

УДК 338.43

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНОЙ КОРЗИНЫ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Г.И. Гануш,

зав. каф. экономической теории и права БГАТУ, докт. экон. наук, профессор, чл.-корр. НАН Беларуси

А.А. Бурачевский,

доцент каф. экономической теории и права БГАТУ, канд. экон. наук

В статье предложен альтернативный действующему и наиболее часто распространенному на практике вариант обеспечения роста эффективности экспорта продовольственных и сельскохозяйственных товаров. В основу его положена необходимость повышения потребительской ценности («полезности»), т.е. того эффекта, который потребитель получит от приобретения и использования белорусской продукции.

Ключевые слова: экспорт, добавленная стоимость, эффективность, развитие продукта, полезность, процессные изменения.

An alternative to the current and most common option to ensure the growth of food and agricultural products export efficiency is proposed in the article. It is based on the need to increase consumer value ("utility"), i.e. the effect that the consumer will receive from the purchase and use of Belarusian products.

Key words: export, value added, efficiency, product development, utility, process changes.

Введение

Одной из особенностей международной торговли продовольственными и сельскохозяйственными товарами является преобладающая доля в общей стоимости экспортно-импортных операций группы продуктов относительно низкого технологического передела (зерно, семена, сухое молоко, переработанные овощи и фрукты, охлажденное/замороженное мясо и т.п.).

Причина данной, давно сложившейся и, что нелогично, по сути, не меняющейся ситуации, заключается в одновременном однонаправленном действии ряда факторов:

- легкость транспортировки и приспособленность экспортной логистической инфраструктуры;
- «среда» функционирования субъектов рынка, т.е. затраты на производство и реализацию, репутация товаров и производителей и, как следствие, стабильная прогнозируемая потребительская ценность продукции;
- желание стран-импортеров развивать свою экономику в целом и провинцию в частности за счет в т.ч. и создания перерабатывающих мощностей;
- платежеспособность региона экспорта в условиях «поделенных» рынков и, соответственно, в целом устоявшейся дифференциации по странам структуры производства и реализации агропродовольственных товаров;
- усиление влияния неценовых факторов конкуренции и нетарифных методов защиты рынков;
- разность потребительских традиций;
- явные и неявные риски импорта.

Это означает, что страна, импортируя агропродовольственную продукцию, позволяет завозить к себе

не только вкусы/рецепты и, в некотором смысле, часть культуры другой страны, создавая тем самым конкурентное разнообразие в различных сферах, но и приобретает социально-эколого-экономические проблемы экспортера, которые связаны с соблюдением производственных стандартов, использованием и утилизацией упаковки, уровнем воздействия на окружающую среду и расходом ресурсов, сверхнормативным применением низкооплачиваемого труда в неблагоприятных условиях и др. В этой связи страна подвергает себя рискам ухудшения взаимоотношений с непосредственным окружением внешней среды. Да и «чужие» вкусы и рецепты, воплощенные в продуктах, далеко не всегда могут быть приемлемы для потребителей, а зачастую наоборот (например, каньга, сыр касу марцу, мясо собак, панголинов, черепаши яйца и т.п.).

Следовательно, далеко не всегда рост степени переработки продукции, повышение технологического передела выступают гарантированным путем к увеличению размеров добавленной стоимости национально-го происхождения в экспорте. Соответственно, вышеизложенные факторы, кроме разъяснения причин высокой доли продукции с низким уровнем переработки в общем объеме экспортируемых агропродовольственных товаров, обуславливают необходимость субъектам хозяйствования поиска иных, зачастую не связанных с углублением доработки, вариантов роста эффективности внешнеторговой деятельности.

Основная часть

Показательным примером, подтверждающим вышеизложенный тезис, является стоимостной объем,

а также структура реализации продукции убоя КРС по странам в 2021 году. Так, производители США и Бразилии более 75 % изготовленной ими из мяса КРС продукции реализуют на внешний рынок в непереработанном (охлажденном, замороженном) виде, организации Австралии и Новой Зеландии – более 90 %. В то же время у европейских организаций, за исключением субъектов хозяйствования Нидерландов, продукция низкого технологического передела занимает существенно меньшую долю в структуре реализации: в Германии – 54,6 %, в Бельгии – 53 %, в Италии – 54,6 %, в Дании – 51,8 %, в Испании – 66,9 %.

Как следствие, те страны, организации которых пытаются увеличить степень технологического передела продукции с целью максимизации ее реализации с большей добавленной стоимостью, зачастую имеют в итоге обратный эффект. Государства, экспортирующие в основном непереработанный (или слабо переработанный) продукт, получают от внешнеторговых операций больший результат, т.е. очевидна разность маркетинговых стратегий в каждом из их компонентов (товарном, ценовом, сбытовом и коммуникационном).

В свою очередь, структура производства и реализации продукции из мяса КРС на внешнем рынке напрямую зависят от влияния двух факторов:

1) сложившейся специализации на основе сравнительных преимуществ регионов. Учет и использование экономического районирования территории позволяет США наращивать производство говядины за счет использования собственного дешевого зерна, производителям Бразилии и Аргентины – за счет рационального использования естественных природных условий;

2) местной кулинарной культуры и особенностей питания населения страны. Именно поэтому для Австрии, например, характерен низкий удельный вес продукции первичной переработки в структуре реализации мяса КРС – 45,3 % (табл. 1).

Таким образом, это означает, что продукты с одними потребительскими свойствами и имеющие один код ТН ВЭД, но реализуемые субъектами разных стран, отличаются по средней экспортной цене и, соответственно, размеру национально созданной добавленной стоимости в стоимостной оценке проданной за рубеж продукции.

Например, цена печени КРС (код ТН ВЭД 020622) германского происхождения, равная 1,22 тыс. долл. США/1 т, выше стоимости аналогичного продукта из Польши, реализуемого за границу по цене 0,71 тыс. долл. США/1 т, на 71,8 % (табл. 2). Следовательно, вариант наращивания уровня переработки сельхозпродукции с целью обеспечения роста эффективности экспортной деятельности, для Беларуси может не всегда подходить. Подтверждают данное предположение выполненные сценарные расчеты по вариантам экспортной

корзины товаров, изготовленных из продуктов убоя КРС, для определения размеров эффекта от целенаправленного изменения структуры производимой из говядины продукции и ее реализации.

В качестве альтернатив выбраны два варианта, характеризующие крайние, во многом, ситуации. *Сценарий 1* предполагает, что все поступившее на мясокомбинаты сырье, перерабатывается и реализуется на экспорт в виде мясопродуктов при фактической структуре их производства в рамках группы товаров. *Сценарий 2* – все поступившее на мясокомбинат сырье реализуется в виде непереработанной продукции при фактической структуре их производства в рамках группы товаров.

Полученные результаты недвусмысленно свидетельствуют о том, что если все имеющееся мясо КРС перерабатывающие предприятия будут направлять на выработку мясопродуктов (21,12 % на консервы, 78,88 % на колбасные изделия), то совокупный объем реализации на экспорт мясокомбинатов в стоимостном выражении сократится по сравнению с отчетными значениями 2021 г. на 270243,56 тыс. долл. США (57,46 %), до 364993,44 тыс. долл. США. Напротив, если все сырье мясокомбинаты направят на выработку продукции среднего технологического передела (замороженного и охлажденного мяса в пропорции 26,59 % и 73,41 % соответственно), то размер выручки от продаж за рубеж возрастет на 161500,45 тыс. долл. США

Таблица 1. Сравнительный анализ результатов реализации продукции, произведенной из мяса КРС, в 2021 г.

Страна	Общий объем реализованной продукции КРС, т	Удельный вес мяса на кости в структуре реализованной продукции, %	Выход товарной продукции с 1 т сырья, тыс. долл. США*
Германия	458578	54,61	2,80
США	1461591	75,85	3,75
Польша	533570	70,05	2,16
Бразилия	1840320	84,78	4,45
Испания	312055	66,87	3,00
Италия	204157	54,60	2,92
Нидерланды	527082	80,06	4,87
Бельгия	202143	53,16	2,81
Австрия	163730	45,31	2,65
Франция	292129	70,87	3,79
Россия	93653	34,63	2,24
Китай	33567	0,00	3,49
Турция	32665	0,00	1,62
Дания	103859	51,83	2,89
Австралия	1084708	94,16	5,05
Ирландия	436847	83,85	4,32
Новая Зеландия	553267	93,55	5,92
Великобритания	80786	80,13	2,26
Венгрия	35959	0,00	3,27
Аргентина	623538	89,78	3,90
Беларусь	118241,6	63,93	2,60

*Примечание. * Рассчитано на основе информации об объемах (в стоимостном и натуральном выражениях) и структуре экспорта продукции из мяса КРС.*

Таблица 2. Сравнительное сопоставление результатов экспорта видов продукции, произведенной из КРС, по странам в 2021 г.

Страна	Наименование видов продукции и их коды ТН ВЭД														Средняя реализационная цена, тыс. долл. США
	1601 Колбасы и аналогичные продукты из мяса		160250 Изделия и консервы из мяса КРС		0202 Мясо КРС замороженное		020622 Печень КРС		020621 Языки КРС замороженные		020610 Пищевые субпродукты КРС		0201 Мясо КРС свежее или охлажденное		
	С	УВ	С	УВ	С	УВ	С	УВ	С	УВ	С	УВ	С	УВ	
Германия	5,54	33,21	5,44	8,72	5,10	9,18	1,22	0,91	4,01	0,11	4,06	2,44	5,55	45,43	1,84
США	3,56	13,17	7,32	2,26	7,24	43,14	1,37	5,31	5,89	1,97	14,78	1,45	9,84	32,71	2,47
Польша	3,60	21,73	4,59	5,30	3,83	19,33	0,72	1,80	4,22	0,36	4,37	0,77	4,26	50,72	1,42
Бразилия	1,20	8,38	6,98	6,04	5,04	75,12	1,78	0,11	2,61	0,68	2,67	0,00	5,61	9,66	2,93
Испания	7,29	27,09	4,65	1,67	4,95	15,63	1,49	0,45	5,34	0,38	3,10	3,54	5,02	51,24	1,98
Италия	8,37	36,96	3,32	5,50	4,19	16,71	0,93	1,29	6,00	0,26	3,09	1,39	4,54	37,89	1,92
Нидерланды	3,02	13,81	5,58	2,11	5,28	9,04	1,93	0,49	5,86	0,15	4,41	3,38	6,15	71,01	3,21
Бельгия	3,08	30,03	6,72	6,85	-	0,00	0,71	1,38	3,05	0,03	1,14	8,56	5,43	53,16	1,85
Австрия	6,40	33,24	5,64	1,40	-	0,00	1,11	0,13	5,68	0,17	0,59	19,76	4,93	45,31	1,74
Франция	5,51	15,86	4,88	6,87	4,64	8,35	1,23	2,36	6,86	0,15	1,84	3,89	5,88	62,52	2,50
Россия	2,27	59,55	2,68	5,58	6,32	32,37	2,14	0,08	4,39	0,09	2,73	0,07	11,31	2,26	1,48
Китай	3,45	73,16	6,30	26,84	-	0,00	-	0,00	-	0,00	-	0,00	-	0,00	2,30
Турция	1,25	91,49	3,60	6,68	-	0,00	1,50	0,12	3,65	0,06	10,12	1,65	-	0,00	1,06
Дания	5,16	32,96	5,66	8,36	-	0,00	1,35	1,41	4,27	0,20	0,93	5,25	4,84	51,83	1,90
Австралия	6,05	0,20	7,14	1,16	5,59	68,44	1,47	1,88	5,85	1,87	13,43	0,73	10,68	25,72	3,33
Ирландия	5,24	4,53	5,71	7,27	4,66	29,00	1,31	1,69	10,81	0,23	3,80	2,43	8,03	54,85	2,85
Новая Зеландия	4,03	0,10	8,69	3,29	5,18	86,14	1,20	1,69	7,58	1,23	9,02	0,14	9,15	7,41	3,91
Великобритания	3,81	4,82	6,53	6,38	3,69	39,24	1,38	2,80	3,09	0,67	4,66	5,20	5,23	40,89	1,49
Венгрия	6,23	58,36	-	0,00	-	0,00	0,89	1,49	2,60	0,11	0,19	40,03	-	0,00	2,15
Аргентина	-	0,00	2,76	4,84	4,20	75,38	1,67	4,24	3,27	1,08	6,17	0,06	8,45	14,40	2,57
Беларусь	2,79	28,47	4,20	5,76	10,76	17,00	1,34	1,28	3,79	0,10	1,77	0,46	5,28	46,93	1,71

Примечание. С – стоимость 1 т, тыс долл. США; УВ – удельный вес вида продукции в общем объеме экспорта, %

(25,4 %) до 796737,45 тыс. долл. США (табл. 3).

Причина столь необычной ситуации заключена в динамике экспортных цен, неподконтрольной отечественным перерабатывающим организациям, действующим зачастую ситуативно, во многом из-за отсутствия системной долгосрочной работы по комплексному развитию продукта, т.е. повышению его функциональности, в том числе универсальности («подходит для всего, из него можно сделать много разного»), и выстраиванию бренда, а также конструированию непосредственного окружения.

Вышеизложенные факты позволяют констатировать, что целенаправленная, без учета особенностей ситуации на внешнем и внутреннем рынках, динамика структуры производства и усилия по трансформации состава корзины экспортного предложения в направлении необходимости реализации тех продуктов, которые в нашей традиции питания, того, что «едем мы» – это самостоятельно и искусственно создаваемые барьеры наращивания объемов и расширения географии поставок за границу. Кроме того, все это влечет не вполне обоснованный рост издержек на переработку, хранение товаров и увеличение затрат на формирование спроса у потребителей, в том числе в долгосрочной перспективе, а предлагаемая

таким образом на внешнем рынке продукция может быть реализована, в основном, в ментально, в том числе кулинарно близких странах.

Следовательно, основой увеличения размеров добавленной стоимости национального происхождения в экспорте и обеспечения роста его эффективности в таком случае может выступать последовательная системная работа:

- по повышению качественных параметров производимой продукции, ее потребительских качеств и полезности;
- по формированию долгосрочной лояльности покупателей.

Примерами успешного применения такой стратегии является поведение организаций Австралии, Новой Зеландии, Бразилии.

С другой стороны, добиться принципиального увеличения в средне- и долгосрочный период объемов реализации уже выпускаемой продукции по ее нынешней номенклатуре без целенаправленного позиционирования и распространения отечественной кулинарной культуры, как это делают, например, Грузия (посредством стимулирования открытия ресторанов грузинской кухни по всему миру), Эстония (организовав туристический маршрут «Эстонский

Таблица 3. Расчет эффектов целенаправленной сценарной динамики структуры производства продукции из мяса КРС и ее реализации на экспорт мясокомбинатами

Показатели	Натуральный объем реализации, тыс. т	Фактический стоимостной объем реализации, тыс. долл. США	Стоимость 1 т реализованной продукции, тыс. долл. США	Удельный вес в структуре реализации, %	Стоимостной объем реализации по сценарию 1, тыс. долл. США	Стоимостной объем реализации по сценарию 2, тыс. долл. США	Разность стоимостного объема реализации в соответствии со сценарием 1 и фактической величины (2021 г.), тыс. долл. США	Разность стоимостного объема реализации в соответствии со сценарием 2 и фактической величины (2021 г.), тыс. долл. США
Мясо переработанное	75596,6	509380	6,74	63,93	-	796737,45		
в т.ч. замороженное	20100	216298	10,76	17	-	338333,56		
охлажденное	55496,6	293082	5,28	46,93	-	458403,89		
Мясопродукты	42645	125857	2,95	36,07	364993,44	-		
в т.ч. колбасные изделия	33638	93848	2,79	28,45	260214,84	-		
консервы	6805	28552	4,20	5,76	104778,61	-		
СУММА (мясо переработанное + мясопродукты)	118241,6	635237	-	100	364993,44	796737,45	-270243,56	161500,45

Примечание. Сценарий 1 – все поступившее на мясокомбинат сырье перерабатывается на мясопродукты при фактической структуре их производства в рамках группы товаров (группа товаров – мясопродукты, вид продукции – колбасные изделия и консервы); сценарий 2 – все поступившее на мясокомбинат сырье реализуется в виде переработанной продукции при фактической структуре их производства в рамках группы товаров (группа товаров – мясо переработанное, вид продукции – замороженное и охлажденное мясо).

гастрономический путь», состоящий из 120 объектов общепита, и инициативу «Питайся как эстонец») [1], Польша (реализуя ряд тематических целевых программ «Попробуй качественные продукты», «Соединяй производство, качество и традиции» и др.) [2], полагаем, невозможно.

А это означает, что продукция белорусских агропромышленных организаций должна стать интересной, желанной и «ценной», т.е. максимально удовлетворять потребности и для ее промежуточного, и для конечного использования.

В этой связи стоит изменить систему мер стимулирования роста эффективности экспорта белорусских агропродовольственных товаров и увеличения в нем размеров добавленной стоимости национального происхождения. Альтернативный действующему подход должен включать в себя несколько нижеследующих блоков действий:

I. Модернизация системы ценообразования на предназначенную для экспорта продукцию.

Основой нового подхода должна стать ориентация, особый упор на интенсификацию торговли «полезностью» – тем эффектом, который потребитель получит от приобретения и использования белорусского продовольственного, либо сельскохозяйственного товара.

Для обеспечения расчетов между производителями и зарубежными потребителями предлагается использовать расчетные цены, сформированные по методике, основанной на сопоставлении достигнутых параметров продуктивных, «ценностных» качеств продукции отечественного и зарубежного производства.

Порядок применения альтернативного варианта формирования цены, включающего в себя ряд после-

довательных этапов, представлен на примере расчета стоимости ремонтного молодняка свиней – одного из перспективных экспортных продуктов:

1) составление перечня продуктивных качеств ремонтных животных, приоритетных на данном этапе функционирования для конкретного откормочного предприятия. Таковыми могут выступать как одно качество, так и их группа (репродуктивные, откормочные, мясосальные);

2) определение породы или гибрида с наилучшим проявлением продуктивных характеристик, выбранных как приоритетные;

3) устанавливание средней стоимости одной головы ремонтного молодняка пород зарубежной селекции. Данное значение – основа определения расчетной цены за племенных свинок. На сегодняшний день средняя цена реализации одной ремонтной головы пород йоркшир, ландрас массой 40-60 кг датской и немецкой селекции составляет, в среднем, 1000 € [3];

4) сравнение продуктивных качеств ремонтных особей белорусской и зарубежной селекции, определение размера относительного отклонения в достигнутых значениях, т.е. насколько породы (или гибриды) отечественного производства соответствуют репродуктивным, откормочным, мясосальным параметрам пород зарубежной селекции.

В таблице 4 представлен пример проведения сравнительного анализа характеристик гибридов ремонтных свиноматок;

5) вычисление среднего арифметического значения отклонения по параметрам и их группам;

6) установление цены реализации одной головы молодняка белорусской селекции. Например, при-

Таблица 4. Сравнительный анализ продуктивных параметров гибридов свиней белорусской ((БМхИ)хД) и немецкой (ИхЛ) селекции

Показатели		Гибриды свиней белорусского производства	Гибриды свиней зарубежного производства	Относительное отклонение, %
Репродуктивные показатели	Многоплодие одной свиноматки, гол.	10,7	11,2	95,5
	Молочность одной свиноматки, кг	56,1	54,3	103,3
	Среднее количество поросят к отъему от одной свиноматки, шт.	9,5	9,7	97,9
	Масса гнезда при отъеме, кг	92,6	86	107,7
	Среднее арифметическое значение отклонения по репродуктивным показателям ремонтных свиноматок			
Откормочные показатели	Средний возраст достижения живой массы 100 кг одной головой молодняка, дней	175	173	98,8
	Среднесуточный прирост одной головы молодняка, г	728	730	99,7
	Затраты корма на один ц прироста одной головы молодняка, ц к.ед.	3,38	3,4	99,4
	Среднее арифметическое значение отклонения по откормочным показателям молодняка			
Мясосальные показатели	Длина туши, см	100,7	103,3	97,5
	Толщина шпика, мм	17,1	19,6	87,2
	Масса задней трети полутуши, кг	12	11,8	101,7
	Площадь «мышечного глазка», м ²	49,3	47,4	104
	Среднее арифметическое значение отклонения по мясосальным показателям молодняка			
Среднее арифметическое значение отклонения по показателям трех групп продуктивных качеств свиней				99,4
<i>Примечание. БМ – особь белорусской мясной породы; И – особь породы йоркшир; Л – особь породы ландрас; Д – особь породы дюрк; ((БМхИ)хД) – гибрид, полученный скрещиванием особей пород белорусской мясной, йоркшир и дюрк; (ИхЛ) – гибрид, полученный скрещиванием особей пород йоркшир и ландрас.</i>				

ритетными для определенного специализированного свиноводческого откормочного предприятия являются мясосальные характеристики молодняка, получаемого от племенных свинок. По результатам сравнения двух гибридов установлено, что продуктивные параметры ремонтного поголовья отечественной селекции составляют 97,6 % от уровня достигнутых значений зарубежной (в сравнительном варианте – немецкой) селекции [4, 5]. Это значит, что стоимость белорусских ремонтных свинок может в данном случае составлять 97,6 % от цены реализации племенных особей пород йоркшир или ландрас – 976 €.

На сегодняшний момент стоимость отечественных ремонтных свинок составляет 220-230 долл. США за одну голову [6], т.е. в 4, 5 раза ниже, чем может быть исходя из результатов расчета цены, ориентированной на реализацию продуктивных качеств.

Соответственно, во столько цена реализации может вырасти, особенно учитывая то, что значения качественных параметров продукции отечественных племенных предприятий в процессе селекционной работы могут повышаться, что будет адекватной оценкой примененных компетенций специалистов-селекционеров и компенсацией затраченного труда рабочих.

Практическая значимость применения предлагаемого подхода (метода «гонки за лидером») к расчету цен состоит:

1) в возможности обосновать цены реализации продукции белорусских племенных предприятий на внешних рынках;

2) в стимулировании организаций-экспортеров повышать качественные параметры производимой ими продукции (увеличивать продуктивные характеристики);

3) в установлении взаимовыгодных производственных связей между субъектами хозяйствования, при которых увеличение уровня эффективности функционирования заказчика (в примере – откормочных организаций) будет непосредственно и напрямую обусловлено успехом работы производителей конечной сельхозпродукции.

Кроме того, считаем целесообразным расширение номенклатуры поставляемых на зарубежные рынки товаров посредством заключения форвардных контрактов через платформу Белорусской универсальной товарной биржи. Такой подход следует распространить на продукцию пищевкусовой, сахарной, плодоовощеконсервной, картофелеперерабатывающей и мукомольно-крупяной промышленности, а также технологии производства продукции сельского хозяйства, выраженные в семенах, саженцах, семенном материале, ремонтном молодняке, продукты переработки яиц и др. полуфабрикаты по номенклатуре.

Форвардные контракты, с одной стороны, – инструмент биржевой торговли, с другой – предполага-

ют проведение переговоров между контрагентами, в т.ч. о требованиях к размерам контрактов и качественным параметрам продукции. Это означает, что вышеизложенная схема формирования цены белорусской экспортной продукции может стать основой для ее обоснования перед заключением контракта.

Преимущества реализации агропродовольственной продукции с помощью форвардных контрактов:

- повышение эффективности управления финансовыми потоками сельхозпредприятий;
- сглаживание ценовых колебаний на продукцию;
- частичное решение проблем с дефицитом оборотных средств.

Использование такого подхода организации экспортирования продукции сельского хозяйства в перспективе позволит формировать структуру и прогнозировать объем производства исходя из потребностей долгосрочного законтрактованного спроса на внешних рынках. Как следствие, возможным станет выстраивание системы взаимовыгодных долгосрочных отношений между перерабатывающими и сельскохозяйственными организациями в рамках цепочек создания товаров и стоимости, а также планирование размеров и номенклатуры необходимых ресурсов, применяемых технологий и перспективного объема инвестиций.

II. Совершенствование институциональной среды экспорта агропродовольственных товаров.

К данному блоку отнесены следующие, отражающие совершенствование методов и способов участия в международных и региональных торгово-экономических объединениях, а также формирование системы продвижения продукции на внешние рынки, мероприятия:

- содействие ЕАЭС устранению ограничительных мер при доступе на рынки третьих стран, в том числе в случае возникновения торгового спора с третьей стороной [7];

- использование переговорного потенциала ЕАЭС для заключения соглашений с третьими странами в целях увеличения экспорта агропродовольственной продукции на перспективные рынки стран Азии, Африки, Персидского залива;

- организация и проведение специализированных конференций для экспортёров о потенциале мировых рынков, в т.ч. с предоставлением информации о конкретных зарубежных фирмах – потенциальных партнерах;

- формирование ассоциаций производителей и экспортёров, ориентированных на продвижение конкретных видов продукции;

- развитие внешнеторговой инфраструктуры [8] посредством, во-первых, формирования института торговых представителей в части активного продвижения сельскохозяйственной продукции и продовольствия на внешние рынки, во-вторых, строительства совместных логистических центров в трансграничных районах, в-третьих, эксплуатации объекты

экспортной инфраструктуры государств-членов ЕАЭС, в-четвертых, организации собственной международной электронной торговой площадки;

- внедрение в производство и увеличение экспорта новых и (или) перспективных видов товаров. В качестве таковых можно рассматривать: цветы по видам, их семена и луковицы, грибы по видам, картофель и овощные культуры, плодово-ягодные культуры (смородина, крыжовник, голубика, арония, клюква и др.), посадочный материал плодовых и ягодных культур, племенная продукция;

- развитие механизмов информационно-коммуникационной и консультационной поддержки экспорта агропродовольственных товаров, максимальное использование потенциала выставочной, ярмарочной деятельности [9].

III. Проведение стратегических процессных трансформаций сельскохозяйственного производства – фундамент мер стимулирования роста эффективности экспорта и увеличения в нем размеров добавленной стоимости национального происхождения

– предполагает выработку ответов на те вызовы, которые уже сейчас принципиально трансформируют ситуацию в отрасли и на рынке и обуславливают усиление рисков хозяйствования. Рыночное влияние потребителей возрастает не только на конъюнктуру, но и на тенденции развития. Это находит проявление и в изменении отношения к сельскохозяйственным видам деятельности, их восприятию, а также степени зависимости результатов функционирования и внешне-торговой деятельности организаций, например от уровня участия в устойчивом развитии территорий и «экологичности» применяемых технологий. Следовательно, лояльность потребителей, приверженность конкретному продукту во многом определяется вовлеченностью производителей в процессы ответственного, «этичного» функционирования. В этой связи предлагаются следующие мероприятия, имеющие целью стратегическую трансформацию производственных, организационных, снабженческих и сбытовых процессов в сельском хозяйстве:

- отказ от целенаправленного наращивания объемов производства, приоритет – сокращению материалоёмкости;

- широкое применение методов и возможностей товарного, ценового, сбытового и коммуникационного бенчмаркинга;

- оптимизация размещения производительных сил путем ликвидации нерентабельных издержкоёмких производств с полностью изношенными помещениями и строительство новых производственных объектов;

- совершенствование специализации с ориентацией на максимальное использование адаптивных, в т.ч. местных, факторов интенсификации;

- целенаправленная реализация стратегии «развитие продукта». Суть ее заключена в необходимости обеспечения соответствия системы производства тре-

бованиям, сформированным на рынке. Актуальны преобразования подходов к обращению с животными (уход, условия содержания, кормления), сокращению использования упаковки и применение перерабатываемых упаковочных материалов, снижению степени воздействия на окружающую среду по всей цепочке создания продукта, трансформации системы управления, формированию среды абсолютного равенства работников перед руководством и др. ESG-процессы.

Достижению такого положения дел должна способствовать непрерывная системная работа, включающая и совершенствование коммуникаций с потребителями, и выстраивание «этичного» окружения, и повышение удобства взаимодействия с конкретной фирмой-экспортером посредством, например, увеличения вариантов совершения сделок. Но главный элемент данной работы – формирование бренда «Смакі Беларусі» с его своеобразными, исключительными характеристиками, которыми, по мнению авторов, могут быть:

- традиционность, как в широком смысле, т.е. ориентация на поддержание ценностей, норм и образа жизни в сельской местности, так и в узком – позиционирование и распространение белорусской кухни и рецептов;
- многообразии вкусов;
- крафтовый характер производства;
- «здоровый продукт», т.е. потребление такого продукта «несет здоровье», повышает иммунитет;
- культивирование значимости и преимуществ, присущих процессу приготовления не полуфабриката, а переработанного продукта (например, эксперимент, время в компании или кругу семьи, традиционность/основательность и др.) [10].

Заключение

В результате комплексной последовательной реализации трех предложенных блоков мероприятий стимулирования повышения эффективности экспорта агропродовольственной продукции:

- 1) будет обеспечено формирование системы поддержки экспорта с применением организационных, маркетинговых, информационных инструментов в целях усиления позиций субъектов хозяйствования Беларуси на перспективных мировых рынках;
- 2) продукция отечественных производителей при всем множестве вариантов выбора на рынке станет иметь свои четкие отличия, преимущества для потребителя в долгосрочной перспективе;
- 3) иностранные потребители будут отдавать предпочтение белорусской продукции на непрерывной, первоочередной и постоянной основе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Эстонский гастрономический путь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/article/38911-marketpleys-dlya-fermera-stanut-li-agrarnye-platformy-nezamenimym-instrumentom-dlya-fermerov/https://www.eestitoit.ee/ru/content/estonskiy-gastronomicheskiy-put>. – Дата доступа: 23.09.2022.
2. Пилипук, А. Применение мирового опыта развития и стимулирования экспортной деятельности предприятий АПК в Республике Беларусь / А. Пилипук // Аграрная экономика. – 2020. – № 11. – С. 46-56.
3. Бальников, А.А. Продуктивность хряков зарубежной селекции и их использование при промышленном скрещивании / А.А. Бальников // Зоотехническая наука Беларуси: сб. науч. тр.; редкол.: И.П. Шейко (гл. ред.) [и др.]. – Жодино: РМП «НПЦ НАН Беларуси по животноводству». – 2013. – Т. 48. – Ч. 1. – С. 23-30.
4. Ивашкевич, О. Перспективы развития свиноводства стран СНГ / О. Ивашкевич // Наше сельское хозяйство. – 2018. – № 18. – С. 30-38.
5. Преимущества белорусских пород свиней [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agriculture.by/articles/zhivotnovodstvo/o-preimuschestvah-belorusskih-porod-svinej>. – Дата доступа: 16.03.2022.
6. Рецепты конкурентоспособности для белорусской шкварки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agriculture.by/articles/ispytano-na-sele/recepty-konkurentosposobnosti-dlja-belorusskoj-shkvarki>. – Дата доступа: 14.01.2022.
7. Карпович, Н. Реализация экспортного потенциала Республики Беларусь в агропродовольственной сфере на рынке ЕАЭС / Н. Карпович, Е. Макуцня // Аграрная экономика. – 2022. – № 6. – С. 32-42.
8. Киреенко, Н.В. Новая конфигурация глобальных производственно-сбытовых цепочек на агропродовольственном рынке / Н.В. Киреенко // Белорусский экономический журнал. – 2022. – № 1. – С. 62-78.
9. Карпович, Н. Приоритетные направления развития агропродовольственного экспорта Беларуси / Н. Карпович, Е. Макуцня // Аграрная экономика. – 2022. – № 8. – С. 18-33.
10. Бурачевский, А. Состояние и направления развития мясного животноводства в Республике Беларусь / А. Бурачевский // Экономический бюллетень ГНУ «НИЭИ Министерства экономики Респ. Беларусь». – 2022. – № 4. – С. 45-51.

ПОСТУПИЛА В РЕДАКЦИЮ 21.11.2022