

УДК 339.187:63-021.66

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ
АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА РЫНОК ВЬЕТНАМА**

Киреенко Н. В., д-р экон. наук, профессор

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
Минск, Республика Беларусь*

Ключевые слова: продвижение, экономическая стратегия, внешний рынок, условия доступа, агропродовольственные товары.

Аннотация. В статье обоснованы особенности разработки экономической стратегии продвижения агропродовольственных товаров Республики Беларусь на рынок Вьетнама. Выделены национальные приоритеты развития продовольственной системы Вьетнама в части производства и внутреннего потребления сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, экспортной и импортной специализации. Обоснованы конкурентные преимущества и направления сбыта белорусской продукции на рынке данной страны.

**ECONOMIC AND ECONOMIC STRATEGY
FOR THE PROMOTION OF AGRICULTURAL
FOOD PRODUCTS OF THE REPUBLIC OF BELARUS
TO THE MARKET OF VIETNAM**

Kireyenka N. V., Doctor of Economics Sciences, Professor

*Belarusian State Agrarian Technical University,
Minsk, Republic of Belarus*

Keywords: promotion, economic strategy, foreign market, access conditions, agro-food products.

Summary. The article substantiates the features of developing an economic strategy for promoting agricultural products of the Republic of Belarus to the Vietnamese market. The national priorities for the development of the food system of Vietnam in terms of production and domestic consumption of agricultural products and foodstuffs, export and import specialization are identified. Competitive advantages and directions of sales of Belarusian products in the market of this country are substantiated.

Современная экономическая ситуация определяет новые условия и факторы развития внешней торговли Республики Беларусь, способствующие качественному росту экспорта и его географической диверсификации. В качестве одного из перспективных страновых рынков сбыта рассматривается рынок Вьетнама. Объем белорусского экспорта в 2021 г. в данную страну составил 11,9 млн. долл. США, в том числе 71 % приходился на молочную и мясную продукцию.

Важность расширения торгово-экономического сотрудничества с Вьетнамом обусловлена за счет возможности применения отечественных субъектов преференциальных условий торговли в рамках Соглашения о свободной торговле между ЕАЭС и Социалистической Республикой Вьетнам (подписано 29 мая 2015 г. и вступило в силу 5 октября 2016 г.). При этом экономическая стратегия продвижения агропродовольственных товаров должна обеспечивать повышение вклада интеграционных процессов в экономический рост и основываться на следующих специфических особенностях.

Социалистическая Республика Вьетнам – государство в Юго-Восточной Азии на полуострове Индокитай. На западе граничит с Лавосом и Камбоджей, на севере – с Китаем, с востока и юга омывается Южно-Китайским морем. При этом общая земельная площадь составляет 33 100 тыс. га, из которых 82,5 % сельскохозяйственные земли. По состоянию на 1 января 2021 г. численность населения страны составила 97 582,7 тыс. чел., которая за период с 2010 г. по 2020 г. увеличилась на 10 482,7 тыс. чел. В то же время удельный вес сельского населения в общей численности населения страны снизился с 80,6 % до 63,2 %.

Сельское хозяйство является доминирующей отраслью экономики Вьетнама, в 2020 г. доля которого в структуре ВВП составила 12,7 %. Основу сельскохозяйственной отрасли составляют зерновые культуры (рис – более 1 500 сортов, кукуруза), орехи кешью (первое место в мировом экспорте), пряности (50 % мирового рынка черного перца), тропические ягоды и фрукты (бананы, кокосы, ананасы, манго, цитрусовые, бахчевые), морепродукты, кофе, чай, каучук. Животноводство во Вьетнаме развито слабее, чем растениеводство. Разводят свиней, коров, буйволов, овец и коз. Развиваются птицеводство, пчеловодство, производство молока и разведение коров молочных пород – новая для Вьетнама отрасль. Эффективно функционирует рыболовство и производство морепродуктов.

Определяя направления товарной стратегии белорусского экспорта, нами установлены основные факторы, влияющие на внутреннее потребление и продовольственный рынок Вьетнама, в том числе:

- рост располагаемых доходов населения и урбанизация увеличивают спрос на импортную продукцию;

- спрос на высококачественные потребительские товары и морепродукты остается высоким;

- открытость потребителей к импортным продуктам питания, особенно среди молодежи, которые положительно воспринимают инновации и следят за международными потребительскими трендами через социальные сети;

- рост спроса на пищевые ингредиенты и продуктовые заготовки, местные предприятия пищевой промышленности продолжают наращивать производственные мощности и улучшать качество продукции, чтобы удовлетворить растущий рыночный спрос;

- развитие электронной торговли и рост спроса на услуги по доставке продуктов питания или готовых блюд на дом;

- увеличение спроса на товары премиум-сегмента;

- пик потребительских расходов наблюдается в сезон празднования вьетнамского нового года, а также в период международных праздников, таких как Черная пятница, День Святого Валентина, Рождество и День Благодарения;

- большинство вьетнамцев считают импортные продукты лучшими по качеству по сравнению с местными.

Одним из ключевых факторов, позволяющих Вьетнаму сохранить свое доминирующее положение в экспорте сырьевых товаров, является повышение эффективности производства за счет реструктуризации сельского хозяйства. Присоединение к различным соглашениям о свободной торговле (в том числе и Евразийским экономическим союзом) и, как следствие, более низкие тарифные ставки, применяемые в рамках этих соглашений, также помогают Вьетнаму повысить свою конкурентоспособность на мировом рынке.

Основу вьетнамского экспорта продукции АПК составляют орехи кешью, кофе, ракообразные, филе рыбы и прочее мясо рыбы, а также рис, на которые приходится около 47,8 % экспорта страны в стоимостном выражении. Помимо этого, Вьетнам экспортирует изделия и консервы из ракообразных (6,4 % от общего объема экспорта продукции АПК Вьетнама), паприку (3,3 %) и прочие фрукты свежие (3,2 %). Основными странами-импортерами продукции АПК из Вьетнама являют-

ся США (18,6 % всего экспорта страны в стоимостном выражении), Китай (16,1 %), Япония (6,8 %) и Филиппины (6,1 %). Всего же на топ-10 стран-импортеров приходится 70,7 % агроэкспорта Вьетнама.

В стоимостной структуре импорта продукции АПК Вьетнама преобладают кукуруза (8,7 %), жмых и шрот соевые (7,5 %), пшеница (4,5 %), соевые бобы (3,6 %) и масло пальмовое (3,5 %). Основными странами-экспортерами продукции АПК во Вьетнам являются Китай (19,2 %), Аргентина (11,1 %) и США (8,9 %). На долю топ-10 стран приходится 78,1 % импорта продукции АПК Вьетнама.

Выполненный нами расчет прогнозного уровня развития агропродовольственного рынка Вьетнама позволил определить спектр реализации экономической стратегии продвижения белорусской продукции на период 2025–2030 гг. [1, 2]:

- *во-первых*, отмечается рост ВВП страны, ВВП на душу населения, а также валовой добавленной стоимости сельского хозяйства. В то же время прогнозируется постепенное снижение удельного веса сельского хозяйства в формировании ВВП страны. Данную тенденцию подтверждают и фактические данные за 2010–2020 гг. (*справочно*: снижение удельного веса сельского хозяйства в ВВП страны составило 1,8 п. п.);

- *во-вторых*, в растениеводстве и животноводстве Вьетнама сохраняется действующая специализация. Согласно расчетам, акцент будет сделан на развитие умного сельского хозяйства с целью значительного повышения продуктивности труда, а также на обеспечение устойчивых цепочек добавленной стоимости и формирование новых сельскохозяйственных институтов. Данную тенденцию подтверждают и направления реализации Стратегии устойчивого развития сельскохозяйственной отрасли на период 2021–2030 гг. с перспективой до 2050 г.;

- *в-третьих*, при росте численности населения страны возрастает объем личного потребления, а также промышленной переработки. В соответствии с этим специализация по экспорту и импорту сельскохозяйственной продукции и продуктов питания Вьетнама сохранится на период 2025–2030 гг.

Национальные цели в области развития агропродовольственной сферы определены в Стратегии устойчивого развития сельскохозяйственной отрасли на период 2021–2030 гг. с перспективой до 2050 г. Основная цель стратегии состоит в формировании товарного агропромышленного комплекса при разработке конкретных сельскохозяйственных планов, основанных на местных преимуществах, с высокой производительностью, качеством, эффективностью, устойчивостью;

обеспечении национальной продовольственной безопасности; внесении важного вклада в социально-экономическую стабильность; предотвращении и борьбе со стихийными бедствиями и эпидемиями; защите окружающей среды; реагировании на изменение климата путем эффективного выполнения международных обязательств по сокращению выбросов парниковых газов [3].

Важным моментом является то, что стратегия включает следующие конкретные задачи, которые должны быть выполнены к 2030 г. [3]:

- темп роста ВВП сельского, лесного и водного хозяйства должен достигать в среднем от 2,5 до 3 % в годовом исчислении. Темпы роста производительности труда в сельском, лесном хозяйстве и аквакультуре должны увеличиться на 5,5–6 %;

- расширяться и развиваться рынки, особенно экспортные;

- увеличиваться доходы и устойчиво сокращаться бедность (*справочно*: сельские доходы должны увеличиться в 2,5–3 раза к уровню 2020 г., а уровень бедности сельских домохозяйств снизиться на 1–1,5 %);

- доля занятых в сельском хозяйстве в общей численности рабочей силы должна снизиться до уровня менее 20 %, а доля подготовленных сельскохозяйственных рабочих возрасти до 70 %;

- развиваться зеленое, экологически чистое и устойчивое к изменению климата сельское хозяйство, сокращаться загрязнение окружающей среды, стремиться к сокращению выбросов парниковых газов на 10 % по сравнению с уровнем 2020 г.

Таким образом, выполненный аналитический обзор и прогноз развития агропродовольственного рынка Вьетнама до 2030 г. показывает наличие экспортных возможностей для белорусских производителей мясо-молочной продукции. Данное направление является обоснованным, учитывая, что животноводство в стране менее развито, чем растениеводство, а количество потенциальных потребителей растет с учетом значительного роста общей численности населения страны (в том числе прогнозных показателей). Однако необходимо учитывать сравнительно большое расстояние до страны (9827 км), отсутствие белорусской товаропроводящей сети на рынке страны, что в совокупности приведет к росту конечной цены и снижению конкурентоспособности белорусской продукции на рынке Вьетнама. Поэтому наиболее эффективными каналами поставки в рамках экономической стратегии продвижения агропродовольственных товаров на рынок данной страны могут быть дилерские и дистрибьюторские структуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Киреенко, Н. В. Методические подходы к анализу условий доступа и выхода на внешние продовольственные рынки / Н. В. Киреенко // OIKONOMOS: Journal of Social Market Economy. – 2021. – № 3 (21). – С. 6–21.

2. Киреенко, Н. В. Научные концепции и методологические подходы к формированию системы мониторинга внешних рынков сбыта сельскохозяйственных товаров / Н. В. Киреенко, И. А. Войтко // Аграр. экономика. – 2021. – № 8. – С. 29–45.

3. Стратегия устойчивого развития сельскохозяйственной отрасли на период 2021–2030 гг. с перспективой до 2050 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://apps.fas.доллар. США.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName= Vietnam %20Issues %20Sustainable %20Agriculture %20and %20Rural %20Development %20Strategy %202021-2030 %20Vision %20to %202050_ Hanoi_Vietnam_VM2022-0010.pdf. – Дата доступа: 01.02.2023.

УДК 332.02

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ МОДЕЛИ АПК И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЕЕ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ

Цвирков В. В., канд. с.-х. наук, докторант

Яковчик Н. С., д-р экон. наук, д-р с.-х. наук, профессор

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
Минск, Республика Беларусь*

Ключевые слова: перерабатывающая промышленность, сельское хозяйство, холдинги.

Аннотация. В статье рассматриваются основные недостатки действующей организационной модели АПК и предлагается комплекс мер по совершенствованию функционирования организации и управления структурами комплекса.

MAIN PROBLEMS OF THE FUNCTIONING OF THE ORGANIZATIONAL MODEL OF THE AIC AND PROPOSALS FOR THEIR IMPROVEMENT

Tsvirkov V. V., Candidate of Agricultural Sciences, PhD

*Yakovchik N. S., Doctor of Economic Sciences, Doctor of Agricultural
Sciences, Professor*

*Belarusian State Agrarian Technical University,
Minsk, Republic of Belarus*

Keywords: processing industry, agriculture, holdings.