и направленной на баланс интересов государства, производителей и потребителей. Новые подходы к трансформации механизмов регулирования агропродовольственных рынков должны быть нацелены на приоритетность повышения эффективности производства сельскохозяйственной продукции и достижения полной самообеспеченности населения основными продуктами питания.

Список использованных источников

1. Закшевская, Е. В. Теоретические и практические аспекты государственного регулирования агропродовольственного рынка / Е. В. Закшевская, А. А. Тютюников, Т. В. Закшевская // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2015. – № 4 (47), Ч. 2. – С. 129–136.

2. Зулпукаров, А. Государственное регулирование в системе агробизнеса / А. Зулпукаров. – URL: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/575636 (дата обращения: 16.10.2024).

3. Среднесрочный сельскохозяйственный прогноз на 2024–2033 годы и новые проблемы. – URL: https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/a46a0163-2ce7-4971-965e-1a6befabeb80/content (дата обращения: 20.11.2024).

4. Мониторинг продовольственной безопасности – 2023: в контексте современных тенденций мирового рынка / В. Г. Гусаков [и др.]. – Минск : Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2024. – 259 с.

5. Кондратенко, С. Направления совершенствования механизма государственного регулирования агропромышленного производства в Республике Беларусь в современных условиях / С. Кондратенко, Н. Котковец // Аграрная экономика. – 2024. – № 3. – С. 3–22.

6. Размер удешевления части стоимости семян сельскохозяйственных растений // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. – URL: https://mshp.gov.by/ru/price_plant-ru/view/razmer-udeshevlenija-chasti-stoimosti-semjan-selskoxozjajstvennyx-rastenij-8860/ (дата обращения: 28.10.2024).

7. Цены на продукцию растениеводства // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. – URL: https://mshp.gov.by/ru/price_plant-ru/view/tseny-na-produktsiju-rastenievodstva-8859/ (дата обращения: 28.10.2024).

8. Торговые режимы // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. – URL: https://mfa.gov.by/export/traderegimes/ (дата обращения: 24.10.2024).

9. Жиляков, Д. И. Государственное регулирование развития сельского хозяйства : дис. … д-ра экон. наук : 08.00.05 / Жиляков Дмитрий Иванович ; Курская гос. с.-х. акад. им. И. И. Иванова. – Курск, 2021. – 476 л.

10. На Совете по агропромышленному комплексу стран ЕАЭС обсуждены достижения и перспективы // Евразийская экономическая комиссия. – URL: https://eec.eaeunion.org/news/na-sovete-po-agropromyshlennomu-kompleksu-stran-eaes-obsuzhdeny-dostizheniya-i-perspektivy/ (дата обращения: 28.10.2024).

11. Татарицкий, В. Для регулирования безопасности товаров электронной торговли из третьих стран в Союзе требуется установить особый механизм / В. Татарицкий // Евразийская экономическая комиссия. – URL: https://eec.eaeunion.org/news/valentin-tataritskiy-dlya-regulirovaniya-bezopasnosti-tovarov-elektronnoy-torgovli-iz-tretikh-stran-/ (дата обращения: 28.10.2024).

12. Перспективы развития инфраструктуры и логистики в сельском хозяйстве обсудили на полях ЕЭФ-2024 // Евразийская экономическая комиссия. – URL: https://eec.eaeunion.org/news/perspektivy-razvitiya-infrastruktury-i-logistiki-v-selskom-khozyaystve-obsudili-na-polyakh-eef-2024/ (дата обращения: 28.10.2024).

§ 1.4. Механизмы обеспечения устойчивости экспортных поставок отечественных агропродовольственных товаров на основе расширения использования каналов электронной торговли

В сфере сельского хозяйства и продовольствия торговля способствует расширению потребительского выбора и создает стимулы для производителей, обеспечивая оптимальное использование ресурсного потенциала и связи сельского хозяйства с другими секторами экономики. Помимо этого, внешняя торговля является важным элементом государственной стратегии продовольственного обеспечения, так как внешнеторговые потоки балансируют спрос и предложение на избыточных и дефицитных рынках сельскохозяйственной продукции и готового продовольствия [1–4]. Современный агропродовольственный сектор Республики Беларусь имеет ярко выраженную экспортную направленность, и в перспективе обеспечение устойчивости экспортных поставок отечественных агропродовольственных товаров является одной из стратегических задач на основе операционной эффективности экспорта и внедрения электронных каналов реализации.

В условиях глобализации и быстрого прогресса цифровых технологий агропромышленный сектор проходит изменения, связанные с переходом к онлайн-торговле. Электронные каналы становятся все более востребованными в современном мире, способствуют повышению эффективности реализации экспортного потенциала стран в агропродовольственной сфере. Следует подчеркнуть, что значительную роль и серьезный толчок к ускорению роста электронной коммерции в последние годы сыграла пандемия COVID-19, в результате которой еще более актуальным стал вопрос открытия новых возможностей взаимодействия с конечными потребителями товаров. По результатам последних лет в сегменте АПК доля мировой торговли через онлайн-площадки составила около 40 %. Для Республики Беларусь развитие и совершенствование данного формата торговли также является весьма актуальным, так как это дает дополнительные возможности эффективной реализации производственного потенциала национального агропромышленного комплекса. Его успешное развитие на протяжении последних десятилетий определяет ряд современных задач, приоритетной из которых

является наращивание экспортной выручки и переориентация торговых потоков агропродовольственных товаров на емкие и перспективные рынки сбыта. Необходимым условием наращивания экспортных поставок является создание дополнительных объемов традиционных видов продукции, а также новых с учетом требований конъюнктуры мирового продовольственного рынка с целью освоения перспективных географических ниш. Кроме того, важным фактором роста экспортной выручки выступает наращивание поставок более дорогой сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

Таким образом, факторами роста экспортных поставок агропродовольственных товаров на внешние рынки, которые характеризуют устойчивость и эффективность функционирования АПК страны, будут следующие: создание достаточного объема продукции (техническое и технологическое обновление отрасли, оказание поддержки); совершенствование структуры производства агропродовольственных товаров (увеличение доли готовых продуктов питания, рост удельного веса в структуре поставок брендированных товаров); действенное управление экспортной деятельностью (развитие инфраструктуры в области ВЭД, маркетинг, преодоление внешнеторговых барьеров).

В данной связи установлено, что для обеспечения устойчивости экспортных поставок отечественных агропродовольственных товаров важно определить механизмы, позволяющие достичь стратегических целей, что отражено в ряде документов стратегического планирования с горизонтом до 2035 г. (рис. 1.4.1).

Современный агропродовольственный сектор Республики Беларусь имеет ярко выраженную экспортную направленность. В 2022 г. экспорт агропродовольственных товаров составил 8,3 млрд долл. США, что является рекордным показателем за всю историю суверенной Беларуси. В качестве целевого индикатора на 2024 г. планируется обеспечить экспортную выручку в размере 9 млрд долл. США. Для сравнения, в 2000 г. данный показатель был на уровне немногим более 500 млн долл. США. За этот же период значительно увеличился вклад сельского хозяйства и пищевой промышленности в общий товарный экспорт страны – с 7,5 % в 2000 г. до 20,0 % в последние годы (рис. 1.4.2).

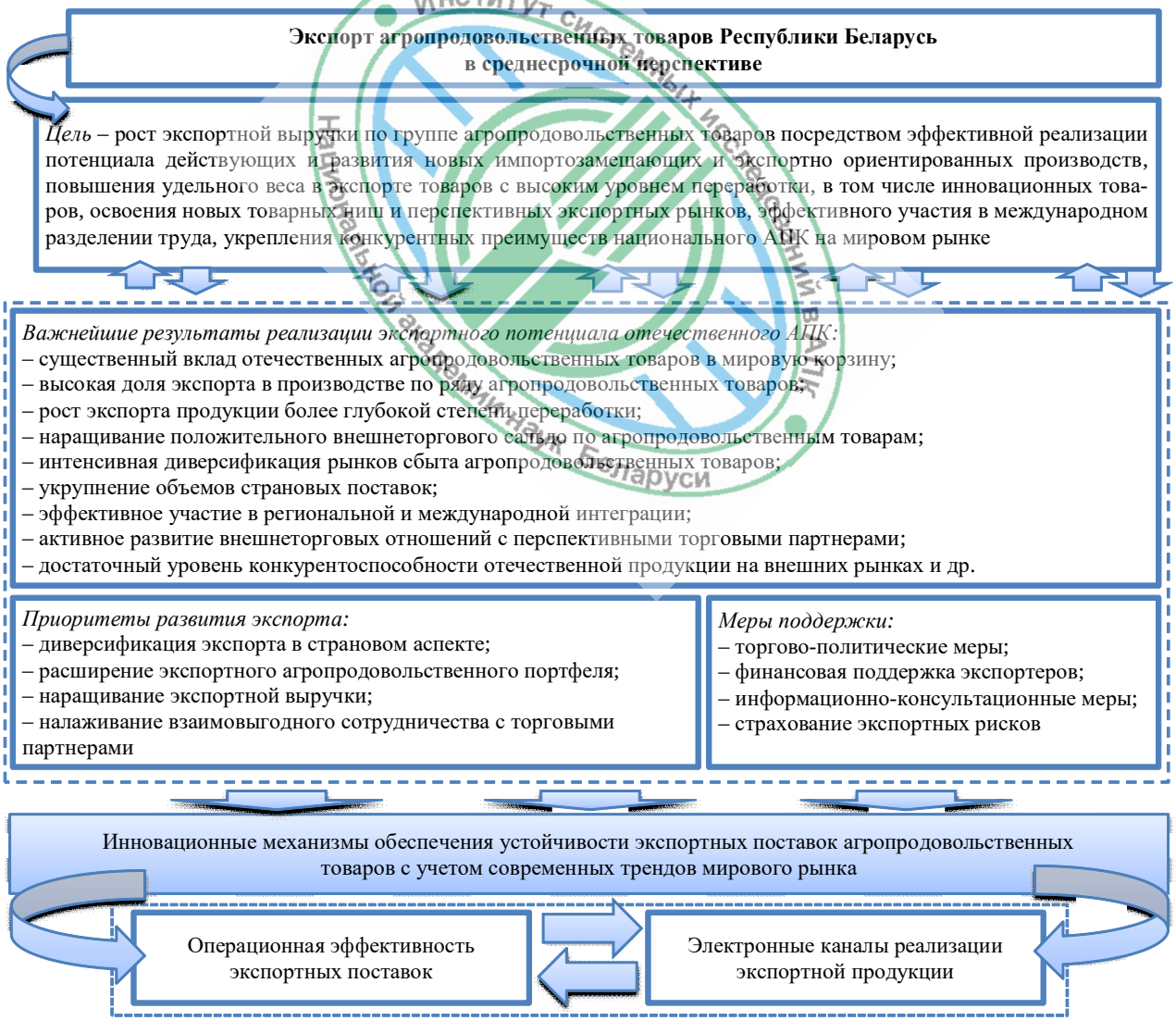

Рис. 1.4.1. Инновационные механизмы обеспечения устойчивости экспортных поставок отечественных агропродовольственных товаров на внешние рынки

Примечание. Рисунок составлен авторами по результатам исследований.

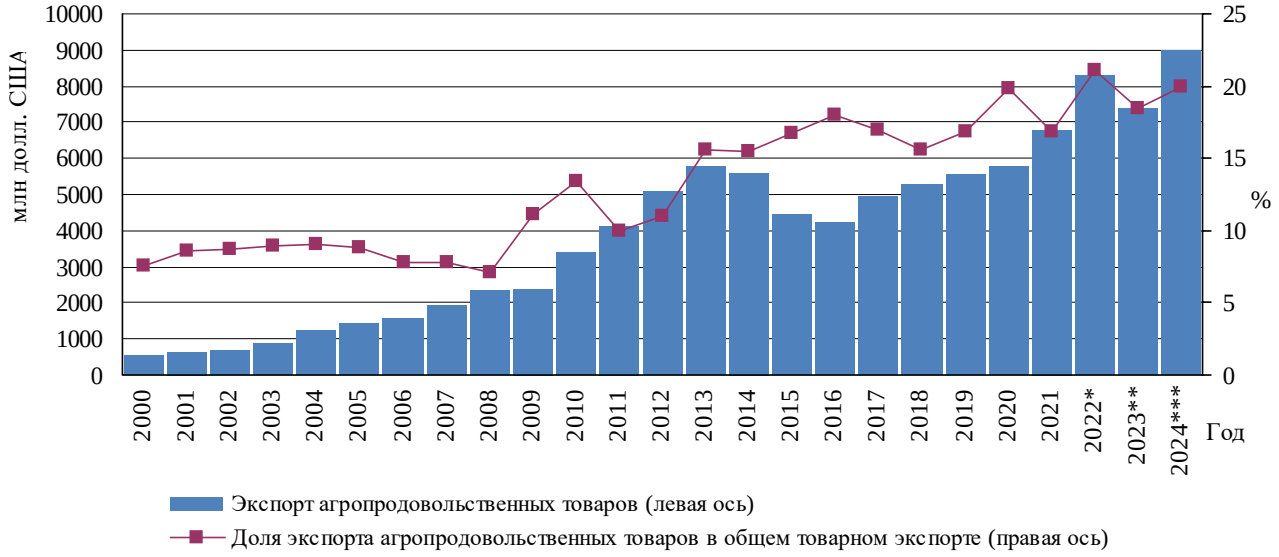

Рис. 1.4.2. Динамика экспорта агропродовольственных товаров Беларуси

Примечание. Рисунок составлен авторами по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь. * – по данным [5]; **– по данным [6]; *** – целевой индикатор.

Проведенный анализ свидетельствует, что с 2000 по 2023 г. экспортные поставки характеризовались значительно более динамичными темпами, чем выпуск продукции сельского хозяйства и пищевой промышленности: темп роста экспорта составил 13,4 раза, производства сельскохозяйственной продукции и готового продовольствия – 3,2 и 4,7 раза соответственно (рис. 1.4.3).

Кроме того, наблюдается наращивание ежегодных поставок на внешние рынки отечественных агропродовольственных товаров относительно темпов роста мировой торговли данной продукцией. Вместе с тем следует подчеркнуть, что линия тренда как мировой торговли агропродовольственными товарами, так и экспортных поставок белорусской сельскохозяйственной продукции имеют похожую динамику (рис. 1.4.4).

Рост экспортной выручки Беларуси по группе агропродовольственных товаров во многом был обеспечен, с одной стороны, наращиванием объемов производства, с другой – увеличением удельного веса продаж на внешние рынки от производственного выпуска. Так, доля экспорта в производстве по мясу и мясопродуктам в последние годы превышает 30 % (в 2000 г. – 6,4 %), молоку и молокопродуктам составляет более 60 (в 2000 г. – 17,5), растительному маслу – около 80 % (в 2000 г. – 13,6 %) и т. д. (рис. 1.4.5).

Данная тенденция отражает значительное превышение темпов роста экспорта над производством по основным продовольственным товарам. За последние 20 лет производство мяса выросло в 2 раза, а экспорт – в 10 раз, по молоку и молокопродуктам соотношение составило 1,7 и 6,1, овощам – 1,3 и 7,1 раза и т. д.

Таким образом, одной из стратегических задач, стоящих перед отечественной агропродовольственной сферой, является пролонгирование темпов роста экспорта на долгосрочную перспективу в условиях трансформации мировой торгово-экономической системы.

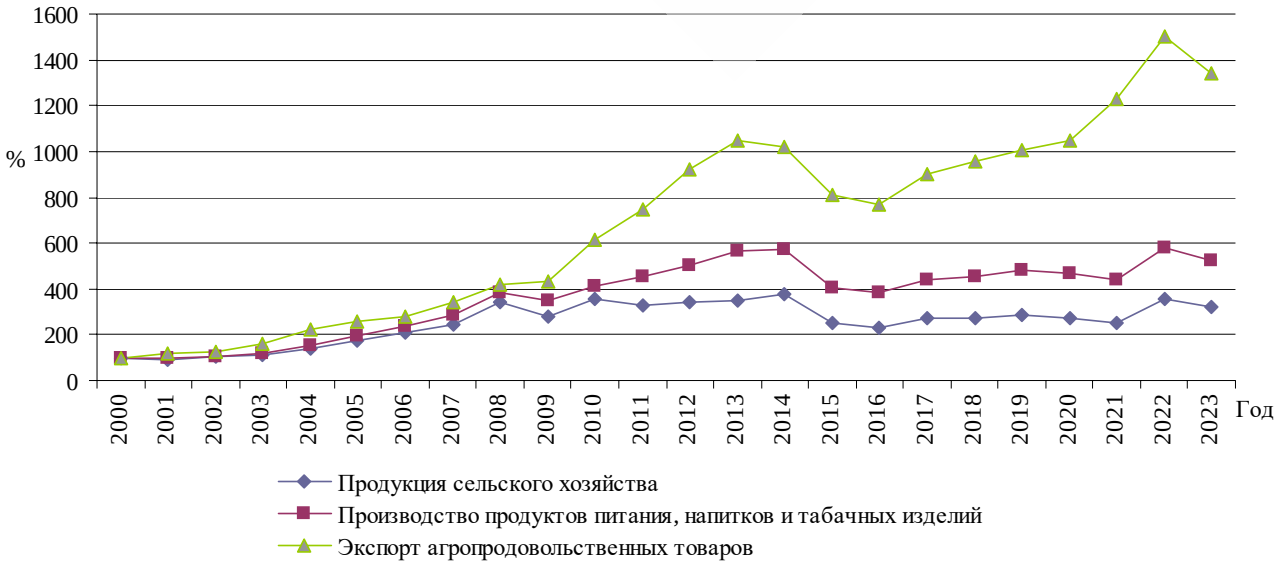

Рис. 1.4.3. Темпы роста производства и экспорта агропродовольственных товаров Беларуси, % к 2000 г.

Примечание. Рисунок составлен авторами по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь и [5, 6].

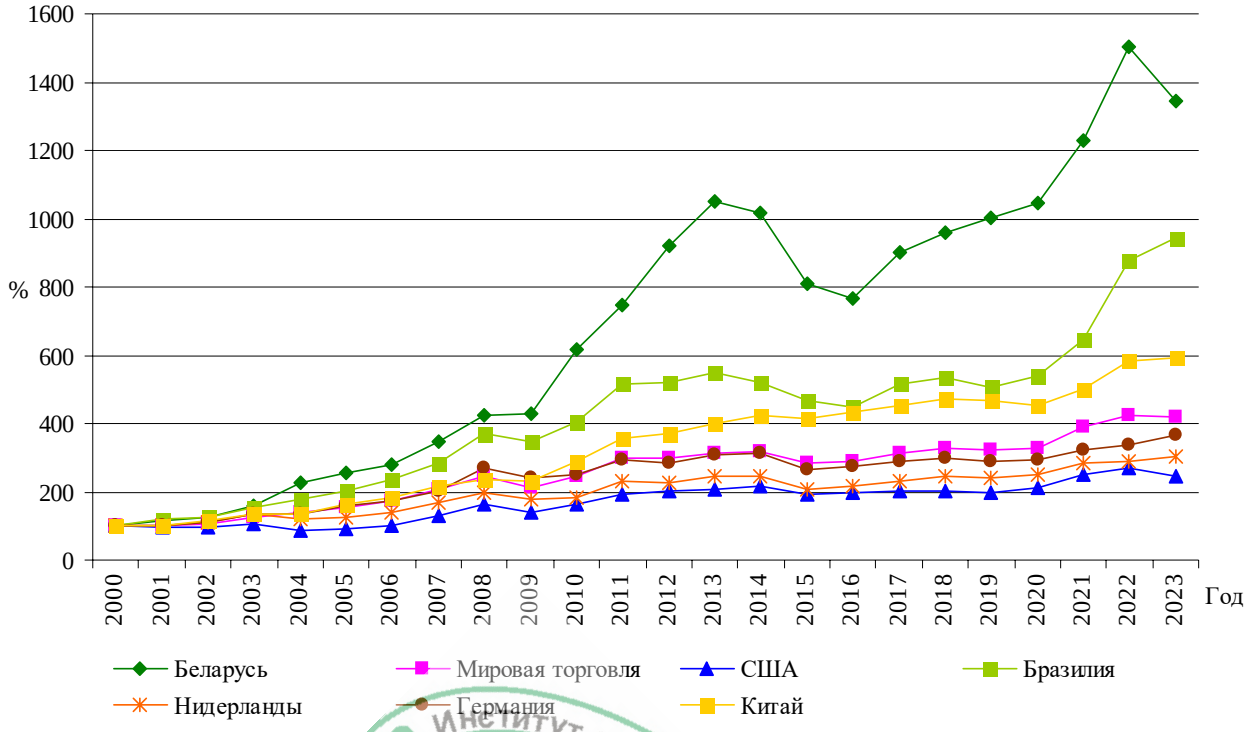

Рис. 1.4.4. Темпы роста экспорта Беларуси и мировой торговли агропродовольственными товарами, % к 2000 г.
Примечание. Рисунок составлен авторами по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь и [5–7].

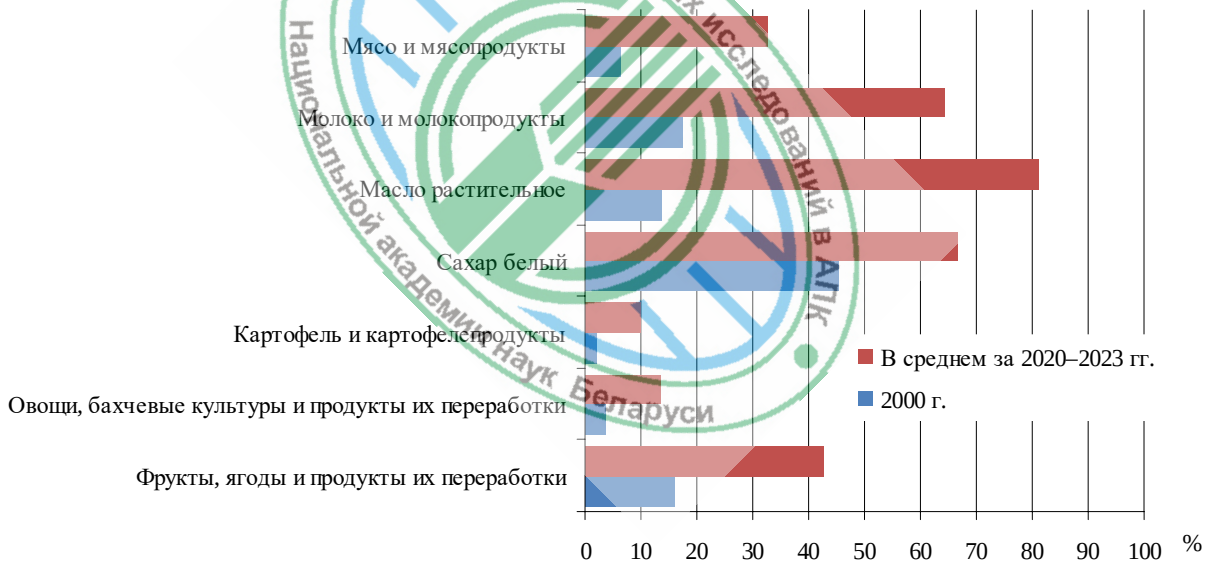

Рис. 1.4.5. Доля экспорта в производстве отдельных агропродовольственных товаров Беларуси
Примечание. Рисунок составлен авторами по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь и [5, 6].

Повышение операционной эффективности экспортных поставок агропродовольственных товаров возможно посредством ряда задач, среди которых: успешная реализация имеющегося производственного потенциала в агропродовольственной сфере; развитие новых импортозамещающих и экспортно ориентированных производств; совершенствование структуры экспортной агропродовольственной корзины с акцентом на продукцию глубокой степени переработки и инновационные товары, а также выпуск новой товарной массы, востребованной на мировом продовольственном рынке; проникновение на новые емкие экспортные рынки, а также углубление присутствия на уже освоенных географических нишах; развитие торгово-экономического сотрудничества на основе участия в бизнес-миссиях, международных выставках и ярмарках [1–4].

Агропродовольственный сектор включает в себя большое количество разнообразных участников: сельскохозяйственные организации, перерабатывающие предприятия, посреднические фирмы, оптовые компании, розничные торговые компании и др. Все участники взаимодействуют с помощью производственных связей, информационного обмена, товарных и финансовых потоков, транспортных и логистических каналов.

Благодаря внедрению цифровых технологий в электронной коммерции появляется возможность решения

ряда проблемных аспектов: ограниченный доступ информации, в том числе по зарубежным рынкам; сложности с осуществлением платежей; адекватное прогнозирование объемов продукции и емкостей рынков; прослеживаемость продукции с целью обеспечения ее качества и безопасности. Кроме того, внедрение инструментов электронной коммерции в агропродовольственном секторе позволит повысить устойчивость функционирования от сельскохозяйственных предприятий до производителей готовых продуктов питания, которым в совокупности характерна сезонность производства отдельных видов продукции, ограниченность производственных ресурсов [2, 8, 9].

Использование цифровых технологий может уменьшить производственные затраты в сельскохозяйственном секторе. Установлено, что в зависимости от уровня взаимодействия между производителями и потребителями могут использоваться различные модели электронной коммерции, в частности для развития экспортной деятельности B2B и B2C.

Цифровые технологии обеспечивают коммуникацию в режиме реального времени, упрощают трансграничные транзакции и расширяют доступ к рынку за счет повышения эффективности, прозрачности и индивидуализации. Они могут снизить торговые издержки (такие как расходы на транспортировку, проверку информации и отслеживание), тем самым повышая эффективность цепочки поставок за счет сокращения сроков доставки, улучшения транспортных, логистических и распределительных услуг, а также улучшения прослеживаемости по всей цепочке поставок. Кроме того, цифровые технологии могут быть важными инструментами для реализации стратегий предотвращения, снижения рисков и обеспечения готовности, включая определение приоритетов, разработку планов действий в чрезвычайных ситуациях и определение страхового покрытия.

Следует отметить, что пандемия COVID-19 ускорила давнюю тенденцию к осуществлению цифровых заказов как внутри стран, так и за их пределами. Произошла трансформация продаж как между самими предприятиями, так и между предприятиями и потребителями, в том числе за счет значительного увеличения розничных онлайн-продаж и расширения цифровых рынков. Технологический прогресс и изменения в деловой практике свидетельствуют о том, что доля торговли продукцией, заказываемой в цифровом формате, в перспективе будет увеличиваться. По оценкам международных экспертов, в ближайшее время ежегодный темп роста электронной торговли агропродовольственными товарами составит около 17 % [9].

Цифровая торговля может создать новые возможности для компаний и потребителей путем интеграции увеличившегося количества секторов экономики в мировую торговлю. Внедрение цифровых технологий может помочь развивающимся странам снизить барьеры для входа на рынки и обеспечить прямой доступ к глобальным рынкам, не прибегая к услугам таких традиционных посредников, как оптовые фирмы, розничные сети и издатели печатных средств массовой информации. Такие технологии предлагают микро-, малым и средним предприятиям экономически эффективные платформы для демонстрации своих товаров и услуг, роста производительности, обеспечения более эффективной конкуренции.

Мировая практика свидетельствует, что все большее число стран принимают меры внутренней политики, направленные на создание благоприятной среды, позволяющей предприятиям и потребителям использовать цифровые технологии и платформы для трансграничных цифровых транзакций. В то же время правительства сталкиваются со сложностями регулирования быстроразвивающегося ландшафта цифровой торговли (рис. 1.4.6) [8–10].

Определено, что изначально цифровые сервисы были нацелены на повышение эффективности управления агропромышленным комплексом. Они помогали производителям лучше продавать свою продукцию, будь то техника, удобрения или другие ресурсы, а аграриям – оптимизировать закупки, выбирая наиболее качественные товары по лучшим ценам и условиям доставки. С развитием технологий и углублением цифровизации на рынке начали появляться новые сегменты – маркетплейсы, которые кардинально изменили подход к торговле сельскохозяйственной продукцией.

С появлением маркетплейсов в аграрной отрасли возникли платформы, которые позволяют производителям и покупателям взаимодействовать напрямую. Такие платформы используют современные информационные системы, включая предиктивный анализ цен и искусственный интеллект, что позволяет значительно улучшить процесс торговли.

Примером такого подхода может служить агромаркетплейс Indigo Agro, запущенный в США в 2018 г. Эта биотехнологическая компания предоставила сельскохозяйственным производителям инструменты для онлайн-торговли, что позволило тысячам фермеров продавать свои продукты на миллионы долларов, используя удобные и доступные механизмы. В Индии, в свою очередь, Министерство сельского хозяйства запустило платформу eNAM в 2016 г., которая объединила фермеров из 18 штатов и 2 союзных территорий. Эта инициатива позволила значительно упростить процесс торговли сельскохозяйственными продуктами, обеспечивая поставщикам доступ к более широкому рынку и улучшая условия для их продаж [9].

За успехом агромаркетплейсов стоит цепочка совершенствующих глобальных бизнес-процессов, которые стали ядром стремительного процесса цифровизации экономики. Это включает в себя не только платформы для торговли, но и системы управления данными, логистические решения, а также инструменты для анализа и прогнозирования рынка. Появление маркетплейсов меняет традиционные подходы к торговле. Однако для достижения максимальной эффективности необходимо продолжать развивать и адаптировать инструменты, учитывая особенности сельскохозяйственной продукции.

Современная электронная коммерция охватывает не только финансовые и торговые транзакции, но и целый ряд вспомогательных процессов, необходимых для централизованных закупок. К ним относятся: возможность

Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси

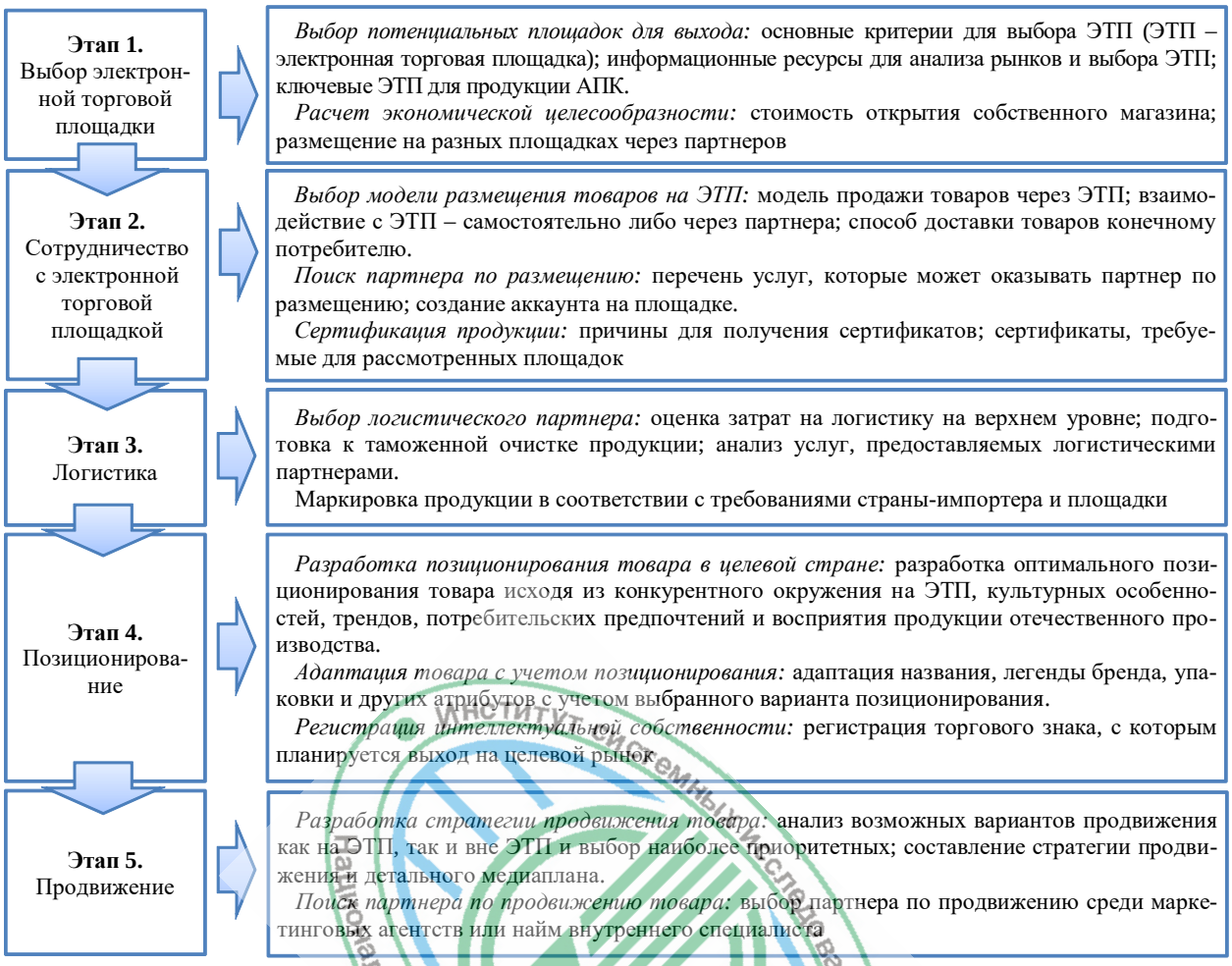

Рис. 1.4.6. Алгоритм выхода экспортеров на электронные торговые площадки

Примечание. Рисунок составлен авторами по данным [8–10].

заключения договоров купли-продажи с использованием электронной цифровой подписи; возможности гарантирования сделки через ESCROW Operator, проверка контрагентов по дополнительным внебанковским критериям (уровню удовлетворенности пользователей и рейтингу доверия); доступ к актуальной информации о тендерах через мобильные приложения с низкими технологическими барьерами и возможность анализа торговой статистики для выявления ключевых проблем или возможностей в текущей стратегии закупок и др. (табл. 1.4.1).

В стремительном развитии электронной коммерции на рынке сельскохозяйственной продукции и продовольствия присутствуют как сильные, так и слабые стороны (рис. 1.4.7).

В Республике Беларусь развиваются электронные торговые платформы, среди которых наиболее значимыми организациями являются ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» и РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен».

ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» (далее – БУТБ) предлагает инновационный подход к организации оптовой торговли, в том числе сельскохозяйственной продукцией, кардинально меняя традиционные методы взаимодействия между производителями и потребителями. Биржа выступает в роли централизованной платформы, объединяющей в едином информационном пространстве широкий круг участников рынка. Одним из ее преимуществ является то, что эта платформа представляет собой полноценный инструмент, позволяющий продавать и приобретать практически любые товары, причем заявки могут быть поданы на русском или английском языках. Также биржа проводит онлайн-торги с использованием электронной цифровой подписи [11].

К основным задачам БУТБ относятся содействие развитию организованного рынка товаров, упрощенный поиск продавцов и покупателей товаров, повышение эффективности экспортной деятельности, создание прозрачного механизма заключения биржевых сделок, а также обеспечение конкурентоспособного ценообразования.

Платформа предлагает огромный выбор товаров, охватывающий практически все категории сельскохозяйственной продукции: от зерновых культур и овощей до фруктов, молочных продуктов и мяса. Это позволяет, как производителям найти широкую аудиторию покупателей, так и покупателям – выбрать наиболее выгодные предложения из обширного каталога. Электронная торговля на БУТБ обеспечивает полную прозрачность ценообразования. Все сделки фиксируются, а условия доступны для всех участников. Это способствует формированию честной конкурентной среды, где побеждает предложение с наилучшим соотношением цены и качества. Возможность заключения сделок онлайн,

Институт системных исследований НАН Национальная академия наук Беларуси

Таблица 1.4.1. Особенности цифровых платформ в электронной коммерции АПК

Платформа	Страна	Особенности
Alibaba (https://alibaba.com)	Китай	Платформа ориентирована на международный рынок, что делает ее отличным выбором для импортеров и экспортеров. Характерно разнообразие товаров за счет огромного количества поставщиков. Компания активно развивает различные программы, такие как Rural Taobao, направленные на поддержку сельских производителей и расширение доступа к рынкам. Кроме того, предоставляется широкий спектр инструментов для управления бизнесом
Mastermedia (https://www.mastermediafood.com)	Польша	Одна из крупнейших экспортных торговых платформ продуктов питания в Польше, специализируется на глобальной дистрибуции продуктов питания и напитков. Конкурентным преимуществом маркетплейса является тот факт, что работа осуществляется гибко. Например, клиент может заказать различные виды пищевой продукции на одном поддоне. Это особенно важно, когда потребители ищут новые продукты для внедрения в свой ассортимент, а заказ полных поддонов одного и того же вида продукции связан с риском порчи и потери товара. Платформа предоставляет комплексный сервис, систему онлайн-заказов и поддержку в таможенных процессах
Agrodelo.online (https://agrodelo.online)	Россия	Специализированная отраслевая электронная торговая площадка для закупок и продаж сельхозпродукции и сопутствующих товаров в B2B сегменте. Площадка предоставляет стандартный пакет электронных торгов, простой маркетплейс. Платформа не поддерживает функции заключения сделки непосредственно на площадке, открытия escrow-счета, дашборда и аналитики рынка, рейтинга контрагентов, но на этой бирже присутствует возможность оформить доставку приобретенных товаров
Agritask (https://www.agritask.com)	Израиль, но деятельность ведется по всему миру, в основном в странах Африки, Центральной и Южной Америки	Предназначена для предоставления возможностей по принятию решений на основе фактических данных в сельскохозяйственном бизнесе. Интегрирует большое количество агрономических технологий, инструментов и источников данных в единое целое, что позволяет проводить анализ данных, оценивать риски, разрабатывать рекомендации и последовательность действий. Включает в том числе использование различных сенсоров, оборудования, аэрографии, прогнозных показателей. Имеются мобильные приложения
QuickPay (https://quickpay.net/)	Дания, действует в том числе на Мадагаскаре, Мальдивах, Маврикии и Сейшельских островах	Финтех-экосистема, которая интегрирует различные способы платежей. Хотя не относится напрямую к сфере сельского хозяйства, однако можно использовать при создании агрокошельков с прямой оплатой на банковский счет по электронной почте, SMS или QR-коду. Платежи проходят процедуры аутентификации покупателя, что существенно снижает риск мошеннических транзакций. Поддерживает различные международные способы платежей
Khusa (https://angledimension.com/khusa)	Малави	Приложение для привлечения средств и осуществления сбережений в сельской местности Малави. Объединяет официальных участников финансового рынка для осуществления транзакций между участниками. Платформа направлена на повышение доверия и преодоление разрыва между сельскими объединениями, банками, микрофинансовыми организациями, провайдерами мобильных денег. Решение доступно на различных платформах
THRIVE компании SVG (https://thriveagrifood.com/#)	США	Глобальная платформа для инвестирования в инновации в АПК, объединяющая более чем 5 тыс. стартапов из 100 стран. Поддерживают сельскохозяйственные, пищевые и технологические корпорации, университеты и инвесторов, заинтересованных во внедрении новых технологий в организациях агропромышленного бизнеса и создании стартапов
FoodLogiQ (https://www.trustwell.com/products/foodlogiq/)	США, включает более 2 тыс. зарегистрированных предприятий с 18 тыс. филиалами в более чем 35 странах	Программное обеспечение для всей цепочки поставок продуктов питания. Объединяет на одной платформе прослеживаемость всей цепочки стоимости, управления отзывами и соответствия требованиям безопасности пищевых продуктов. Проводит исследования по внедрению технологии блокчейна с целью снижения затрат в поставках продуктов питания
FullHarvest (https://www.fullharvest.com/)	США и Канада	Торговая площадка для плодоовощного бизнеса для реализации излишней или некондиционной (не соответствующей стандартам компаний) продукции. Связывает оптовых покупателей напрямую с фермами с целью устранить потери продовольствия путем полной оцифровки цепочки поставок (реализация задачи устойчивого развития)

Примечание. Таблица составлена авторами по данным [8–10].

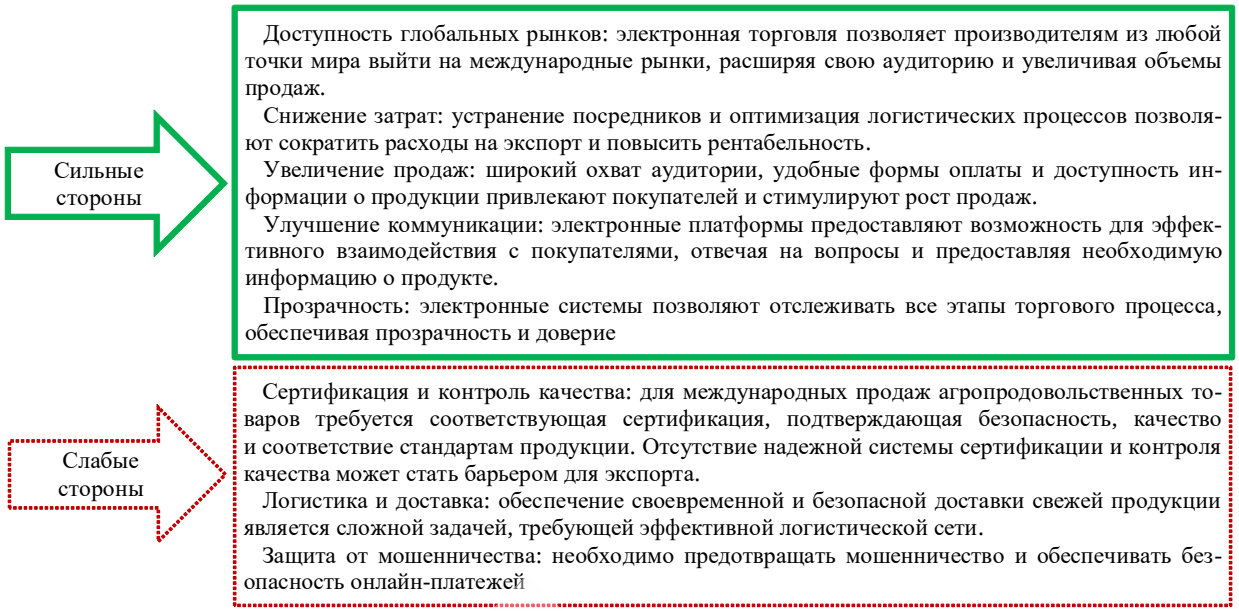

Рис. 1.4.7. Сильные и слабые стороны внедрения электронной торговли агропродовольственными товарами
Примечание. Рисунок составлен авторами по данным [8–10].

без необходимости личных встреч и длительной бумажной волокиты значительно экономит время и ресурсы. Это особенно актуально для крупных сельхозпредприятий, занимающихся оптовыми поставками. Упрощение логистики и коммуникации способствует увеличению эффективности работы [11].

РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» предлагает информационное и консалтинговое обеспечение всех видов процедур закупок на конкурсной основе в Республике Беларусь, в частности, информационные услуги, содержащие сведения о потребностях и закупках предприятий и организаций Республики Беларусь и зарубежных стран (www.icetrade.by), обеспечивает проведение электронных процедур закупок в режиме онлайн с применением информационных технологий мировой электронной торговли (www.goszakupki.by), осуществляет выдачу сертификатов открытого ключа электронной цифровой подписи (ca.ncmps.by), а также обеспечивает формирование, обработку, анализ, контроль, хранение и предоставление информации о государственных закупках (https://gias.by) [12].

В Республике Беларусь особое внимание уделяется развитию рынка B2B и электронных торговых площадок. Для создания и функционирования последних в стране уже сформирована соответствующая нормативно-правовая база. Ее составляющими являются Закон Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг)» и Декрет Президента Республики Беларусь № 8 «О развитии цифровой экономики». Внедрение электронных торговых площадок является неотъемлемой частью совершенствования отечественной агропродовольственной сферы. Переход на цифровую платформу позволяет существенно повысить эффективность всех процессов – от планирования производства до реализации экспортного потенциала. Это будет способствовать росту конкурентоспособности отечественных агропродовольственных товаров на мировом рынке и созданию более прозрачной и эффективной системы внешней торговли сельскохозяйственной продукцией. Дальнейшее развитие и расширение функционала электронных бирж будет играть ключевую роль в успешном развитии экономики страны.

В результате исследований установлено, что для развития электронной торговли агропродовольственными товарами могут быть реализованы следующие варианты, которые представлены в таблице 1.4.2.

Таким образом, создание собственной национальной платформы для электронной торговли имеет ряд преимуществ, среди которых: полная адаптация цифровой платформы под отечественные условия; обеспечение контроля на всех стадиях в соответствии с национальным законодательством; наиболее широкий охват участников – как экспортеров отечественных агропродовольственных товаров, так и импортеров отдельных видов сельскохозяйственного сырья и продовольствия для обеспечения сельскохозяйственных организаций и перерабатывающих предприятий недостающими ресурсами. В то же время недостатком будет необходимость привлечения большого объема финансовых и интеллектуальных ресурсов.

Кроме того, международное сотрудничество является важным преимуществом цифровой торговли. Поэтому необходима комплексная и многогранная стратегия для улучшения внедрения и эффективного использования цифровых технологий. Реализация любого из вариантов электронной торговой платформы требует инвестиционных вложений в цифровую инфраструктуру, подготовку специалистов цифровой грамотности, а также внедрения нормативно-правовой базы в об-ласти цифровой торговли. Цифровые технологии открывают возможности для обновления бизнес-моделей в цепочках создания стоимости, объединяя производителей и потребителей инновационными способами [2].

На рисунке 1.4.8 представлен разработанный комплекс механизмов обеспечения устойчивости экспортных

Таблица 1.4.2. Варианты цифровых электронных платформ для реализации отечественных агропродовольственных товаров на внешние рынки

Вариант электронной торговой платформы	Преимущества	Недостатки
Создание собственными силами национальной цифровой платформы	Полная адаптация под внутренние условия, обеспечение контроля в соответствии с внутренним законодательством, полная интеграция участников	Привлечение большого объема финансовых и интеллектуальных ресурсов, необходимо наличие опыта разработчиков, правовые препятствия
Создание совместной цифровой платформы в рамках ЕАЭС	Использование имеющегося опыта стран ЕАЭС, диверсификация рисков, снижение внутренней финансовой нагрузки, развитие общего внутреннего рынка агропродовольственной продукции, расширение ассортимента поставок	Возможное преобладание интересов в пользу более сильных партнеров в ЕАЭС, сложности в работе исполнителей проекта из разных стран, правовые ограничения, сложности в обеспечении стабильности функционирования платформы
Создание совместной цифровой платформы с другими странами	Расширение рынков сбыта, снижение рисков поставок в страну-участницу совместного проекта, более точная информация об условиях доступа на рынок	Сложность финансирования, поиск подходящих партнерских стран и исполнителей проекта, соблюдение баланса интересов, вероятное открытие рынка
Присоединение к глобальным или региональным цифровым платформам	Относительно минимальное финансирование, получение доступа к существующей цифровой инфраструктуре, внутренней информации о применяемых новых технологиях и возможностях	Подчинение требованиям платформы, риски отключения белорусских участников от платформы, слабое обеспечение устойчивости поставок на внешние рынки

Примечание. Таблица составлена авторами по результатам исследований.

Рис. 1.4.8. Комплекс механизмов обеспечения устойчивости экспортных поставок отечественных агропродовольственных товаров на внешние рынки

Примечание. Рисунок составлен авторами по результатам исследований.

поставок отечественных агропродовольственных товаров на внешние рынки, учитывающий современные требования мирового агропродовольственного рынка, связанные с усилением конкуренции со стороны основных мировых поставщиков, изменением логистических маршрутов, санкционным давлением, ростом внешнеторговых барьеров, цифровизацией международной торговли, формированием новых глобальных цепочек создания стоимости и др.

Заключение

Таким образом, комплексное взаимодействие традиционных (прямая финансовая поддержка, стимулирование развития производства, торгово-политические меры, заключение соглашений о зоне свободной торговли и т. д.) и инновационных (операционная эффективность экспортных поставок, электронные каналы реализации экспортной продукции) механизмов поддержки отечественных экспортеров в продвижении агропродовольственных товаров, базирующихся на совершенствовании системы коммуникаций и позиционировании конкурентных преимуществ отечественной продукции с точки зрения безопасности и оригинальных потребительских свойств, использовании маркетинговых инструментов и цифровых технологий, внедрении новых каналов реализации, информировании зарубежной целевой аудитории о качественных преимуществах и безопасности, будет способствовать обеспечению

устойчивых экспортных поставок отечественных агропродовольственных товаров на внешние рынки. Одним из драйверов экономики Беларуси является дальнейшее повышение результативности и эффективности агропродовольственного сектора за счет опережающего развития экспортного потенциала на основе создания новой товарной массы продукции, в том числе продукции с высокой добавленной стоимостью и степенью переработки, а также технологического совершенствования отрасли и других обеспечивающих мероприятий (развитие транспортно-логистической инфраструктуры, формирование цифровых транспортных коридоров, реконструкция инструментов поддержки экспорта, активное создание и использование цифровых торговых площадок и бирж, интеграция страны в глобальные цепочки создания стоимости и др.).

Список использованных источников

1. Дайнеко, А. Е. Стратегия развития экспорта агропродовольственных товаров Республики Беларусь в условиях санкционных ограничений / А. Е. Дайнеко, Н. В. Карпович // Вестник Фонда фундаментальных исследований. – 2024. – № 1. – С. 44–57.

2. Повышение эффективности внешней торговли АПК Беларуси в условиях развития международного торгово-экономического пространства / В. Г. Гусаков, Л. Н. Байгот, Н. В. Карпович [и др.]. – Минск : Беларуская навука, 2020. – 238 с.

3. Карпович, Н. Действенные меры и инструменты поддержки экспорта отечественных агропродовольственных товаров в контексте международных требований / Н. Карпович, Е. Макуценя // Аграрная экономика. – 2024. – № 5. – С. 69–84.

4. Карпович, Н. В. Реализация экспортного потенциала агропродовольственной сферы Беларуси – достижения и перспективы / Н. В. Карпович, Е. П. Макуценя // Аграрная экономика. – 2024. – № 8. – С. 3–15.

5. Экспорт белорусской сельхозпродукции в 2022 году составил $ 8,3 млрд // БелТА. – URL: https://belta.by/economics/view/eksport-belorusskoj-selhozproduktsii-v-2022-godu-sostavil-83-mlrd-550422-2023/ (дата обращения: 15.01.2025).

6. Производство продуктов питания, напитков и табачных изделий // Сайт Президента Респ. Беларусь. – URL: https://president.gov.by/ru/belarus/economics/osnovnye-otrasli/promyshlennost/pishhevaya (дата обращения: 15.01.2025).

7. Trade statistics for international business development // Trade Map. – URL: https://www.trademap.org (date of access: 15.01.2025).

8. Концепция развития экспорта российской продукции АПК через электронные каналы продаж // ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации». – 2021. – 44 с.

9. Digital Trade for Development // The International Monetary Fund, the Organisation for Economic Co-operation and Development, the United Nations, The World Bank and the World Trade Organization. – 2023. – 56 p.

10. Совершенствование информационных технологий в отечественном АПК / О. В. Кондратьева, А. Д. Федоров, О. В. Слинько, В. А. Войтюк // Техника и оборудование для села. – 2023. – № 8. – С. 7–11.

11. Белорусская универсальная товарная биржа : [сайт]. – Минск, 2005–2024. – URL: https://www.butb.by/tsifry-i-analitika/birzhevye-kotirovki (дата обращения: 15.01.2025).

12. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь : [сайт]. – Минск, 2003–2024. – URL: http://www.pravo.by (дата обращения: 15.01.2025).

§ 1.5. Информационное обеспечение системы управления качеством продукции в современных условиях

Значимость информационного обеспечения в контексте управления качеством обусловлена рядом факторов: глобализация международной торговли; скорость изменения внешней среды функционирования предприятий; повышение грамотности потребителей; усложнение агропродовольственных цепочек, в том числе с точки зрения транснациональности; повышение значимости вопросов качества и безопасности продовольствия; расширение способов доступа и предоставления, анализа информации и др. Наряду с этим в контексте формирования эффективной системы управления качеством продукции, вне зависимости от уровня, информационное обеспечение важно прежде всего как фактор, обуславливающий аналитические возможности, своевременность, обоснованность принимаемых решений, рациональность организации производственного и иных процессов как субъектов хозяйствования, так и органов управления для формирования в целом, а также структурных элементов систем регулирования и обеспечения качества и безопасности продукции.

Информационное обеспечение в области управления качеством продукции не является обособленным элементом регулирующего воздействия. Оно тесным образом взаимосвязано с остальными элементами системы, обуславливая их результативность и предопределяя потенциал реализации имеющихся возможностей; охватывает различного рода многочисленные аспекты, процессы, субъекты управления качеством продукции. Это позволяет рассматривать информационное обеспечение в нескольких плоскостях: с точки зрения регулирующего воздействия, производства продукции, поэлементно, поуровнево и т. д.

При этом государственный уровень информационного обеспечения является не только самым масштабным в рамках национальной экономики с точки зрения направлений, объектов и субъектов, задач и т. д., но и основополагающим при формировании в стране условий производства продукции, отвечающей установленным требованиям качества и безопасности. Уровень развитости используемых средств и методов (сбора, обработки, предоставления, распространения, актуализации и т. д.),