции традиции, нормы и стереотипы поведения в сфере обновления производства медиапродукции, на которые в своем поведении ориентируются отдельные работники. Ведь «чем больше в коллективе людей со смыслообразующим мотивом самоактуализации, высокой склонностью к созидательному труду и готовностью к нововведениям, тем меньшее значение имеют конкуренция и механизмы экономического принуждения и тем больше значение благоприятного социально-психологического климата и высокой культуры организации производства в обеспечении технико-экономического развития»<sup>87</sup>. Факты свидетельствуют о том, что пока корпоративную культуру белорусских медиа следует классифицировать как консервативную, далеко не всегда способствующую внедрению инноваций. Изменить такую ситуацию может только приход в редакционные коллективы специалистов с инновационной культурой, сформированной еще на студенческой скамье. Сделать все необходимое для этого в процессе подготовки будущих журналистов-международников и призваны новые учебные дисциплины, специальные курсы и курсы по профилю, внедренные за последние годы в учебный процесс на кафедре зарубежной журналистики и литературы Института журналистики БГУ.

---

<sup>87</sup> Глазьев, С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития / С.Ю. Глазьев. – М., 1993. – С. 208.



## **Актуальные вопросы привлечения иностранных инвестиций в белорусскую экономику: информационно-медийный аспект**

Привлечение в Беларусь иностранных инвестиций является важным направлением внешнеэкономической деятельности страны в силу того, что «возросший объем международных связей, задачи интеграции белорусской экономики в систему современных мирохозяйственных связей и эффективного использования имеющегося отечественного научно-технического потенциала настоятельно требуют обновления основных производственных фондов, внедрения новейших зарубежных технологий»<sup>88</sup>.

Существует весьма обширный набор механизмов воздействия государства на инвестиционную деятельность, в числе которых, наряду с налоговыми льготами, льготными кредитами, софинансированием, администрированием, созданием специальных советов по инвестициям, организаций регионального развития и инвестиционных фондов, следует назвать и информационное обеспечение инвестиционной деятельности. Речь в данном случае идет о системе информационного обеспечения иностранных инвесторов, которая является важной составной частью инфраструктуры, нацеленной на активизацию процесса привлечения прямых иностранных инвестиций. Понятно, что любые недоработки и сбои в функционировании данной системы могут только тормозить приток инвестиций из-за рубежа. В качестве основных элементов этой системы выделяют информацию о: «а) внутренней и внешней конкуренции; б) перспективах основных рынков; в) каналах дистрибуции; г) конкуренции; е) уровнях технологического развития; ж) правовых аспектах»<sup>89</sup>.

---

<sup>88</sup>Основные принципы внешней политики [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://president.gov.by/press23865.html>

<sup>89</sup> Малашенкова, О. Ф. Механизмы привлечения прямых иностранных инвестиций: информационный аспект / О. Ф. Малашенкова // Новые вызовы в экономике XXI века : международная научно-практическая конференция к 80-летию Института экономики НАН Беларуси (г. Минск, 24–25 марта 2011г.) / Ин-т экономики НАН Беларуси. – Минск: “Право и экономика”, 2011. – С. 161.

Кроме того, необходимым инструментом привлечения прямых иностранных инвестиций является эффективная медийно-коммуникационная стратегия, осуществление которой должно способствовать созданию благоприятного имиджа Республики Беларусь, как места выгодного размещения инвестиций, а также разрушению стереотипов и представлений о белорусской экономике как неблагоприятной для зарубежных инвесторов. Реально конструктивным шагом по осуществлению названной стратегии стал состоявшийся в ноябре 2012 года в Минске седьмой Белорусский инвестиционный форум, участие в котором приняли представители иностранного бизнеса, финансовых институтов, международных организаций, которым была предоставлена максимально полная и достоверная информация об инвестиционном потенциале Республики Беларусь, в том числе и об открывающихся возможностях в связи с формированием 170-миллионного общего рынка Единого экономического пространства Беларуси, Казахстана и России.

В “Концепции национальной безопасности Республики Беларусь” трансфер современных технологий в экономику страны преимущественно за счет прямых иностранных инвестиций и доступность зарубежных кредитных ресурсов названы в числе основных национальных интересов в экономической сфере, а недостаточные объемы и низкое качество иностранных инвестиций рассматриваются на уровне основных потенциальных либо существующих угроз национальной безопасности. Поэтому необходимым условием нейтрализации источников угроз национальной безопасности в экономической сфере является поддержание долгосрочной макроэкономической стабильности посредством структурной перестройки экономики Республики Беларусь на основе, в том числе, и прямых иностранных инвестиций. При этом привлечение внешних ресурсов в белорусскую экономику «целесообразно осуществлять в виде прямых иностранных инвестиций в валютоокупаемые проекты, не влекущие за собой накопление внешних обязательств государства и

обеспечивающие трансфер зарубежных знаний и технологий, выход на новые экспортные рынки с конкурентоспособной продукцией»<sup>90</sup>.

Для Беларуси – страны с переходной экономикой – тема привлечения иностранных инвестиций является весьма актуальной и в силу наблюдаемых сегодня тенденций в мировых инвестиционных процессах, где «растет приток прямых иностранных инвестиций в страны с переходной экономикой и развивающиеся страны; операции в сфере трансграничных слияний и поглощений играют первостепенную роль в политике мировых прямых иностранных инвестиций; возрастает значение частных фондов прямых инвестиций и других коллективных инвестиционных фондов в сфере трансграничных слияний и поглощений; отмечается рост производства товаров и услуг транснациональными корпорациями; прогнозируется возможное ухудшение инвестиционного климата, что во многом связано с мировым кризисом и усилением протекционизма в развитых странах»<sup>91</sup>.

И в этой связи, как отмечает в Докладе о мировых инвестициях за 2011 год генеральный секретарь Организации Объединенных Наций Пан Ги Мун, именно «транснациональные корпорации все активнее взаимодействуют с развивающимися странами и странами с переходной экономикой, используя все более широкий спектр моделей производства и инвестиций, таких, как подрядное промышленное и сельскохозяйственное производство, перевод на внешний подряд (аутсорсинг) услуг, франшизинг и лицензирование. Эти относительно новые явления открывают перед развивающимися странами и странами с переходной экономикой возможности для углубления их интеграции в стремительно эволюционирующую глобальную экономику, для укрепления их отечественного производственного потенциала и повышения их

---

<sup>90</sup> Концепция национальной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://www.mod.mil.by/koncep.html>

<sup>91</sup> Стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь на период до 2015 года [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://www.government.by/upload/docs/file56dfecd71d0dd538.PDF>

международной конкурентоспособности»<sup>92</sup>. Словом, «прямые иностранные инвестиции являются не только балансирующей статьей в платежном балансе, но и источником мировых технологий, новых высокопроизводительных рабочих мест»<sup>93</sup>.

На 2012 год белорусским правительством ставилась задача привлечь в экономику страны 3,7 миллиарда долларов прямых иностранных инвестиций на чистой основе, в том числе 1,2 миллиарда долларов – на модернизацию и создание новых рабочих мест. Фактически речь идет о запуске с помощью этих средств новой волны индустриального технологического развития, что должно способствовать созданию условий для притока долгосрочных и эффективных инвестиций и технологий. Иными словами, «иностранные инвестиции, особенно такой их вид, как прямые иностранные инвестиции (ПИИ), играют большую роль в экономике. Это особенно важно в период экономических спадов и кризисов, когда ПИИ могут являться серьезным источником финансовой поддержки экономики»<sup>94</sup>. Статистика утверждает, что каждый вложенный доллар прямых иностранных инвестиций дает примерно такой же прирост величины внутреннего валового продукта. А каждое рабочее место, созданное за счет таких инвестиций, способствует появлению нескольких рабочих мест в сопутствующих сферах экономики, что только увеличивает занятость населения.

Есть и ряд других моментов положительного влияния прямых иностранных инвестиций на состояние экономики страны. Так, за счет инвестора новым технологиям и системе менеджмента обучаются местные специалисты. Гораздо быстрее происходит вхождение экономики конкретного государства в мировые хозяйственные связи, что весьма позитивно сказывается на сокращении оттока квалифицированных кадров за пределы страны. Да и

---

<sup>92</sup> Доклад о мировых инвестициях, 2011 год [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://www.un.org/ru/development/surveys/docs/investments2011.pdf>

<sup>93</sup> Концепция сбалансированного развития экономики будет реализовываться в 2012 году [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://www.government.by/ru/content/4126>

<sup>94</sup> Соболев, В. Привлечение иностранных инвестиций и деятельность Белорусской торгово-промышленной палаты / В. Соболев // Меркурий. – 2010. – № 3. – С. 53.

появление “мягкой” конкуренции для местных предприятий также способствует совершенствованию их деятельности на рынке.

Впрочем, конкретная практика привлечения иностранных инвестиций в разных странах показывает и другую сторону данного вопроса. Речь в данном случае идет и об отрицательном влиянии подобных инвестиций на экономику того или иного государства. Имеются в виду случаи, когда иностранный инвестор может скупить местное предприятие с целью его ликвидации и устранения конкурента на рынке. Встречаются и такие примеры, когда иностранный инвестор, вложив средства в то или иное предприятие, затем резко сокращает количество его работников, создавая тем самым социальное напряжение и конфликт в обществе. Современная история знает такие случаи, когда политика некоторых государств контролировалась и полностью направлялась иностранными транснациональными корпорациями, когда в их руках оказывались ведущие отрасли экономики и, следовательно, ставилась под угрозу экономическая безопасность страны. Понятно, что разумный выход из подобных ситуаций должен быть в “золотой середине”: страна, нуждающаяся в иностранных инвестициях, должна стремиться к их привлечению, не оставляя при этом данный процесс без эффективного контроля со стороны государственных органов. Или, как заметил недавно глава белорусского государства, «Беларусь должна определить точки роста экономики, максимально используя возможности глобального рынка, и строить политику таким образом, чтобы сформировать механизмы защиты от кризисных явлений»<sup>95</sup>.

Что касается Беларуси, то приоритетной формой прямых иностранных инвестиций в белорусскую экономику является создание совместных и иностранных предприятий «для реализации инвестиционных проектов категории green field, что будет способствовать использованию новых прогрессивных технологий и техники в производстве, внедрению

---

<sup>95</sup> Александр Лукашенко встретился со студентами и преподавателями Белорусского государственного экономического университета [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://president.gov.by/press140941.html#doc>

маркетинговых и управленческих ноу-хау, выпуску товаров, отсутствующих на внутреннем рынке, более быстрому выходу на новые рынки с конкурентоспособной продукцией, сокращению нерационального импорта»<sup>96</sup>.

Еще одной формой привлечения иностранного капитала является реализация инвестиционных проектов brown field – продажа зарубежным инвесторам части акций предприятий, принадлежащих государству, за исключением стратегически значимых из них, связанных с безопасностью страны. В целом же Беларусь заинтересована в стратегических инвесторах, осуществляющих деятельность в сфере производства высокотехнологичных продуктов и услуг, а также в инвесторах, вкладывающих средства в увеличение активов организаций в этой сфере, продукция которых ориентирована на экспорт. И приоритеты здесь расставлены следующим образом: в высокотехнологичные секторы экономики – это фармацевтическая промышленность, индустрия био- и нанотехнологий, высокие технологии в промышленности, новые материалы, информационно-коммуникационные технологии; в создание и развитие кластеров – это объединенная на основе производственно-технологических, научно-технических и коммерческих связей и сосредоточенная на определенной территории группа организаций, обеспечивающая конкурентные позиции на отраслевом, национальном и мировом рынках; в традиционные виды экономической деятельности – это химическое производство, выпуск машин и электрического, электронного и оптического оборудования, транспортных средств, транспорт и связь, строительство и производство строительных материалов, сельское хозяйство и переработка, инженерная и транспортная инфраструктура, легкая промышленность.

Если взять автомобильную отрасль, то здесь основными формами привлечения иностранных инвесторов являются: создание совместных с транснациональными корпорациями предприятий; приватизация отдельных

---

<sup>96</sup> Стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций до 2015 года утверждена в Беларуси [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://www.government.by/ru/content/4217>

государственных организаций; создание международных альянсов в секторе производства автокомпонентов, сельскохозяйственного машиностроения, сборочных производств грузового автомобильного транспорта. А в строительстве стратегически актуальным в этом смысле является проектирование и возведение зданий с использованием технологий скоростного строительства на основе энерго- и ресурсосберегающих технологий, в том числе крупнопанельное домостроение, а также монолитное и сборно-монолитное строительство.

В целом для интенсификации процессов привлечения прямых иностранных инвестиций в белорусскую экономику, по мнению правительства страны, надо обеспечить выполнение двух условий: во-первых, гарантировать инвестору, что те правила игры, которые установлены на момент его вхождения в Беларусь, сохраняются на протяжении действия инвестиционного договора; во-вторых, должно быть желание министерств, областей, органов государственного управления привлекать инвестора и понимание того, что это необходимо для выхода страны на качественно иной уровень экономического роста.

Собственно, на реализацию этих положений и нацелена принятая в январе 2012 года Советом Министров и Национальным банком Республики Беларусь “Стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций до 2015 года”, направленная на стимулирование притока прямых иностранных инвестиций в соответствии с потребностями структурной перестройки экономики и инновационным развитием страны, а также на расширение масштабов и повышение качества их использования на базе постоянного улучшения инвестиционного климата, реформирования государственной собственности и развития частно-государственного партнерства, которое сегодня можно охарактеризовать как еще незадействованный в должной мере механизм привлечения иностранных инвестиций в белорусскую экономику.

В Беларуси под частно-государственным партнерством понимается форма взаимодействия между государственными органами и бизнесом, которая

располагает потенциалом по преодолению экономических противоречий, когда стратегически важные объекты не могут быть переданы в частную собственность, а за счет средств республиканского и местных бюджетов не может быть обеспечено их финансирование. Предполагается, что у нас в стране сферами частно-государственного партнерства могут и должны стать транспорт и транспортная инфраструктура, система коммунального хозяйства, энергосбережение, объекты здравоохранения, образования, культуры и социального обслуживания, туризма, рекреации и спорта, месторождения полезных ископаемых. А еще частно-государственное партнерство может реализовываться в Беларуси в таких формах, как реконструкция – эксплуатация – передача, строительство – владение – управление, проектирование – строительство – владение – управление – передача, концессия.

Конечная цель всех предпринимаемых сегодня в нашей республике действий по активизации привлечения прямых иностранных инвестиций в белорусскую экономику – выйти в 2015 году на их объем в 7–7,5 миллиарда долларов. При этом в числе мер по стимулированию деятельности иностранных инвесторов и созданию положительного инвестиционного имиджа Беларуси следует назвать и те, которые касаются непосредственно отечественных средств массовой информации: «...популяризация реальных успешных примеров инвестирования, пропагандирование привлекательности высокотехнологичных секторов белорусской экономики; проведение мероприятий международного уровня по привлечению прямых иностранных инвестиций, в том числе экономических и инвестиционных форумов, конференций, семинаров»<sup>97</sup>.

Статистика утверждает, что за период с 2005 по 2010 год объем привлеченных прямых иностранных инвестиций в белорусскую экономику увеличился с \$451,3 млн. до \$5569,4 млн. или в 12,3 раза. В пересчете на душу населения это означает рост с \$47 до \$587. Казалось бы, темп впечатляющий.

---

<sup>97</sup> Стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь на период до 2015 года [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://www.government.by/upload/docs/file56dfecd71d0dd538.PDF>

Однако этот показатель значительно меньше, чем в ряде стран Восточной Европы. О многом говорят и такие цифры. Среди стран Юго-Восточной Европы и государств-участников СНГ в последние годы основными получателями прямых иностранных инвестиций являлись партнеры Беларуси по Таможенному союзу и Единому экономическому пространству – Россия и Казахстан, на долю которых пришлось соответственно 60 и почти 15 процентов всех инвестиций. Беларусь в 2010 году привлекла только 2 процента прямых иностранных инвестиций, приходящихся на регион. Выводы, что называется, напрашиваются сами: «Медленными темпами увеличивается объем привлечения в экономику прямых иностранных инвестиций <...> Основные направления совершенствования предусматривают <...> создание благоприятных условий для развития предпринимательской инициативы и увеличение притока инвестиций в экономику»<sup>98</sup>. А к числу факторов, препятствующих притоку иностранных инвестиций в белорусскую экономику, относятся такие, как «система валютного регулирования, нестабильность нормативно-правовой среды для бизнеса, система применения санкций за нарушение условий и порядка ведения бизнеса, уровень налоговой нагрузки, доступ к финансовым ресурсам, уровень развития консалтинговых и других деловых услуг»<sup>99</sup>.

Вот почему на седьмой Белорусский инвестиционный форум возлагались немалые надежды, для осуществления которых его организаторы пошли на обновление самого формата данного мероприятия: «Задача стоит не только презентовать возможности Беларуси, но и внимательно изучить и учесть пожелания потенциальных инвесторов в контексте прихода на белорусский рынок»<sup>100</sup>. Фактически данный форум представлял собой площадку для

---

<sup>98</sup> Основные положения Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://law.sb.by/1002/>

<sup>99</sup> Стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь на период до 2015 года [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://www.government.by/upload/docs/file56dfecd71d0dd538.PDF>

<sup>100</sup> В Минске пройдет седьмой Белорусский инвестиционный форум [Электронный ресурс]. – 2012. – URL:

открытого диалога между представителями органов государственного управления, национальным бизнесом и иностранными инвесторами. Площадку для обсуждения стратегических и оперативных вопросов ведения бизнеса, в рамках которой белорусская сторона ожидала «от участников форума откровенного разговора и конкретных шагов в отношении предложенных инвестиционных проектов, равно как и видения проблем, с которыми они, возможно, уже столкнулись при реализации своих бизнес-планов в нашей стране»<sup>101</sup>. Ориентация на привлечение иностранных инвестиций в инновационную экономику предопределила и тематику секционных обсуждений по таким отраслям, как информационно-коммуникационные технологии, фармацевтическая промышленность, индустрия биотехнологий.

Одновременно в рамках форума состоялся Минский инвестиционный день, организатором которого выступил столичный горисполком и в числе ключевых задач которого значились: «... презентация инвестиционного потенциала Минска, содействие привлечению зарубежных инвесторов, реконструкция и развитие существующих промышленных активов, продвижение новых проектов»<sup>102</sup>. Всего в рамках форума было представлено 23 инвестиционных проекта на общую сумму в один миллиард долларов, каждый из которых является инновационным и предусматривает создание новых производств в фармацевтической промышленности, производстве новых материалов, альтернативной энергетике, а также в сельском хозяйстве, пищевой промышленности и машиностроении. Свои проекты для иностранного инвестирования презентовали областные исполкомы, концерн "Белгоспищепром", министерства сельского хозяйства и продовольствия, промышленности, здравоохранения, энергетики, Национальная Академия наук.

---

[http://www.ej.by/news/economy/2012/09/27/v\\_minske\\_proydet\\_shestoy\\_belorusskiy\\_investitsionnyy\\_forum.html](http://www.ej.by/news/economy/2012/09/27/v_minske_proydet_shestoy_belorusskiy_investitsionnyy_forum.html)

<sup>101</sup> Александр Лукашенко направил приветствие участникам VII Белорусского инвестиционного форума [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://president.gov.by/press141003.html#doc>

<sup>102</sup> Минский инвестиционный день пройдет 15 ноября 2012 года [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://www.forum.kemgik.by/>

Самым крупным инвестиционным проектом, с которым смогли ознакомиться участники форума, стало строительство сахарного комбината в Дятловском районе Гродненской области, стоимость которого оценивается в 330 миллионов долларов. А в числе наиболее быстроокупаемых проектов – организация производства вакуумных систем взятия крови на территории свободной экономической зоны “Гомель–Ратон”, срок окупаемости которого составляет два года. По двум другим проектам – «создание форелевого хозяйства на 200 тонн товарной рыбы в ОАО “Альба” в Несвиже, разработка очистки технологических вод от органических загрязнителей с использованием микробиологического препарата ЕМ1 “Конкур”»<sup>103</sup> – срок окупаемости составит три года.

Еще одной важной особенностью седьмого Белорусского инвестиционного форума стало проведение в его рамках пленарного заседания Консультативного совета по иностранным инвестициям (КСИИ), созданного еще в 2001 году с целью повышения эффективности работы по привлечению иностранных инвестиций в экономику республики, обеспечения проведения последовательной государственной политики в этой области. Традиционно пленарные заседания КСИИ являются важнейшими этапами в его деятельности, так как на них подводятся итоги проделанной работы и определяются направления деятельности на ближайшую перспективу. В частности, предыдущее – шестое – заседание КСИИ проходило три года назад. И тогда его зарубежные участники высказали немало предложений по улучшению дальнейшей работы с иностранными инвесторами. На этот раз встреча проходила в формате круглого стола, который, по мнению его организаторов, наиболее подходит для открытого диалога между участниками, каждому из которых была предоставлена возможность высказать свою точку зрения по вопросам повышения эффективности работы с иностранными инвесторами,

---

<sup>103</sup> Белорусский инвестфорум предложит потенциальным инвесторам проекты на \$1 млрд. [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://www.interfax.by/news/belarus/119821>

предложить свои варианты создания комфортных условий для ведения бизнеса и повышения инвестиционной привлекательности Беларуси.

Интересная деталь. В июне текущего года проходило расширенное заседание постоянного комитета при КСИИ, участие в котором приняли более 130 представителей крупных компаний с национальным и иностранным капиталом и банковских учреждений, осуществляющих деятельность на территории Республики Беларусь, органов государственного управления, посольского корпуса. На этом заседании белорусское правительство высказало свою крайнюю заинтересованность в получении от инвесторов предложений по стимулированию инвестиционной активности, повышению эффективности использования инвестиционных ресурсов. И сейчас это пожелание, надо полагать, реализовано в полной мере. Тем более, что Консультативный совет по иностранным инвестициям при Совете Министров Республики Беларусь «разрабатывает предложения по совершенствованию законодательства, регулирующего вопросы инвестиционной деятельности; участвует в рассмотрении нормативных правовых актов, регулирующих отношения, связанные с деятельностью коммерческих организаций с иностранными инвестициями; имеет право вносить в республиканские органы госуправления для рассмотрения предложения об отмене или изменении нормативных правовых актов, ограничивающих права инвесторов, а также о принятии новых, способствующих привлечению в Республику Беларусь иностранных инвестиций»<sup>104</sup>.

Как видим, в современных условиях существует немало механизмов и инструментов для активизации притока иностранных инвестиций в белорусскую экономику, в том числе и информационных, играющих далеко не последнюю роль в инвестиционной политике страны. Грамотное и целенаправленное использование их, в том числе и представителями международного сегмента национальной журналистики, позволит существенно

---

<sup>104</sup> О Консультативном Совете по иностранным инвестициям при Совете Министров Республики Беларусь (КСИИ) [Электронный ресурс]. – 2001. – URL: <http://w1.economy.gov.by/fiac/?page=1.php>

усилить эффект и от других инструментов привлечения прямых иностранных инвестиций и достичь долгосрочных целей инвестиционной политики.



## Медиаэкспорт и международная журналистика

В мае 2013 года белорусское правительство ввело прогнозные показатели на текущий год по наращиванию экспорта для организаций Министерства информации Республики Беларусь – 125 процентов к уровню 2012 года<sup>105</sup>. Данное министерство является республиканским органом государственного управления, формирующим и реализующим государственную политику в сфере средств массовой информации, книгоиздания, полиграфии и книгораспространения. К числу подведомственных ему структур относятся: организации системы “Союзпечать”, шесть издательств и шесть предприятий книжной торговли, пять полиграфических предприятий, информационные агентства БелТА и “Минск-Новости”, газеты “Советская Белоруссия”, “Рэспубліка”, “Звезда”, “Народная газета”, “Белорусская нива”, “Знамя юности”, “7 дней”, а также журналы – “Беларуская думка”, “Беларусь”, “Планета”, “Экономика Беларусі”. Всего же на территории Республики Беларусь на начало второго полугодия 2013 года было зарегистрировано 1523 печатных средства массовой информации: 705 газет, 768 журналов, 39 бюллетеней, 9 каталогов, 2 альманаха<sup>106</sup>.

Установленное задание по наращиванию экспорта, разумеется, относится ко всем организациям данного министерства, поэтому в одинаковой степени касается как издательств и полиграфических предприятий, так и перечисленных средств массовой информации. И не только их, так как для достижения поставленных целей по экспорту в Беларуси сейчас пересматривается роль министерств в части их ответственности не только за подведомственные организации, но и за вид экономической деятельности в целом. Тем более, что детализация конкретных мер, стимулирующих развитие экспорта, уже осуществляется в ежегодно разрабатываемых отраслевых планах развития. А

---

<sup>105</sup> О внесении дополнений и изменений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 6 ноября 2012г. [Электронный ресурс]. – 2013. – URL: <http://www.government.by/upload/docs/file426f032e4aaccada3.PDF>

<sup>106</sup> Сведения о средствах массовой информации, информационных агентствах на 1 июля 2013 года [Электронный ресурс]. – 2013. – URL: <http://www.mininform.gov.by/rus/activity/press/>

сама деятельность по обеспечению условий роста экспорта товаров и услуг является важнейшим направлением внешнеэкономической деятельности – одной из сфер реализации внешней политики Республики Беларусь<sup>107</sup>.

Здесь следует подчеркнуть, что ключевой задачей до 2015 года в Беларуси определено создание «принципиально новых производств, предприятий и отраслей, производящих экспортно-ориентированную, высокотехнологичную продукцию»<sup>108</sup>. Объясняется это тем, что «экономика Беларуси – открытая, практически все ее отрасли – экспортно-ориентированные. Поэтому благополучие нашей страны зависит во многом от динамичного наращивания поставок продукции и услуг на внешние рынки, достижения положительного торгового сальдо. <...> В этих вопросах нет мелочей. Ни одна тенденция не должна оставаться незамеченной. Всегда надо держать руку на пульсе»<sup>109</sup>. В этой связи предполагается, что концентрация экономической политики на наращивании экспортного потенциала страны позволит изменить структуру экспорта Беларуси в сторону увеличения доли высокотехнологичных товаров и услуг, а также снижения ее энергетической составляющей; обеспечить расширение традиционных и завоевание новых рынков сбыта. Это является обязательным условием снижения уязвимости экономики к колебаниям внешнеэкономической конъюнктуры, обеспечения необходимых объемов поступления валютных средств. Поэтому стратегическими задачами на ближайшие три года являются: рост экспорта товаров и услуг, повышение его эффективности, увеличение рентабельности экспортных поставок, выход на положительное сальдо внешней торговли, совершенствование системы правового и информационного сопровождения внешнеэкономической деятельности.

---

<sup>107</sup> Закон Республики Беларусь “Основные направления внутренней и внешней политики Республики Беларусь” [Электронный ресурс]. – 2005. – URL: <http://laws.newsby.org/documents/laws/law0361.htm>

<sup>108</sup> Основные положения Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://law.sb.by/1002/>

<sup>109</sup> Александр Лукашенко провел совещание по вопросам экспорта белорусской продукции [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://president.gov.by/press140773.html#doc>

На встрече со студентами и преподавателями Белорусского государственного экономического университета в ноябре 2012 года глава белорусского государства, отмечая такую важную мировую тенденцию, как расширение сферы услуг, подчеркнул: «Беларусь имеет хорошие предпосылки для ускоренного развития в данном направлении. <...> Большие перспективы в стране имеют здравоохранение, туризм, образование, интеллектуальные и бизнес-услуги (научные исследования, управленческий консалтинг, инжиниринг и информационные технологии)»<sup>110</sup>. Решать эти задачи планируется комплексным способом, одним из направлений которого является «увеличение доли услуг в общем объеме экспорта товаров и услуг за счет развития новых видов информационно-коммуникационных»<sup>111</sup> услуг, к которым относятся и услуги в сфере медиа. Ориентация развития белорусского экспорта на новые виды товаров и услуг вызвана и той необходимостью, что «серьезную озабоченность вызывает снижение или замедление темпов роста экспорта ряда важнейших товаров, таких как автомобильная, сельскохозяйственная и бытовая техника, продукция металлургии и деревообработки. <...> Пока же на местах не ликвидирована пассивность и осторожность, присутствует также нежелание браться за новое и непростое»<sup>112</sup>.

Можно предположить, что добиваться поступательного движения в указанном направлении будет непросто и подведомственным организациям белорусского Министерства информации, так как пока международное сотрудничество в этом ведомстве осуществляется по таким направлениям, как «создание договорной базы и практическая реализация соглашений, взаимодействие с международными организациями, международная выставочно-ярмарочная деятельность, работа с объединениями

---

<sup>110</sup> Александр Лукашенко встретился со студентами и преподавателями Белорусского государственного экономического университета [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://president.gov.by/press140944.html>

<sup>111</sup> Основные положения Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://law.sb.by/1002/>

<sup>112</sup> Доклад Правительства и Национального банка о работе экономики в 2012 году и проектах прогноза, бюджета и денежно-кредитной политики на 2013 год [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://president.gov.by/press139632.html>

соотечественников за рубежом»<sup>113</sup>. До мая 2013 года такая постановка вопроса по организации внешнеэкономической деятельности Мининформа, видимо, вполне устраивала белорусское правительство. Сегодня же перед ведомством поставлена уже сугубо прагматичная задача – увеличить экспорт на четверть. Разумеется, без разработки столь же прагматичной отраслевой программы развития экспорта медийно-информационных товаров и услуг в данном случае не обойтись.

Здесь уместно вспомнить о том, что в развитие основных положений Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 года была разработана Национальная программа развития экспорта на 2011–2015 годы, которая предусматривает «существенное увеличение экспорта товаров и услуг, активную реализацию инновационных программ, работу в сфере импортозамещения, производство высокотехнологичной экспортно-ориентированной продукции»<sup>114</sup>. В этом документе учитывались «особенности текущей конъюнктуры международной торговли, новые тенденции в сфере глобализации и региональной интеграции»<sup>115</sup>. В числе таковых тенденций были названы: развитие Таможенного союза Беларуси, России и Казахстана, формирование Единого экономического пространства с возможностью присоединения к нему новых членов, формирование системы соглашений Таможенного союза с другими региональными блоками и отдельными странами, включая соглашения о свободной торговле. При разработке данной программы учитывался также целый ряд актуальных вызовов: возрастание глобальной конкуренции на рынках товаров и услуг, капиталов и технологий; ужесточение условий доступа к сырьевым, энергетическим, водным и продовольственным ресурсам, а также транспортным коридорам; усиление

---

<sup>113</sup> Международное сотрудничество [Электронный ресурс]. – 2013. – URL: [http://www.mininform.gov.by/rus/activity/int\\_co\\_operation/](http://www.mininform.gov.by/rus/activity/int_co_operation/)

<sup>114</sup> Материалы пресс-конференции с участием заместителя Министра иностранных дел Беларуси Александра Гурьянова по итогам работы VII Белорусского инвестиционного форума (г. Минск, 27 ноября 2012г.) [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: [http://www.mfa.gov.by/press/news\\_mfa/f023a052f55e1163.html](http://www.mfa.gov.by/press/news_mfa/f023a052f55e1163.html)

<sup>115</sup> Правительством Беларуси утверждена Национальная программа развития экспорта на 2011–2015 годы [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://www.government.by/ru/content/3836>

роли инновационного экономического роста и наращивания экспорта на фоне снижения значимости традиционных факторов развития национальных экономик.

Фактом является то, что такие понятия, как “министерство информации”, “средства массовой информации”, “экспорт медийно-информационных товаров и услуг” в данном программном документе практически не встречаются. В сводном плане-прогнозе развития экспорта по республиканским органам государственного управления и местным исполнительным и распорядительным органам упоминаются такие структуры, как концерны “Белнефтехим”, “Беллесбумпром”, “Беллегпром”, “Белгоспищепром”, “Белбиофарм”, министерства промышленности, сельского хозяйства и продовольствия, архитектуры и строительства, энергетики, транспорта и коммуникаций, связи и информатизации, образования, здравоохранения, спорта и туризма, Парк высоких технологий, а также Минский горисполком и исполнительные комитеты всех шести белорусских областей.

С определенной долей условности экспорт отечественных медийных продуктов – газет, журналов, радиопередач, телепрограмм – мог бы учитываться в статистике экспорта объектов интеллектуальной собственности. Но пока речь об этом не идет, а в фокусе внимания здесь – научно-инновационные разработки. Что касается экспорта услуг связи, компьютерных и информационных услуг, то ответственными за их наращивание значатся Парк высоких технологий и Министерство связи и информатизации. При этом ставится «основная задача – наращивание экспорта новых видов услуг – телекоммуникационных, компьютерных, инжиниринговых, банковских, финансовых и прочих коммерческих и деловых услуг»<sup>116</sup>. Надо полагать, что экспорт медийно-информационных услуг на уровне программных документов заложен в Беларуси в “прочих коммерческих и деловых услугах”. В таком случае имеет смысл найти их в других частях Национальной программы

---

<sup>116</sup> О Национальной программе развития экспорта Республики Беларусь на 2011–2015 годы [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=C21100656&p2={NRPA}>

развития экспорта Республики Беларусь на 2011–2015 годы. Но сделать это непросто, так как напрямую об этом в данном документе не говорится практически ничего. Только косвенные намеки на то, что, возможно, могло бы быть.

Так, в описании вопросов развития экспорта концерна “Беллепром” отмечается, что международные компании усиливают свои позиции на рынках развитых стран, увеличивая инвестиции в рекламу, что неизвестным владельцам марок, а тем более отдельным производителям выход на развитые рынки фактически закрыт. Поэтому в целях освоения новых регионов следует активно участвовать в самых разнообразных рекламных мероприятиях. Эффективным и профессиональным помощником в организации и проведении таких акций, на наш взгляд, могли бы быть отечественные и зарубежные средства массовой информации. Но их роль в намеченном плане наращивания экспортной продукции концерна не рассматривается.

Вот уже в планах по развитию экспорта услуг белорусского Министерства образования предполагается закрепление на рынке Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии, в том числе и путем проведения активной информационно-рекламной кампании. При этом в министерстве справедливо полагают, что «важным средством продвижения экспорта услуг образования станет проведение активной информационной кампании и позиционирование Беларуси, прежде всего, в Интернете как поставщика качественных образовательных услуг и инновационных технологий»<sup>117</sup>. Понятно, что свою весомую роль в проведении подобной информационной кампании могут сыграть и отечественные медиа.

В числе основных направлений деятельности по экспорту услуг белорусского Министерства здравоохранения значится формирование информационной открытости рынка медицинских услуг, организация проведения рекламных кампаний по созданию благоприятного имиджа и

---

<sup>117</sup> О Национальной программе развития экспорта Республики Беларусь на 2011–2015 годы [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=C21100656&p2={NRPA}>

психологического доверия к белорусскому здравоохранению. И в этих процессах роль медийной сферы может и должна быть определяющей.

Задачу увеличить к 2015 году долю услуг в общем объеме экспорта за счет развития новых видов информационно-коммуникационных услуг поставил перед собой Минский горисполком. Одним из инструментов достижения заданной цели при этом названо использование региональных средств массовой информации. В Гродненском облисполкоме в числе основных направлений внешнеэкономической деятельности до 2015 года определено и развитие вспомогательных механизмов продвижения производимых товаров на внешние рынки, включая повышение узнаваемости и привлекательности гродненских брендов, что без активного участия медиа, как нам кажется, осуществить практически невозможно. А в целях расширения географии внешнеэкономической деятельности области на ближайшие годы предусмотрено дальнейшее развитие межрегиональных связей, освещение которых становится сегодня одним из важнейших направлений творчества белорусских региональных журналистов-международников.

Среди мер по увеличению экспортного потенциала Гомельской области можно отметить оптимизацию деятельности объектов товаропроводящих сетей и активизацию продвижения продукции других предприятий через использование современных средств коммуникации, где свое важное место должны занимать и медиа. Дальнейшее развитие межрегиональных связей и формирование эффективной информационной инфраструктуры в плане увеличения экспортного потенциала намечено в числе других мероприятий и в Могилевской области.

В Брестской области в числе основных направлений развития внешней торговли товарами до 2015 года значатся усиление международного регионального сотрудничества с регионами России, Украины, других стран ближнего и дальнего зарубежья, реализация двусторонних договоренностей, дальнейшее развитие контактов в рамках трансграничного объединения «Еврорегион «Буг», «совершенствование информационного сопровождения

экспорта, рекламной и выставочно-ярмарочной деятельности»<sup>118</sup>, а также организация «информационной поддержки субъектов хозяйствования области при принятии стратегических решений по работе на внутреннем и внешних рынках»<sup>119</sup>.

Экспортная политика Витебской области предусматривает на ближайшие годы развитие производственной кооперации, создание совместных предприятий для реализации широкого спектра экспортно-ориентированных проектов за счет сохранения и развития стратегического партнерства с зарубежными регионами, имеющими устойчивые связи с администрациями городов и районов области. В создании системы широкой информационной поддержки развития отечественной IT-индустрии и повышении ее привлекательности на внутреннем и внешнем рынках видят одну из задач в Парке высоких технологий, решение которой способствовало бы привлечению экспортных заказов по разработке программных продуктов, «росту валютных поступлений в республику»<sup>120</sup>.

Как видим, все эти примеры, взятые из Национальной программы развития экспорта Республики Беларусь на 2011–2015 годы, весьма красноречиво иллюстрируют вывод о том, что сама жизнь заставляет учитывать специфику медийной сферы в условиях современного информационного общества даже при решении таких задач, как развитие экспортного потенциала страны. Правда, делается это пока в различных белорусских министерствах, ведомствах, концернах, территориальных органах управления достаточно фрагментарно и бессистемно. Происходит это по причине отсутствия в самой медийной отрасли базовой стратегии развития экспорта и продвижения медийно-информационных разработок, как на внутренний, так и на внешний рынки.

---

<sup>118</sup> О Национальной программе развития экспорта Республики Беларусь на 2011–2015 годы [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=C21100656&p2={NRPA}>

<sup>119</sup> Там же.

<sup>120</sup> Там же.

Как отмечалось выше, до мая 2013 года нужды в подобной стратегии практически и не было, так как не существовало прогнозных показателей по наращиванию экспорта для организаций системы Министерства информации Республики Беларусь. Стимулирующая роль этих показателей заключается в том, что республиканские органы государственного управления должны в установленный срок разработать мероприятия по достижению утвержденных показателей прогноза экспорта, которые, в свою очередь, должны быть увязаны «с мерами по активизации двусторонних экономических связей, диверсификации экспорта и каналов продвижения отечественных товаров и услуг на зарубежные рынки. В мероприятиях также в обязательном порядке актуализируются и прописываются запланированные к реализации конкретные проекты модернизации действующих и создания новых экспортно-ориентированных производств»<sup>121</sup>.

С учетом данных обстоятельств очевидным становится факт, что сегодня для развития процессов экспорта в белорусской медийной сфере необходимо провести комплекс подготовительных работ, который включал бы в себя: организацию маркетинговых исследований; оценку имеющегося творческого и технического потенциала; разработку проекта программы научных и прикладных исследований, ориентированной на реализацию в условиях рынка, определение истинных потребностей в развитии и обновлении отечественной медийной сферы; рассмотрение возможностей внедрения новых форм организации редакционной работы, включая создание новых медийных продуктов. При этом, формируя географическую структуру медиаэкспорта, необходимо учитывать фактор глобализации современного информационного пространства, который диктует свои условия: «Отечественная медиапродукция может заинтересовать потребителя на мировых рынках в том случае, если она

---

<sup>121</sup> О Национальной программе развития экспорта Республики Беларусь на 2011–2015 годы [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=C21100656&p2={NRPA}>

будет приближена к стереотипам мировоззрения зарубежного потребителя»<sup>122</sup>. Пока же «в условиях открытости информационного пространства страны и конкуренции со стороны иностранного информационного продукта недостаточными остаются качество и популярность белорусского национального контента»<sup>123</sup>, что может привести к снижению или даже потере конкурентоспособности отечественных информационно-коммуникационных технологий и информационных ресурсов.

Поэтому сегодня важно понимать, что экспортный потенциал медийно-информационной продукции, созданной белорусскими журналистами, может стать реальным в долгосрочной перспективе только при условии готовности всех медийных субъектов проводить инновационную политику, направленную на разработку, использование и реализацию медийной продукции в условиях глобального информационного рынка. Политику, которая потребует серьезной корректировки деятельности редакционных коллективов в направлении развития их творческих, маркетинговых, производственных, торговых функций. Здесь уместно напомнить, что «под инновациями в широком смысле понимается прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного или иного характера»<sup>124</sup>. Иными словами, инновационная политика в мировой практике осуществляется путем внедрения четырех основных видов инноваций: 1) процессных; 2) продуктовых; 3) организационных; 4) маркетинговых. Для медийной сферы, на наш взгляд, это означает следующее.

---

<sup>122</sup> Толстик, И.А. Медиафера в системе международной интеграции / И.А. Толстик; под науч. ред. С.В. Решетникова, Институт экономики НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2010. – С. 209–210.

<sup>123</sup> Концепция национальной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=P31000575&p2={NRPA}>

<sup>124</sup> Стратегия экспорта и продвижения научных разработок на рынок. Методические рекомендации по проведению маркетинговой работы и продвижению разработок организаций НАН Беларуси на внутренний и внешний рынок / Под ред. С.М. Дедкова. – Мн. : Центр системного анализа и стратегических исследований НАН Беларуси, 2008. – С. 8.

**Процессные инновации** – реализация системы инновационных творческих технологий: в данном случае – путем использования потенциала международного сегмента национальной журналистики, учитывающего современные особенности развития глобального информационного пространства. **Продуктовые инновации** – обновление существующих и создание новых медийных продуктов, имеющих экспортный потенциал: в данном случае – путем создания совместных медийных проектов с зарубежными партнерами, а также внешнеэкономических приложений существующих белорусских изданий. **Организационные инновации** – оптимизация организационных форм деятельности существующих медийных предприятий и создание новых, изначально базирующихся на инновационных принципах: в данном случае – путем создания в редакционных коллективах структур внешнеэкономической деятельности, синтезирующих в себе творческий потенциал международной журналистики и коммерческие возможности зарубежной рекламы. **Маркетинговые инновации** – внедрение инновационных технологий продвижения и сбыта белорусских медийных продуктов на зарубежных информационных рынках: в данном случае – путем активного использования имеющихся интернет-ресурсов и делового взаимодействия с профильными зарубежными партнерами.

Вот почему приоритетным направлением в обновлении белорусской медийной отрасли с прицелом на экспорт ее продуктов и услуг должна стать разработка такой инновационной политики, в основе которой ключевым компонентом должно стать развитие опережающими темпами в Беларуси международной журналистики, в силу своей специфики обладающей инновационно-интеграционным потенциалом, реализация которого может создать предпосылки для осуществления в медийной сфере процессных, продуктовых, организационных, маркетинговых инноваций и, соответственно, актуализировать всю последующую цепочку действий, о которой говорилось выше, по превращению белорусской медиасферы в экспортно-ориентированную область экономики.

В 2013 году правительство Беларуси «видит потенциал утроения нашего экспорта на новые и нетрадиционные рынки. За счет этого мы можем прирасти не менее чем на \$1 млрд.»<sup>125</sup>. Надо полагать, что свой вклад в достижение поставленной цели внесет, наконец, и белорусская медийная отрасль, инновационное развитие которой становится сегодня актуальной необходимостью. Тем более, что «нам нужны новые товары и услуги <...> Новая экономика – это ускоренное развитие секторов на местных ресурсах»<sup>126</sup>, к которым мы вправе отнести и медийно-информационные ресурсы.

---

<sup>125</sup> Михаил Мясникович выступил на Международном форуме делового сообщества к 60-летию БелТТТ [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://www.government.by/ru/content/4747>

<sup>126</sup> Михаил Мясникович провел заседание Совета Министров [Электронный ресурс]. – 2013. – URL: <http://www.government.by/ru/content/5187>

## **Актуальные вопросы развития белорусского экспорта в контексте рекламно-медийного обеспечения**

Обеспечение условий роста экспорта товаров и услуг является для Республики Беларусь не только одним из важнейших направлений внешнеэкономической деятельности, но и основным приоритетом развития белорусской экономики, так как экспорт составляет в ее структуре более половины валового внутреннего продукта. И этот факт делает его одним из ключевых источников обеспечения устойчивого экономического роста в стране.

Особую значимость вопросы развития белорусского экспортного потенциала и обеспечения сбалансированности внешней торговли приобрели в современных условиях, «поскольку внешний спрос на продукцию отечественных производителей является важнейшим фактором загрузки производственных мощностей, поддержания высокого уровня занятости и обеспечения динамичного роста экономики. При этом положительное сальдо внешнеторговых операций по товарам и услугам обеспечивает финансовую стабильность на макроуровне, обуславливая такие базовые параметры экономической безопасности страны, как официальные золотовалютные резервы, валовый и государственный внешний долг, обменный курс национальной валюты, доходы государственного бюджета»<sup>127</sup>.

Важнейшими глобальными вызовами и тенденциями, которые существенно повлияли на условия осуществления экспортной деятельности белорусскими субъектами хозяйствования в последние годы, стали: 1) рост глобальной конкуренции на рынках товаров и услуг, капиталов и технологий; 2) ужесточение условий доступа к сырьевым, энергетическим, водным и продовольственным ресурсам, а также транспортным коридорам; 3) усиление роли инновационного экономического роста и наращивания экспорта на фоне снижения значимости традиционных факторов развития национальных

---

<sup>127</sup> Национальная программа развития экспорта Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic01/text820.htm>

экономик. В этих условиях, по мнению главы белорусского государства, «диверсификация экспорта, поиск новых рынков – вопрос первостепенной важности, вопрос выживания нашей страны»<sup>128</sup>.

Вот почему, завершив в целом формирование на государственном уровне системы стимулирования и поддержки экспорта, основанной на международной практике, Республика Беларусь взяла курс на развитие, совершенствование и создание условий для введения новых эффективных механизмов этой системы. Оно и понятно: в ситуации посткризисного развития мировой торговли объективно для таких стран, как Беларусь, актуализируется вектор развития, направленный «на увеличение наукоемкой и высокотехнологичной продукции в структуре экспорта, диверсификацию поставок на новые рынки»<sup>129</sup>.

Эффективным инструментом достижения обозначенных целей в данной области является реализация белорусской стороной многовекторной внешнеэкономической политики, в рамках которой поддерживаются внешнеторговые контакты с большинством зарубежных стран и осуществляется активное участие в международных интеграционных процессах. О многом в этой связи говорят такие факты: «Сегодня Республика Беларусь имеет дипломатические представительства в 56 государствах по всему миру. С учетом аккредитации послов по совместительству, Беларусь представлена в 112 из 174 государств, с которыми наша страна установила дипломатические отношения»<sup>130</sup>. В самой республике на начало 2016 года действовали 46 посольств, 4 отделения посольства, 2 торговых представительства, 35 консульских учреждений иностранных государств, 16 представительств международных организаций, а 86 зарубежных посольств

---

<sup>128</sup> Встреча с Министром иностранных дел Владимиром Макеем [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/vstrecha-s-ministrom-inostrannyx-del-vladimirom-makeem-10420/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/vstrecha-s-ministrom-inostrannyx-del-vladimirom-makeem-10420/)

<sup>129</sup> Экспорт [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://mfa.gov.by/export/export/>

<sup>130</sup> Обзор итогов внешней политики Республики Беларусь и деятельности Министерства иностранных дел в 2015 году [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://mfa.gov.by/publication/reports/ad9a745931227143.html>

аккредитованы в Минске по совместительству из Москвы, Вильнюса, Варшавы и Киева.

Эти факты говорят о том, что у Беларуси есть значительный потенциал, как в плане укрепления взаимовыгодных связей с традиционными экономическими партнерами и освоения новых рынков сбыта, так и по диверсификации своего экспорта как одного из условий стабильного развития экономики и повышения уровня жизни граждан. Известно, что белорусская экспортная продукция насчитывает более тысячи наименований, а в число основных товаров, поставляемых на зарубежные рынки сбыта, входят нефтепродукты, калийные и азотные удобрения, металлопрокат и металлокорд, такторы, грузовые автомобили, автобусы, холодильники и морозильники, химические волокна и нити, капролактамы, шины, древесина и изделия из нее, мебель, одежда, обувь, молочная и мясная продукция, сахар. Этот перечень весомо дополняет широкая гамма сложнотехнической продукции, имеющей «устойчивый спрос на внешних рынках: сельскохозяйственная техника, троллейбусы и трамваи, дорожно-строительная техника, технологическое и электронное оборудование, газовые плиты, стиральные машины, продукция микроэлектроники и оптические приборы»<sup>131</sup>.

Тем не менее, итоги 2015 года показали, что в Беларуси сегодня требуется дальнейшая концентрация усилий по наращиванию экспорта и поиску новых рынков сбыта: «Ситуация подтверждает необходимость более динамичного смещения центра тяжести в экспортной политике с традиционных рынков на иные направления географической и товарной диверсификации экспортных потоков. Нужны качественно новые инновационные товары и услуги»<sup>132</sup>. И в этой связи белорусское правительство поставило задачу «максимально эффективно использовать имеющиеся договоренности и наработки со всеми

---

<sup>131</sup> Экспортный потенциал [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://mfa.gov.by/export/export/potential/>

<sup>132</sup> Андрей Кобяков провел заседание Президиума Совета Министров [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.government.by/ru/content/5967>

государствами, обратив особое внимание на те, с которыми программа совместных действий была выработана на высшем и высоком уровнях»<sup>133</sup>.

Еще в 2014 году в качестве новых перспективных рынков сбыта для белорусских экспортеров были определены почти полсотни стран: 1. Австралия. 2. Алжир. 3. Ангола. 4. Бахрейн. 5. Боливия. 6. Габон. 7. Гамбия. 8. Гана. 9. Греция. 10. Зимбабве. 11. Иордания. 12. Ирландия. 13. Испания. 14. Камбоджа. 15. Камерун. 16. Колумбия. 17. Кот-д'Ивуар. 18. Кувейт. 19. Лаос. 20. Ливан. 21. Малайзия. 22. Мали. 23. Мальта. 24. Марокко. 25. Мозамбик. 26. Монголия. 27. Мьянма. 28. Намибия. 29. Нигерия. 30. Никарагуа. 31. Оман. 32. Пакистан. 33. Перу. 34. Португалия. 35. Саудовская Аравия. 36. Сенегал. 37. Сингапур. 38. Словения. 39. Судан. 40. Таиланд. 41. Того. 42. Тунис. 43. Филиппины. 44. Хорватия. 45. Шри-Ланка. 46. Эквадор<sup>134</sup>. Для выполнения этой перспективной задачи в том же году были открыты «посольства нашей страны в Австралии, Катаре, Монголии, Пакистане, Эквадоре»<sup>135</sup>.

Но в том же, 2014 году, Беларусь столкнулась с серьезными внешними вызовами, которые были связаны со снижением мировых цен на нефть и экспортируемые нефтепродукты, девальвацией российского рубля, эскалацией ситуации в Украине. В итоге экспорт товаров в Россию снизился почти на полтора миллиарда долларов. И хотя частичной компенсацией этих потерь стало увеличение белорусских поставок в страны Европы, Азии, Америки, Африки почти на один миллиард долларов, общий объем экспорта товаров из Беларуси на новые перспективные рынки составил только 84 процента к уровню 2013 года.

Данная ситуация стала предметом серьезного рассмотрения на заседании Президиума Совета Министров в феврале 2015 года, в рамках которого

---

<sup>133</sup> Андрей Кобяков встретился с руководителями дипломатических представительств и консульских учреждений Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.government.by/ru/content/5956>

<sup>134</sup> Минпрому Беларуси предстоит в 2014 году нарастить экспорт товаров на новые рынки до \$168,7 млн [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/minpromu-belarusi-predstoit-v-2014-godu-narastit-eksport-tovarov-na-novye-rynki-do-1687-mln-42698-2014>

<sup>135</sup> Обзор итогов внешней политики Республики Беларусь и деятельности Министерства иностранных дел в 2014 году [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://mfa.gov.by/publication/reports/a2973e28e4b86261.html>

правительство заострило внимание на основных проблемах диверсификации и наращивания экспорта – отсутствии эффективной ценовой стратегии у белорусских производителей и вопросах с качеством и сервисным обслуживанием техники, а также сформулировало конкретные меры по активизации работы на рынках стран дальнего зарубежья с использованием таких инструментов, как «агрессивный маркетинг, участие в тендерах, создание сборочных производств там, где это возможно, налаживание промкооперации, создание субъектов товаропроводящей сети, развитие сервиса с одновременным сопровождением, доступными финансовыми инструментами, послаблением в ценообразовании, выверенными действиями по устранению торговых барьеров»<sup>136</sup>.

Для принятия дополнительных мер по освоению новых зарубежных рынков за белорусскими чиновниками высокого уровня закрепили конкретные страны и регионы, а координирующим органом по диверсификации и наращиванию экспорта было определено Министерство иностранных дел, которому поручили «непосредственно взаимодействовать с должностными лицами, закрепленными за странами и регионами»<sup>137</sup>. В качестве новых перспективных рынков для белорусского экспорта на 2015 год были уже названы такие страны, как: 1. Алжир. 2. Бангладеш. 3. Бахрейн. 4. Босния и Герцеговина. 5. Греция. 6. Дания. 7. Зимбабве. 8. Иордания. 9. Испания. 10. Камбоджа. 11. Кения. 12. Кипр. 13. Кувейт. 14. Лаос. 15. Македония. 16. Малайзия. 17. Марокко. 18. Непал. 19. Норвегия. 20. Никарагуа. 21. Оман. 22. Панама. 23. Перу. 24. Португалия. 25. Саудовская Аравия. 26. Сенегал. 27. Сингапур. 28. Того. 29. Тунис. 30. Уругвай. 31. Филиппины. 32. Хорватия. 33. Черногория. 34. Чили. 35. Шри-Ланка.

---

<sup>136</sup> Андрей Кобяков провел заседание Президиума Совета Министров [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.government.by/ru/content/5840>

<sup>137</sup> Григорович, Т. Для наращивания экспорта за белорусскими чиновниками закрепили конкретные страны и регионы / Т. Григорович // [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/dlja-naraschivaniija-eksporta-za-beloruskimi-chinovnikami-zakrepili-konkretnye-strany-i-regiony-62465-2014>

Тем не менее, и в первом квартале 2015 года макроэкономическая ситуация в Беларуси продолжала формироваться в условиях сужения основных экспортных рынков. Объем белорусского экспорта по товарам и услугам сократился за два первых месяца почти на четверть. «С наибольшими вызовами и трудностями столкнулись промышленные предприятия, в первую очередь в сфере машиностроения»<sup>138</sup>. Поэтому уже в апреле 2015 года на правительственном уровне прозвучало предложение о необходимости более динамичного смещения центра тяжести в экспортной политике с российского рынка на иные направления. При этом было обращено внимание на целесообразность ускоренной как географической, так и товарной диверсификации экспортных потоков, что подтверждалось серьезными аргументами. В частности, при общем падении объемов экспорта в январе и феврале 2015 года белорусский экспорт в страны Азии все-таки вырос на 106,7 миллионов долларов. А по ряду таких стран, как Индия, Австралия, Индонезия, Вьетнам, Соединенные Штаты Америки, Болгария, это задание и вовсе перевыполнено в два-три раза.

Для придания строгой системности в организации деятельности по данному направлению стратегического развития государства в январе 2016 года белорусское правительство и Национальный банк страны приняли комплекс мер по решению задач социально-экономического развития Республики Беларусь в 2016 году и обеспечению макроэкономической сбалансированности, включающий 93 мероприятия в области внешнеэкономической, интеграционной, инвестиционной, инновационной, промышленной, ценовой, антимонопольной, социальной, региональной, денежно-кредитной политик, а также меры по развитию внутреннего рынка предпринимательства, совершенствованию системы управления экономикой, функционирования банковской системы.

---

<sup>138</sup> Матвеев, В. Правительство Беларуси реализует комплекс мер по поддержке экспорта / В. Матвеев // [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: [http://www.belarus.by/ru/government/events/pravitelstvo-belarusi-realizuet-kompleks-mer-po-podderzhke-eksporta\\_i\\_0000019944.html](http://www.belarus.by/ru/government/events/pravitelstvo-belarusi-realizuet-kompleks-mer-po-podderzhke-eksporta_i_0000019944.html)

Первым пунктом в этом документе значится «утверждение Национальной программы поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016–2020 годы»<sup>139</sup>. А далее речь идет о необходимости разработки плана поддержки белорусских экспортеров и реализации решений Евразийского межправительственного совета по совместному развитию экспорта товаров и услуг на рынки третьих стран. При этом «особое внимание будет уделено диверсификации экспорта»<sup>140</sup> в следующем соотношении: рынок Евразийского экономического союза – 37,3 процента; рынок Европейского союза – 35,2 процента; рынки иных стран – 27,5 процента.

В более отдаленной перспективе – к 2020 году, как это следует из обновленной в конце января 2016 года директивы №3 “О приоритетных направлениях укрепления экономической безопасности государства”, предусмотрено обеспечение планомерной диверсификации белорусского экспорта для достижения равного распределения поставок из Беларуси между уже называвшимися выше рынками в соотношении: треть – треть – треть. «Это позволит сбалансировать внешнюю торговлю Беларуси, освоить новые рынки сбыта и закрепиться на них, сократить риск зависимости экономического роста Беларуси от роста отдельных стран – торговых партнеров»<sup>141</sup>. В этой связи перед всеми заинтересованными сторонами в стране поставлена задача осуществить поиск и внедрение новых форм и методов продвижения белорусских товаров, работ и услуг на традиционные и новые рынки сбыта, а также расширять международную кооперацию путем создания долговременных альянсов различного типа – в виде совместных производств за пределами Беларуси, франчайзинговых, лицензионных и лизинговых соглашений – для освоения передовых технологий, выпуска новых товаров и сопровождения их

---

<sup>139</sup> Комплекс мер по решению задач социально-экономического развития Республики Беларусь в 2016 году и обеспечению макроэкономической сбалансированности [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.government.by/upload/docs/file579cc4076ac5948a.PDF>

<sup>140</sup> Утвержден комплекс мер по решению задач социально-экономического развития Республики Беларусь в 2016 году [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.government.by/ru/content/6206>

<sup>141</sup> Беларусь к 2020 году планирует значительно снизить зависимость от традиционных рынков сбыта [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/belarus-k-2020-godu-planiruet-znachitelno-snizit-zavisimost-ot-traditsionnyh-rynkov-sbyta-179235-2016/>

реализации сопутствующими услугами. В числе приоритетов названа также организация сотрудничества ведущих белорусских производителей с профильными транснациональными корпорациями в целях привлечения прямых иностранных инвестиций, обеспечивающих возможность использования современных технологий, оборудования, патентов на производство новейших видов продукции получения доступа к товаропроводящей сети транснациональных корпораций.

Появление этих программных документов в начале 2016 года во многом было продиктовано тем обстоятельством, что в целом за 2015 год внешнеторговый оборот товарами Беларуси снизился практически на четверть и составил почти 57 миллиардов долларов. Еще на большую величину – 26 процентов – сократился экспорт белорусских товаров, выразившись величиной в 26,7 миллиардов долларов. При этом со странами Содружества Независимых Государств «экспорт уменьшился на 33,3% до \$14,1 млрд»<sup>142</sup>, со странами вне СНГ – на 15,8 процента – до 12,6 миллиарда долларов, в том числе со странами Европейского союза – на 19,4 процента – почти до 8,6 миллиарда долларов.

Выход из создавшейся ситуации в Беларуси видят в осуществлении эффективной инвестиционной и инновационной политики, базирующейся на реализации целого ряда знаковых конкретных проектов. Во-первых, речь идет об осуществлении совместных инвестиционных проектов в рамках межрегионального китайско-белорусского сотрудничества, где проектом-флагманом является развитие Китайско-Белорусского индустриального парка “Великий камень”. Во-вторых, реализация инвестиционных проектов в рамках Государственной инвестиционной программы на 2016 год, где особое внимание будет уделено строительству объектов инженерной инфраструктуры Белорусской атомной электростанции. В-третьих, повышение эффективности экономического развития белорусских регионов за счет углубления их специализации и развития производств, использующих местное сырье и

---

<sup>142</sup> Беларусь в 2015 году уменьшила импорт товаров на 25,2% [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/belarus-v-2015-godu-umenshila-import-tovarov-na-252-179684-2016/>

ресурсы, организации промышленных площадок, оборудованных инженерной и транспортной инфраструктурой для реализации проектов в сфере промышленности с созданием новых предприятий. В-четвертых, привлечение иностранных инвестиций для осуществления проектов в рамках приграничного и межрегионального сотрудничества, совместного создания объектов региональной инфраструктуры, развития приграничной торговли и туризма.

Как видим, в современных условиях при осуществлении эффективной экспортной политики заметно повышается роль регионов. Это объясняется теми серьезными проблемами, с которыми столкнулись они в последнее время. Так, Витебская область за январь-ноябрь 2015 года смогла обеспечить экспорт товаров только на уровне 54,6 процентов к уровню 2014 года. Решение проблемы в регионе видят в расширении географии экспортных поставок. И определенные шаги в этом направлении уже сделаны. В частности, за 11 месяцев 2015 года продукция Витебской области впервые была отгружена на рынки восьми государств – Индии, Камеруна, Республики Корея, Кувейта, Люксембурга, Нигерии, Саудовской Аравии, Черногории. Еще в восьми странах – Кыргызстане, Азербайджане, Грузии, Узбекистане, Литве, Польше, Объединенных Арабских Эмиратах, Монголии – витебский экспорт в минувшем году восстановил свои позиции в виде новых поставок сухого молока, сыворотки, присадок к смазочным маслам, дверных полотен, ветеринарных препаратов. Кроме того, значительно «активизированы межрегиональные контакты с Псковской, Челябинской, Ростовской, Свердловской, Калужской, Липецкой, Смоленской, Московской областями России, Словакией, Чехией, Латвией»<sup>143</sup>. Всего же география экспортных поставок области расширилась уже до 77 стран.

Что касается Гродненской области, то она пока и сегодня остается чрезвычайно зависимой от российского рынка. Туда, в частности, в 2015 году поставлялось почти 97 процентов продукции мясомолочного комплекса

---

<sup>143</sup> Тихонова, А. Витебская область расширила географию экспорта до 77 стран / А. Тихонова // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/regions/view/vitebskaja-oblast-rasshirila-geografiju-eksporta-do-77-stran-178915-2016/>

региона. Но контуры географической и товарной диверсификации экспорта здесь уже намечены: «В 2015 году впервые из Гродненской области осуществлены поставки в Афганистан, Сирию, Палестину, Ирак, Хорватию. Экспорт в страны дальней дуги увеличился почти в два раза, в США – на 10%»<sup>144</sup>.

Почти на 29 процентов за десять месяцев 2015 года снизились экспортные поставки субъектов хозяйствования Брестской области. Резко изменить эту негативную тенденцию в регионе планируют «за счет географической и товарной диверсификации экспорта, путем увеличения экспорта наукоемких и инновационных товаров, углубления межрегионального сотрудничества, совершенствования экспортной инфраструктуры»<sup>145</sup>. В частности, будет значительно усилена работа с Китайской Народной Республикой, куда предприятия области уже значительно – в 1,7 раза – нарастили объемы экспорта товаров в 2015 году. При этом «город Сяогань может стать плацдармом, на основе которого можно освоить китайский рынок в целом»<sup>146</sup>.

В Минской области планируют увеличить в 2016 году экспорт товаров более чем на пять процентов «за счет реализации инвестиционных проектов по техническому перевооружению и реконструкции производственных мощностей с целью повышения качества и конкурентоспособности продукции, активизации маркетинговой деятельности»<sup>147</sup>. В частности, прирост экспорта должны обеспечить: ООО “Громин”, заканчивающее строительство завода по производству пластмассовой упаковки; ООО “Онега Плюс”, завершающее

---

<sup>144</sup> Стасюкевич, Е. Гродненская область будет наращивать экспорт в новые страны при сохранении премиальных рынков / Е. Стасюкевич // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/regions/view/grodnenskaja-oblast-budet-naraschivat-eksport-v-novye-strany-pri-sohranenii-premialnyh-rynkov-179447-2016/>

<sup>145</sup> Вечорко, С. Расширение экспорта определено главным фактором роста экономики Брестской области в 2016 году / С. Вечорко // [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.belta.by/regions/view/rasshirenie-eksporta-opredeleno-glavnym-faktorom-rosta-ekonomiki-brestskoj-oblasti-v-2016-godu-175763-2015/>

<sup>146</sup> Черноволова, А. Китайские компании заинтересованы в сотрудничестве с перерабатывающими предприятиями Бреста / А. Черноволова // [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.belta.by/regions/view/kitajskie-kompanii-zainteresovany-v-sotrudnichestve-s-pererabatyvajuschimi-predpriyatijami-bresta-167088-2015/>

<sup>147</sup> Минская область планирует в 2016 году увеличить экспорт товаров на 5,2% [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/regions/view/minskaja-oblast-planiruet-v-2016-godu-uvlechit-eksport-tovarov-na-52-176378-2016/>

возведение завода по производству чипсов из сырого картофеля; СООО “Эвипак Индастриз”, запускающее в эксплуатацию новую технологическую линию по производству упаковочного оборудования; ЗАО “Адани Технолоджис”, планирующее ввод в эксплуатацию завода по производству высокотехнологичной и рентгенографической техники для промышленного и специального применения. За счет расширения ассортимента поставляемой продукции планирует освоить новые рынки сбыта в Азербайджане, Армении, Грузии, Казахстане, Молдове, Туркменистане, Узбекистане, Украине ОАО “Агрокомбинат “Дзержинский”. Нарращивание экспорта услуг в виде увеличения объемов перевозок между странами Европейского союза, Центральной Азии, Азербайджаном и Монголией входит в конкретные планы таких транспортных предприятий Минской области, как ООО “Биг-Трэйл”, ООО “Белспецагротранс”, СООО “Пролив”, ООО “Интертрансавто”.

Не менее актуальна поставленная задача по поиску и внедрению новых форм и методов продвижения белорусских товаров, работ и услуг на традиционные и новые рынки сбыта для белорусских отраслей реального сектора, где значительно усиливается спрос на инновации и проведение эффективной инновационной политики, нацеленной на создание инновационно ориентированной экономики. И в целом ряде отраслей эта задача уже реально решается. В частности, в Министерстве промышленности Республики Беларусь, объединяющем в своей структуре несколько сотен предприятий, в том числе: 135 – машиностроительных и металлообрабатывающих, более 60 – радиотехнических, 16 – электротехнических, 10 – оптико-механических, 8 – металлургических, 5 – приборостроительных, 4 – электронной промышленности.

Понятно, что в условиях серьезной конкуренции, когда практически на всех континентах планеты идет нешуточная борьба за рынки и потребителя, выстроить стратегию завоевания новых рынков – дело хлопотное и непростое. Понятно, что еще до выхода на конкретный рынок его надо тщательно изучить и рассмотреть все варианты возможных действий на нем. Понятно, что при

этом важно наладить связь маркетинговых служб предприятий с потенциальными рынками и потребителями, понимая определяющую роль маркетологов при формировании заказа инженерным службам, которые, в свою очередь, исходя из потребительских запросов и анализа конкурентной среды, должны создавать новые образцы техники.

В белорусском Министерстве промышленности рассматривают несколько приоритетных направлений диверсификации экспорта: «Главное направление – страны Юго-Восточной Азии, Индия, Пакистан и Китай. <...> Второе приоритетное направление – страны Латинской Америки. И, наконец, третье направление – страны Африки»<sup>148</sup>. О том, что конкретно делается по решению этих задач, свидетельствуют факты. В частности, за 10 месяцев 2015 года продукция предприятий Минпрома появилась на рынках 12 стран, куда ранее не экспортировалась: Ирландии, Черногории, Корейской Народно-Демократической Республики, Непала, Зимбабве, Мавритании, Танзании, Сьерра-Леоне, Экваториальной Гвинеи, Колумбии, Чили, Новой Зеландии. Еще в 27 стран экспортные поставки возросли по сравнению с 2014 годом. В их числе – Армения, Бельгия, Германия, Испания, Нидерланды, Великобритания, Вьетнам, Таиланд, Израиль, Китай, Тунис, Канада, Куба, Австралия. Всего же «предприятия Минпрома в 2015 году экспортировали свою продукцию в 102 страны»<sup>149</sup>.

Разумеется, при этом каждое предприятие выбирает собственную стратегию диверсификации своих экспортных поставок. Так, география внешнеторговых партнеров Белорусского автомобильного завода насчитывала в 2015 году 42 страны, а первую десятку составили: Россия, Великобритания, Кыргызстан, Монголия, Болгария, Сербия, Вьетнам, Иран, Италия, Казахстан. Кроме того, «в 2015 году расширился и круг новых стран-потребителей

---

<sup>148</sup> Вовк, В. Диверсификация экспорта – одна из первоочередных задач в 2015 году / В. Вовк // [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.belta.by/comments/view/diversifikatsija-eksporta-odnazi-pervoocherednyh-zadach-v-2015-godu-3697/>

<sup>149</sup> Предприятия Минпрома в январе-октябре 2015 года начали поставки техники в 12 новых стран [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/predpriyatija-minpromav-janvare-oktjabre-2015-goda-nachali-postavki-tehniki-v-12-novyh-stran-176237-2016/>

продукции БЕЛАЗ на Африканском континенте. В Зимбабве была введена в эксплуатацию крупная партия техники <...>, в Марокко теперь работают колесные бульдозеры БЕЛАЗ-78231»<sup>150</sup>. А Минский автомобильный завод вышел на первое место по итогам продаж в 2015 году в Украине новых грузовых автомобилей полной массой свыше 3,5 тонн. Статистика здесь такая. Всего в Украине было зарегистрировано более 900 новых грузовиков, в том числе 294 – марки МАЗ, что на 43,4 процента выше уровня продаж 2014 года. Что касается конкурентов, то «бренд номер два в Украине – Scania: шведам в минувшем году удалось продать 137 грузовиков. На третьем месте MAN – 85 машин»<sup>151</sup>.

У ОАО «Гомсельмаш» – своя география диверсификации экспорта, где значительное место занимают регионы России. В частности, в 2015 году впервые с преимуществами зерноуборочных комбайнов КЗС-1624.1 смогли ознакомиться земледельцы Самарской и Тульской областей, Краснодарского и Ставропольского краев. Первые десять единиц техники «Палессе» отправлены в Ленинградскую область. В Калининградскую область реализован первый комбайн КЗС-1218-29. С помощью представительства «Гомсельмаша» в Чехии отправлены первые образцы техники в Испанию, Венгрию, Турцию. Появились машины «Палессе» в Пакистане и Таиланде. А в 2016 году «ожидается присутствие гомсельмашевской техники в Египте, Азербайджане, Южно-Африканской Республике, Таджикистане, Грузии, Сербии, Германии»<sup>152</sup>.

Эффективным может получиться взаимодействие белорусского холдинга «Амкор» с Международной китайской инвестиционной корпорацией по управлению имуществом CITIC Construction CO., LTD по выпуску продукции, ориентированной на экспорт. В январе 2016 года стороны подписали

---

<sup>150</sup> География внешнеторгового партнерства ОАО «БЕЛАЗ» в 2015 году [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [http://www.minprom.gov.by/novost?News\\_ID=1858](http://www.minprom.gov.by/novost?News_ID=1858)

<sup>151</sup> МАЗ – марка номер один на рынке новых грузовиков в Украине [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [http://www.minprom.gov.by/novost?News\\_ID=1863](http://www.minprom.gov.by/novost?News_ID=1863)

<sup>152</sup> Коновалов, Е. «Гомсельмаш» со словом «впервые» / Е. Коновалов // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [http://www.minprom.gov.by/novost?News\\_ID=1857](http://www.minprom.gov.by/novost?News_ID=1857)

меморандум «о строительстве в поселке Колодищи Минского района завода по производству специальных машин “Амкодор Маш”»<sup>153</sup>.

Обеспечить рост экспортного потенциала должен и Белорусский производственно-торговый концерн лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности, объединяющий в своем составе 46 крупных предприятий различных форм собственности. В настоящее время предприятия концерна поставляют свою продукцию на рынки 52 стран, а доля экспорта в общем объеме их производства составляет уже 56,4 процента. Тем не менее, совместно с Министерством иностранных дел Республики Беларусь концерн уже разработал и приступил к реализации плана действий по развитию внешнеторгового, внешнеэкономического и инвестиционного сотрудничества на 2016 год, основной целью которого является наращивание объемов экспорта продукции предприятий концерна. Задача наращивания экспорта «будет решаться посредством поиска и освоения новых внешних рынков, в том числе за счет развития товаропроводящих сетей, товарной и географической диверсификации структуры экспорта, выхода на стратегический уровень отношений с динамично развивающимися странами»<sup>154</sup>.

При этом диверсификация экспорта будет нацелена на гибкое сочетание нескольких главных векторов: первый – развитие кооперации и специализации в Евразийском экономическом союзе на основе углубления экономических отношений, прежде всего, с Россией; второй – обеспечение партнерских отношений со странами Европейского союза с учетом возможного вступления Республики Беларусь во Всемирную торговую организацию, прежде всего, со Словакией, Польшей, Болгарией, Румынией, Венгрией; третий – расширение присутствия продукции предприятий концерна на нетрадиционных рынках, прежде всего, стран Азии, арабских государств; четвертый – «расширение рекламных кампаний за рубежом, участие организаций в международных

---

<sup>153</sup> “АМКДОП” подписал меморандум о сотрудничестве с крупной китайской инвестиционной корпорацией [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [http://www.minprom.gov.by/novost?News\\_ID=1859](http://www.minprom.gov.by/novost?News_ID=1859)

<sup>154</sup> Касько, М. “Беллесбумпром” определил опорные точки роста экспорта на 2015 год / М. Касько // [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.belta.by/comments/view/bellesbumprom-opredeli-opomye-tochki-rosta-eksporta-na-2015-god-3699/>

специализированных выставках, развитие электронной торговли и более широкое использование современных информационных технологий сети интернет для продвижения продукции. <...> Опорными точками расширения географии экспорта продукции предприятий концерна в 2016 году определены такие приоритетные рынки, как Турция, Иран, Пакистан, Испания, Италия, Франция, Китай и Египет»<sup>155</sup>.

Все эти планы могут стать реальностью только при условии освоения предприятиями концерна производственных мощностей уже реализованных инвестиционных проектов экспортоориентированных производств и расширения ассортимента выпускаемой ими продукции, а также создания новых субъектов хозяйствования, ориентированных на экспорт. Интересный опыт в этом отношении уже демонстрирует входящий в состав концерна “Беллесбумпром” холдинг “Белорусские обои”.

Холдинг объединяет четыре предприятия: УП “Гомельобои”, УП “Минская обойная фабрика”, филиал “Добрушская бумажная фабрика “Герой труда”, филиал “Белкартон”. В 2015 году эти предприятия увеличили экспорт картонно-бумажной продукции на 44 процента, превысив показатель в шесть миллионов долларов. Еще больше – на 80 процентов – вырос экспорт бумаги и картона – до 8,6 тысяч тонн. Характерно, что в 2015 году основными получателями картонно-бумажной продукции “Белорусских обоев” стали потребители России и Польши – пять с половиной миллионов долларов, а также Литвы, Украины, Армении, Казахстана, Молдовы и Латвии.

Секрет экспортного успеха предприятий холдинга кроется в своевременном освоении экспортоориентированных производств. В частности, наибольший объем экспортных поставок в 2015 году пришелся на филиал “Белорусских обоев” – “Добрушскую бумажную фабрику “Герой труда”, где «в 2014 году была произведена модернизация бумагоделательной машины. Это позволило значительно расширить ассортимент выпускаемой продукции и

---

<sup>155</sup> Внимание экспорту [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://bellesbumprom.by/ru/press-tsentr/novost/924-vnimanie-eksportu>

увеличить объемы производства в два раза»<sup>156</sup>. Сейчас на этой фабрике реализуется еще один инвестиционный проект – строительство завода по производству многослойного мелованного и немелованного картона мощностью 200 тысяч тонн в год. Завершить проект предполагается в 2017 году. Освоив выпуск мелованных и немелованных видов картона, белорусские производители не только сократят импорт данной продукции из стран Содружества Независимых Государств и Европейского союза, но еще и обеспечат рост ее экспорта.

Как видим, опыт по развитию предприятий, ориентированных на экспорт своей продукции, у концерна “Беллесбумпром” есть. И он готов поделиться им с другими участниками данного сегмента белорусской экономики. Об этом, в частности, свидетельствует тот факт, что именно по инициативе концерна в январе 2016 года в Республике Беларусь создана Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности, одной из основных целей деятельности которой станет «содействие формированию экспортоориентированных, высокотехнологичных, ресурсосберегающих лесоперерабатывающих, деревообрабатывающих и мебельных производств»<sup>157</sup>.

Белорусский строительный комплекс входит в число тех сегментов экономики страны, которые обладают особенно высоким экспортным потенциалом. Так, в 2014 году «экспорт товаров по организациям Минстройархитектуры увеличился на 3,7% <...>, экспорт услуг – на 46%»<sup>158</sup>. А в 2015 году задания по объемам экспорта строительных, инженерных и архитектурных услуг выполнены на сумму в один миллиард долларов. Тем не менее, в 2016 году перед строителями Беларуси обозначена задача еще более нарастить объемы экспорта товаров и услуг, поставив во главу угла качество

---

<sup>156</sup> Холдинг “Белорусские обои” в 2015 году увеличил экспорт бумаги и картона в 1,8 раза до 8,6 тыс. т [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/holding-belorussskie-oboiv-2015-godu-uvlechil-eksport-bumagi-i-kartona-v-18-raza-do-86-mln-t-178139-2016/>

<sup>157</sup> Мебельщики и деревообработчики объединились в ассоциацию [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://bellesbumprom.by/ru/press-tsentr/novost/936-mebelshchiki-i-derevoobrabotchiki-ob-edinilis-v-assotsiatsiyu>

<sup>158</sup> Дыленок, Ю. В Беларуси удельный вес строительства в структуре ВВП превысил 10% / Ю. Дыленок // [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/v-belarusi-udelnyj-ves-stroitelstva-v-strukture-vvp-prevysil-10-59965-2014>

работ и сроки их выполнения в соответствии с договорными обязательствами, а также «скоординировать работу по оптимизации затрат предприятий, снижению себестоимости и внедрению новых технологий. Предприятиям необходимо обеспечить применение передового мирового опыта в строительстве»<sup>159</sup>.

Стратегия развития белорусской строительной отрасли предусматривает несколько путей решения поставленной задачи. Во-первых, за счет новых технологий. Пример: предприятие «Гомельстекло», где заканчивается модернизация в плане промышленной переработки стекла. До конца полугодия там должны завершить наладку и запуск линии по производству энергоэффективного стекла, которая позволит производить на первом этапе около 4 миллионов квадратных метров такого стекла с возможностью доведения объема до 8 миллионов квадратных метров. И уже есть предварительные контракты на поставку этого стекла на экспорт. Кроме того, о высоком экспортном потенциале белорусского стекла говорят и такие факты. Уже практически подписаны контракты на его поставку в Германию и Польшу в объеме 8,5 миллионов квадратных метров, а также в Украину – 13 миллионов квадратных метров – и небольшие объемы в Турцию и Италию.

Следующая экспортная позиция белорусских строителей – цемент. Известно, что внутри страны его потребление составляет не более четырех миллионов тонн в год, а производство только сухим способом – 6,6 миллионов тонн. В 2016 году поставки белорусского цемента в страны Европы увеличатся на 500 тысяч тонн, а объем экспорта в Россию составит 1,2 миллиона тонн. Обнадёживает также имеющийся экспортный потенциал белорусского щебня, по которому уже идет работа с Польшей и Литвой. В частности, «только за

---

<sup>159</sup> Анатолий Калинин принял участие в заседании коллегии Минстройархитектуры [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.government.by/ru/content/6246>

январь 2016 года погрузили щебня столько, сколько за весь первый квартал прошлого года»<sup>160</sup>.

Второе направление – диверсификация зарубежных рынков, где речь идет, прежде всего, о расширении российских региональных рынков. Хороший пример – Калужская область, где белорусской компанией ОАО “МАПИД” на северо-восточной окраине Калуги возводится жилой комплекс “Малиновка”. Это – 5 многоквартирных жилых домов с обустроенной и облагороженной территорией, дорогами, парковками, комплектами малых архитектурных форм, прекрасным парком с прудом, прогулочными дорожками и беседками. В микрорайоне уже построен 9-этажный 3-секционный дом на 188 квартир и 19-этажный 1-секционный на 126 квартир. Завершается строительство двух 1-секционных 19-этажных домов по 126 квартир и одного 19-этажного дома на 106 квартир. Продолжением сотрудничества станет «строительство на близлежащей территории еще одного жилого комплекса – “Малиновка 2”, состоящего из пяти домов на 698 квартир. Белорусскому застройщику – ООО “Веста” – выдано разрешение на строительство в микрорайоне Правобережья Калуги жилого квартала “Веснушки”. В августе 2015 года мы заложили первый камень в фундамент первого дома. Всего их будет семь, общая площадь квартир составит 42968 квадратных метров, количество – 920. Также ООО “ВЕСТА” приступило к реализации еще одного проекта – жилого комплекса “Анненки»»<sup>161</sup>. Интересный опыт сотрудничества в строительной сфере есть и во взаимодействии строителей Беларуси с Москвой. Еще в 2014 году россияне обеспечили создание объекта благоустройства “Московский дворик” на проспекте Независимости белорусской столицы. «В 2015 году минчане завершили ответный проект: объект благоустройства “Минский дворик” в

---

<sup>160</sup> Михович, С. Беларусь планирует в 2016 году увеличить на 500 тыс. т поставки цемента в Европу / С. Михович // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/belarus-planiruet-v-2016-godu-uvelichit-na-500-tys-t-postavki-tsementa-v-evropu-180248-2016/>

<sup>161</sup> Артамонов, А. Жизнь показывает наше полное взаимопонимание и готовность оказывать поддержку друг другу / А. Артамонов // Взаимодействие регионов: Союзное государство – локомотив евразийской интеграции : информ.-интеграц. проект / сост., интервьюирование : Б. Залесский, М. Вальковский, А. Грешников. – Минск : Бизнесофсет, 2016. – С. 159.

Южном административном округе Москвы по улице Борисовские пруды»<sup>162</sup>. Вполне возможно, что в 2016 году белорусские строители появятся и в других регионах России. Например, уже обсуждаются возможности участия строительных организаций Беларуси «в комплексе программного развития транспортной системы Чеченской Республики. В частности, речь шла о реконструкции и строительстве объектов транспортной инфраструктуры: аэропорта, вокзалов, логистических центров»<sup>163</sup>.

В начале 2016 года в Беларуси создали строительный холдинг “Белстройцентр”, в который «вошли 18 наших предприятий с общей численностью сотрудников около 35 тыс. человек»<sup>164</sup>, что свидетельствует о серьезной активизации работы в отрасли по выходу на новые рынки.

На фоне развернутой в Беларуси мощной кампании по диверсификации экспорта важно, чтобы не отошли на второй план прозвучавшие в апреле 2015 года на заседании белорусского Совета Министров требования о принятии дополнительных мер в сфере маркетингового продвижения и рекламы белорусской продукции. В частности, тогда было предложено сформировать экспертные группы представителей организаций-экспортеров для проработки визитов в страны, рынки которых являются перспективными для экспорта, принять дополнительные меры по активизации работы в сфере внешнеэкономической деятельности двусторонних межправительственных комиссий, комитетов, советов, а также рассмотреть необходимость «стимулирования применения методов активного маркетинга и размещения публикаций соответствующих материалов в печатных специализированных

---

<sup>162</sup> Черемин, С. Белорусская продукция пользуется заслуженным спросом у москвичей / С. Черемин // Взаимодействие регионов: Союзное государство – локомотив евразийской интеграции : информ.-интеграц. проект / сост., интервьюирование : Б. Залесский, М. Вальковский, А. Грешников. – Минск : Бизнесофсет, 2016. – С. 192.

<sup>163</sup> Стройкомплекс Беларуси и Чеченской Республики: перспективы сотрудничества [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [http://www.mas.by/ru/news\\_ru/view/strojkompleks-belarusi-i-chechenskajarespublika-perspektivy-sotrudnichestva-634/](http://www.mas.by/ru/news_ru/view/strojkompleks-belarusi-i-chechenskajarespublika-perspektivy-sotrudnichestva-634/)

<sup>164</sup> Михович, С. В Беларуси зарегистрирован строительный холдинг / С. Михович // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/v-belarusi-zaregistrovan-stroitelnyj-holding-180247-2016/>

изданиях, материалов об экспортных возможностях на интернет-ресурсах и в социальных сетях»<sup>165</sup>.

Постановка данной задачи оказалась весьма своевременной, ибо фактом является то, что в 2015 году присутствие белорусского контента в мировом информационном пространстве заметно расширилось. Об этом, в частности, свидетельствует активность белорусского дипломатического корпуса в зарубежных средствах массовой информации. **Январь**: интервью главы белорусской дипломатической миссии в Армении С. Сухоренко – агентству “Новости Армении”. **Февраль**: пресс-конференция Министра иностранных дел Республики Беларусь В. Макея – по итогам визита в Сирию, интервью заместителя министра иностранных дел В. Рыбакова – южнокорейской газете “Чжунган Ильбо”, статья белорусского Посла в Финляндии А. Островского – в издании “Baltic Rim Economies”, интервью главы белорусского дипмиссии в Казахстане А. Ничкасова – журналу “Mangi El”. **Март** – интервью: заместителя министра иностранных дел А. Гурьянова – литовской газете “Verslo Zinios”, Чрезвычайного и Полномочного Посла Республики Беларусь в Польше А. Аверьянова – журналу “Свят элит”, в Монголии – С. Чепурного – газетам “Соембо” и “Зууны Мэдээ”, в Украине – В. Величко – информационному агентству “Українські Новини”, в России – И. Петришенко – газете “Союз. Беларусь – Россия”, в Египте и Алжире (по совместительству) – С. Рачкова – алжирской газете “Аш-Шааб”. **Апрель** – интервью: первого заместителя министра иностранных дел Республики Беларусь А. Михневича – литовской “Летувос жинес”, заместителя министра иностранных дел Е. Купчиной – венгерской газете “Мадьяр Хирлап”, А. Гурьянова – эстонской газете “Деловые ведомости”, И. Петришенко – программе “От первого лица” Общественного телевидения России и газете “Союзное вече”, А. Ничкасова – информационному агентству “Казинформ”, главы белорусской дипмиссии в Чехии В. Марковича – изданию “Parlamentni Listy”. **Май** – статья В. Макея в

---

<sup>165</sup> Андрей Кобяков провел заседани Совета Министров [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.government.by/ru/content/5897>

британском журнале “Forced Migration Rewiew”; интервью: В. Макея – американской газете “The Washington Post”. Е. Купчиной – словенской газете “The Slovenia Times”, Чрезвычайного и Полномочного Посла Республики Беларусь в Литве А. Короля – литовскому изданию “Экспресс-неделя”, в Израиле – В. Скворцова – порталу “Израиль в лицах”. **Июль** – интервью: В. Макея – телеканалу «Россия-24», В. Рыбакова – российскому информационному агентству «ТАСС» и русской службе Радио ООН, И. Петришенко – изданию «Российская газета»; совместная статья Чрезвычайного и Полномочного Посла Республики Беларусь в Австрии В. Воронцового и послов Армении, Казахстана, Кыргызстана и России в Австрии – в издании “Die Presse”. **Август:** интервью В. Скворцова – порталу “Израиль в лицах” **Сентябрь** – интервью: Чрезвычайного и Полномочного Посла Республики Беларусь в Латвии М. Долгополовой – латвийской газете “Бизнес Вести”. А. Аверьянова – журналу “TTG Central Europe”, А. Островского – журналу “Ensto Today”. **Октябрь** – интервью: В. Макея – газете “Коммерсантъ”, А. Михневича – информационно-аналитическому portalу Союзного государства, С. Рачкова – Ближневосточному информационному агентству. **Декабрь** – интервью: Чрезвычайного и Полномочного Посла Республики Беларусь в Армении И. Назарука – информационному агентству “АрмИнфо”, С. Рачкова – египетскому журналу “Дипломатия”<sup>166</sup>.

Думается, что этот интереснейший медиаопыт белорусских дипломатов должен получить в 2016 году свое осмысление и дальнейшее развитие в публикациях представителей белорусских как региональных, так и отраслевых структур при самом активном участии и поддержке представителей международного сегмента белорусской национальной журналистики.

---

<sup>166</sup> Интервью и публикации [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://mfa.gov.by/press/smi/1>



## Рекламный рынок Беларуси: сегменты и тенденции

В феврале 2017 года на заседании коллегии Министерства информации Республики Беларусь рассматривались итоги деятельности подразделений информационно-медийной отрасли страны в минувшем году. На нем отмечалось, что «2016 год закрепил негативную тенденцию падения подписки на государственную периодику. В том числе снижает тиражи местная пресса <...>. Нужно предпринимать эффективные шаги по сохранению и увеличению читательской аудитории»<sup>167</sup>. И там же прозвучало предельно конкретное требование белорусского правительства – принять исчерпывающие меры по восстановлению объемов рекламного рынка, чтобы «рекламные доходы росли, то есть делать акцент на эффективной работе с рекламодателями, а не просто сидеть и ждать дотаций. Рекламой нужно заниматься»<sup>168</sup>.

Статистика показывает, что кризисные явления в белорусской рекламе стали наблюдаться еще в 2015 году, когда впервые с 2009 года была отмечена отрицательная динамика ее развития, при которой доходность рекламного рынка Беларуси сократилась сразу на 40 процентов. Тогда «сокращение рекламных бюджетов больше всего сказалось на рынках телевизионной и печатной рекламы из-за высокой затратности одного и низкой эффективности другого в условиях альтернативных источников информации»<sup>169</sup>. Если говорить абсолютно точно, то телерадиокомпания и редакции печатных изданий потеряли тогда до половины рекламных бюджетов, в связи с чем были вынуждены приостановить реализацию ряда проектов. А меньше всего в тех условиях пострадали рынки интернет-рекламы и связанной с ней мобильной рекламы.

---

<sup>167</sup> Ананич призвала руководителей СМИ задействовать все резервы для сохранения подписных тиражей [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/society/view/ananych-prizvala-rukovoditelej-smi-zadejstvovat-vse-rezervy-dlja-sohraneniya-podpisnyh-tirazhej-231658-2017/>

<sup>168</sup> Василий Жарко принял участие в заседании коллегии Министерства информации [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.government.by/ru/content/7014>

<sup>169</sup> Гаврилова, В. Доля интернета в общем объеме рекламных затрат в Беларуси с 2010 года увеличилась с 8% до 22% / В. Гаврилова // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/dolja-interneta-v-obschem-objeme-reklamnyh-zatrat-v-belarusi-s-2010-goda-uvlechilas-s-8-do-22-210077-2016/>

Интересны и такие цифры: за период с 2010 по 2015 год численность субъектов хозяйствования, занимающихся производством и размещением рекламы в Беларуси, выросла в полтора раза. И на конец 2015 года их было уже 744. Тем не менее, в том же 2015 году «бюджеты на рекламу продуктов питания сократились на 9%, на рекламу косметики, парфюмерии, других промтоваров – на 16%, предприятия розничной торговли сократили свои рекламные бюджеты на 17%, а реклама обуви и кожгалантереи упала вдвое»<sup>170</sup>. Все эти факты засвидетельствовали очевидный вывод: рекламный рынок Беларуси переживает серьезный кризис, в условиях которого всем заинтересованным сторонам необходимо выработать согласованные меры по его преодолению.

Судя по всему, основным антикризисным документом в этих условиях должна стать Концепция развития белорусского рекламного рынка на 2017–2020 годы, которая еще находится на согласовании у заинтересованных структур, но во многом отличается от аналогичных документов, создававшихся ранее. Дело в том, что предыдущая Концепция развития рекламного рынка в Республике Беларусь на период до 2014 года от начала и до конца разрабатывалась государственными органами. На этот раз инициатива по формированию концепции была передана экспертному сообществу, чтобы в конечном итоге «либерализовать рынок рекламы Беларуси, а также оптимизировать и упростить административные процедуры с учетом договорных отношений»<sup>171</sup> Республики Беларусь с Евразийским экономическим союзом. Надо полагать, что на этот раз предложения самих участников рекламного рынка будут реально учтены в итоговом документе.

Например, свои стратегические предложения в новую концепцию подготовила Ассоциация рекламных организаций (АРО), объединяющая в своем составе 25 компаний, представляющих более 50 организаций Беларуси в

---

<sup>170</sup> Белорусский рынок рекламы показал спад впервые с 2009 года [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <https://sputnik.by/society/20151128/1018678067.html>

<sup>171</sup> Гаврилова, В. В 2017–2019 годах рынок рекламы Беларуси планируется либерализовать / В. Гаврилова // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/society/view/v-2017-2019-godah-rynok-reklamy-belarusi-planiruetsja-liberalizovat-210070-2016/>

области рекламы, маркетинга и коммуникаций. В частности, ассоциация предлагает активизировать и стимулировать маркетинговую активность местных производителей по ключевым отечественным отраслям, к числу которых относятся производство фармацевтических препаратов, молочной продукции, кондитерских изделий и шоколада, пива, косметики и бытовой химии, мяса и колбасных изделий.

В проект Ассоциации коммуникационных и маркетинговых агентств (АКМА) Беларуси вошли первоочередные вопросы, направленные на упрощение и либерализацию законодательства в области рекламы и привлечение инвестиций в индустрию. В их числе: отмена запрета на использование образов людей в рекламе пива и слабоалкогольных напитков и включение безалкогольного пива в перечень разрешенных к рекламированию без ограничений; разрешение на использование спонсорской помощи для производства социальной рекламы и упоминание спонсоров в ней; разрешение нанесения рекламы на боковые стекла общественного транспорта; разработка рекомендаций по проведению тендеров для предприятий разных форм собственности с приданием им статуса нормативного правового акта и формирование единых критериев в части установки новых конструкций наружной рекламы с учетом их типа и зональности; формирование гибкой ценовой политики за использование городского пространства при размещении наружной рекламы в зависимости от спроса в конкретный период. Привлекает также внимание предложение АКМА увеличить количество «используемых под рекламоносители объектов незаконченного строительства, неблагоустроенных территорий, а также фасадов зданий»<sup>172</sup> и предоставить равный доступ участникам рынка к таким объектам.

Конечная цель новой Концепции развития белорусского рекламного рынка на 2017 – 2020 годы заключается, прежде всего, в том, чтобы наметить реальные пути увеличения отдачи в сегодняшних условиях от всех сегментов

---

<sup>172</sup> Экспертное сообщество разработало предложения по развитию рекламного рынка Беларуси [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <https://normativka.by/news/show/20460/>

этого рынка, к числу наиболее перспективных среди которых в Беларуси можно отнести рекламу на телевидении, интернет-рекламу и наружную рекламу.

**Реклама на телевидении** в Республике Беларусь традиционно является самым эффективным и востребованным сегментом рекламного рынка. И это несмотря на то, что белорусским законодательством ограничено время размещения и распространения рекламы в телеэфире, регламентируется время прерывания передач рекламой. Установлены также требования, ограничивающие уровень звука рекламных сообщений. Кроме того, телевидение является одним из самых дорогостоящих источников распространения рекламы и тенденции к снижению ее стоимости что-то не наблюдается. Тем не менее, «так как около 80% белорусского населения ежедневно смотрит телевидение, эффективность телевизионной рекламы высока, поэтому в перспективе телевидение будет играть ведущую роль на рекламном рынке Беларуси»<sup>173</sup>.

Заметим в этой связи, что в разные годы доля телевизионной рекламы в структуре белорусского рекламного рынка заметно колебалась, но это не мешало ей неизменно сохранять лидирующие позиции. Так, «в первом полугодии 2009 года реклама на телевидении составляла 32 процента»<sup>174</sup>. В 2013 году на долю телевидения пришлось уже 55 процентов рекламных сообщений. Даже в 2015 году, который был особенно непростым для государственных телеканалов, когда «потерю львиной доли рекламных денег мы не могли не прочувствовать, поэтому часть развлекательных программ

---

<sup>173</sup> Яковлева, Р.В. Эффективность телевизионной рекламы в Республике Беларусь: социологический анализ / Р.В. Яковлева // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития : материалы VII Международной научно-практической конференции студентов (Минск, 16-17 апреля 2014 г.). – Минск : РИВШ, 2014. – С. 323.

<sup>174</sup> Концепция развития рекламного рынка в Республике Беларусь на период до 2014 года [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic07/text814.htm>

оставили на потом»<sup>175</sup>, когда рекламный рынок упал практически вдвое, тем не менее «50% рынка рекламы заняла телевизионная реклама»<sup>176</sup>.

И в 2016 году телевидение продолжало оставаться основным рекламным носителем в Беларуси, где было самым массовым и самым потребляемым медиа со среднесуточным охватом 72,2 процентов аудитории и среднесуточным временем просмотра – 3 часа 46 минут. Более того, «начиная с третьего квартала 2016 года, белорусский рынок телевизионной рекламы вышел на устойчивые показатели роста»<sup>177</sup>. Возможно, на эту позитивную динамику повлияли те тенденции, которые наблюдались на белорусском телевизионном рынке рекламы. Одна из них заключалась в том, что в бюджетобразующих товарных категориях сменился лидер. По итогам девяти месяцев 2016 года на первые позиции среди рекламодателей вышли торговые организации, телевизионные рекламные затраты которых в рублях возросли сразу на 44 процента к аналогичному периоду 2015 года, потеснив на вторую позицию рекламу лекарственных препаратов. Неплохо приросли в объеме телевизионной рекламы и некоторые другие категории рекламодателей. Пятипроцентное увеличение показал сегмент “чай, кофе”. Телереклама банковских и финансовых услуг увеличилась в своем объеме на 20 процентов, косметики и парфюмерии – сразу на 60 процентов, газированных напитков – на 11 процентов. Прибавили в плане телевизионной рекламы также услуги предоставления доступа в мобильный интернет.

Тем не менее, статистика показывает, что по телерекламным расходам на душу населения Беларусь продолжает уступать всем соседним странам. В частности, в России этот показатель выше в шесть раз, в Казахстане – в полтора раза. Это означает, что «безотносительно к сложившейся экономической

---

<sup>175</sup> Козиятко, Ю. Лучше раньше, чем позже / Ю. Козиятко // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [https://www.sb.by/articles/luchshe-ranshe-chem-pozzhe-09012016.html?AJAX\\_MONTH=7&AJAX\\_YEAR=2016](https://www.sb.by/articles/luchshe-ranshe-chem-pozzhe-09012016.html?AJAX_MONTH=7&AJAX_YEAR=2016)

<sup>176</sup> Лавникевич, Д. Белорусский рынок рекламы: проблемы и прогнозы / Д. Лавникевич // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://bdg.by/news/authors/beloruskiy-rynok-reklamy-problemy-i-prognozy>

<sup>177</sup> Прогноз развития телевизионного рекламного рынка Беларуси на 2017 год [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://vi-minsk.com/upload/medialibrary/970/9702f19b3452b649091a451734578766.pdf>

ситуации телевизионный рекламный рынок в Беларуси обладает потенциалом роста. В зависимости от взятого индикатора потенциал роста на ближайшие 2-3 года – от 20% до 40%»<sup>178</sup>. Конечно, очень многое в этом плане будет зависеть от того, насколько сбудутся ожидания по восстановлению белорусской экономики. Как известно, прогнозы белорусского правительства предполагают замедление инфляции, стабилизацию обменного курса, рост внутреннего валового продукта, доходов населения и оживление потребительского рынка. Все эти факторы не могут не повлиять на рекламодателей. Ведь в таком случае оживится спрос на их товары, что приведет к появлению возможностей для устойчивого и предсказуемого планирования и проведения рекламных компаний. В итоге влияние экономических факторов в совокупности с изменением ценовой политике может привести к росту белорусского телевизионного рекламного сегмента в 2017 году на 12-16 процентов.

Отметим также, что перспективы увеличения объемов телевизионной рекламы в Беларуси в немалой степени будут зависеть и от темпов развития ее прямых конкурентов. Ведь не секрет, что «в качестве альтернативы самому массовому каналу коммуникации – телевидению – возникают новые формы распространения видеоконтента. Расширяется аудитория провайдеров интерактивного телевидения. <...> Развиваются мобильные сервисы по просмотру телеконтента»<sup>179</sup>.

Все эти наблюдения наводят на мысль о том, что, хотя телевидение и не оставляет свои лидирующие позиции на белорусском рынке рекламы, но лучшие его годы все-таки остались уже в прошлом. Да, телевидение сохраняет еще рост рекламных вложений, но они будут уже гораздо меньше. Нельзя забывать здесь и о растущем влиянии интернета, благодаря которому телевидение также все больше теряет свою новизну, а вместе с ней и часть своей целевой аудитории, которая все больше и больше переключается на

---

<sup>178</sup> Прогноз развития телевизионного рекламного рынка Беларуси на 2017 год [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://vi-minsk.com/upload/medialibrary/970/9702f19b3452b649091a451734578766.pdf>

<sup>179</sup> Артеменко, Е. Выборы и кризис – определяющие факторы функционирования белорусских СМИ / Е. Артеменко // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://nmbny.eu/yearbook/2016/page15.html>

глобальную сеть, делая ее самым быстрорастущим сегментом современного рынка рекламы.

Действительно, одной из основных тенденций развития современного мирового рекламного рынка является усиление позиций **интернет-рекламы**. Это объясняется тем, что сегодня интернет в целом, хотя и остается вторым по объему медиа после телевидения, однако разрыв этот стремительно сокращается. Более того, в 2017 году интернет станет крупнейшим по объему рекламных инвестиций медиа на 12 крупнейших мировых рекламных рынках, которые вместе составят 28 процентов общемировых расходов на рекламу. Достаточно сказать, что в настоящее время глобальная сеть является уже крупнейшим медиа в Австралии, Канаде, Дании, Нидерландах, Норвегии, Швеции, Великобритании. А в 2017 году к ним, судя по темпам развития, должны присоединиться Китай, Финляндия, Германия, Ирландия, Новая Зеландия.

Весьма высокими темпами интернет-реклама в последние годы стала развиваться и в Республике Беларусь, хотя еще в 2009 году этот сегмент даже не выделялся отдельно в структуре белорусского рекламного рынка, а скромно упоминался в общем понятии “иная реклама”. Но уже по итогам 2014 года Беларусь вместе со Словенией и Ирландией вошла в первую тройку стран Европы по темпам роста рынка интернет-рекламы. Объективности ради отметим, что, хотя инвестиции в белорусскую интернет-рекламу на одного пользователя из года в год растут, тем не менее «пока они очень малы по сравнению с другими европейскими странами. В 2014 г. этот показатель для Беларуси составил \$4,0. Для сравнения, в России, даже в период кризиса, этот показатель составляет \$36,2»<sup>180</sup>.

Тенденции роста объемов интернет-рекламы в Беларуси можно объяснить тем, что глобальная сеть в целом как инструмент для рекламы показывает хорошую эффективность, а в условиях нестабильности рынка служит лучшим

---

<sup>180</sup> Шумаков, Н.В. Тенденция развития рынка интернет-рекламы в Беларуси / Н.В. Шумаков // Молодой ученый. – 2016. – №2. – С. 644.

выбором для проведения рекламной коммуникации, так как является одним из самых эффективных рекламных средств по соотношению затрат и результата. Иными словами, активное развитие интернет-рекламы в условиях белорусской экономической ситуации обусловлено ростом активности и объема интернет-аудитории, невысокой стоимостью размещения или распространения такой рекламы по сравнению с другими медианосителями. Красноречивой иллюстрацией к этому выводу могут служить итоги 2015 года, когда белорусский медиарынок в целом уменьшился на 35 процентов, а в денежном выражении общий объем рынка сократился со 116,3 миллионов долларов в 2014 году до 75,9 миллионов долларов.

В этих условиях динамика рынка интернет-рекламы осталась достаточно оптимистичной: «Если в 2010 году доля интернета в общем объеме рекламных затрат составляла только 8%, то сейчас эта цифра увеличилась до 22% и продолжает расти. Всего же рост интернет-рекламы в 2015 году составил 16% (для сравнения: в 2014 году рост составил 28%, в 2013-м – 52%), что в денежном выражении составляет \$16,7 млн»<sup>181</sup>. В итоге затраты на интернет-рекламу в Беларуси уже уверенно вышли на второе место по объему после телевидения. Но, если в 2010 году расходы на телевизионную рекламу опережали интернет-рекламу в восемь раз, то в 2016 году – всего лишь в 2,7 раза. И прогнозы здесь такие: «Рекламный рынок в Беларуси вырастет в 2017 году всего на 2%. Незначительное восстановление рынка почувствуют в основном электронные СМИ – ТВ-каналы и интернет-ресурсы, которые претендуют на значительную долю денег рекламодателей»<sup>182</sup>.

Для Беларуси позитивная динамика роста объемов интернет-рекламы важна и по другим причинам, в числе которых следует выделить тему продвижения белорусской экспортной продукции за рубежом. Еще в Концепции развития рекламного рынка в Республике Беларусь на период до

---

<sup>181</sup> Обзор рекламного рынка Беларуси в 2015 году. Прогнозы на 2016 год [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://marketing.by/analitika/obzor-reklamnogo-rynka-belarusi-v-2015-godu-prognozy-na-2016-god/>

<sup>182</sup> Директор Zenith Optimedia: “Рекламные деньги идут туда, где есть аудитория” [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://slovodelu.by/articles/direktor-zenith-optimedia-reklam/>

2014 года отмечалось, что «серьезной проблемой является ситуация, при которой большинство отечественных производителей недооценивает значимость рекламы для продвижения на рынке товаров и увеличения товарооборота: рекламные кампании не планируются, реклама осуществляется стихийно, недостаточно используются малозатратные виды рекламы – <...> в интернете, эффективность рекламы не анализируется»<sup>183</sup>. Похоже на то, что с годами в данном вопросе мало что изменилось, так как и сегодня постоянно на заседаниях белорусского правительства звучат слова: о том, что «самого пристального внимания заслуживает работа по информационному обеспечению экспорта. В повседневную практику необходимо внедрять новейшие технологии по распространению информации об экспортных возможностях Беларуси и ее достижениях»<sup>184</sup>; о том, что «наиболее эффективный инструмент в борьбе за рынок – это не административные меры, а высокое качество отечественной продукции, широкий ассортимент и конкурентная цена, а также грамотное позиционирование товара на рынке и его реклама»<sup>185</sup>; о том, что пора усилить работу «по информационному обеспечению экспорта, внедрению в повседневную практику новейших технологий распространения информации о наших возможностях и достижениях»<sup>186</sup>. Надо полагать, что решению всех этих вопросов и будет способствовать развитие интернет-рекламы в Беларуси.

Что касается **наружной рекламы**, то в Республике Беларусь она является одним из наиболее эффективных и востребованных рекламоделателями видов рекламы. Объясняется это тем, что она наиболее доступна потребителям и уже по этой причине считается перспективным направлением, а также существенно влияет на развитие социально-экономической инфраструктуры населенных пунктов, их художественно-архитектурное оформление. Безусловно, ее

---

<sup>183</sup> Концепция развития рекламного рынка в Республике Беларусь на период до 2014 года [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic07/text814.htm>

<sup>184</sup> Андрей Кобяков провел заседание Президиума Совета Министров [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.government.by/ru/content/6518>

<sup>185</sup> Андрей Кобяков провел заседание Президиума Совета Министров [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.government.by/ru/content/6579>

<sup>186</sup> О рабочем совещании руководства Совета Министров Республики Беларусь с руководителями белорусских дипломатических представительств и консульских учреждений [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [http://mfa.gov.by/press/news\\_mfa/e9485f13f1089754.html](http://mfa.gov.by/press/news_mfa/e9485f13f1089754.html)

развитие имеет большое значение для формирования полноценной внешней среды для жителей Беларуси, сохранения ее природных компонентов и историко-культурного наследия.

Еще в первом полугодии 2009 года доля наружной рекламы в структуре белорусского рекламного рынка составляла 20 процентов, отставая от телевизионной на 12 процентов. В стране тогда было «размещено более 33 тысяч сторон средств наружной рекламы»<sup>187</sup>. И уже тогда на всех уровнях ставилась задача по наращиванию объемов наружной рекламы отечественных производителей в целях продвижения на рынке товаров и увеличения товарооборота. В частности, для создания обстановки открытости и прозрачности этого сегмента рекламного рынка во всех белорусских областях и в столице были утверждены региональные концепции развития наружной рекламы, разработаны городские и районные планы размещения наружной рекламы, содержавшие оперативную информацию о перспективных местах размещения средств наружной рекламы.

Эти меры дали свои результаты. К 2015 году уже «около 80% мест для размещения наружной рекламы в Беларуси»<sup>188</sup> стало продаваться через аукционы, что позволило в значительной степени минимизировать коррупционную составляющую. В 2014 году наружная реклама занимала уже 25 процентов рекламного рынка, увеличив доходы местных бюджетов почти в два раза. «Это произошло вследствие того, что местным исполнительным и распорядительным органам власти было дано право самостоятельно устанавливать размер платы за размещение наружной рекламы, а также применять понижающие и повышающие коэффициенты к такой плате»<sup>189</sup>.

---

<sup>187</sup> Концепция развития рекламного рынка в Республике Беларусь на период до 2014 года [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic07/text814.htm>

<sup>188</sup> Огнева, Ю. Около 80% мест для размещения наружной рекламы в Беларуси продаются через аукционы / Ю. Огнева // [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/okolo-80-mest-dlja-razmeschenija-naruzhnoj-reklamy-v-belarusi-prodajutsja-cherez-auksiony-152361-2015/>

<sup>189</sup> Огнева, Ю. Рост рынка рекламы в Беларуси в 2015 году прогнозируется на уровне 7-10% / Ю. Огнева // [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/rost-rynka-reklamy-v-belarusi-v-2015-godu-prognoziruetsja-na-urovne-7-10-152209-2015/>

Кроме того, на региональном уровне стало утверждаться мнение о том, что наружная реклама, являясь сравнительно недорогим медианосителем, не только играет важную роль в распространении социально значимой информации и праздничном оформлении города, но и является информационным ресурсом, без которого невозможно проведение значимых международных мероприятий в любой сфере – чемпионатов, олимпиад, форумов, конференций, а также считается одним из важных факторов привлекательности инвестиционного климата региона и продвижения его туристического потенциала. Понимание актуальности этой проблематики привело, например, к появлению в марте 2016 года Концепции развития наружной рекламы в Минске на 2016 – 2020 годы, в которой наблюдается уже серьезное приближение к системному осмыслению проблем, стоящих в данной сфере. В частности, в этом документе обращается внимание на необходимость изменения технологий изображения поверхностей статичных рекламоносителей на электронные экраны – “цифровые билборды”, «преимуществом которых является отсутствие производства и монтажа рекламного изображения, что позволяет оптимизировать затраты на производство, монтаж (демонтаж) рекламного полотна, транспортные расходы и специальную технику, монтажные материалы и крепления, утилизацию винилового полотна...»<sup>190</sup>.

Для динамичного развития в белорусской столице всех видов наружной рекламы здесь решили, в том числе: избирательно размещать нестандартные крупноформатные имиджевые рекламные конструкции, предназначенные преимущественно для рекламы отечественных брендов; отдавать предпочтение элементам уличной мебели, совмещенной со средствами наружной рекламы, отвечающей потребностям горожан в области благоустройства, а также рекламным конструкциям, в которые могут быть встроены таксофон, интернет-киоск, киоск для продажи прессы, театральных билетов, экскурсионных

---

<sup>190</sup> Об утверждении Концепции развития наружной рекламы в г. Минске на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://minsk.gov.by/ru/normdoc/3785/>

программ; предоставлять возможности размещения социальной наружной рекламы городов-побратимов белорусской столицы. Кроме того, билборды, рекламирующие туристический потенциал города, планируется размещать и в городах-побратимах Минска. «Это поможет привлечь в белорусскую столицу большее количество гостей из других стран. <...> Письма с просьбой о размещении таких рекламных плакатов уже направлены в мэрии Тбилиси, Риги и Санкт-Петербурга»<sup>191</sup>. В целом же в Беларуси в 2017–2019 годах предполагают значительно либерализовать рынок наружной рекламы. Здесь уже «определен перечень рекламных конструкций, выведенных из-под разрешительной процедуры: вывески, содержащие ограниченный объем информации, совмещенное с рекламой наружное торговое оборудование, банкоматы»<sup>192</sup>. Кроме того, «в Беларуси предлагается отменить согласование наружной рекламы»<sup>193</sup> в части ее наполнения. Это будет весьма ожидаемое решение.

---

<sup>191</sup> Рекламирующие Минск билборды появятся в городах-побратимах белорусской столицы [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/regions/view/reklamirujuschie-minsk-bilbordy-pojavjatsja-v-gorodah-pobratimah-belorusskoj-stolitsy-178590-2016/>

<sup>192</sup> Гаврилова, В. В 2017-2019 годах рынок рекламы Беларуси планируется либерализовать / В. Гаврилова // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/society/view/v-2017-2019-godah-rynok-reklamy-belarusi-planiruetsja-liberalizovat-210070-2016/>

<sup>193</sup> Огнева, Ю. В Беларуси предлагается отменить согласование наружной рекламы / Ю. Огнева // [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/society/view/v-belarusi-predlagaetsja-otmenit-soglasovanie-naruzhnoj-reklamy-237917-2017/>





**More  
Books!** 



**yes**  
**I want morebooks!**

Покупайте Ваши книги быстро и без посредников он-лайн - в одном из самых быстрорастущих книжных он-лайн магазинов!  
Мы используем экологически безопасную технологию "Печать-на-Заказ".

Покупайте Ваши книги на  
**[www.morebooks.de](http://www.morebooks.de)**

Buy your books fast and straightforward online - at one of the world's fastest growing online book stores! Environmentally sound due to Print-on-Demand technologies.

Buy your books online at  
**[www.morebooks.de](http://www.morebooks.de)**

SIA OmniScriptum Publishing  
Brivibas gatve 1 97  
LV-103 9 Riga, Latvia  
Telefax: +371 68620455

[info@omniscrptum.com](mailto:info@omniscrptum.com)  
[www.omniscrptum.com](http://www.omniscrptum.com)

OMNIscriptum 





