

Павлов К.В.

д.э.н., профессор, профессор Кафедры экономики, Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк

kvp_ruk@mail.ru

Зенькова И.В.

к.э.н., доцент, зав. Кафедрой экономики, Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк

i.zenkova@psu.by

Никифоров С.А.

аспирант, Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк

nika55x@yandex.by

КУЛЬТУРНЫЕ И РЕЛИГИОЗНЫЕ ТРАДИЦИИ, КАСАЮЩИЕСЯ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ СТАНДАРТА HALAL, И ПОИСК ЕЕ СБЫТА ЗА РУБЕЖОМ

Ключевые слова: экологически чистое производство, мясная продукция, стандарт HALAL, религиозные культурные традиции, Витебская область, Беларусь, зарубежные рынки.

Keywords: organic production, meat products, HALAL standard, religious cultural traditions, Vitebsk region, Belarus, foreign markets.

Приоритетное место во внешнеэкономической деятельности нашей страны 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 собственностью¹. Под внешнеэкономической деятельностью понимается предпринимательская деятельность в области международного обмена товарами, работами, услугами, информацией, результатами интеллектуальной деятельности, в том числе исключительными правами на них.

¹ Организация внешней торговли // Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь. – <http://www.president.gov.by>

Законодательно термин «внешнеэкономическая деятельность» (ВЭД) впервые был закреплен в 1977 году в Конституции СССР, но само понятие тогда раскрыто не было. Содержание понятия ВЭД было представлено в Федеральном законе РФ от 18 июля 1999 года № 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 исключительными правами на них (интеллектуальная собственность).

Как справедливо отмечает С.С. Вабищевич¹, 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.

Е.Ф. Прокушев² 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. Михайлин³, 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.

¹ Вабищевич С.С. Внешнеэкономическая деятельность в РБ: правовые перспективы: монография. – Минск: Молодежное научное общество, 2010. – С. 42.

² Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность. Учебно-практическое пособие. – Москва: ИВЦ “Маркетинг”, 2015. – С. 7.

³ Михайлин А.Н. Управление внешнеэкономической деятельностью фирмы: учеб. пособие. – Минск: МАЭП, ИИК “Калита”, 2020. – С. 23.

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.

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 товарооборота¹.

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,

¹ Морозов Ю.П. Внешнеэкономическая деятельность: организационно-экономический аспект. - Нижний Новгород: Высшая школа, 2014. – С. 85.

организационных форм сбыта продукции¹. Причем, внешнеторговая фирма, управление внешнеэкономической деятельностью или отдел внешнеэкономических связей не являются юридическим лицом, а функционируют как часть предприятия, в составе которого они созданы.

Развитие внешнеэкономической деятельности на уровне предприятия означает дополнительные возможности использования преимуществ международной производственной кооперации и увеличение 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 закрепленной номенклатуре;
- развитие экспорта товаров и услуг и улучшение его товарной и региональной структуры, расширение номенклатуры;
- повышение качества и конкурентоспособности экспортируемых товаров²;
- 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 закрепленной 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.

В данной работе 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 Узбекистана, Казахстана и Азербайджана.

Для экономики Витебской области Беларуси большое значение имеет развитие предприятий и организаций мясомолочной продукции, в том числе в реализации их

¹ 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 гос. университет, 2020. – С. 238.

² 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. – С. 173.

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.

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.

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, ravioli и вареники; колбасы сырые; полуфабрикаты быстрого приготовления. Основная часть жиров пищевых топленых реализуется 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.

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» 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:

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

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.

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 продукции¹. 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 «халяльных» продуктов вырос на 50-60% в указанный период времени и продолжает расти. Причем значительную часть «халяльной» 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. «Халяльная» продукция – продукция высокого качества. Например, в этой продукции к минимуму

¹ Исследовательский анализ мясопродуктов. – <http://www.produkt-ap.ru>

сведено использование химических добавок или субпродуктов, поэтому у потребителей больше доверия к ним» – полагает Михаил Аншаков¹, являющийся председателем Общества защиты прав потребителей

А спрос именно на продукцию «халяль» 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 продукцию².

Для анализа были выбраны 7 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 также на рынки Узбекистана, 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, Узбекистане и других постсоветских государствах со значительной долей мусульманского населения.

¹ В Москве вдвое увеличился спрос на продукты халал. – <http://islam.uz/kutibxona/halal-haram/507-halal.html>

² Trade Map. Trade statistics for international business development. Monthly, quarterly and yearly trade data. – http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx