

ВЫХОД БЕЛОРУССКИХ ЭКСПОРТЕРОВ НА РЫНКИ ИНДОНЕЗИИ И МАЛАЙЗИИ

Павел Шведко,
заведующий сектором
экономики зарубежных
стран Института
экономики
НАН Беларуси



Екатерина Тавгень,
научный сотрудник
Института экономики
НАН Беларуси



По мнению международных экспертов, к 2025 г. 60% мирового экономического роста будет обеспечиваться за счет азиатских стран, а АСЕАН станет 4-м по величине рынком к 2030 г. Поэтому выстраивание внешнеторговых связей с азиатскими государствами, которые являются региональными лидерами, имеет для Беларуси особое значение. Эти страны стремятся позиционировать себя как «ворота» в АСЕАН, предлагая различные стимулы, и выступают идеальным тестовым рынком для зарубежных фирм, желающих вести деятельность и в других государствах – членах интеграционного объединения. Индонезия и Малайзия располагают большим количеством квалифицированных кадров, развитой инфраструктурой и эффективными логистическими сетями, благоприятной нормативно-административной средой и выгодным географическим местоположением.

Республика Индонезия



Республика Индонезия – крупнейшая в Юго-Восточной Азии и 16-я по величине экономика мира, 4-я по численности населения полиэтническая страна с наибольшим количеством проживающих мусульман, насчитывающая более 300 групп народностей. После

Индии и Китая это самый быстрорастущий потребительский рынок в мире с ВВП на душу населения в размере 3894 долл. [1]. Входит в группу государств со средним уровнем доходов и значительным прогрессом в развитии.

К благоприятным факторам ведения экономической деятельности с Индонезией можно отнести: богатство природных ресурсов (уголь, нефть и медная руда, сельскохозяйственные культуры); благоприятную демографическую ситуацию благодаря молодому населению (в период с 2030 по 2040 г. люди трудоспособного возраста будут составлять 64% жителей); низкие затраты на рабочую силу; емкий внутренний рынок; активное развитие туристической сферы (5,8% ВВП).

Индонезия открыта для внешней торговли, на которую приходится 43% ВВП. Основные статьи экспорта – минеральное топливо, животные

и растительные жиры и масла, электрические машины, транспортные средства и каучук. Импортируются преимущественно минеральное топливо и нефтепродукты, компьютеры, электронное оборудование, железо и сталь [2]. Индонезия считается 2-м крупнейшим в мире поставщиком энергетического угля, используемого на электростанциях, и продает его главным потребителям: Китаю и Индии. Другие торговые партнеры включают Японию, США, Сингапур и Таиланд.

Спрос в Индонезии на товары – особенно на продукты питания, медицинские товары, электроэнергетическое оборудование, ИКТ – и амбициозная программа инвестиций в инфраструктуру открывают новые возможности для иностранных поставщиков, в том числе и белорусских.

Правительство Индонезии ставит своей целью повышение экономической активно-

сти и сокращение неравенства в доходах на всем архипелаге. Развитие инфраструктуры, особенно морской, авиационной и автотранспортной для соединения островов и сельских районов с крупными городами, находится в центре внимания: на протяжении многих лет порядка 19% государственных расходов выделялось на соответствующие проекты [3]. Для иностранного бизнеса имеются перспективы по участию в строительстве портовых сооружений и предоставлении технологических решений, способствующих повышению эффективности их работы. Возможности для зарубежных компаний также существуют в проектах по водоснабжению, очистке сточных вод, мониторингу наводнений и смягчению их последствий. Ввиду нехватки площадей и электричества проекты по выработке энергии с использованием отходов стали ключевыми.

Год	Экспорт товаров, млн долл.	Импорт товаров, млн долл.	Внешнеторговый оборот, млн долл.	Сальдо внешней торговли, млн долл.
2011	160,9	58,3	219,2	102,6
2012	90,8	42,1	132,9	48,7
2013	90,6	38,1	128,7	52,5
2014	190,2	2,8	193,0	187,4
2015	168,9	24,2	193,1	144,7
2016	169,2	19,8	189,0	149,4
2017	132,3	23,7	156,0	108,6
2018	227,3	30,4	257,7	196,9
2019	179,1	28,8	207,9	150,3
2020	142,6	38,0	180,6	104,6
2021	6,0	29,6	35,6	-23,6

Объемы внешней торговли товарами Республики Беларусь с Республикой Индонезия в 2011–2021 гг. Источник: [2]

Сельское хозяйство имеет большое значение для экономики Индонезии: на его долю приходится 50% общей занятости и 14% ВВП [4]. Достижение самообеспеченности остается главным приоритетом. Национальная стратегия развития страны предусматривает расширение фермерских хозяйств, повышение добавленной стоимости сельскохозяйственного производства при одновременном сокращении импорта продовольственных товаров. Индонезия сильно зависит от ввоза зерна, мяса, сахара-сырца и других категорий продуктов.

Перспективные направления для активизации сотрудничества охватывают: разведение племенного, молочного, убойного скота; селекционные программы и технологии искусственного осеменения; оснащение откормочных площадок и скотобоен, оборудование для погрузки и разгрузки мяса. Другие возможности включают в себя: экспорт овощей (брокколи, брюссельская капуста, морковь, свекла, белокочанная капуста); современные технологии культивирования и посадки, органического земледелия, выращивания в теплицах; холодильные установки и складские системы.

Практика ведения сельского хозяйства в Индонезии предоставляет иностранным фирмам возможности для внедрения новых технологий в широком спектре подсекторов: от водоснабжения и ирригационных систем, использования удобрений, обеспечения устойчивости семян, послеуборочных технологий для повышения урожайности и качества продукции до решений в обла-

сти переработки, упаковки, хранения и транспортировки. Правительство стремится улучшить производительность на фермах и в цепочке поставок. Кроме того, существует спрос на ингредиенты для местной пищевой промышленности.

Индонезия продолжает играть важную роль в рамках мировой добычи полезных ископаемых благодаря значительным запасам угля, меди, золота, олова и никеля. Горнодобывающая и нефтегазовая промышленность вместе составляют около 10% ВВП [5], поэтому перспективен экспорт горно-шахтного и транспортного оборудования, соответствующих технологий. Страна также считается удачной стартовой площадкой для взаимодействия с другими рынками АСЕАН, поскольку многие добывающие компании с главным офисом в Джакарте имеют прочные связи с ключевыми региональными игроками в данном секторе.

Строительство электростанций, линий передачи и распределения электроэнергии в Индонезии предоставляет благоприятные возможности для белорусских компаний. Индонезийские контрагенты заинтересованы в приобретении турбин и их деталей, оборудования для подстанций, трансформаторов, микросетей, систем измерения и учета, распределительного оборудования, технологий интеллектуальных энергосистем, энергосберегающих технологий. Однако иностранным фирмам следует учитывать отсутствие прозрачности при принятии решений государственными ведомствами и требование о содержании местных компонентов.

Хотя экономика архипелага растет устойчивыми темпами, имеет место неравномерное распределение между городскими и аграрными районами медицинских услуг. Чтобы удовлетворить спрос на них, а также улучшить доступ бедных слоев общества и сельского населения к стационарному лечению, около 85% рынка медицинского оборудования и услуг приходится на импорт [5]. Закупаются преимущественно хирургические инструменты; ультразвуковые аппараты; комплексы для радио-, химио- и иммунотерапии; лабораторное оснащение для диагностических тестов. Следует отметить, что правительство Индонезии запрещает ввоз бывшего в употреблении медицинского оборудования.

Годовой оборонный бюджет государства оценивается в 8,2 млрд долл. [4]. В настоящее время проводится капитальный ремонт военных мощностей. Есть потенциал для поставок военной техники, систем связи, запчастей.

Использование услуг местного агента или партнера – обязательное условие для эффективного проникновения на рынок. Компетентный импортер с хорошей репутацией не только снабдит знаниями о возможностях поставок продукта, но и поможет в создании плана его продвижения. Кроме того, многие правительственные тендеры присуждаются на основе опыта успешного взаимодействия с поставщиком или хороших отношений между государственным ведомством и местным агентом или дистрибьютором. Наценка импортера на ввозимые товары обычно составляет 10%, дистрибьютора – варьируется в зависимости

от рыночных условий, например доступности продукта.

Многие индонезийские клиенты предпочитают сотрудничать с иностранными компаниями, имеющими местные представительства в стране. Это повышает их уверенность при взаимодействии с зарубежными партнерами относительно послепродажного обслуживания. К тому же такие структуры часто требуются для участия в тендерах, поэтому фирмам, желающим обеспечить устойчивый бизнес в Индонезии, следует рассмотреть возможность создания подобных точек.

Индонезийский рынок характеризуется чувствительностью к ценовому фактору, особенно в условиях жесткой конкуренции со стороны Сингапура, Китая, Японии, Австралии, Республики Корея, России, Франции. Белорусские компании должны быть конкурентоспособными с точки зрения инновационности продуктов и механизма ценообразования.

Малайзия



Полуостровное государство Малайзия протянулось вдоль Малаккского пролива – одного из самых экономически и политически важных морских путей

в мире. Пользуясь данным преимуществом, страна смогла превратить свою сельскохозяйственную и горнодобывающую базу в начале 1970-х гг. в конкурентоспособную экономику, 4-ю по величине в Юго-Восточной Азии с уровнем доходов выше среднего, где на сектор услуг и промышленность сейчас приходится более 75% ВВП.

К благоприятным факторам ведения экономической деятельности можно отнести: членство в АСЕАН, низкий уровень инфляции, эффективную деловую среду, диверсифицированную экспортную базу, растущий внутренний спрос, который смягчает негативные воздействия внешних шоков, значительные расходы на НИОКР [6].

Важную роль в росте доходов сыграла открытость для инвестиций: около 40% рабочих мест в Малайзии связаны с экспортной деятельностью. На долю внешней торговли приходится около 130% ВВП страны. Малайзия в основном

Год	Экспорт товаров, млн долл.	Импорт товаров, млн долл.	Внешнеторговый оборот, млн долл.	Сальдо внешней торговли, млн долл.
2011	60,7	85,7	146,4	-25,0
2012	117,9	105,3	223,2	12,6
2013	60,1	103,5	163,6	-43,4
2014	150,5	14,8	165,3	135,7
2015	110,6	45,4	156,0	65,2
2016	105,4	55,5	160,9	49,9
2017	119,4	53,4	172,8	66,0
2018	170,9	62,9	233,8	108,0
2019	83,1	53,9	137,0	29,2
2020	118,1	55,5	173,6	62,6
2021	6,4	56,9	63,3	-50,5

Объемы внешней торговли товарами Республики Беларусь с Малайзией в 2011–2021 гг. Источник: [2]

импортирует электронное и производственное оборудование, нефтепродукты и химикаты [2]. Экспорт электроники, нефти и газа, а также пальмового масла остается главным двигателем экономики, но при этом характеризуется вялыми темпами из-за снижения мирового спроса, особенно со стороны основных торговых партнеров – Китая и США.

Динамичное экономическое развитие и емкий потребительский рынок Малайзии открывают многочисленные коммерческие возможности для белорусских поставщиков, особенно в таких секторах, как сельское хозяйство, инфраструктура, здравоохранение, энергетика и оборона.

В краткосрочной перспективе более 80% населения Малайзии будет проживать в городах. Это один из самых высоких показателей урбанизации в АСЕАН, что потребует дополнительных усилий по расширению инфраструктуры. Речь идет о модернизации систем общественного транспорта и внедрении «зеленых» технологий. Иностранные компании, имеющие соответствующий опыт и конкурентоспособные на мировом уровне, смогут найти нишу на данном рынке. Местные авиалинии предоставляют экспортные возможности для зарубежных фирм, которые входят в цепочку поставок самолетов и запчастей, а также оборудования для их обслуживания и создания инфраструктуры аэропортов. Малазийские порты заинтересованы в приобретении систем управления и мониторинга грузов, регулирования движения судов и оборудования для дноуглубительных работ.

Производственная база оборонной отрасли обладает низким уровнем технологических возможностей, сосредоточенных на ремонте и техническом обслуживании, и опирается на развитие деловых отношений с международными подрядчиками. Постоянные территориальные претензии и конфликты с Филиппинами, Индонезией и Китаем, а также необходимость защиты Малаккского пролива подталкивают правительство к инвестированию в создание современной военной инфраструктуры и военно-морских баз, особенно в регионе Сабах.

Рынок оборонного, аэрокосмического и морского оборудования в Малайзии характеризуется высоким уровнем конкуренции. Такие страны, как Россия, Великобритания, Франция и Италия, активно продвигают свои товары и услуги в рамках государственно-частных партнерств. Закупки на военные цели во многом обусловлены политическими соображениями и не ограничиваются объективными факторами, например, наиболее выгодным соотношением цены и качества.

В течение ближайших лет частные инвестиции и расходы в секторе здравоохранения Малайзии достигнут 20 млрд долл. – 2-я позиция среди стран АСЕАН после Сингапура [7]. Это создаст потенциал для более широкого использования медицинских приборов и расходных материалов, которые по-прежнему импортируются, особенно это касается высокотехнологичных медицинских инструментов. Среди востребованных сфер – ортопедия, кардиология, космети-

ческая хирургия, дерматология, стоматология и лечение рака.

Сельское хозяйство является важным элементом экономической системы и обеспечивает 8,5% ВВП страны. Коммерческие культуры, такие как пальмовое масло, какао и каучук, выступают в качестве основного сельскохозяйственного экспорта. Малазийские фермеры также выращивают высококачественные фрукты и овощи для внутреннего сбыта. Самостоятельно удовлетворяются потребности в домашней птице, свинине и яйцах, но наблюдается значительная зависимость от импорта говядины. Государственные органы стимулируют выпуск кормов для собственного потребления, создание молочных кластеров и комплексных хозяйств по производству пальмового масла. Возможности для иностранного бизнеса, в том числе белорусского, заключаются в предоставлении молочного скота, генетического материала, систем управления кластерными фермами и технологий по повышению надоя молока, доильных аппаратов и лабораторного оборудования.

Многонациональное население Малайзии, состоящее из малайцев, китайцев и индийцев, а также экспатриантов из западных стран, обуславливает потребность в разнообразных категориях ингредиентов, напитков и товаров с сертификацией халяль. Государство, где 60% населения исповедует ислам, является емким рынком для халяльных продуктов питания, а также центром реэкспорта в другие мусульманские страны. Перед поставками мясной продукции в Малайзию зарубежный экспортер дол-

жен обеспечить проверку своих скотобоен и получить одобрение от Исламского фонда развития Малайзии (JAKIM).

В течение последних 20 лет экономическое развитие Малайзии было в значительной степени подкреплено нефтегазовым сектором, составляющим около 20% ВВП [8]. Государство – 2-й по величине производитель этих углеводородов в Юго-Восточной Азии и экспортер сжиженного природного газа в мире. Малазийские партнеры заинтересованы в приобретении технологий по повышению нефтеотдачи пластов, резервуаров для хранения и систем управления ими, технологий для продления срока службы платформ и обновления существующих мощностей. Правительством были определены следующие ключевые подсекторы: технологии бурения; робототехника и автономные подводные аппараты; вывод из эксплуатации. Эффективные иностранные фирмы могут поделить своим опытом работы в сложных условиях, включая разработку глубоководных месторождений, а также обслуживание и эксплуатацию в удаленных районах. Внимание к экологическим проблемам также формирует нишу для сотрудничества.

Большая часть электроэнергии в Малайзии производится за счет тепловых источников, при этом 54% всей выработки осуществляется на газовых электростанциях. Существуют планы по увеличению доли энергии, получаемой из воды, биомассы, биогаза и солнца, до 13,1% от общей установленной мощности [4]. К числу инициатив, направленных на оптимизацию и эффек-

тивное использование энергии, относятся строительство энергоэффективных зданий, установка интеллектуальных измерительных устройств в жилых и коммерческих зданиях.

Иностранным компаниям, желающим вести деятельность в Малайзии, следует наладить контакты с местными поставщиками. Важно выбрать импортера, который имеет хорошую репутацию на внутреннем рынке. Ведение бизнеса в Малайзии предполагает выстраивание отношений с предприятиями, имеющими тесные связи с правительством. Зарубежные фирмы могут рассмотреть возможность тесного сотрудничества с отраслевыми ассоциациями для создания сетей и стратегий распространения продуктов.

Другие варианты выхода на малазийский рынок включают в себя: вступление в стратегический альянс с малазийской организацией через совместное предприятие или соглашение о передаче технологий; адаптацию программы обучения для местных компаний по модернизации методов производства, что может привести к закупкам товаров и обо-

рудования. Также потенциальной стратегией проникновения является установление местного присутствия, что позволит лучше понять локальную деловую среду и укрепить отношения. Однако такой подход требует больших капиталовложений и поэтому не рекомендуется в качестве первого шага.

Конкуренция на местном рынке может быть весьма жесткой, а цена выступает ключевым фактором принятия решения о покупке того или иного товара. Более дорогостоящий продукт, который отличается высоким качеством, длительным сроком службы и низкими эксплуатационными расходами, проигрывает предложению с меньшей стоимостью или с наиболее привлекательной скидкой. Ценовая доступность, выгодные варианты финансирования и наличие местного партнера имеют решающее значение при ведении бизнеса в Малайзии. Белорусским компаниям следует наделить свою продукцию отличительными особенностями, чтобы привлечь потенциальных клиентов и успешно конкурировать со множеством товаров локального и регионального производства. ■

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. The World Bank in Indonesia / The World Bank // <https://www.worldbank.org/en/country/indonesia/overview>.
2. Trade Map: Trade statistics for international business development / International Trade Centre // <http://www.trademap.org/Index.aspx>.
3. Indonesia and ADB / Asian Development Bank // <https://www.adb.org/countries/indonesia/overview>.
4. Country Commercial Guides / The International Trade Administration, U.S. Department of Commerce // <https://www.trade.gov/ccg-landing-page>.
5. Indonesia: Market Profile / Australian Trade and Investment Commission // <https://www.austrade.gov.au/australian/export/export-markets/countries/indonesia/market-profile>.
6. Malaysia: Risk Assessment / Coface for Trade // <https://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/Malaysia>.
7. Exporting guide to Malaysia / Department for Business and Trade // <https://www.great.gov.uk/markets/malaysia/>.
8. Malaysia: Economic and Political Overview / Crédit Agricole CIB // <https://international.groupecreditagricole.com/en/international-support/malaysia/economic-overview>.