

конференции, форумы, бизнес-поездки. Количество интенсив-туров в последние годы невелико и это объяснимо, экономическая нестабильность и пандемия оказали негативное влияние на развитие отраслевого туризма. Тем не менее, странами-лидерами отраслевого туризма до сих пор являются Германия, Испания и Франция в Европе, а в Азиатском регионе – Таиланд, Сингапур, Китай [5].

В Российской Федерации услуги отраслевого туризма, как отдельное туристическое направление, пока не получили должного развития. В то время как в мировом туристическом потоке доля бизнес-туристов составляет 25-30%, в России этот показатель менее 15% [4]. Наличие высокоразвитых промышленных, научно-исследовательских предприятий и учреждений образования, организующих конференции, семинары, выставки, может стать хорошей возможностью для активного развития отраслевого туризма. Поскольку кроме принятия бизнес-решений и установления деловых связей по результатам служебной поездки, мероприятия в рамках отраслевого туризма способствуют неформальному общению, укреплению корпоративного духа и просто оставляют положительные впечатления от поездки.

Для туристической отрасли Беларуси также характерно многообразие, однако одним из самых перспективных направлений можно считать отраслевой туризм. В Беларуси, несмотря на определенные сложности, наметились положительные тенденции для его развития. Несмотря на последствия пандемии и санкционную политику, в последние годы, наблюдается положительная динамика по въездному туризму, хотя до сих пор он менее развит, чем выездной туризм [2]. Наиболее активно деловые мероприятия проводят предприятия машиностроительной, фармацевтической отрасли, пищевой и легкой промышленности [1]. Беларусь, ввиду географического положения и степени развитости инфраструктуры, является удобной площадкой для проведения деловых мероприятий. А возможности для отдыха, как активного на водных походах по озерам Беларуси, велопогулках, посещении экотроп, так и в виде экскурсионных туров в музеи, природные заповедники и агроусадьбы, позволят получить много новых впечатлений и расширить кругозор. Именно поэтому, несмотря на объективные сложности, в стране прилагаются все усилия для развития рынка отраслевого туризма, а его география постоянно расширяется [3].

Конечно, существует ряд факторов, негативно влияющих на развитие отраслевого туризма в Беларуси. Это и гипертрофированная роль столицы как делового центра республики с высокоразвитой инфраструктурой, в то время как в регионах она практически отсутствует, и низкая привлекательность для инвесторов, и несформированный имидж Беларуси как туристической республики. Однако отраслевой туризм с национальным колоритом может стать хорошей альтернативой другим видам отдыха, а промышленные предприятия могут повысить эффективность своей работы используя технологии и инструменты маркетинга не только для сбыта и продвижения товаров, но и путем развития отраслевого туризма.

**Заключение.** В условиях, когда мир под воздействием интеграционных процессов становится своего рода выставочной площадкой, Республика Беларусь имеет серьезные ресурсы для развития отраслевого туризма.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Деловой туризм РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/tourism/vidy/delovoj>. – Дата доступа: 05.01.2024.
2. Деловой туризм как фактор активации туристского рынка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/poleschuk16.htm](https://tourlib.net/statti_tourism/poleschuk16.htm). – Дата доступа: 11.01.2024.
3. Министерство статистики и анализа Республики Беларусь. Статистика. Туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya\\_sfera/turizm](http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya_sfera/turizm). – Дата доступа: 15.01.2024.
4. Туризм: практика, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]. / Проблемы развития отраслевого туризма в России. – Режим доступа: <http://www.tpnews.ru/content/view/T337/9> / – Дата доступа: 05.01.2024.
5. UNWTO World Tourism Barometer May 2018, vol.14 [Электронный ресурс] // World Tourism Organization UNWTO. – Режим доступа: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom17\\_03\\_may\\_excerpt.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom17_03_may_excerpt.pdf) – Дата доступа: 15.01.2024.

УДК 339.564.2

#### РЫНОК ДРЕВЕСНЫХ ПЛИТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: АКТУАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

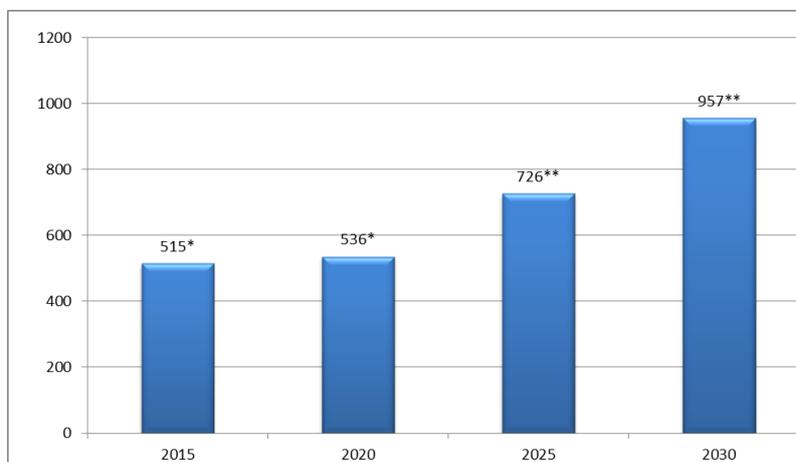
*аспирант В. С. Чубис, ФММП БНТУ, г. Минск*

**Резюме.** В статье предпринята попытка оценки рынка древесных плит Беларуси. Автор проводит анализ рынка древесных плит, подчеркивая ключевые факторы развития. В работе обращается внимание на основных производителей и проведенные работы по развитию экспорта.

**Ключевые слова:** *древесные плиты, МДФ, ХДФ, модернизация, лесопромышленная отрасль.*

**Введение.** Древесные плиты являются значительной частью мирового рынка лесных товаров. Низкая себестоимость и широкий диапазон применения делают данную продукцию одной из самых востребованных на мировом рынке. Совершенствование технологий производства плит позволяет добиться особых технических и эксплуатационных характеристик, которые значительно лучше, чем у традиционных пиломатериалов. Вопрос развития данного рынка является весьма актуальным.

**Основная часть.** Мировой рынок лесных товаров давно сформировался. Азия (Китай, Япония, Индия) и Северная Америка (Канада, США) стали центрами перераспределения добавленной стоимости. При этом Китай занял лидирующие позиции по импорту древесного сырья, которое преимущественно состоит из необработанной и грубо обработанной древесины. Мировой рынок лесных товаров активно развивается (рисунок 1), ожидается, что его объем к 2025 году приблизится к отметке в 726 млрд долл (прирост 35% к 2020 г. ), а к 2030 г. достигнет 957 млрд долл (прирост 31% к 2025 г.). Ежегодное увеличение мирового рынка лесных товаров будет составлять около 6%. Ожидается, что ключевыми драйверами роста будут рынки развивающихся стран [1].



**Рисунок 1 – Объем мирового рынка лесных товаров 2015-2030 гг., млрд долл.**

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе [1].

Плиты древесностружечные (код 4410 ТН ВЭД ЕАЭС) и фанера клееная (код 4412 ТН ВЭД ЕАЭС), лесоматериалы продольно-распиленные (код 4407 ТН ВЭД ЕАЭС) – а данные товарные позиции в 2021 г. составили 63 млрд долл (67% от общего объема мирового импорта). Древесные плиты занимают важное место на мировом рынке лесных товаров. Низкая себестоимость и широкий диапазон применения (используются в строительстве, производстве мебели) делают данную продукцию одной из самых востребованных. За последние 25 лет объем производства древесных плит в мире увеличился в 3 раза [1, 2].

Категория древесных плит состоит из фанеры, шпона, древесностружечных и древесноволокнистых плит. Древесноволокнистые плиты (ДВП) делят на твердые плиты, плиты средней и высокой плотности (MDF и HDF соответственно). В составе древесностружечных плит (ДСП) учитываются также ориентированно-стружечные плиты (ОСП или OSB) [2]. Применяются различные технологии производства: фанера производится из шпона (листы шпона склеиваются слоями и прессуются), ДСП из размолотой древесины и щепы и древесноволокнистые плиты из древесных волокон (древесная масса прессуется в форме). Некоторые производители могут добавлять полимерные композиты. Безотходность производства является отличительной особенностью данного товара. Все остатки деревообрабатывающих предприятий могут использоваться в производстве древесных плит, древесина измельчается на фракции необходимого размера и прессуется, данная особенность позволяет сохранять низкую себестоимость. К примеру, мебель, изготовленная из древесных плит (ДСП, МДФ), дешевле в 5-10 раз мебели из древесного массива, что делает ее более доступной для конечного потребителя. Активно применяется в строительстве, быстрый и удобный монтаж древесных плит снижает себестоимость строительства.

Модернизация лесопромышленной отрасли в Беларуси стала драйвером роста рынка древесных плит. Предприятия были оснащены оборудованием ведущих мировых производителей. Налажен выпуск широкого ассортимента продукции с глубокой переработкой древесины, которая востребована на внутреннем и внешнем рынке. Более чем в 12 раз увеличился объем производства модернизированных предприятий. Увеличилась степень переработки древесины до 93% (в 2006 данный показатель был 36%). Увеличен экспорт лесных товаров почти в 3 раза, достиг 2,3 млрд долл. С начала модернизации сложилось устойчивое внешнеэкономическое saldo, оно выросло более чем в 4 раза, составив 1,3 млрд долл. Лучший результат достигнут по древесным плитам. Их экспорт вырос в 6 раз – до 585 млн. долларов США [3].

В Беларуси – экспорториентированная политика развития лесопромышленной отрасли, экспорт превышает внутренне потребление в 2,5 раза, а доля импорта лесных товаров не превышает 7% собственного потребления, что говорит об успешной реализации.

Успешному импортозамещению способствовали инвестиции в производства древесных плит, а именно:

- организация производства «Мозырский ДОК», ДВП – 230 тыс. куб. м в год;
- модернизация ОАО «Речицадрев», ДСП – 200 тыс. куб. м в год;
- организация производства ОАО «Фандок», ОСП – 30 тыс. куб. м в год;
- организация производства ОАО «Витебскдрев», МДФ – 140 тыс. куб. м в год;
- реконструкция ОАО «Борисовдрев», МДФ – 60 тыс. куб. м в год[1].

Реализация вышеописанных инвестиций оказала значительный вклад в развитие экспорта древесных плит, подтверждением являются данные представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ крупнейших экспортеров древесных плит с расчетом на душу населения, 2021 год.

Страна	Экспорт, тыс. долл. США	Доля мирового экспорта	Численность населения, чел.	Экспорт на 1 чел, долл. США
Китай	7460,3	17,00%	1411000000	5,29
Канада	5069,7	11,55%	36991981	137,05
Германия	3493	7,96%	84270625	41,45
Индонезия	2425,7	5,53%	275 203 917	8,81
Российская Федерация	1806,8	4,12%	146171015	12,36
Австрия	1712,6	3,90%	8 933 300	191,72
Бразилия	1663,8	3,79%	215 681 045	7,71
Польша	1506,8	3,43%	38 036 118	39,61
Таиланд	1418,2	3,23%	71 601 103	19,81
Бельгия	1166	2,66%	11 521 238	101,20
<b>Беларусь</b>	<b>585,2</b>	<b>1,33%</b>	<b>9 349 645</b>	<b>62,59</b>
Итого мировой экспорт	43889,2	100 %		

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе [4, 5]

Сравнивая экспорт древесных плит Беларуси с десяткой мировых лидеров-производителей (рисунок 2), можно сделать вывод, что модернизация успешно реализована, но производственные возможности раскрыты не полностью. Экспорт древесных плит на душу населения в Австрии и Венгрии, где численность населения схожа с Беларусью, значительно выше, и составляет: Австрия 191,72 долл. США (в 3 раза), Бельгия 101,2 (1,6 раз).

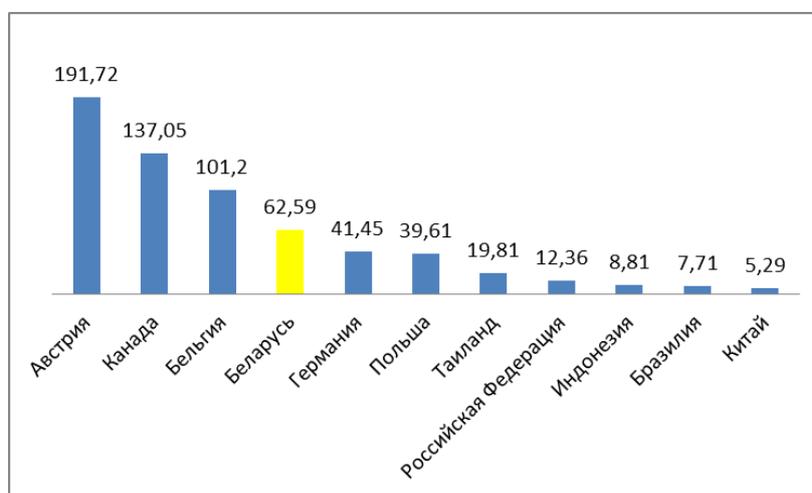


Рисунок 2 – Лидеры мирового экспорта древесных плит на душу населения, 2021 год, долл. США

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе [4, 5].

Австрийская компания «Кроноспан», занимая 25% экспорта лесных товаров Беларуси, внесла отдельный вклад в развитие экспорта древесных плит Беларуси, реализуя преимущественно плитную продукцию, а также литовская компания «ВМГ Индустри групп», производитель корпусной мебели и ДСП. Общий объем инвестиций СООО «Кроноспан» в экономику Беларуси оценивался в около 1 млрд евро. Были построены одни из крупнейших предприятий в мире. Для загрузки производственных мощностей требуется увеличение объемов сырья. Например, к 2025 году для полной загрузки необходимо было увеличить объем древесного сырья для СООО «Кроноспан» до 5000 тыс. куб. метров (на 11% к 2021 г), для «ВМГ Индустри групп» 1100 тыс. куб (на 77% к 2021 г). Для обеспечения всех предприятий концерна «Беллесбумпром» (46 крупных организаций) требуется 7300 тыс. куб. метров.

**Заключение.** Растущий мировой рынок лесных товаров станет основой для привлечения инвестиций в лесопромышленную отрасль Беларуси. Модернизация, ставшая первым шагом развития, помимо удовлетворения собственных потребностей в плитной продукции, позволила значительно расширить экспорт.

Одним из сдерживающих факторов производства плит является сырьевое обеспечение, которое необходимо увеличить. Около 33% белорусского сырья потребляют иностранные организации «Кроноспан» и «ВМГ Индустри групп». Древесные плиты являются очень перспективными лесными товарами с большой долей добавленной стоимости. В данный момент около 50% экспорта плитной продукции приходится на предприятия концерна «Беллесбумпром», остальная часть на «Кроноспан» и «ВМГ Индустри групп». Дальнейшее развитие производств плитной продукции нуждается в отечественных технологиях, которые в будущем ослабят зависимость от европейских разработок.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Доклад о результатах анализа потенциально перспективных для совместного выхода государств – членов Евразийского экономического союза рынков третьих стран для развития евразийского промышленного экспорта / Евразийская экономическая комиссия. – Москва, 2020. – 101 с.

2. Кархова, С. А. анализ состояния производства и торговли листовыми древесными материалами в мире / С. А. Кархова // Электронный научный журнал Байкальского государственного университета. – 2019. – № 2. – 15 с.

3. О Государственной программе «Белорусский лес» на 2021–2025 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 28 янв. 2021 г. № 52 // Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100052>. – Дата доступа: 20.01.2024.

4. FAOSTAT // Food and Agriculture Organization [Electronic resource]. – 2024. – Mode of access: <https://www.fao.org/faostat/en/#data/FO> – Date of access: 24.01.24

5. FAOSTAT // Food and Agriculture Organization [Electronic resource]. – 2024. – Mode of access: <https://www.fao.org/faostat/en/#data/FO/visualize> – Date of access: 10.01.24

УДК 338.48:004.738.5(476)

#### ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В ТУРИЗМЕ: РЕАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ

*канд. экон. наук, доцент И.А. Шамардина, ФММП БНТУ, г. Минск;*

*канд. экон. наук, доцент З.М. Горбылева, ФКТИ БГЭУ, г. Минск*

**Резюме.** *Современные условия развития экономики характеризуются активным использованием инструментов электронной коммерции, что подтверждают многочисленные публикации. Туризму в этом плане уделяется незначительное внимание. Однако накопленный зарубежный опыт показывает эффективность ведения туристического бизнеса посредством электронной коммерции (ЭК). Раскрывается понятие ЭК с учетом особенностей туризма, ее преимущества и недостатки, определяются ее основные элементы и виды, обосновывается ее потенциал на отраслевом, региональном и международном уровне, предлагаются направления исследования, что будет способствовать повышению конкурентоспособности национального и евразийского туризма на мировом рынке.*

**Ключевые слова:** *туризм, электронная коммерция, цифровая экономика, интернет-технологии, элементы ЭК, классификация ЭК, особенности и преимущества ЭК для туризма, конкурентоспособность, ЕАЭС, Беларусь.*

**Введение.** В последние годы в результате интенсивного развития интернет-технологий повсеместное распространение получила электронная коммерция. Соответствующее внимание исследованию этого феномена уделили зарубежные (Д. Козье, К. Кант), российские (Л.Д. Страхова, П.А. Сорокина, Л.А. Коргина и др.) и незначительно отечественные (Н.В. Шутилина) авторы. Рассматриваются различные вопросы: от толкования понятия «электронной коммерции» в целом до особенностей сфер, механизмов и инструментов ее применения. Однако представленные исследования в области развития туризма с использованием интернет инструментов нельзя считать полными. В Республике Беларусь довольно ограничено представлены исследования, в которых полноценно и разносторонне рассматриваются аспекты развития электронной торговли применительно к индустрии туризма. Это правомерно трактовать незначительным уровнем развития турбизнеса в стране, представленного в онлайн-пространстве; отсутствием единой трактовки категории «электронная торговля/коммерция» в туризме, систематизации и обобщения существующих знаний в этой сфере. Тем не менее, необходимым видится обозначение и формулирование нормативных и правовых, фискальных и функциональных аспектов развития электронной коммерции в разрезе туристической индустрии.

**Основная часть.** Что представляет собой электронная коммерция (далее – ЭК)? В одном из первых трудов, посвященных этому явлению, под ЭК подразумевается сфера цифровой экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей и бизнес-процессы, связанные с их промоцией [1]. В настоящее время ЭК – это любой бизнес, который использует Интернет в качестве основного канала привлечения клиентов, реализации продукта/услуги или продвижения товара. Она приобрела сегодня глобальный размах во всех сферах экономической деятельности благодаря распространению коммуникационных технологий, развитию соцсетей, электронной платежной системы. Ее преимущества очевидны как для общества, так и организаций, потребителей, а именно: доступ к глобальным рынкам, прямая торговля, снижение расходов, расширение целевой аудитории, изменение модели поведения потребителя,