

**R. Valevich**  
**N. Svireyko**  
BSEU (Minsk)

## IMPORT SUBSTITUTION OF CONSUMER GOODS: PROBLEMS AND WAYS OF THEIR SOLUTION

*The article analyzes the main trends of production, import and sale of consumer goods in the Republic of Belarus. Describes the characteristics and problems of import substitution in the domestic consumer market, proposed solutions to problems.*

**Keywords:** import; import substitution; program of import substitution; consumer market; consumer goods; foodstuff safety; consumer; demand; production; competitiveness of goods; assortment.

**Р. П. Валевиц**  
кандидат экономических наук, профессор  
**Н. Е. Свирейко**  
кандидат экономических наук, доцент  
БГЭУ (Минск)

## ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

*В статье проанализированы основные тенденции изменения производства, импорта и структуры реализации потребительских товаров в Республике Беларусь. Рассмотрены особенности и проблемы импортозамещения на внутреннем потребительском рынке, предложены пути решения проблем.*

**Ключевые слова:** импорт; импортозамещение; программы импортозамещения; потребительский рынок; потребительские товары; продовольственная безопасность; потребитель; спрос; производство; конкурентоспособность товаров; ассортимент.

Рынок потребительских товаров Республики Беларусь в последние годы характеризуется устойчивой тенденцией роста розничного товарооборота, улучшением его ассортиментной структуры. Обеспечение достаточной товарной массы по основным товарным группам является результатом политики в области обеспечения продовольственной безопасности, увеличения выпуска продукции отечественного производства, импортозамещения. В качестве положительного явления следует отметить не только достаточность товарной массы для внутреннего рынка, но и рост возможностей для наращивания экспорта [1, с. 40].

Вместе с тем мониторинг рынка показывает, что имеют место отказы от покупок, возрос неудовлетворенный спрос на потребительские товары, а структура товарооборота почти на 1/2 представлена продовольственными товарами, т.е. товарами первой необходимости. Рынок изменился, потребитель стал более требовательным. Сегодня вопрос стоит не в простом насыщении рынка, а в заполнении его новыми инновационными товарами.

У торговли имеется возможность приобретать новые товары по импорту, но рост зависимости от импорта свидетельствует о низкой эффективности экономики. Все страны с открытой экономикой стремятся использовать различные пути укрепления конкурентоспособности, важнейшим условием обеспечения которой является импортозамещение.

Программы импортозамещения разрабатываются в Республике Беларусь с 1997 г., однако они не дали ожидаемых результатов, так как не в полной мере направлены на соблюдение интересов потребителей и потребительского рынка. Современный этап развития рынка выявил противоречие между развивающимися потребностями, целями развития производства и снижением платежеспособности населения, которое необходимо разрешить в рамках программ импортозамещения.

Импортозамещение представляет собой процесс сокращения или прекращения импорта отдельных товаров в страну в результате переориентации спроса потребителей на аналогичные товары отечественного производства, обладающие таким же или более высоким уровнем конкурентоспособности [2, с. 71]. Как и ранее, импортозамещение является одним из приоритетных направлений развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 г.

В современных условиях спрос внутреннего рынка на потребительские товары изменяется под влиянием мировых тенденций, он определяется не только денежными возможностями, но и теми моментами, которые повлияли на изменение самих потребностей, их поведение.

С целью расширения ассортимента и удовлетворения потребностей населения, обеспечения высокого уровня конкурентоспособности и решения финансовых проблем торговые организации ввозят ряд товаров (в первую очередь критического импорта) из-за границы. Такой подход определяется поведением потребителей. В условиях рыночной экономики, как известно, спрос определяет объемы производства и продаж, он является первичным.

Импортируемые потребительские товары подразделяют на две группы:

- товары критического импорта — не производятся в стране или производятся в малом количестве по ряду объективных причин (например, из-за природно-климатических условий, отсутствия сырьевой базы, соответствующих технологий): чай, кофе, рис, орехи, морепродукты, оливковое масло, тропические фрукты, линолеум, мобильные телефоны, автомобили и др.;

- товары, ввозимые с целью расширения ассортимента, удовлетворения спроса населения в более полном объеме, формирования конкурентной рыночной среды (для их производства в стране имеются или могут быть созданы соответствующие условия).

В общей структуре импорта Республики Беларусь потребительский импорт (продовольственные и непродовольственные товары) составляет в последние годы около 18—23 %, в то время как промежуточный импорт (минеральные продукты и ресурсы) — 63—67 %, инвестиционный (оборудование, транспорт) — 12—14 %.

Данные о производстве и импорте потребительских товаров по Республике Беларусь за ряд лет приведены в табл. 1.

Таблица 1. Производство и импорт потребительских товаров по Республике Беларусь

Показатель	2010 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. в % к 2010 г.
1	2	3	4	5
Потребительские товары				
Производство, млн дол. США	11 940,9	15 760,7	15 615,7	130,8
Импорт, млн дол. США	5612,5	7854,5	9309,3	165,9
Доля в общем объеме импорта, %	16,1	18,3	22,8	—
В том числе: продовольственные товары				
Производство, млн дол. США	6488,9	10 936,5	11 261,6	173,6

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5
Импорт, млн дол. США	1871,9	2816,5	3513,7	187,7
Доля в импорте потребительских товаров, %	33,3	35,9	37,7	—
непродовольственные товары				
Производство, млн дол. США	5452,0	4824,2	4354,1	79,9
Импорт, млн дол. США	3740,6	5038,0	5795,6	154,9
Доля в импорте потребительских товаров, %	66,7	64,1	62,3	—

Источники: составлено на основании бюллетеня «Производство, экспорт, импорт инвестиционных, промежуточных и потребительских товаров по Республике Беларусь, 2015», данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Из табл. 1 видно, что в целом за 2010—2014 гг. наряду с ростом объемов производства потребительских товаров наблюдается рост их импорта более чем в 1,5 раза. В структуре потребительского импорта более 60 % занимают непродовольственные товары.

По продовольственным товарам рост импорта был компенсирован ростом производства и ужесточением административных методов хозяйствования, в результате достигнуто положительное сальдо внешней торговли. По непродовольственным товарам наблюдается спад производства, сокращение экспорта, во внешней торговле сохраняется отрицательное сальдо.

Согласно схеме действий по импортозамещению Министерство торговли Республики Беларусь ежегодно составляет рекомендуемый Перечень потребительских товаров для освоения производства предприятиями промышленности республики и поставки на внутренний рынок, в котором отражает существующую потребность в импортозамещающей продукции и ее основные характеристики; прочие министерства и ведомства, исполнительные комитеты разрабатывают программы по развитию импортозамещающих производств (программы действий по импортозамещению), которые подлежат утверждению Комиссией по повышению конкурентоспособности экономики при Совете Министров Республики Беларусь.

При выборе объектов для импортозамещения потребительские товары подразделяют на три группы:

- товары, производство которых осуществляется в республике в недостаточном количестве или уступающие импортным товарам по качеству (грибы, овощи и фрукты замороженные, энергосберегающие лампы, мыло туалетное, дезодоранты, телевизоры, пуговицы, текстильная одежда и др.);
- товары, планируемые к освоению или наращиванию объемов производства в рамках действующих государственных, отраслевых и прочих программ, отдельных мероприятий и планов органов государственного управления (чай пакетированный, заменители сахара, шоколадная паста, электровентиляторы, смартфоны, фломастеры, солнцезащитные очки и др.);
- товары, не производимые в республике, а также товары, освоение или наращивание объемов производства которых находится в стадии проработки или реализации, или признано нецелесообразным (электрокипятильники, вилы, напольные сушилки для белья, средства для выведения пятен и др.).

Сведения о числе позиций импортозамещающих потребительских товаров первой и второй групп, предлагаемых Министерством торговли Республики Беларусь для освоения в 2014—2016 гг., приведены в табл. 2.

Таблица 2. Число позиций импортозамещающих потребительских товаров

Группа товаров	Число позиций		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Продовольственные товары:	25	28	25
группа 1	11	9	7
группа 2	14	19	18
Непродовольственные товары:	335	337	358
группа 1	159	153	153
группа 2	176	184	205
Итого позиций	360	365	383

И с т о ч н и к: составлено на основании данных Министерства торговли Республики Беларусь.

По данным табл. 2, в перечне импортозамещающих потребительских товаров преобладают непродовольственные товары, более половины из которых относятся ко второй группе.

Из предлагаемых импортозамещающих потребительских товаров лишь 1/5 часть принимается к освоению. Так, в 2012 г. была запланирована к производству 81 товарная позиция, в 2014 г. — 63 позиции, в 2015 г. — 75. Всего за последние 5—6 лет произведено более 280 новых товаров, но они не являются подлинными новинками, относятся к обновленным (улучшенным) товарам, часто служат модификацией в рамках действующего производства (отрасли) или уже производятся в других странах. Участие в освоении импортозамещающей продукции и ее продвижении на внутреннем рынке не предусматривает других инструментов стимулирования, кроме дипломов.

Важное место в реализации импортозамещающих инвестиционных проектов отводится свободным экономическим зонам, резиденты которых ежегодно обеспечивают 11—12 % белорусского промышленного производства [3, с. 323]. Из общего объема выпуска около 19—23 % приходится на продукцию, включенную в перечень импортозамещающих товаров.

Преимущества в развитии потребительского рынка, связанные с импортозамещением, заключаются в расширении ассортимента товаров, создании конкурентной среды, обеспечении достаточности товарного предложения, более полном удовлетворении спроса населения.

В соответствии с Концепцией национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь удельный вес импорта в общем объеме товарооборота продовольствия должен составлять не более 25 %. В 2010—2014 гг. этот показатель имеет тенденцию к росту, однако не превышает критической отметки. Основная проблема связана с ростом импорта непродовольственных товаров (табл. 3).

Таблица 3. Удельный вес импортных товаров в розничном товарообороте, %

Группа	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Январь—сентябрь 2015 г.
Потребительские товары	29,8	31,3	30,6	35,7	37,4	30,2
В том числе:						
продовольственные	17,0	16,3	17,9	19,1	19,9	17,5
непродовольственные	41,5	47,2	43,0	52,4	54,5	48,0

И с т о ч н и к: рассчитано на основании статистического сборника «Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь, 2015», данных Национального статистического комитета Республики Беларусь за январь—сентябрь 2015 г.

Некоторые различия информации в табл. 3 по сравнению с информацией табл. 1 обусловлены особенностями поведения потребителей при выборе товаров отечественного и зарубежного производства. Данные о продаже импортных товаров свидетельствуют о реальной реализуемости проектов импортозамещения. Потребителя, особенно при недостаточности денежных ресурсов, нельзя заставить покупать тот товар, в котором он не уверен. В такой ситуации потребитель более ответственно подходит к выбору набора товаров и продуктов и определению более высокого уровня полезности совершенной покупки.

По мнению Л.А. Сошниковой и Е.М. Пархоменко, с утверждениями которых мы согласны, основная причина низкой результативности выполнения программ импортозамещения заключается в недостаточном обосновании проектов импортозамещения, без учета объемов индуцированного импорта сырья и комплектующих, экологических и прочих последствий [4, 5]. Однако это лишь одна причина. Вторая, на наш взгляд, заключается в том, что спрос на эту продукцию и возможности ее реализации уходит при принятии управленческих решений на второй план. Но ведь в процессе реализации программ большую роль играет тот, кто продает эту продукцию и кто ее потребляет. Невозможно принимать программы по импортозамещению без предварительного изучения спроса на эти товары.

При углубленном исследовании авторами выявлено, что доля импортных товаров в товарообороте в разрезе отдельных товарных групп намного выше средних показателей, о которых говорилось ранее.

Наибольшую проблему в реализации проектов импортозамещения представляют те товарные группы, по которым или снижается уровень потребления (овощи), или не удалось достичь рекомендуемых норм (фрукты, рыбная продукция). По-прежнему белорусский рынок зависит (на 70 % и более) от импорта фруктов (яблок, груш, цитрусовых, косточковых, бананов, винограда и пр.) и растительного масла; на 28—45 % — от импорта крупы, рыбы и морепродуктов, макаронных изделий, овощей, кондитерских изделий из сахара. По овощам, маслу растительному, кондитерским изделиям из сахара, макаронным изделиям, несмотря на принимаемые меры по импортозамещению, за 5 лет удельный вес импорта в продажах не снизился, а возрос. В данном случае, как и в 2000—2010 гг., реализация программ импортозамещения не принесла ожидаемого результата.

Наиболее сложной с точки зрения импортозамещения является группа непродовольственных товаров. Белорусский потребительский рынок на 70 % и более зависит от импорта фармацевтических, медицинских, парфюмерно-косметических товаров, автомобилей, деталей, мотоциклов, аудио- и видеоаппаратуры, компьютеров и программного обеспечения, фотоаппаратуры, оборудования электросвязи; на 50—70 % — от импорта галантерейных товаров, головных уборов, обуви, посуды, стиральных машин, лакокрасочных материалов, обоев, канцелярских товаров, ювелирных изделий, спортивных товаров, игрушек, цветов, удобрений и семян. На 30—50 % сохраняется зависимость от импорта текстильных товаров, верхней и спортивной одежды, трикотажных изделий, книг, чистящих средств, холодильников и морозильников, где ранее республика была в числе передовых, не придав серьезного значения поведению потребителей и внедрению инновационных технологий в производство. Белорусские производители отстали от ведущих изготовителей, в результате белорусский потребитель делает выбор в пользу более конкурентоспособной продукции с высокими параметрами качества, современным дизайном, длительными гарантийными сроками, а также более низкими закупочными ценами.

Таким образом, существенных изменений в структуре продаж потребительских товаров в результате импортозамещения не произошло, что объясняется рядом причин:

- продукция, выпускаемая в рамках программ импортозамещения, и сырье для нее (семена масличных, молочная продукция) ориентированы на экспорт и в основном направляются на внешний рынок;

- импортозамещающая продукция выпускается и реализуется в незначительном количестве, имеет узкий ассортимент, незнакома потребителю;
- импортозамещающая продукция отстает от импортных товаров-аналогов по качеству, цене, упаковке и оформлению, имеет невысокий имидж и низкую конкурентоспособность, не пользуется спросом. При определении номинаций на ежегодно проводимых в Республике Беларусь конкурсах («Продукт года», «Народная марка Беларуси» и др.) не проводится сравнительный анализ отечественных товаров с импортными аналогами;
- при выборе импортозамещающих проектов ориентируются преимущественно на удовлетворенный спрос, а следует учитывать спрос будущих периодов, так как потребности всегда развиваются опережающими темпами.

В современных условиях развития рынка повышаются требования к ассортименту и качеству потребительских товаров. Покупатели предъявляют высокий спрос на импортные товары: предпочитают брендовые наименования, проверенные временем, имеющие достаточно широкий ассортимент, надежную и качественную упаковку. В связи с этим административные меры (в том числе включение отечественных товаров в ассортиментные перечни объектов розничной торговли) не приносят ожидаемого результата. При разработке импортозамещающих товаров необходимы грамотные, продуманные решения относительно их качества, цены, вида и дизайна упаковки, рекламы. Только в таком случае возможно переключение потребительского спроса на отечественные товары-аналоги.

При реализации импортозамещающей концепции в отношении потребительских товаров следует обратить внимание на следующие моменты:

- необходимость постоянного мониторинга изменения потребностей и поведения потребителей. Понимать поведение потребителей важно и разработчикам продукта, и тем, кто думает о торговой марке, упаковке, способах продвижения и продажи товаров и услуг [6];
- оценка ресурсного обеспечения: следует вести учет доли импортных материалов, сырья и комплектующих в объеме произведенной продукции, отдавать предпочтение производству товаров из местного сырья, обеспечивающего приемлемую цену;
- инновации в производстве: необходимо повышать конкурентоспособность отечественной продукции на внутреннем и внешнем рынках за счет внедрения современных технологий и использования прогрессивного оборудования, формирующих высокий уровень качества, стимулировать производство импортозамещающей продукции посредством налоговых льгот, создавать совместные предприятия по разработке брендовых товаров;
- обеспечение повышенной безопасности выпускаемых товаров: создание экологически чистой продукции, проверка ее соответствия требованиям национальных и международных стандартов, прохождение добровольной сертификации (в том числе экологической), высокая степень защиты товара от подделки;
- использование современной упаковки: следует учитывать требования рынка к качеству и дизайну упаковки, соответствию экологическим стандартам;
- пропаганда отечественных товаров, формирование спроса на импортозамещающие товары белорусского производства: рекламные акции, дегустации, выставки-продажи, распродажи отечественных товаров по сниженным ценам; понижающие коэффициенты арендной платы при реализации отечественных товаров в объектах торговли;
- оценка результатов импортозамещения: официально публикуемая статистическая информация не позволяет объективно оценивать результаты импортозамещения, в связи с чем следует ввести в практику статистический учет производства и продаж импортозамещающей продукции в разрезе отдельных товарных групп (объем производства в натуральном и стоимостном выражении, продажи на внутреннем рынке, экспорт, товарные запасы, финансовые результаты и др.).

Проведенное исследование выявило ряд нерешенных проблем, касающихся импортозамещения потребительских товаров. Несмотря на то что потребительский импорт



составляет допустимую величину (18—23 % общего импорта), однако в разрезе отдельных товарных групп ситуация намного сложнее. Существенных изменений в структуре продаж потребительских товаров в результате импортозамещения не произошло.

Для решения проблем и повышения уровня реализуемости программ импортозамещения необходимо:

- включить торговые организации в процесс разработки и обсуждения импортозамещающих программ;
- изучать неудовлетворенный спрос населения и разрабатывать товары, являющиеся подлинными новинками;
- ориентироваться при реализации программ не только на сам товар, но и на его упаковку, имидж, уровень брендинга;
- разработать систему стимулирования выпуска и продаж отечественных импортозамещающих товаров, делая акцент на экологичность и натуральность;
- вести в официальной статистике дополнительный учет по импортозамещающей продукции в разрезе отдельных товарных групп;
- оптимизировать объемы экспорта и импорта, предоставив белорусскому потребителю больше возможностей для выбора товаров;
- использовать систему маркетинга, поддерживающую процессы реализации импортозамещения.

### Л и т е р а т у р а

1. *Валевич, Р. П.* Инновации в формировании товарно-торгового ассортимента / Р. П. Валевич, С. О. Белова // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2015. — Вып. 8. — С. 40—45.  
*Valevich, R. P.* Innovatsii v formirovanii tovarno-torgovogo assortimenta / R. P. Valevich, S. O. Belova // Nauch. tr. / Belarus. gos. ekon. un-t. — Minsk, 2015. — Vyp. 8. — S. 40—45.
2. *Свирейко, Н. Е.* Импортозамещение продовольствия: отечественный опыт, результаты и перспективы / Н. Е. Свирейко // Экономика и упр. — 2014. — № 4 (40). — С. 70—74.  
*Svireyko, N. E.* Importozameshchenie prodovol'stviya: otechestvennyy opyt, rezul'taty i perspektivy / N. E. Svireyko // Ekonomika i upr. — 2014. — № 4 (40). — S. 70—74.
3. *Свирейко, Н. Е.* Место малого и среднего предпринимательства в реализации импортозамещающей стратегии развития потребительского рынка Республики Беларусь / Н. Е. Свирейко // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2015. — Вып. 8. — С. 320—325.  
*Svireyko, N. E.* Mesto malogo i srednego predprinimatel'stva v realizatsii importozameshchayushchey strategii razvitiya potrebitel'skogo rynka Respubliki Belarus' / N. E. Svireyko // Nauch. tr. / Belarus. gos. ekon. un-t. — Minsk, 2015. — Vyp. 8. — S. 320—325.
4. *Сошникова, Л. А.* Методологические подходы к разработке программ импортозамещения / Л. А. Сошникова // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 25—26 сент. 2014 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов [и др.]. — Минск, 2014. — Т. 2. — С. 177—178.  
*Soshnikova, L. A.* Metodologicheskie podkhody k razrabotke programm importozameshcheniya / L. A. Soshnikova // Ekonomicheskiy rost Respubliki Belarus': globalizatsiya, innovatsionnost', ustoychivost' : materialy VII Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Minsk, 25—26 sent. 2014 g. : v 2 t. / Belarus. gos. ekon. un-t ; redkol.: V. N. Shimov [i dr.]. — Minsk, 2014. — T. 2. — S. 177—178.
5. *Пархоменко, Е. М.* Импортозамещение как фактор достижения сбалансированности и конкурентоспособности национальной экономики / Е. М. Пархоменко // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. — 2012. — № 2. — С. 17—22.  
*Parkhomenko, E. M.* Importozameshchenie kak faktor dostizheniya sbalansirovannosti i konkurentosposobnosti natsional'noy ekonomiki / E. M. Parkhomenko // Vesn. Belarus. dzyarzh. ekan. un-ta. — 2012. — № 2. — S. 17—22.
6. *Блэкуэлл, Р.* Поведение потребителей / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. — СПб. : Питер, 2007.  
*Blekuell, R.* Povedenie potrebiteley / R. Blekuell, P. Miniard, Dzh. Endzhel. — SPb. : Piter, 2007.

Статья поступила в редакцию 17.12.2015 г.