



Наталья КАРПОВИЧ, Екатерина МАКУЦЕНЯ

*Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси,
Минск, Республика Беларусь,
e-mail: ved-apk@mail.ru*

УДК 339:63-021.66:339.13.017(100)
<https://doi.org/10.29235/1818-9806-2025-10-82-95>

Современные детерминанты развития мировой торговли агропродовольственными товарами в контексте трансформации рынков

Представлен ретроспективный анализ развития мировой торговли агропромышленными товарами, включающий оценку стоимостных и количественных параметров, структурных сдвигов, ценовой конъюнктуры, основных конкурентов и потребителей товаров, вызовов и угроз в современных условиях. Установлено, что тренды мировой торговли агропродовольственными товарами и прогнозы, согласно исследованиям экспертов ФАО на долгосрочную перспективу, смещаются в сторону повышения добавленной стоимости и устойчивости. Определено, что перспективы экспорта связаны в большей степени с переработанной продукцией, органическими и нишевыми товарами (фрукты, орехи, функциональные продукты), а также с соблюдением строгих стандартов качества и требований международных рынков. Ключевыми драйверами развития становятся растущий спрос со стороны стран Азии и Африки и повсеместная цифровизация цепочек поставок.

Ключевые слова: мировая торговля сельхозпродукцией, экспорт агропродовольственных товаров, географическая диверсификация, прогноз мирового экспорта.

Nattalia KARPOVICH, Ekaterina MAKUTSENIA

*Institute of System Researches in the Agroindustrial Complex
of the National Academy of Sciences of Belarus,
Minsk, Republic of Belarus,
e-mail: ved-apk@mail.ru*

Modern determinants of the development of world trade in agri-food products in the context of market transformation

A retrospective analysis of the development of global trade in agricultural products is presented, including an assessment of cost and quantitative parameters, structural shifts, price conditions, main competitors and

© Карпович Н., Макуценя Е., 2025

consumers of goods, challenges and threats in modern conditions. It has been established that current trends in global trade in agri-food products and long-term forecasts, according to research by FAO experts, are shifting towards increasing added value and sustainability. It has been determined that export prospects are largely associated with processed products, organic and niche goods (fruits, nuts, functional products), as well as compliance with strict quality standards and requirements of international markets. Key growth drivers include growing demand from Asian and African markets and the widespread digitalization of supply chains.

Keywords: world agricultural trade, agricultural exports, geographic diversification, world export forecast.

Введение

Международная торговля является значимым инструментом социально-экономического развития общества. Мировые рынки продовольствия выстраивают коммуникационные связи между странами, а также играют критически важную роль в национальных агропродовольственных системах, так как способствуют перетоку продовольствия из профицитных регионов в дефицитные и тем самым укрепляют продовольственную безопасность, улучшают качество питания населения на глобальном и национальном уровнях.

Основная часть

В 2024 г. мировая торговля сельскохозяйственной продукцией и продовольствием превысила 2100 млрд долл. США, что на 55 % больше уровня 2015 г. (рис. 1) [1].

В 2024 г. на 10 ведущих стран пришлось 50 % мирового продовольственного экспорта. Ключевыми поставщиками агропродовольственных товаров были: США (8,9 % мирового экспорта), Бразилия (7,1 %), Нидерланды (6,5 %), Германия (5,2 %), Франция (4,4 %), Китай (4,3 %), Италия (3,7 %), Испания (3,5 %), Канада (3,4 %), Бельгия (3,2 %).

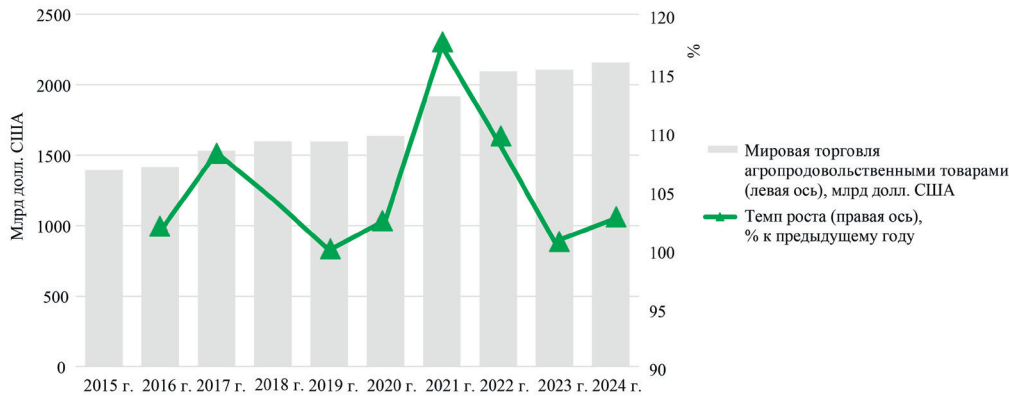


Рис. 1. Динамика мировой торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием в 2015–2024 гг. (выполнен по данным ITC TradeMap)

Топ-10 импортеров в 2024 г. представлен следующими странами: США (10,7 % мирового импорта), Китай (9,5 %), Германия (6,2 %), Нидерланды (4,1 %), Великобритания (4,1 %), Франция (3,8 %), Италия (3,2 %), Япония (3,1 %), Бельгия (2,6 %), Канада (2,5 %) [1].

Детальное изучение континентальной структуры мировой торговли агропродовольственными товарами показало, что ключевыми поставщиками на мировой рынок стали страны Европы и Америки, доля которых в последние годы составила более 40 и 28 % соответственно. Следует отметить, что на протяжении двух десятилетий в глобальных экспортных потоках наблюдается постепенный рост присутствия государств Азии [2]. В 2024 г. по сравнению с 2000 г. значительно возросла их доля как в мировом экспорте (с 17,1 до 23,2 %), так и импорте (с 29,7 до 37,2 %) [1, 2].

В качестве игроков глобального аграрного рынка продовольствия также укрепилась роль южноамериканских стран. Удельный вес европейских государств при этом сократился: по экспорту – с 45,6 до 40,6 %, по импорту – с 46,2 до 37,3 % (рис. 2) [1–3].

Мировая торговля агропродовольственными товарами очень фрагментирована, а доля любой категории продукции не превышает 9 %. В 2024 г. наиболее значимыми позициями в структуре торговли продовольствием были мясо, фрукты и орехи, зерновые культуры, напитки, растительные и животные масла и жиры. На эти товары суммарно пришлось 36,2 % мирового агропродовольственного экспорта (рис. 3) [1].

За последние 25 лет мировая торговля в натуральном измерении значительно возросла [3]. Например, в 2024 г. по сравнению с 2000 г. торговые потоки зерна (рис. 4, а) увеличились в 1,9 раза, растительного масла – в 2,9, мяса – в 2,3,

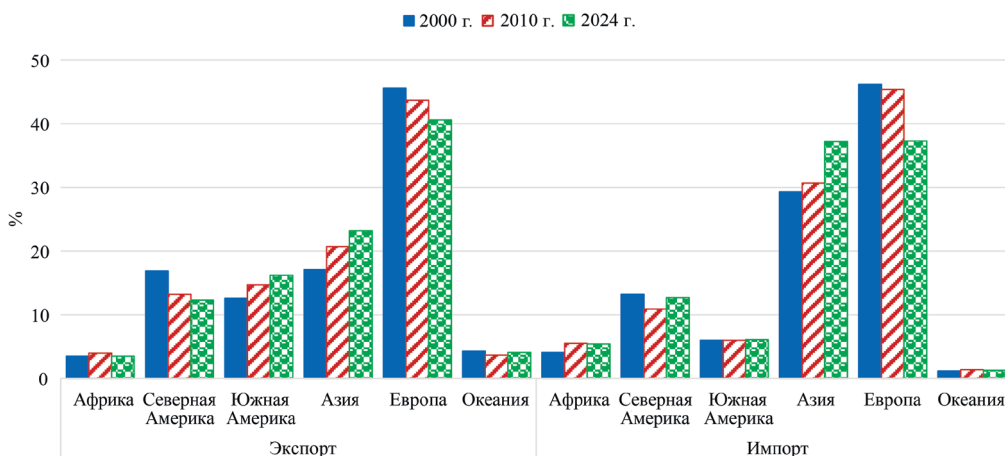


Рис. 2. Континентальная структура мировой торговли агропродовольственными товарами в 2000, 2010 и 2024 гг. (выполнен по данным ITC TradeMap, ВТО)



Рис. 3. Товарная структура мировой торговли сельхозпродукцией и продовольствием в 2024 г., % (выполнен по данным ITC TradeMap)

сахара – в 1,7, фруктов – в 2,0, овощей – в 2,4, молокопродуктов – в 1,8 раза (рис. 4, б) [4].

На мировом агропродовольственном рынке наиболее торгуемыми товарами за последние десятилетия являются растительное масло, сахар и зерно, наименее – овощи (рис. 5).

Удельный вес импортной продукции в потреблении существенно варьирует по континентам. Анализ свидетельствует (рис. 6), что страны Европы имеют как высокую долю импорта в потреблении, так и значительный удельный вес в производстве продуктов питания. Это объясняется тесными торговыми связями государств Европейского союза: уровень взаимной торговли достигает 75 % [4].

Ценовая конъюнктура мирового рынка продовольствия благоприятствует экспортерам. В июле 2025 г. среднее значение Индекса продовольственных цен ФАО составило 130,1 п. п., что на 2,1 п. п. (1,6 %) выше уровня июня. (табл. 1) [4].

Рост значения индексов цен на мясо и растительные масла нивелировал снижение значений индексов цен на зерновые, молочную продукцию и сахар. В целом значение Индекса продовольственных цен ФАО оказалось на 9,2 п. п. (7,6 %) выше показателя июля 2024 г., однако на 30,1 п. п. (18,8 %) ниже его пика, зафиксированного в марте 2022 г.

На основании анализа тенденций мировой торговли сельскохозяйственной продукцией и готовым продовольствием определены *ключевые тренды мирового аграрного спроса*, которые целесообразно учитывать экспортерам продовольствия (рис. 7) [4–6].

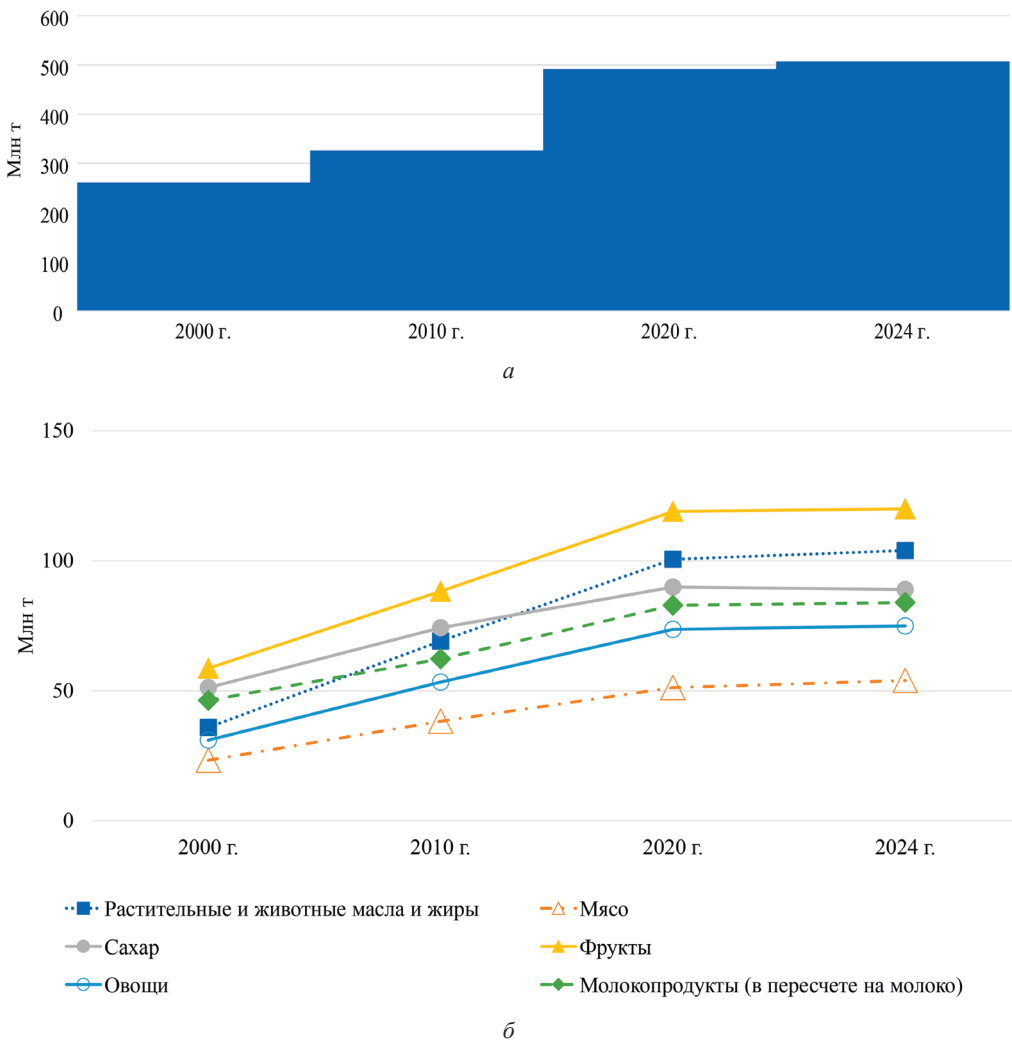


Рис. 4. Динамика объемов мировой торговли зерном (а) и другими агропродовольственными товарами (б) в 2000, 2010, 2020 и 2024 гг., млн т (выполнен по данным ФАО)

Урбанизация, рост населения планеты, развитие интернет-технологий и онлайн-торговли приводят к изменению привычек покупателей и способствуют росту спроса на продукцию для быстрого приготовления (Ready to Cook (RTC)) и готовую к употреблению (Ready to Eat (RTE)) по ряду факторов:

потребители все чаще предпочитают тратить меньше времени на приготовление еды из-за напряженного графика работы;

спрос на удобные и здоровые продукты быстрого приготовления растет, особенно среди молодого поколения, которые тратят большую часть своего дохода на такую продукцию;

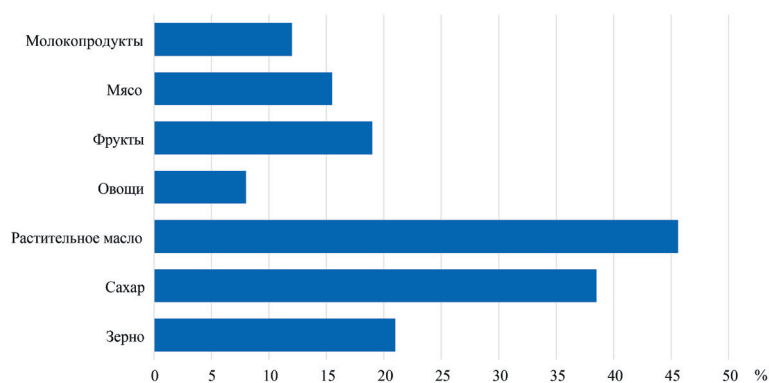


Рис. 5. Доля мировой торговли в мировом производстве, % (выполнен по данным ITC Trade Map)

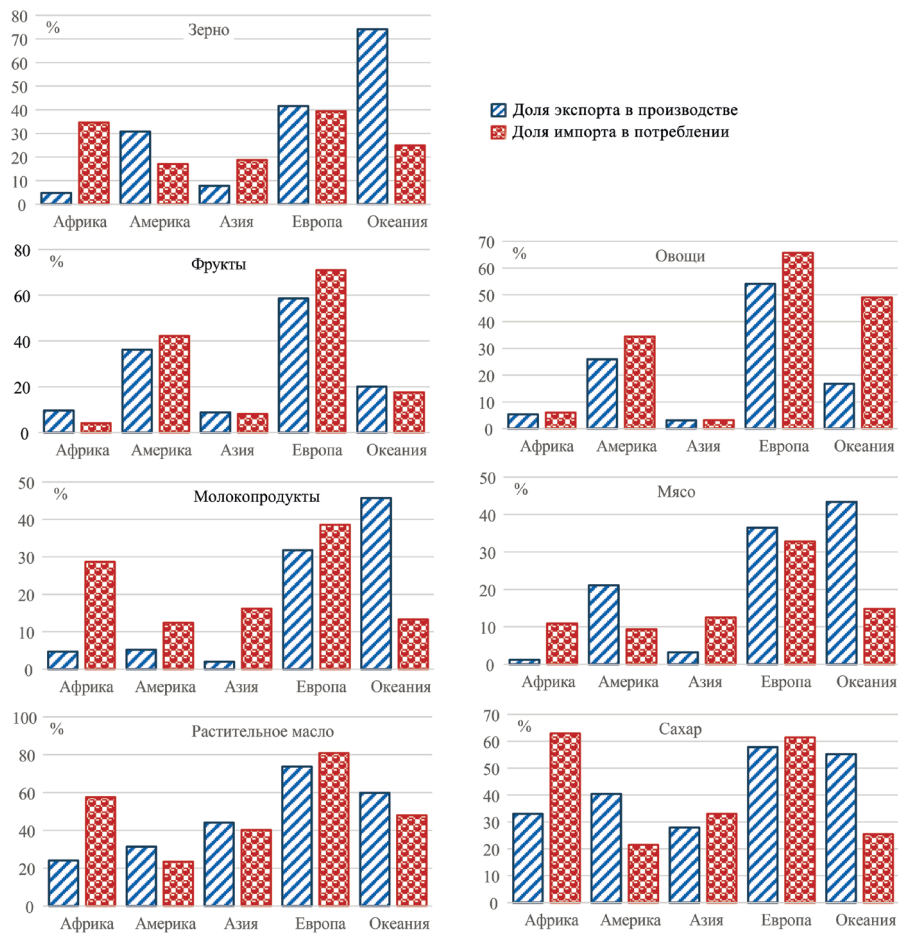


Рис. 6. Доля экспорта в производстве и импорта в потреблении отдельных продовольственных товаров, в среднем в 2022–2024 гг. (выполнен по данным ФАО)

Т а б л и ц а 1. Индексы цен ФАО на продовольствие, %

Период		Продовольствие	Мясо	Молоко	Зерно	Растительное масло	Сахар
2010 г.		106,9	91,4	111,9	107,5	122,0	131,7
2015 г.		93,1	96,8	87,1	95,9	89,9	83,2
2020 г.		98,1	95,3	101,8	103,1	99,4	79,5
2024 г.		122,0	117,3	129,8	113,5	138,1	125,7
2025 г.	Январь	124,7	116,7	143,1	111,8	153,0	111,2
	Февраль	126,6	116,9	147,7	112,6	156,0	118,5
	Март	127,2	118,3	148,7	109,7	161,8	116,9
	Апрель	128,2	121,6	151,7	110,9	158,0	112,3
	Май	127,1	122,8	153,6	109,0	152,2	109,4
	Июнь	128,1	126,0	155,5	107,3	155,7	103,6
	Июль	130,0	127,2	154,6	106,5	166,8	103,3
	Август	130,1	128,0	152,6	105,6	169,1	103,6

П р и м е ч а н и е. Составлена по данным ФАО (базовый период 2014–2016 гг.).

рынок RTC- и RTE-продуктов сегментирован по типу продукции и каналам сбыта.

Ожидается, что данный рынок продолжит рост в ближайшие годы, а производители и ритейлеры будут искать новые способы удовлетворения потребностей покупателей в этой сфере, предлагая более широкий ассортимент и новые форматы продуктов.

Активно развивается продвижение на рынке посредством *запуска кобрендинговых кампаний*. Рынок продуктов питания – один из наиболее высококонкурентных в мире, бренды на котором различными способами борются за внимание и лояльность потребителей. При столь высокой конкуренции кобрендинг

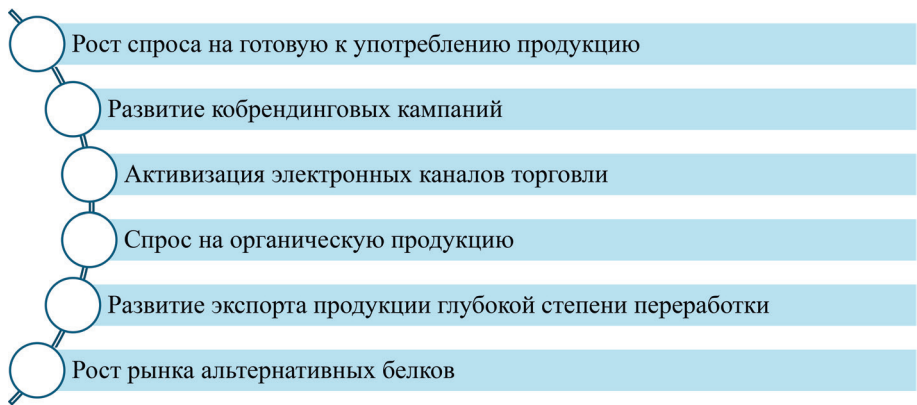


Рис. 7. Ключевые тренды в мировом потреблении и продвижении продовольственных товаров (выполнен по результатам собственных исследований и данным ФАО, ОСЭР, Агроэкспорт)

стал одной из ключевых стратегий, позволяющих товаропроизводителям не только использовать сильные стороны друг друга, но и создавать уникальные предложения. Кобрендинг в пищевой промышленности предполагает объединение двух или более брендов для совместной работы над продуктом или маркетинговой кампанией, приумножая свой опыт, ресурсы и клиентскую базу [6–10]:

- повышение узнаваемости бренда: сотрудничество с известными брендами позволяет увеличить охват аудитории и сделать свой бренд более узнаваемым;

- укрепление имиджа бренда: ассоциация с сильным брендом повышает доверие к продукту и укрепляет его имидж;

- расширение рынка: выход на новые рынки сбыта за счет сотрудничества с партнерами, уже имеющими сильные рыночные позиции и каналы дистрибуции;

- увеличение продаж: совместные акции, скидки, предложения стимулируют потребителей к покупке;

- снижение рекламных расходов: совместные рекламные кампании позволяют распределить расходы между партнерами;

- сокращение транзакционных издержек, так как компании не по отдельности, а совместными усилиями прокладывают себе дорогу к покупателю – иностранным торговым сетям, фудсервису и сегменту HoReCa.

Помимо объединения двух или более пищевых брендов, компании-производители в АПК и игроки сегмента HoReCa часто прибегают к инструменту продвижения посредством проведения кобрендинговых кампаний с представителями непищевого сегмента.

Мировая торговля продукцией агропродовольственного комплекса задействует возможности *электронных каналов продаж*: развитие омникальности; площадки, объединяющие ряд сервисов и (или) производителей, платформы с собственным брендом продуктов; App-commerce и M-commerce; персонализированный сервис; соцсети, мессенджеры в качестве платформ электронной торговли; развитие «даркстор» [6–10].

Набирает обороты *экспорт органической продукции*, рынок которой находится в стадии активного роста, чему способствует ряд факторов:

- увеличение доходов населения, популяризация здорового образа жизни, внедрение концепций устойчивого развития способствуют повышению спроса на органическую продукцию в среднесрочной перспективе;

- крупные холдинги приобретают нишевые компании в целях расширения продуктового портфеля;

- поставщики органической продукции заключают стратегические партнерства, фокусируя свои усилия на запуске продуктовых новинок в целях роста доходов и укрепления положения на рынке;

- глобальный рынок стимулирует рост розничной торговли, которая развивает ассортимент органических продуктов и напитков;

- сегмент фруктовой и овощной продукции продолжит доминировать на глобальном рынке органической продукции.

Происходит развитие рынков *продукции глубокой переработки сельскохозяйственного сырья* посредством:

роста производства *биоэтанола*, повышения осведомленности потребителей о пользе продуктов на биологической основе и снижении негативного влияния на окружающую среду при их производстве, что выступает ключевым драйвером рынка ферментных продуктов;

повышения спроса на *биополимеры* со стороны промышленности, так как они разлагаются в естественных условиях, минимизируя влияние на окружающую среду. Основными направлениями их использования являются упаковочные материалы, текстиль;

увеличения количества инициатив, предпринимаемых производителями *аминокислот*, например, расширение продуктового портфеля, выход на новые рынки, повышение инвестиционной привлекательности бизнеса, что создает возможности для развития глобального рынка. Спрос на аминокислоты растет в различных отраслях, включая пищевую, косметическую, фармацевтическую промышленность. В пищевой сфере он обусловлен запросом потребителей на функциональные продукты, спортивное питание, энергетические напитки. Также аминокислоты широко используются в кормах для животных;

роста потребительского спроса (из-за ускорения ритма жизни) на готовую еду, для сохранения свежести которой используются органические кислоты.

Среди других драйверов – все более частая замена ими антибиотиков – стимуляторов роста в кормах для животных.

Продолжается развитие рынка *растительных (альтернативных) белков*, которое увеличивает спрос на сою, горох и другие виды сельскохозяйственного сырья. Несмотря на то что Северная Америка исторически доминировала в глобальных инвестициях в альтернативные белки, стартапы из Азиатско-Тихоокеанского и других регионов набирают обороты, сократив долю рынка Северной Америки с 92 до 67 % за последнее десятилетие. Например, в Китае развилась мощная промышленность по производству горохового изолята. В целом Северная Америка занимает лидирующие позиции на мировом рынке альтернативных белков (почти 40 %), причем наибольшая доля приходится на США и Канаду. Значительный уровень потребления растительного белка обусловлен главным образом повышением доли вегетарианцев в этих странах и, следовательно, спросом на альтернативные белки. Этот регион является центром инновационных разработок в сфере замены продуктов животного происхождения аналогами из растительного белка. *При этом важно отметить* (табл. 2), *что несмотря на развитие мировой индустрии альтернативных белков, смещение спроса с традиционных белков не предвидится ни в средне-, ни в долгосрочной перспективе* [6–10].

Прогнозируется, что мировое производство сельскохозяйственной и рыбной продукции вырастет на 14 % в течение следующего десятилетия, главным

образом за счет повышения производительности, особенно в странах со средним уровнем доходов населения. Рост производства, наряду с продолжающимися структурными изменениями в секторе, связан с увеличением поголовья скота и расширением площадей пахотных земель [11].

Т а б л и ц а 2. Прогнозные характеристики основных мировых агропродовольственных рынков, млн т

Продукция	Сфера деятельности	2026 г.	2028 г.	2030 г.	2032 г.	2034 г.
Пшеница	Производство	809,1	825,6	842,6	858,1	873,6
	Потребление	811,6	825,7	841,5	857,2	872,8
	Торговля	200,8	207,4	213,8	219,8	226,1
Растительное масло	Производство	243,3	248,6	253,6	258,8	263,9
	Потребление	243,0	248,6	253,5	258,6	263,8
	Торговля	86,1	87,2	88,1	89,3	90,4
Сахар и меласса	Производство	185,4	190,5	195,8	200,5	205,0
	Потребление	183,7	188,3	192,9	197,7	202,3
	Торговля	63,7	65,9	68,3	70,7	73,0
Говядина и телятина	Производство	76,4	78,4	80,5	82,3	83,7
	Потребление	76,4	78,4	80,4	82,3	83,7
	Торговля	14,1	14,2	14,5	14,7	14,9
Свинина	Производство	125,7	126,8	127,6	128,6	129,6
	Потребление	125,7	126,8	127,6	128,6	129,6
	Торговля	10,5	10,4	10,4	10,5	10,6
Мясо птицы	Производство	154,0	159,1	163,9	168,7	173,4
	Потребление	154,0	159,1	163,9	168,7	173,4
	Торговля	15,6	15,9	16,3	16,7	17,1
Масло животное	Производство	14,0	14,5	15,1	15,6	16,1
	Потребление	14,0	14,5	15,1	15,6	16,1
	Торговля	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2
Сыры	Производство	27,0	27,6	28,1	28,7	29,3
	Потребление	27,0	27,6	28,1	28,7	29,3
	Торговля	3,8	3,9	4,0	4,1	4,2
Сухое обезжиренное молоко	Производство	4,6	4,8	5,0	5,1	5,3
	Потребление	4,6	4,8	5,0	5,1	5,3
	Торговля	2,6	2,7	2,9	3,0	3,1
Сухое цельное молоко	Производство	5,3	5,5	5,6	5,7	5,8
	Потребление	5,3	5,5	5,6	5,7	5,8
	Торговля	2,6	2,6	2,7	2,7	2,8

Примечание. Составлена по данным ФАО–ОЭСР.

Учитывая растущий спрос на продовольствие и корма, а также удаленность производства от мест потребления, прогнозируется, что в течение следующих 10 лет 22 % всей продукции будет реализовано на внешних рынках. Многостороннее сотрудничество и основанная на правилах система торговли имеют решающее значение для обеспечения эффективного движения сельскохозяйственной и рыбной продукции. Эти механизмы не только укрепят продовольственную безопасность, но и повысят устойчивость и предотвратят потенциальные перебои с поставками.

Согласно данным прогнозов международных экспертов ФАО–ОЭСР, к 2034 г. ожидается, что темпы роста мировых торговых потоков будет превышать темпы производства по следующим аграрным рынкам: пшеница (1,14 к 1,09 раза соответственно), сахар и меласса (1,15/1,10), сыры (1,15/1,10), сухое обезжиренное молоко (1,19/1,16). Более быстрыми темпами за аналогичный период будет расти производство по сравнению с экспортно-импортными операциями таких товарных позиций, как: растительное масло (1,10 к 1,05 раза), говядина и телятина (1,11/1,04), свинина (1,04/1,01), мясо птицы (1,15/1,14), сливочное масло (1,18/1,10), сухое цельное молоко (1,11/1,08) [11].

Прогнозируется, что в среднесрочной перспективе реальные цены на агропродукцию снизятся по мере повышения общей производительности сельского хозяйства. Устойчивый рост эффективности, внедрение инновационных технологий, улучшение доступа к ресурсам, знаниям и рынкам, а также эффективные методы управления бизнес-рисками имеют решающее значение для сохранения доходов отрасли. Однако номинальные цены, как ожидается, будут иметь тенденцию роста в связи с предполагаемой инфляцией (табл. 3) [11].

Т а б л и ц а 3. Прогноз номинальных мировых цен на основные виды агропродовольственных товаров, долл. США/т

Продукция	2026 г.	2028 г.	2030 г.	2032 г.	2034 г.
Пшеница	262	276	284	291	296
Кукуруза	206	212	218	222	225
Другие грубые зерновые	220	231	239	246	252
Рис	454	466	475	483	490
Соевые бобы	454	474	487	500	510
Растительные масла	1168	1189	1233	1271	1313
Сахар-сырец из тростника или свеклы	400	411	422	430	437
Говядина и телятина	6525	6389	6348	6472	6850
Свинина	2809	2877	2898	2920	2941
Мясо птицы	1756	1779	1819	1858	1895
Масло животное	6234	6394	6560	6745	6954
Сыры	4783	5012	5223	5426	5647

Окончание табл. 3

Продукция	2026 г.	2028 г.	2030 г.	2032 г.	2034 г.
Сухое обезжиренное молоко	2808	2953	3087	3193	3303
Сухое цельное молоко	3773	3943	4096	4239	4392
Сухая молочная сыворотка	983	1020	1057	1095	1134
Казеин	8874	9194	9518	9854	10190

Примечание. Составлена по данным ФАО–ОЭСР.

Мировая торговля *зерновыми* продолжит расти в соответствии с увеличением производства. Доля продукции, реализуемой на рынке, останется немного выше уровня базового периода, составлявшего около 20 %. Ожидается, что большинство стран Африки и Азии, за исключением основных экспортеров риса, останутся или будут нетто-импортерами зерновых. Это отражает не только неравенство в доступности природных ресурсов, но и рост населения и доходов, что обуславливает спрос, превышающий возможности внутреннего предложения. В то же время Северная и Южная Америка, а также некоторые регионы Европы продолжают укреплять свою роль ключевых мировых поставщиков.

На торговлю *масличными семенами и продуктами их переработки* приходится более высокая доля в производстве по сравнению с другими сельскохозяйственными товарами. Производство, а следовательно, и экспорт соевых бобов сосредоточены в Северной и Южной Америке, а пальмового масла – в Юго-Восточной Азии [11].

Прогнозируется, что мировой *экспорт* сахара будет все более концентрированным, в то время как импорт останется более равномерно распределенным. Ожидается, что Бразилия укрепит свои лидирующие позиции в мировом экспорте, за ней последуют Таиланд и Индия, доля которых к 2034 г. составит почти 52, 14 и 8 % соответственно. В перспективе мировое распределение торговли сахаром-сырцом (61 %) и белым сахаром (39 %) останется стабильным в течение прогнозируемого периода. Импортный спрос будет исходить из стран с низким и средним уровнем дохода в Южной Азии и Африке, что обусловлено растущим потреблением и ограниченными производственными возможностями на этих рынках.

Международными экспертами ФАО–ОЭСР прогнозируется, что снизится роль Китая в импорте *мяса*, что в результате приведет к изменению структуры мировой торговли. К 2034 г. доля страны в импорте мяса уменьшится с 20 % в базовом периоде до 16 %. Снижение зависимости от импорта свинины приведет к сокращению ее производства у основных экспортеров. Аналогичная тенденция будет наблюдаться и в импорте мяса птицы в Китай. Мировой импорт мяса вырастет всего на 10 % по сравнению с 37 % в предыдущем десятилетии [11].

Молочные продукты по-прежнему высоко ценятся покупателями как ключевой компонент здорового и сбалансированного питания. По мере роста доходов и численности населения ожидается увеличение потребления молочных продуктов в мире в среднесрочной перспективе. Лишь небольшая доля молока реализуется на международном рынке, в основном в виде переработанных молочных продуктов. Ожидается, что производство молока трех крупных экспортеров молочной продукции – Новой Зеландии, Европейского союза и США – незначительно увеличится, их доля, по прогнозам, в 2034 г. составит почти 70 % мирового экспорта [11].

Заключение

Основными факторами, влияющими на развитие мирового рынка продовольствия, являются:

увеличение численности населения, главным образом в развивающихся странах (по данным ООН, если по состоянию на 1 января 2024 г. население планеты составляло 8,1 млрд человек, то к 2050 г. оно достигнет 9,6 млрд человек);

урбанизация (по данным ООН, к 2050 г. почти 68 % людей будет проживать в городской местности по сравнению с 58 % в 2024 г.). Для городского населения характерен более высокий уровень доходов относительно сельского, соответственно, более высокий спрос на широкий ассортимент продуктов. Этому способствует развитость каналов реализации продукции (в том числе электронной торговли), что делает продовольственные продукты более доступными для потребителя;

распространение мировой культуры питания, изменение пищевых предпочтений населения в пользу высокобелковых продуктов, развитие ниши здорового питания, инновационных решений и технологий переработки сельскохозяйственного сырья, рост спроса на продукты с прослеживаемой цепочкой поставок.

ПРИМЕЧАНИЕ

Исследование выполнено в рамках ГПНИ «Сельскохозяйственные технологии и продовольственная безопасность» (подпрограмма 9.7 «Экономика АПК» на 2021–2025 годы), НИР 7.6.3 «Разработка системы мер по реализации конкурентных преимуществ и резервов экспортного потенциала национального АПК, обеспечивающих переориентацию внешнеторговых потоков» (№ ГР 20240495).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Trade Map: [website]. – URL: <https://www.trademap.org> (date of access: 17.09.2025).
2. World Trade Organization: [website]. – URL: <http://wto.org> (date of access: 17.09.2025).
3. Карпович, Н. В. Мировая торговля агропродовольственными товарами: тренды и перспективы реализации экспортного потенциала национального АПК / Н. В. Карпович, Е. П. Макуцкая // Экономические вопросы развития сельского хозяйства Беларуси: межвед. темат. сб. / Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси; редкол.: В. Г. Гусаков (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2025. – Вып. 53. – С. 179–195.

4. Food and Agriculture Organization of the United Nations: [website]. – URL: <https://www.fao.org> (date of access: 17.09.2025).
5. Organisation for Economic Co-operation and Development: [website]. – URL: <https://www.oecd.org> (date of access: 17.09.2025).
6. Федеральный центр развития экспорта продукции АПК Минсельхоза России: [сайт]. – URL: <https://aemcx.ru> (дата обращения: 17.09.2025).
7. Евразийская экономическая комиссия: [сайт]. – URL: <https://eec.eaeunion.org> (дата обращения: 17.09.2025).
8. Российский экспортный центр: [сайт]. – URL: <https://www.exportcenter.ru> (дата обращения: 17.09.2025).
9. Мировые аграрные рынки: учебник для вузов / И. В. Андропова, Е. В. Берегатнова, В. С. Волков [и др.] / под общ. ред. С. Л. Левина. – М.: Аспект Пресс, 2024. – 457 с.
10. Мировые аграрные рынки: ежегодный аналитический доклад / А. А. Кучеров, Н. И. Качаева, К. А. Корнеев [и др.]. – URL: https://agrimarkets.report/yearbook_2023_2024 (дата обращения: 17.09.2025).
11. OECD-FAO Agricultural Outlook 2025-2034 / OECD; FAO. – Paris; Rome, 2025. – 166 p.

Поступила в редакцию 23.09.2025

Сведения об авторах

Карпович Наталья Викторовна – заведующая отделом продовольственной безопасности, кандидат экономических наук, доцент;

Макуценя Екатерина Павловна – заведующая сектором внешнеэкономической деятельности, кандидат экономических наук, доцент

Information about the authors

Karpovich Natallia Viktorovna – Head of Food Safety Department, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor;

Makutsenia Ekaterina Pavlovna – Head of the Foreign Economic Activity Sector, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor