

**ПРОБЛЕМЫ СБЫТА ПРОДУКЦИИ
МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ**

Бондарь С.В., к.э.н., доцент

Учреждение образования «Белорусский государственный аграрный технический университет», г. Минск, Республика Беларусь

Вербицкая Н.О., старший преподаватель

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО», г. Минск, Республика Беларусь

Ключевые слова: экспорт, мясопереработка, сбыт, конкурентоспособность, внешнеторговые барьеры, качество и безопасность, логистика холодной цепи.

Key words: export, meat processing, sales, competitiveness, foreign trade barriers, quality and safety, cold chain logistics.

Аннотация: В статье систематизированы ключевые барьеры экспорта, включая ценовые ограничения и валютно-финансовые риски, логистические издержки, требования к безопасности пищевой продукции и прослеживаемости. Показано, что эффективность экспортной деятельности зависит от согласованности производственно-технологических параметров организации и сбытовых компетенций ее сотрудников. Сформулированы направления совершенствования экспортной сбытовой политики.

Summary: This article systematizes key export barriers, including price restrictions and currency and financial risks, logistics costs, food safety requirements, and traceability. It demonstrates that the effectiveness of export activities depends on the alignment of a company's production and technological parameters with its marketing competencies. Directions for improving export marketing policies are outlined.

Введение. Мясоперерабатывающая промышленность является одной из ключевых подсистем агропромышленного комплекса, обеспечивающих поступление валютной выручки и формирование межотраслевых эффектов занятости и загрузки смежных производств. Экспорт мясной продукции, однако, сопряжён с повышенной институциональной и операционной сложностью по сравнению с внутренним рынком: контрактные требования к безопасности и стабильности качества, регуляторные режимы импортёров, необходимость подтверждения соответствия (сертификация, инспектирование, ветеринарно-санитарные процедуры), а также высокая технологическая чувствительность продукции к температурным режимам и срокам годности.

Основная часть. Целесообразно рассматривать сбыт на экспорт как многоуровневую систему, где «результат продаж» определяется не только ценой, но и способностью организации обеспечить целостность цепочки создания ценности на всём горизонте поставки: от сырья и производственного контроля до логистики, документарного сопровождения и выполнения договорных условий.

На внешних рынках конкуренция по цене усиливается из-за сравнительной доступности сырья и производственных мощностей у конкурентов. Однако ценовое давление усугубляется тем, что организация несёт «стоимость соответствия» требованиям импортёра: расходы на лабораторный контроль, верификацию технологических параметров, сертификацию, адаптацию маркировки, упаковки и составов под требования конкретного рынка.

Следствием становится эффект снижения маржинальности либо необходимости пересмотра ценовых предложений при сохранении объёмов продаж. Важно, что в экспорте цена часто фиксируется контрактом заранее, а себестоимость может меняться вследствие колебаний входных затрат, что повышает риск убыточности поставок.

Для внешнеторговых операций характерны валютные колебания, а также риски исполнения платёжных обязательств (различная платёжная дисциплина контрагентов, ограниченность инструментов гарантий). Эти факторы напрямую влияют на управляемость оборотного капитала и на готовность предприятия заключать контракты на объёмы/сроки, которые оптимальны с точки зрения рынка, но требуют значительных финансовых ресурсов [1].

В результате организация может предпочитать «короткие» сделки с менее выгодными условиями или выбирать посредников, увеличивающих конечную цену и ограничивающих контроль над каналами.

Мясная продукция технологически чувствительна: нарушение температурного режима, задержки на маршруте и несоблюдение условий хранения ведут к снижению органолептических свойств и рискам признания партии несоответствующей. Для экспортного сбыта критична не только стоимость перевозки, но и надёжность выполнения графика поставки (OTIF—On Time In Full) и документируемость соблюдения режима перевозки. Операционные проблемы проявляются в нескольких формах:

- рост доли возвратов/претензий из-за несоответствия срокам годности или температурным профилям;

- штрафные санкции по контрактам за срыв сроков;

- дополнительные расходы на повторную упаковку, утилизацию или уценку.

Экспорт осуществляется в условиях различающихся регуляторных режимов: требования к санитарным показателям, методам контроля, составам и маркировке, а также к прослеживаемости сырья. Если система менеджмента качества предприятия не обладает достаточной воспроизводимостью, импортёр вынужден ужесточать входной контроль, увеличивается вероятность отклонений партий и затягивается согласование поставок.

Кроме того, изменчивость требований (обновление регламентов, внутренние процедуры импортёра, смена протоколов инспектирования) повышает неопределённость планирования и требует адаптивности производственной и документарной подсистем.

Проблемы сбыта на внешнем рынке нередко связаны с тем, что ассортимент организации формируется исходя из внутренних производственных возможностей, а не из спецификации спроса импортёра. На конкретных рынках могут доминировать определённые категории (охлаждённые, замороженные, полуфабрикаты, продукты с конкретными рецептурами и упаковкой), а также требования к весовым фасовкам, типу упаковки и сроку годности для канала продаж.

Если продуктовая линейка не «собрана» под потребности канала (опт, дискаунтеры, премиальная розница, HoReCa), организация сталкивается с низкой оборачиваемостью и ограничением доступа к ключевым контрагентам.

На экспортных рынках значимы организационные компетенции: наличие экспортной команды, способность вести переговоры по коммерческим условиям, формирование портфеля контрактов, управление претензионной работой и договорной ответственностью. Практически это выражается в:

неравномерном распределении рисков (кто несёт потери при температурных отклонениях);

невыгодных условиях страхования/инкотермс;

недостаточной адаптации маркетингового предложения (брендинг, история бренда, продуктовые преимущества, доказательная база качества) [2, с. 98].

В рамках совершенствования экспортной сбытовой политики следует рассматривать экспорт как «функцию» системы качества, т.е. обеспечивать воспроизводимость параметров продукта и документальное подтверждение на уровне всего цикла поставки. Практическим инструментом выступает развитие процессов прослеживаемости: от сырья до отгрузки, с возможностью оперативной локализации партии при претензиях.

Необходимо формировать продуктовую матрицу: категория × канал × требование × прогноз спроса. Цель – устранение несогласованности между ассортиментом и спросом, снижение доли невостребованных позиций и повышение оборота.

Помимо оптимизации маршрутов и упаковки, целесообразно внедрять мониторинг холодовой цепи и регламент претензионной работы. Надёжность поставок должна измеряться через KPI, отражающие временные и количественные отклонения, а также частоту претензий.

Снижение концентрационных рисков достигается через диверсификацию стран и типов контрагентов. При этом диверсификация должна быть «управляемой»: с приоритетом тех рынков, где требования качества и документарной готовности предприятия соответствуют стандартам импортёра.

Заключение. Подводя итог, можно отметить, что экспортный сбыт мясной продукции белорусских производителей сталкивается с барьера-

ми, которые целесообразно трактовать как системные разрывы между требованиями импортёров и возможностями предприятия по качеству, логистике, документарному обеспечению и коммерческой адаптации. Наиболее существенными проблемами выступают ценовое давление с учётом «стоимости соответствия», логистическая уязвимость холодовой цепи, регуляторные и сертификационные ограничения, а также ассортиментно-канальная несогласованность предложения с факторами спроса.

Повышение эффективности экспортного сбытового механизма требует перехода от фрагментарных решений (разовых поставок и «точечных» улучшений) к интеграции экспортной стратегии с системами качества, логистики и риск-менеджмента, включая адаптацию продуктового портфеля и контрактных условий.

Список использованной литературы

1. Сущность и задачи маркетингового подхода в управлении предприятием . – 2025. – URL: <http://www.somemarketing.ru/margus-995-1.html> (дата обращения: 12.04.2026).
2. Глубокий, С.В. Маркетинг для профессионалов. Практическое пособие / С.В. Глубокий. – Минск: Промкомплекс, 2022. – 112 с

УДК 368.563.002.2

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СТРАХОВАНИЯ КАК МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Войтко И.А., к.э.н., доцент

Учреждение образование «Белорусский государственный аграрный технический университет», г. Минск, Республика Беларусь

Ключевые слова: страхование, сельское хозяйство, производители, государственная поддержка, эффективность.

Key words: insurance, agriculture, producers, government support, efficiency.

Аннотация: В статье рассмотрены основные экономические показатели развития рынка страхования в сельском хозяйстве. В Республике Беларусь данный механизм является обязательным и осуществляется с участием государственной поддержки. Правом на проведение такого страхования наделено Белорусское республиканское унитарное страховое предприятие «Белгосстрах». Фактические данные показывают, что в сельском хозяйстве наблюдается более неравномерное нежели по другим видам страхования распределение размера страховых взносов и страховых выплат по