

7. Юкиш В. Ф. Макроэкономическое прогнозирование, планирование и программирование : учеб. пособие. М.: МАДИ, 2016. 204 с.

8. Cryptocurrency across the world // TripleA. URL: <https://triple-a.io/crypto-ownership/> (дата обращения: 04.04.2022).

9. Global Cryptocurrency Charts // Coinmarketcap. URL: <https://coinmarketcap.com/charts/> (дата обращения: 09.05.2022).

10. Top 10 Cryptocurrency Facts and Stats // PlayToday.co. URL: <https://playtoday.co/blog/cryptocurrency-facts/> (дата обращения: 09.05.2022).

С. А. Никифоров,

аспирант

Полоцкий государственный университет

И. В. Зенькова,

к. э. н., доцент, зав. кафедрой экономики

Полоцкий государственный университет

К. В. Павлов,

д. э. н., профессор

Полоцкий государственный университет

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ СТАНДАРТА HALAL ОРГАНИЗАЦИЯМИ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ БЕЛАРУСИ

***Аннотация.** Важным направлением внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь являются изменения в структуре внешней торговли, связанные с ростом доли экологически чистой продукции в структуре торгового оборота. Цель исследования – анализ современного состояния и определение перспектив роста экологически чистой мясной продукции стандарта HALAL, разрабатываемой и продвигаемой организациями Витебской области на зарубежные рынки.*

Исследование было проведено с помощью различных методов (системного анализа, ранжирования и т. п.), в результате чего было выявлено, что в современных условиях в связи с возрастанием кризисных явлений (в том числе в связи с ситуацией на Украине и связанным с этим действием различных санкций со стороны Запада) целесообразно переориентировать рыночную стратегию мясоперерабатывающих предприятий Витебской области и увеличить поставки экологически чистой продукции HALAL не только в различные регионы России, но и в такие страны, как Казахстан и Азербайджан с преимущественной долей мусульманского населения.

***Ключевые слова:** экологически чистое производство, мясная продукция, стандарт HALAL, Витебская область, Беларусь, зарубежные рынки*

Введение

Приоритетное место во внешнеэкономической деятельности занимает внешняя торговля. Определение понятия «внешнеторговая деятельность» представлено в законе Республики Беларусь «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», в котором говорится, что внешнеторговая деятельность — деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственности [6]. Под внешнеэкономической деятельностью понимается предпринимательская деятельность в области международного обмена товарами, работами, услугами, информацией, результатами интеллектуальной деятельности, в том числе исключительными правами на них.

Законодательно термин «внешнеэкономическая деятельность» (ВЭД) впервые был закреплен в 1977 г. в Конституции СССР, но само понятие тогда раскрыто не было. Содержание понятия ВЭД было представлено в Федеральном законе РФ от 18 июля 1999 г. № 183-ФЗ «Об экспортном контроле». В нем говорилось, что внешнеэкономическая деятельность – это внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность, включая производственную кооперацию, в области международного обмена товарами, в том числе исключительные права на них (интеллектуальная собственность).

Как справедливо отмечает С. С. Вабищевич [2, с. 42], внешнеэкономическая деятельность базируется на мировом рынке, материальной основой которого стали научно-техническая и информационная революции, а также постоянно изменяющееся международное разделение труда. Содержательно данный вид деятельности включает ряд направлений, к которым относят следующие:

- 1) международная торговля товарами;
- 2) международные кредитные отношения;
- 3) международное инвестиционное сотрудничество;
- 4) международное кооперирование и научно-техническое сотрудничество.

Известный ученый Е. Ф. Прокушев [8, с. 7] считает, что основу внешнеэкономической деятельности составляют внешнеэкономические связи (ВЭС), под которыми понимается упорядоченная, постоянно развивающаяся сеть взаимодействия и коммерческих коммуникаций субъектов, входящих в структуру внешнеэкономического комплекса.

Внешняя торговля является наиболее развитой формой международных экономических отношений, следствием процесса интенсификации международного разделения труда в условиях научно-технических и информационных преобразований. Ее задачами (функциями), как отмечает А. Н. Михайлин [4, с. 23], являются:

- организация и обслуживание международного обмена природными ресурсами и результатами труда в их вещественной и стоимостной форме;
- международное признание потребительской стоимости продуктов — результатов международного разделения труда;
- определение общественно необходимых затрат на производство товаров;
- организация международного денежного обращения.

На интенсивность товарообмена между государствами оказывает влияние ряд факторов:

- возросший экспорт капитала и усиление влияния транснациональных корпораций;
- качественные сдвиги в структуре производства в условиях научно-технической и информационной революции, которые потребовали специализации и кооперирования в международном и глобальном масштабе;
- появление новых отраслей и видов производств, что усилило зависимость ряда стран от импорта отдельных видов сырьевых товаров;
- изменения в структуре мировой торговли, связанные с ростом доли наукоемкой, в том числе экологически чистой продукции, готовых изделий и услуг.

В частности, в дальнейшем в данной работе в качестве важнейшей цели исследования рассматривается экологически чистая мясная продукция стандарта HALAL, разрабатываемая и продвигаемая предприятиями и организациями Витебской области (и, прежде всего, ОАО «Витебский мясокомбинат») Республики Беларусь на зарубежные рынки, особенно на рынок России, а также Казахстана и Азербайджана.

При этом в работе используются методы системного анализа, метод ранжирования, а также сравнительно-статистические методы.

Результаты исследования

Коммерческая деятельность на внешнем и внутреннем рынках характеризуется рядом отличий, а именно:

- на национальном рынке движение товаров обусловлено такими факторами, как производственные связи между предприятиями и регионами страны, а на мировой рынок значительное влияние оказывают межгосударственные границы и внешнеэкономическая политика отдельных стран;
- отличительной чертой мирового рынка является существование особой системы мировых цен;
- мировой рынок товаров дополняется рынком услуг, в частности торговлей лицензиями;
- структура и направления торговли отдельных стран на мировом рынке определяются изменением конкурентоспособности товаров;

- мировой торговле присуща неравномерность роста как торговли отдельных стран, так и всего мирового товарооборота [5, с. 85].

Особенности функционирования предприятий внешнеэкономического комплекса Республики Беларусь

В Республике Беларусь предприятие является основным звеном внешнеэкономического комплекса страны. Предприятия, имеющие выход на внешний рынок Беларуси, могут образовывать в своем составе внешнеторговые фирмы, управления внешнеэкономической деятельности или отделы внешнеэкономических задач. Их организационная структура зависит, прежде всего, от размера предприятия, объема и номенклатуры экспортной и импортируемой продукции, а также от степени сложности продаваемой продукции, опыта внешнеэкономической деятельности, организационных форм сбыта продукции [7, с. 238]. Причем внешнеторговая фирма, управление внешнеэкономической деятельностью или отдел внешнеэкономических связей не являются юридическим лицом, а функционируют как часть предприятия, в составе которого они созданы.

Внешнеторговая фирма имеет свое название, в котором должно быть указано и наименование предприятия [9, с. 41]. Развитие внешнеэкономической деятельности на уровне предприятия означает дополнительные возможности использования преимуществ международной производственной кооперации и увеличения степени свободы в выборе наиболее эффективных путей решения производственных задач.

Основными задачами внешнеторговой фирмы являются:

- осуществление совместно с другими производственными подразделениями предприятия внешнеторговых сделок по закреплённой номенклатуре;

- развитие экспорта товаров и услуг и улучшение его товарной и региональной структуры, расширение номенклатуры;

- повышение качества и конкурентоспособности экспортируемых товаров [11, с. 173];

- повышение эффективности импортных закупок в соответствии со стратегией развития предприятия и обеспечение рационального расходования средств в иностранной валюте;

- изучение и анализ конъюнктуры мирового рынка по закреплённой за предприятием товарной номенклатуре, систематическое изучение деятельности важнейших отечественных зарубежных конкурентов и разработка предложений по повышению эффективности экспорта и импорта;

- установление научно-технического и производственного сотрудничества с зарубежными странами;

- организация послепродажного сервиса за рубежом.

Значение мясоперерабатывающей промышленности Витебской области Беларуси

Для экономики Витебской области Беларуси большое значение имеет развитие предприятий и организаций мясомолочной продукции, в том числе в реализации их внешнеэкономического потенциала. Так, например, ОАО «Витебский мясокомбинат» по производству колбасных изделий и полуфабрикатов входит в пятерку крупнейших мясокомбинатов в Республике Беларусь (кроме этого предприятия на Витебщине функционируют еще несколько предприятий мясоперерабатывающей промышленности: это ОАО «Глубокский» и «Миорский» мясокомбинаты, ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» и пр.). Ассортимент продукции ОАО «Витебский мясокомбинат» насчитывает более 400 наименований: колбасные изделия, продукты из свинины и говядины, продукты из шпика, мясные и мясокостные полуфабрикаты, пельмени.

Таким образом, на сегодняшний день ОАО «Витебский мясокомбинат» является одним из крупнейших предприятий мясоперерабатывающей промышленности Республики Беларусь и специализируется на производстве мясных продуктов и продуктов переработки скота. В целом выпуск основных групп продукции мясоперерабатывающих предприятий Витебской области в общем объеме производства составляет:

- мясо и субпродукты говядины, свинины, конины – свыше 42 %;
- колбасные изделия, продукты из свинины и говядины – около 44 %;
- мясные полуфабрикаты – свыше 10 %.

Выпускают также жиры пищевые топленые, сухие животные корма, жиры кормовые и технические.

Мясо и мясные продукты являются ценными продуктами питания массового потребления [10, с. 153]. Ассортимент выпускаемых мясокомбинатом колбасных изделий, продуктов из свинины и говядины насчитывает более 200 наименований, в том числе: колбасы вареные; сосиски и сардельки; колбасы полукопченые; колбасы варено-копченые; колбасы сырокопченые; продукты из свинины и говядины; продукты из субпродуктов.

При производстве мясных изделий на предприятиях мясоперерабатывающей промышленности Витебщины используется натуральное сырье: свинина, говядина, грудка и филе птицы. Предприятия тщательно подходят к подбору поставщиков, имеют собственную сырьевую базу и новейшие убойные линии, что позволяет им получать мясо высокого качества. Так, Витебский мясокомбинат вырабатывает и поставляет потребителям охлажденные и замороженные мясные полуфабрикаты: крупнокусковые, мелкокусковые и порционные натуральные полуфабрикаты; фарши; рубленые полуфабрикаты; мясокостные полуфабрикаты; пельмени, равиоли и вареники; колбасы сырые; полуфабрикаты быстрого

приготовления. Основная часть жиров пищевых топлёных реализуется населению через сеть фирменной торговли (в целом достаточно большая часть продукции реализуется населению через сеть фирменной торговли). С целью привлечения новых потребителей и расширения рынка сбыта на мясокомбинате введен в действие магазин-склад, отпускающий продукцию индивидуальным предпринимателям за наличный и безналичный расчет по оптовым ценам.

Экологически чистое производство мясной продукции стандарта HALAL

Учитывая тенденции развития рынка колбасных изделий и рекомендации специалистов по здоровому питанию, ОАО «Витебский мясокомбинат» приступил к выпуску колбасных изделий с добавлением говядины и мяса птицы (грудка, филе). Специалисты ОАО «Витебский мясокомбинат» всегда думают о потребителе, поэтому постоянно работают над тем, чтобы качество каждого изделия соответствовало самым строгим мировым стандартам.

ОАО «Витебский мясокомбинат» предлагает к реализации продукцию HALAL, производство которой сертифицировано в соответствии с требованиями ЕС Халяль-01:2012, MS 1500:2004, MS 1500:2009. В продуктовой линии «Халяль» представлены вареные колбасы «Восточная», «Имбирная», «Мускатная», полукопченая колбаса «Горская», варено-копченая салями «Пряная», сосиски «Восточные», «Имбирные», «Мускатные», ветчина вареная «Говяжья».

На предприятии внедрены, сертифицированы и функционируют современные системы:

- системы менеджмента качества (СМК) в соответствии с СТБ ISO9001;
- системы управления качеством и безопасностью продукции на основе анализа рисков и критических контрольных точек (НАССР) в соответствии с СТБ 1470;
- системы менеджмента безопасности пищевых производств (СМБПП) в соответствии с СТБ ИСО 22000;
- системы управления охраной труда (СУОТ) в соответствии с требованиями СТБ 18001;
- системы управления окружающей средой (СУОС) в соответствии с требованиями СТБ 14001.

Гарантией производства и поставки потребителям продукции, соответствующей требованиям технических нормативных и правовых актов, является собственная центральная производственная лаборатория, которая аккредитована на соответствие требованиям СТБ ИСО/МЭК 17025. Лаборатория мясокомбината осуществляет ежедневный контроль сырья, готовой продукции, вспомогательных материалов, санитарно-гигиенического состояния производственных помещений, технологического оборудования, инвентаря, тары, рук персонала, воздуха производственных помещений, воды.

Руководство ОАО «Витебский мясокомбинат», разработав политику в области качества, стремится к созданию и поддержанию высокого технического уровня производства, который является залогом производства продукции высокого качества. ОАО «Витебский мясокомбинат» постоянно проводит техническое переоснащение и модернизацию производства, что является гарантией создания высококачественных мясных продуктов.

Продукция ОАО «Витебский мясокомбинат» неизменно получает высокую оценку на специализированных выставках и конкурсах качества, проводимых в Республике Беларусь, а также в Российской Федерации, Казахстане, что подтверждается многочисленными наградами. Но наиболее значимой наградой для любого предприятия является высокая оценка и признание его продукции потребителями. Рынок России является основным рынком сбыта для предприятий мясоперерабатывающей отрасли промышленности Республики Беларусь. В первую очередь это связано с ограниченными сроками реализации продукции, короткого плеча сообщения, отсутствием языкового барьера и льготами, связанными с таможенным союзом. Экспорт в Россию мяса крупного рогатого скота составляет около 80 % общего объема экспорта по данной товарной группе.

Заключение

В условиях острой конкуренции и снижения емкости рынка мяса и мясной продукции Российской Федерации необходима диверсификация внешних рынков сбыта продукции ОАО «Витебский мясокомбинат» и других аналогичных предприятий Витебщины. Следует учитывать также сложившуюся геополитическую ситуацию на Украине и связанные с этим санкции. Как известно, существенно повлияла на деятельность белорусских предпринимателей за рубежом в последнее время ситуация на Украине и последовавшие в связи с этим разнообразные санкции со стороны коллективного Запада, значительно ухудшившие и без того непростой (в связи с прежними действиями, например, и литовского государства против Беларуси) предпринимательский климат.

Таким образом, основной задачей предприятия на внешнем рынке является поиск направлений повышения объема продаж продукции на рынок России и новых рынков сбыта с целью увеличения объема экспорта продукции предприятия с высокой добавленной стоимостью.

Учитывая недостаточное использование экспортного потенциала предприятия по продукции HALAL, рассмотрим возможные новые рынки сбыта данной продукции [3]. Как показывают результаты исследования рынка России, одним из наиболее перспективных регионов для сбыта продукции HALAL являются рынки г. Москвы и г. Санкт-Петербурга. За последние годы в столице России открылось около десятка новых магазинов для мусульман, а объем продаж «ха-

лалных» продуктов вырос на 50–60 % в указанный период времени и продолжает расти. Причем значительную часть «халальной» продукции потребляют москвичи, далекие от ислама. «Спрос на продукцию, производимую под каким-либо контролем религиозных общин, возрастает, прежде всего, потому, что люди начинают задумываться, что они едят. «Халальная» продукция высокого качества. Например, в этой продукции к минимуму сведено использование химических добавок или субпродуктов, поэтому у потребителей больше доверия к ним», – полагает Михаил Аншаков [1], являющийся председателем Общества защиты прав потребителей.

А спрос именно на продукцию «халал» порождает спрос на продукцию просто из говядины, так как производители не в силах обеспечить рынок соответствующей продукцией. При выборе других рынков сбыта продукции HALAL производства ОАО «Витебский мясокомбинат» были проанализированы следующие показатели: численность мусульман; объем импорта колбасных изделий на душу населения; стоимость одного килограмма импорта колбасных изделий; поголовье крупного рогатого скота; розничные цены на колбасную продукцию [12].

Для анализа были выбраны семь стран СНГ, имеющие относительно большую численность мусульман, – Узбекистан, Азербайджан, Казахстан, Таджикистан, Туркменистан, Кыргызстан и Грузия. В последнее время особенно интенсивно налаживаются и увеличиваются поставки продукции HALAL мясоперерабатывающей промышленности Витебской области Республики Беларусь, кроме Российской Федерации, также на рынки Казахстана и Азербайджана. Целесообразно использовать позитивный опыт витебских предприятий мясоперерабатывающей промышленности в развитии экологически чистого производства в других регионах Беларуси, а также за рубежом, особенно в России, Казахстане и других постсоветских государствах со значительной долей мусульманского населения.

1. В Москве вдвое увеличился спрос на продукты халал [Электронный ресурс] // Islam.uz. Достоверно об исламе [сайт]. URL: <http://islam.uz/kutibxona/halal-haram/507-halal.html> (дата обращения: 20.11.2021).

2. Вабищевич С. С. Внешнеэкономическая деятельность в РБ: правовые перспективы : монография. Минск: Молодежное научное общество, 2010. 232 с.

3. Исследовательский анализ мясопродуктов [Электронный ресурс] // Интернет-портал исследований продуктов питания Российской Федерации. URL: <http://www.produkt-ap.ru> (дата обращения: 12.02.2022).

4. Михайлин А. Н. Управление внешнеэкономической деятельностью фирмы : учеб. пособие. Минск: МАЭП, ИИК «Калита», 2020. 112 с.

5. Морозов Ю. П. Внешнеэкономическая деятельность: организационно-экономический аспект. Н. Новгород: Высшая школа, 2014. 241 с.

6. Организация внешней торговли [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. URL: <http://www.president.gov.by> (дата обращения: 12.12.2020).

7. Повышение конкурентоспособности экономики на основе ее инновационного развития и модернизации: системный подход : коллективная монография / под науч. ред. д. э. н., профессора К. В. Павлова. Новополоцк: Полоцкий госуд. университет, 2020. 288 с.

8. Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность : учебно-практ. пособие. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2015. 286 с.

9. Соркин С. Л. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. Организация и управление : курс лекций. Гродно: Изд-во Гродненского филиала негосударственного института современных знаний, 2012. 109 с.

10. Турбан Г. В. Внешнеэкономическая деятельность : учеб. пособие. Минск: Вышш. шк., 2017. 207 с.

11. Экономика на постсоветском пространстве в условиях новых патологических вызовов и процессов цифровизации : коллективная монография / под науч. ред. д. э. н., профессора К. В. Павлова. Ижевск: Шелест, 2021. 644 с.

12. Trade Map. Trade statistics for international business development Monthly, quarterly and yearly trade data. [Электронный ресурс]. URL: http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx (дата обращения: 15.10.2021).

Т. А. Найденова,

к. э. н., доцент

СГУ им. Питирима Сорокина

Е. Н. Новокшинова,

к. э. н., доцент

СГУ им. Питирима Сорокина

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ЭКОСИСТЕМЫ: СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА

***Аннотация.** С переходом к новому технологическому укладу зарождается новая модель организации и поддержки предпринимательства, способная обеспечить координацию взаимодействия между экономическими субъектами, – предпринимательская экосистема. Цель исследования – оценить деятельность предпринимательских экосистем в пространственной экономике. Отражены результаты анализа функционирования предпринимательских экосистем Сбер и ТиСиЭс Груп Холдинг и сделан вывод: развитие предпринимательских экосистем как в теоретическом, так и в практическом ключе является отправной точкой развития предпринимательства в экономике.*