



Андрей ПИЛИПУК

*Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси,  
Минск, Республика Беларусь  
e-mail: agrecinst@mail.belpak.by*

УДК 339.564:631.145(100)

## **Применение мирового опыта развития и стимулирования экспортной деятельности предприятий АПК в Республике Беларусь**

В статье представлен мировой опыт развития и стимулирования экспортной деятельности предприятий АПК в Республике Беларусь, а также обоснованы наиболее эффективные практики и инструменты поддержки и стимулирования экспорта продовольствия с учетом национальных ресурсов и особенностей Беларуси.

*Ключевые слова:* экспорт, поддержка, инструменты, стимулирование, сельскохозяйственная продукция и продовольствие.

Andrej PILIPUK

*Institute of System Researcher in Agroindustrial Complex of the National Academy of Sciences of Belarus, Minsk, Republic of Belarus  
e-mail: agrecinst@mail.belpak.by*

## **Application of international experience in the development and promotion of export activities of agricultural enterprises in the Republic of Belarus**

The article reveals the world experience in the development and stimulation of export activities of agricultural enterprises in the Republic of Belarus, as well as substantiates the most effective practices and tools for supporting and stimulating food exports, taking into account the national resources and characteristics of Belarus.

*Keywords:* exports, support, tools, incentives, agricultural products and food.

### **Введение**

В настоящее время внешняя торговля существенным образом воздействует на экономическую жизнь каждой страны. Воздействие это различно и зависит от степени включения экономики страны и ее регионов в международное разделение труда. Кроме того, динамичное развитие экспортных отношений выступает катализатором внутреннего экономического роста.

В данной связи для республики важно осуществлять развитие экспорта сельскохозяйственной продукции и готового продовольствия путем товарной и географической диверсификации экспортных поставок. Поэтому применение мирового опыта развития и стимулирования экспортной деятельности предприятий в Республике Беларусь является весьма значимым инструментом наращивания экспортного потенциала АПК.

© Пилипук А., 2020

## Основная часть

Торговля сельскохозяйственной продукцией и продовольствием формирует значительный объем экспортно-импортных потоков на мировом агропродовольственном рынке. В 2019 г. доля товаров данной группы была равна 8,4% мирового экспорта всех товаров, что в стоимостном выражении составило 1574,9 млрд USD. За период с 2010 г. по 2019 г. стоимость мировой торговли агропродовольственными товарами возросла на 36% (или на 417 млрд USD, см. рис. 1) [1].

Экспортную корзину мировой торговли агропродовольственными товарами составляют мясо и мясопродукты, рыба и рыбопродукты, плоды и продукция их переработки, алкогольные и безалкогольные напитки, зерно и готовые продукты из него, продукция масложирового сектора (семена масличных, растительное масло, шроты, жмыхи), молоко и молокопродукты, овощебахчевые культуры и продукция их переработки и др. (см. рис. 2) [1].

За последнее десятилетие мировой экспорт основных агропродовольственных товаров в натуральном выражении также динамично возрастает. В наибольшей степени возрос экспорт растительных масел, фруктов и ягод, зерна, в наименьшей – сахара (см. табл. 1).

Основными экспортерами сельскохозяйственной продукции и продовольствия на мировой рынок являются США (9,4% мирового экспорта агропродовольственных товаров), Нидерланды (6,8%), Германия (5,6%), Бразилия (5,2%), Китай (4,95%), Франция (4,5%) и др. (см. рис. 3) [2].

На мировом продовольственном рынке отмечается достаточно высокий уровень конкуренции между странами за рынки сбыта, на которых все еще существует высокая степень таможенно-тарифной защиты и наблюдается активное использование широкого спектра нетарифных ограничений. Несмотря на либерализацию международной торговли, ставки импортных пошлин на агропродовольственные товары во многих государствах остаются достаточно высокими и дифференцированы по странам и регионам. Например средний уровень таможенного тарифа по группе агропродовольственных товаров составляет в Египте 63%, Корею – 57%, Норвегии – 45%, Турции – 42%, Индии – 39%. В 2019 г. к сельскохозяйственным и продовольственным товарам применялось более 22 тыс. нетарифных мер и ограничений – около 50% от общего количества нетарифных мер в торговле всеми товарными группами (преимущественно, это санитарные и фитосанитарные меры). Это приводит к тому, что для эффективной реализации своего экспортного потенциала страны широко используют природные и экономические конкурентные преимущества, которые во многом обеспечиваются широким спектром организационно-экономических мер поддержки экспортных поставок [2].

В странах-экспортерах государственная поддержка экспорта является важной составной частью внешнеэкономической политики. Для продвижения экспортной продукции и увеличения объемов

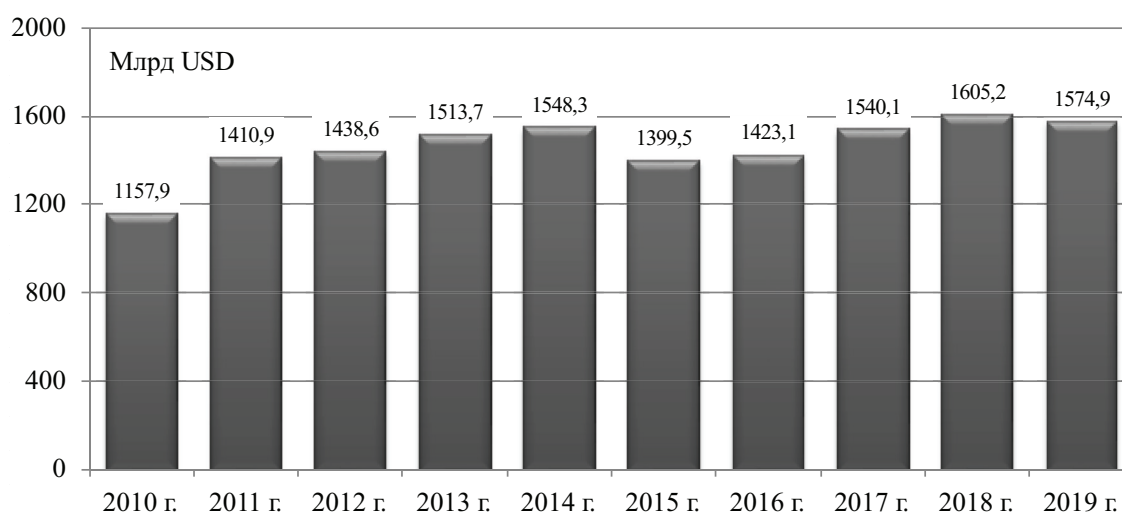


Рис. 1. Динамика стоимости мировой торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием

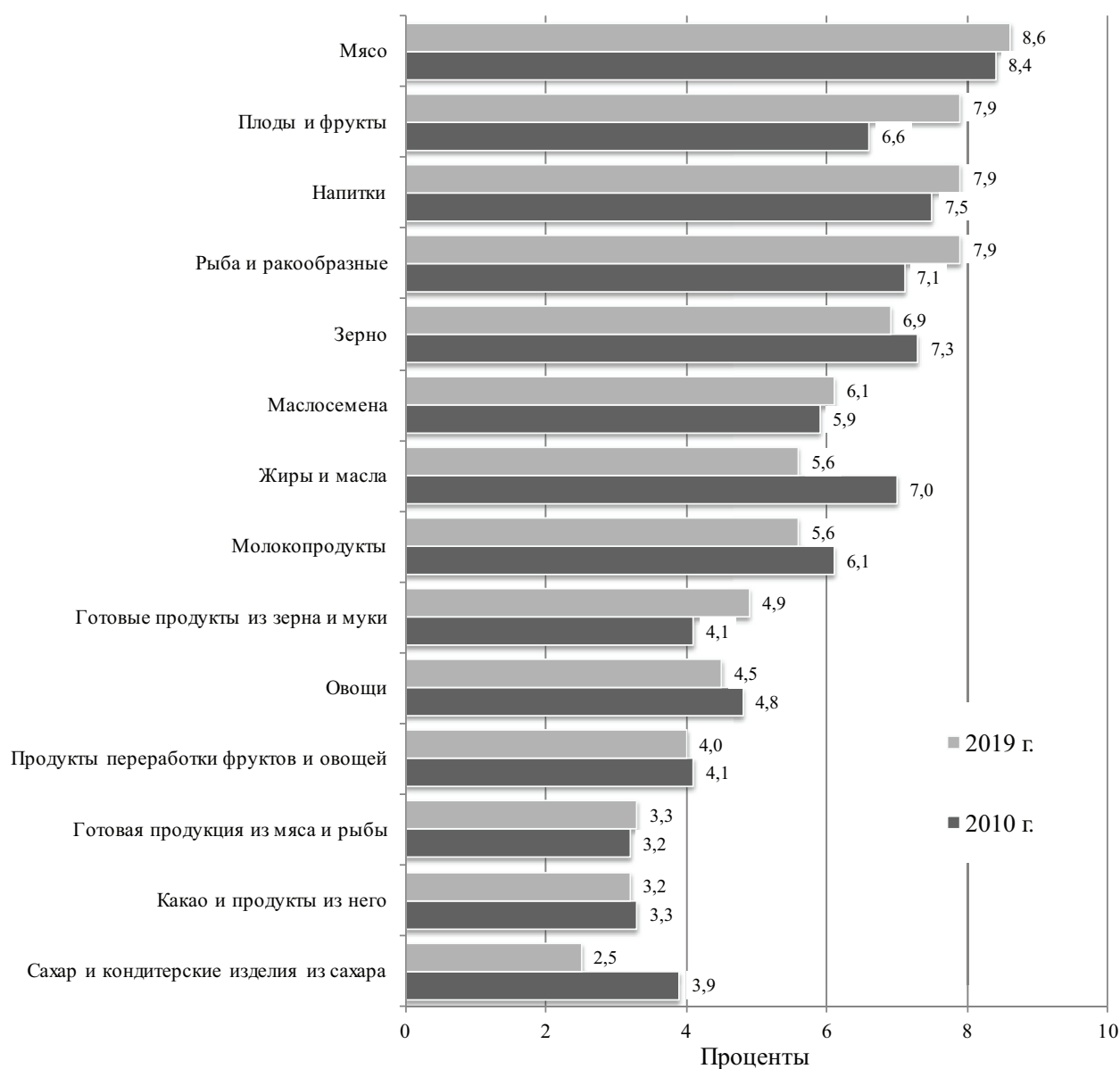


Рис. 2. Товарная структура мирового экспорта агропродовольственных товаров, %

экспорта в современной экономике государства активно развивают и используют целый ряд мер и инструментов стимулирования сбыта продукции предприятий АПК на внешние рынки – от создания благоприятного климата для экспортеров и заканчивая финансовыми мерами поддержки развития высокотехнологичного экспортного производства. Практически каждая страна имеет специальные институты развития экспортной деятельности организаций резидентов, производящих продовольствие.

Например в Польше значительные усилия по продвижению на рынок продовольственной продукции позволили сформировать в стране 9 активно развивающихся фондов, ориентированных на поддержку сбыта конкретных видов продукции – молока, свинины, говядины, конины, баранины, зерна и зерновых продуктов, фруктов и овощей, птицы и рыбы. Польский опыт основывается на том, что роль государства ограничена сбором средств в эти фонды и проведением операций по финансированию расходов. Координация и управление деятельностью осуществляется Агентством по рынкам сельскохозяйственных товаров при активном участии производителей и переработчиков сельхозпродукции [3].

Т а б л и ц а 1. Динамика объемов мирового экспорта отдельных агропродовольственных товаров, млн т

Наименование продукции	Годы						2019 г. к 2010, %
	2010	2015	2016	2017	2018	2019	
Зерно	330,4	421,9	426,2	437,4	430,2	427,3	129,4
Мясо	37,2	42,3	43,9	45,0	45,7	46,2	124,3
Молокопродукты (в пересчете на молоко)	61,5	70,0	71,1	72,7	75,9	76,7	124,7
Овощи	71,4	72,6	80,1	79,5	76,5	85,5	119,7
Фрукты	74,3	81,5	92,5	94,0	95,3	96,9	130,4
Растительное масло	82,0	102,1	99,5	112,9	107,0	110,3	134,6
Сахар	55,8	61,1	63,0	62,3	672,2	58,0	104,0

В Польше реализуется ряд успешных программ: «Попробуй качественные продукты»; «Соединяя производство, качество и традиции»; «Программа обеспечения качества мясной продукции»; «Система контроля качества свинины»; «Обеспечение качества продовольственной продукции» [4]. Указанные программы включают комплекс мер и инструментов по содействию экспорту, продвижению продукции и улучшению имиджа отечественных компаний как в самой Польше, так и за рубежом [4]. В числе основных целей можно выделить «производство высококачественной сельскохозяйственной и продовольственной продукции, безопасной для потребителя», «повышение знаний и осведомленности производителей и потребителей о сельском хозяйстве и производстве продовольствия, а также о правилах питания», «расширение целевых экспортных рынков для поль-

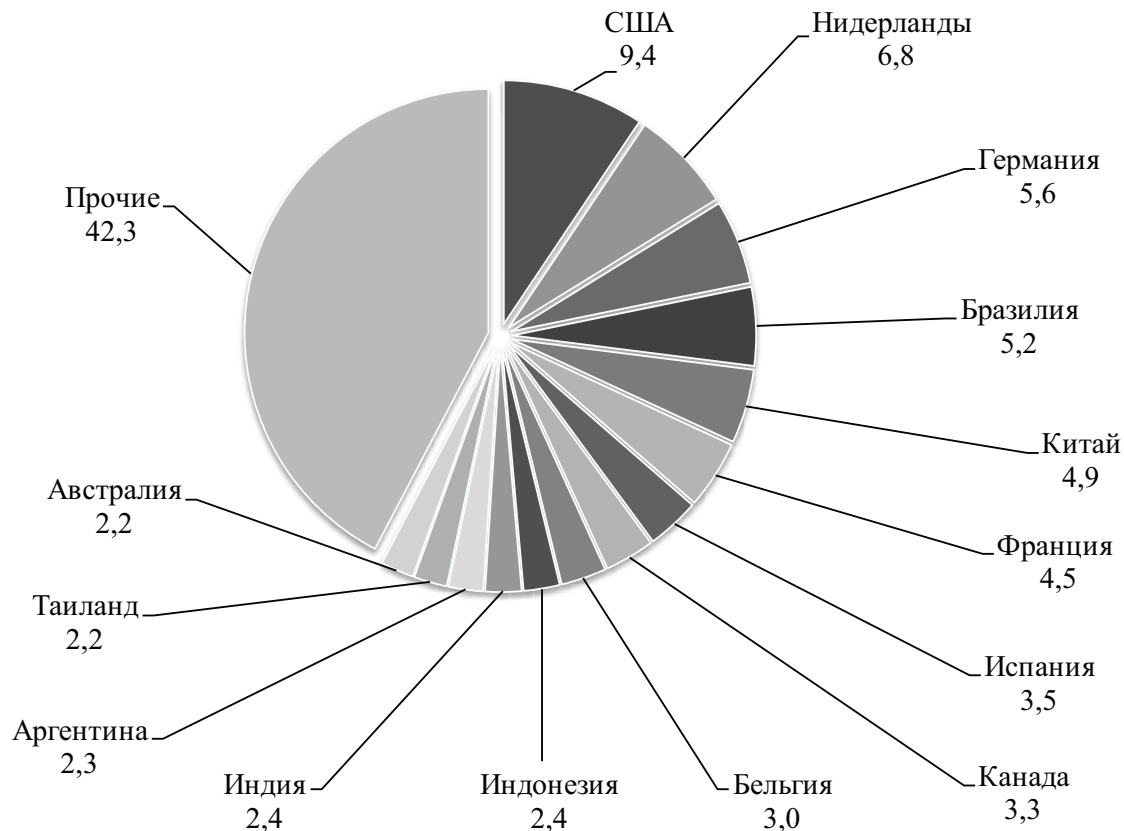


Рис. 3. Основные мировые экспортеры агропродовольственных товаров в 2019 г., %

ской продукции». Важно отметить, что координаторами программ выступают Министерство сельского хозяйства и развития сельских районов Польши и Агентство по рынкам сельскохозяйственных товаров.

В числе актуальных для использования в Республике Беларусь инструментов на основе польского опыта следует выделить следующие:

формирование специализированных кластеров (в форме фонда либо ассоциации), ориентированных на поддержку и продвижение конкретных видов продукции (на внутреннем и внешнем рынках). Ключевыми особенностями таких структур являются создание авторитетного (из числа компетентных представителей отрасли) управляющего комитета, утверждение им стратегии и плана развития, привлечение в состав кластера большей части заинтересованных сторон;

фонды (кластеры) осуществляют поддержку следующих видов деятельности по содействию экспорту агропродовольственных товаров: информирование о качестве сельскохозяйственных и продовольственных товаров, стимулирование потребления польской продукции, финансирование участия в выставках и ярмарках, проведение ежемесячных рыночных исследований, обучение производителей и поддержка их организаций для активного участия в международных форумах.

В Австрии политика стимулирования торговли осуществляется специально созданным агентством – «АМА-Marketing», которая на 77% финансируется производителями за счет средств, собираемых через фонды продвижения продовольственной продукции, на 13% – за счет обязательных сборов, уплачиваемых производителями за участие в системах контроля качества [5]. Ключевой целью «АМА-Marketing» является обеспечение качества продовольствия. Для этого разрабатываются и внедряются специализированные нормы и системы сертификации продукции, включающие брендинг и маркирование зарегистрированным знаком качества (торговая марка, применяемая для австрийских товаров и признанная во всей Европе). Производители продукции, соответствующей высшим стандартам «АМА», получают право использовать Знак качества АМА (см. рис. 4).

К основным видам деятельности агентства относятся: исследование рынка, совершенствование системы сбыта агропродовольственной продукции, осуществление мер по улучшению контроля качества, предоставление потребителям информации о результатах контроля качества, защита прав потребителей, обеспечение надлежащего содержания животных и продвижение товаров с особыми характеристиками [5].

Актуальные для использования в Республике Беларусь инструменты данного агентства (возможно возложение указанных функций на одну из действующих в Беларуси структур либо создание единого органа на основе консолидации их компетенций):



Рис. 4. Зарегистрированный Знак качества

разработка и реализация отраслевой национальной программы сертификации и мониторинга качества и безопасности продовольствия на основе государственно-частного партнерства и при совместном финансировании мероприятий программы;

проведение информационных и рекламных кампаний по повышению репутации и положительного имиджа отечественных продовольственных товаров с уникальными характеристиками качества (свежесть, натуральность, происхождение продукции);

разработка и реализация (финансирование) отраслевого проекта оперативного мониторинга конъюнктуры рынков (возможно на базе Государственного предприятия «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси») как внутренних (используя для этого маркетинговые исследования домохозяйств), так и внешних (на основе статистики внешней торговли и использования зарубежных баз данных);

разработка годовой стратегии маркетинга и продвижения, включающей цели, задачи и направления повышения имиджа Беларуси как страны с высоким качеством и безопасностью производимых в стране продуктов питания на основе 3-х ключевых характеристик – традиции, инновации и экологичность;

формирование и постоянное развитие пула экспертов, оказывающих консультации и выполняющих информационные обзоры по новым целевым рынкам для экспортеров (например подобные инициативы реализуются в рамках проектов отраслевого издания Продукт.by: экспортные форумы, конкурс-дегустация «Чемпион вкуса» и др. [6]).

В Канаде действует Программа «CanExport», которая включает прямую финансовую помощь канадским малым и средним предприятиям с целью расширения и/или организации сбыта на зарубежных рынках [7]. Важная особенность программы (реализуется Канадской торговой палатой – Canadian Chamber of Commerce) состоит в том, что она, во-первых, инициирована муниципальными и провинциальными канадскими торговыми палатами и советами по торговле, имеющими значительный опыт осуществления собственных программ содействия экспорту, во-вторых, включает конкретные инструменты и механизмы, отработанные при масштабных консультациях с бизнесом посредством анкетирования.

Актуальными для использования в Республике Беларусь инструментами на основе канадского опыта могут быть:

развитие подходов и инструментов в части организации и снижения стоимости деловых командировок компаниям на целевые рынки (например планирование, финансирование и проведение индивидуальных и групповых деловых встреч «B2B» с потенциальными клиентами, посещение специализированных мероприятий и др.) и участия в выставках и торговых миссиях;

регулярный бенчмаркинг, включающий мониторинг эффективных, а также разработку и внедрение новейших рыночных маркетинговых инструментов, их адаптация для конкретных рынков сбыта, разработка и имплементация инструментов онлайн-продвижения и торговли с целью привлечения иностранных заказчиков;

развитие институтов (без)/и возмездного консультирования по вопросам выхода и расширения присутствия на зарубежных рынках (в том числе с привлечением сотрудников посольств и консульских служб в зарубежных странах), проведение маркетинговых исследований, предоставление услуг бизнес-консалтинга, централизованное приобретение и распространение отчетов о целевых рынках;

полная или частичная финансовая помощь на компенсацию сборов и платежей на цели: проверки и подтверждения качества и безопасности продуктов питания, сертификации на целевых рынках (обусловлено законодательством страны экспорта); защиты интеллектуальной собственности и заключения соответствующих контрактов, защищающих нематериальные активы национальных компаний (помощь в оформлении и подаче заявки в соответствующие местные структуры для защиты интеллектуальной собственности – торговых марок, патентов); оплаты услуг перевода контрактных предложений (договор купли-продажи, соглашения о дистрибуции), налоговых или юридических консультаций на целевых экспортных рынках;



предоставление грантов (в соответствии с опытом Канады – до 100 тыс. BYN в рамках предоставленной сметы расходов, заложенных в бизнес-плане/проекте продвижения продукции на экспортном рынке) находящимся в собственности белорусов компаниям (организация или должна быть новой для целевого рынка, или присутствовать менее 2-х–3-х лет), имеющим положительную динамику роста продаж производимой в стране продукции на внутреннем и (или) на нескольких экспортных рынках [8].

В США сформирована многоуровневая национальная система поддержки экспорта со значительным количеством институтов, выполняющих разнообразные функции. Ключевым государственным институтом в системе поддержки экспорта США является Министерство торговли (The U.S. Department of Commerce). В структуре эффективных инструментов экспортной поддержки США важное место занимает государственное экспортное кредитование, реализуемое официальным экспортным агентством (экспортно-импортным банком США – Export-Import Bank of the United States) [9].

В качестве актуальных для использования в Республике Беларусь инструментов на основе опыта США можно рассматривать:

широкое развитие грантовых инструментов. Примером может служить Грантовая федеральная государственная программа по совершенствованию мероприятий по освоению рынка (FSMIP – Federal State Marketing Improvement Program), которая направлена на софинансирование (на конкурсной основе) затрат освоения новых рынков продукции сельскохозяйственного происхождения, изучение возможностей актуальных рынков, научные и инновационные исследования в области повышения эффективности и производительности систем сбыта, устранение рыночных барьеров и проблем в области маркетинга, транспортировки и распределения продуктов питания и сельскохозяйственной продукции США на внутреннем и международном уровнях [10, 11];

создание национальной платформы («круглые столы», совещания, координационные советы, ассоциативное взаимодействие и др.) финансового взаимодействия (совместный выход и работа на экспортных рынках, привлечение экспортных займов под гарантии партнеров и местных органов власти) с отработкой и принятием партнерских соглашений; экспортного кредитования (особенно на начальной стадии) на цели посещения международных торговых выставок, перевод литературы по исследуемым продуктам; финансирование экспортных операций, оборудования и недвижимости [12]. Так, с учетом условий, предоставляемых компаниям из США, и в соответствии с целью выравнивания «конкурентного поля» подобная институциональная структура в Республике Беларусь (в рамках действующей банковской системы данные функции могут реализовывать коммерческие банки страны при поддержке ОАО «Банк развития Республики Беларусь») может предоставлять гарантии кредиторам до 90% на суммы до 350 тыс. USD и 75% до 500 тыс. USD. Срок погашения кредита на оборотный капитал до 7-ми лет, на недвижимость или оборудование – от 10-ти до 25-ти лет;

организация мероприятий по установлению деловых контактов белорусских компаний с представителями иностранных деловых кругов (Business Matchmaking), продвижение товаров и услуг в рамках программ промоутерской поддержки. В США данный подход реализуется Коммерческой службой США (The U.S. Commercial Service);

осуществление мониторинга и оценка эффективности экспортной деятельности по различным направлениям; идентификация, оцифровка и анализ проблем, оказывающих негативное влияние на развитие экспорта; разработка рекомендаций для решения возникающих проблем и обеспечения нужд экспортеров и выполнение функций связующего звена между представителями бизнеса и органов государственного управления для оперативного решения вопросов и проблем, препятствующих развитию экспорта – Совет по экспорту при президенте США (The President's Export Council);

организация и проведение специализированных конференций для экспортеров о потенциале сбыта на мировых рынках (в США действует программа – Discover Global Markets), в рамках кото-

рых обеспечивается глубокая экспертиза экспортного потенциала страны, в том числе в формате встреч «один на один» между представителями бизнеса, коммерческими дипломатами, специалистами по торговле, представителями государственных структур; проведение панельных дискуссий по последним тенденциям в отрасли [13];

организация услуг по предоставлению подробной (International Company Profile Full) или базовой (International Company Profile Partial) информации о конкретных зарубежных фирмах (общая информация о бизнесе, о предыстории и продуктах; ключевые должностные лица, финансовые данные (кредитоспособность), репутационная информация и др.) и рынках (потенциал продукта фирмы (услуги) в целевых регионах экспорта, письменные рекомендации о целесообразности продвижения на целевом рынке и др.) [14];

создание единой (единственной) автоматической коммерческой среды/платформы («единое окно» экспортера; в США – «Single Window» or International Trade Data Systems) [15]. Реализация подобной системы в Республике Беларусь позволит: значительно сократить и устранить бумажные формы документов, сроки и процедуру оформления грантов и заявок; упростить таможенное оформление; оптимизировать получение всего комплекса информации о рынках, таможенных процедурах и др.; сконцентрировать весь комплекс данных об экспорте; автоматизировать торговые процессы и процедуры определения законности товара, его оформления и допустимости экспорта;

организация собственной (белорусской) международной электронной торговой площадки (либо включение в действующие зарубежные) и выработка цифровой стратегии электронной коммерции на зарубежных рынках.

В Бразилии поддержка экспорта входит в компетенцию нескольких министерств, каждое из которых реализует свой комплекс мер [16]. Их взаимодействие организовано через Национальный сетевой проект участников внешней торговли. Главная цель – развитие экспортного потенциала. В числе работающих инструментов можно выделить консультирование мелких компаний по вопросам экспортных процедур, бесплатное обучение агентов внешнеторговой деятельности, владельцев мелкого бизнеса и преподавателей и др.

Актуальными для использования в Республике Беларусь инструментами на основе опыта Бразилии являются:

объединение функционирующих в Беларуси институтов поддержки экспорта продовольствия в рамках единого кластера (платформы) участников внешнеторговой деятельности АПК;

организация регулярных региональных семинаров по развитию экспорта (в Бразилии – Agro-Ex) для ознакомления с возможностями, открывающимися на международных рынках;

учреждение (с финансированием) ежегодного издания «Торговый оборот продукции АПК» (аналогичного изданию «Мониторинг продовольственной безопасности Республики Беларусь»), включающего анализ белорусского торгового оборота продовольствия, в том числе на наиболее важных для экспорта агропродовольственной продукции рынках (включая оценку приоритетов целевых рынков, потенциал регионов сбыта с наилучшими перспективами для отечественных производителей и продуктов);

организация семинаров по экспортным инновациям для информирования отечественных компаний о мерах по содействию экспорту, а также семинаров по ознакомлению производителей с потенциалом рынков в целевых странах. В Бразилии действует программа «APEX-BRASIL».

В Российской Федерации вопросами регулирования экспорта агропродовольственной продукции занимаются Министерство экономического развития, Министерство промышленности и торговли и Министерство сельского хозяйства [17]. В настоящее время в стране продолжается процесс формирования новой модели поддержки экспорта по принципу «единого окна», ключевую роль в которой занимает АО «Российский экспортный центр» (РЭЦ) – государственный институт поддержки экспорта, предоставляющий экспортерам широкий спектр финансовых и нефинансовых мер поддержки. Взаимодействие с профильными министерствами и ведомствами, а также сотрудничество с ключевыми отраслевыми и деловыми организациями позволяют РЭЦ



совершенствовать условия ведения экспорта в России и нивелировать действие существующих барьеров при проведении внешнеэкономической деятельности. Российский экспортный центр входит в группу Внешэкономбанка.

В качестве актуальных для использования в Республике Беларусь инструментов на основе опыта России можно считать:

совершенствование проводимых в Беларуси мероприятий по организации выставок и ярмарок, предоставление услуг сертификации, экспертиз страны и товара, проведение бизнес-тренингов, семинаров, анализ рынков сбыта, переводы и консалтинг, аудит и др. (в России этот комплекс вопросов решает Торгово-промышленная палата);

совершенствование механизмов льготного кредитования и предоставления экспортных кредитов с субсидированием процентной ставки (максимальная сумма кредита не должна превышать 85% от стоимости экспортного контракта. Сумма экспортного контракта – не ниже 200 тыс. USD);

ориентация на приоритетную поддержку несырьевых экспортеров. Предоставление кредита и гарантий целесообразно увязать с долей белорусской составляющей (не менее 30%) в общей стоимости экспортного контракта;

поддержка малых и средних экспортеров. Проведение образовательных онлайн-программ обучения начинающих компаний-экспортеров (основы и ведение экспортной деятельности, правовая и консультационная поддержка в сферах таможенного администрирования, сертификации, логистики, патентования и возврата налога на добавленную стоимость; инструменты и механизмы продвижения на внешние рынки), предоставление аналитических обзоров рынков сбыта, консультирование по сертификации и лицензированию, а также компенсация затрат за счет средств по различным направлениям экспортной деятельности;

целенаправленная работа по улучшению условий доступа белорусских товаров и услуг на внешние рынки, упрощению таможенных процедур и устранению административных барьеров;

совершенствование информационных ресурсов в сети Интернет о белорусских экспортерах продовольствия (в том числе единого портала) с целью расширения возможностей установления международных контактов [8].

В Республике Казахстан реализуется Национальная экспортная стратегия на 2018–2022 годы, в которой прописаны цели по объемам экспорта несырьевых товаров и совершенствованию институциональных основ поддержки экспортеров [18]. В рамках данной стратегии за национальной компанией «Казахэкспорт» закреплен статус единого оператора по продвижению и поддержке экспорта. Компания функционирует по принципу «единого окна» по экспортно-импортным операциям. Это позволило сократить стоимостные и временные затраты, упростить технологию информационного взаимодействия с государственными органами. В Казахстане уполномоченным государственным органом по реализации экспортной политики является Министерство по инвестициям и развитию. Основной задачей ведомства в рамках экспортной стратегии является устранение барьеров, с которыми сталкиваются казахстанские экспортеры. Кроме данного министерства, в организационную структуру поддержки экспорта Республики Казахстан также входят Министерство национальной экономики, Министерство сельского хозяйства и Министерство иностранных дел.

Актуальными для использования в Республике Беларусь инструментами на основе опыта Казахстана могут быть признаны:

создание системы «единого окна» с возможностью подачи онлайн-запроса на решение проблем и задач экспортной деятельности, в том числе страхования, кредитования и т.д.;

оказание поддержки в части обучения и консультирования экспортеров в продвижении товаров и услуг на внешние рынки и в области маркетинга;

ежегодная актуализация перспективной «экспортной корзины продовольствия» (список отечественных товаров и услуг, которые наиболее востребованы в зарубежных странах) и приоритетных рынков сбыта;

совершенствование системы электронного декларирования таможенных процедур экспорта;  
 сбор, обработка и публикация информации о возможностях сотрудничества с иностранными партнерами с содействием в установлении деловых контактов с потенциальными иностранными партнерами;

совершенствование услуг финансирования экспортных операций, включая софинансирование путем предоставления займов как резиденту – поставщику белорусской продукции, так и нерезиденту – ее покупателю;

возмещение затрат на рекламу продукции, участие в зарубежных выставках, ярмарках и фестивалях, а также разработку и распространение рекламных каталогов. Компенсация части сумм на содержание представительств, торговых точек или складов за рубежом, проведение процедур по регистрации товарных знаков и сертификации продукции;

проведение семинаров с участием международных экспертов и вебинаров по вопросам экспорта товаров и услуг;

оказание экспертами консультационной и аналитической поддержки государственным органам по сотрудничеству и взаимодействию с международными структурами.

## Заключение

В условиях высококонкурентного мирового рынка и развития нетарифных ограничений импорта возможности аграрного бизнеса по самостоятельному развитию экспорта существенно ограничены. В данной связи комплексный характер использования широкого спектра мер и механизмов поддержки экспорта является определяющим фактором успешной реализации экспортного потенциала страны и его диверсификации. В совокупности детальное изучение мирового опыта развития внешнеторговой деятельности в сфере экспорта АПК позволяет разрабатывать и широко применять наиболее эффективные практики и инструменты поддержки и стимулирования экспорта продовольствия с учетом национальных ресурсов и особенностей Беларуси.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Trade statistics for international business development (Trade Map) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.trademap.org/Index.aspx>. – Date of access: 17.09.2020.
2. Trade and tariff data [Electronic resource] / WTO. – 2020. – Mode of access: [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statis\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm). – Date of access: 10.06.2020.
3. Poland – Agriculture [Electronic resource]. – Mode of access: <https://portal.cor.europa.eu/divisionpowers/Pages/Poland-Agriculture.aspx>. – Date of access: 17.09.2020.
4. Programy wieloletnie [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/programy-wieloletnie2>. – Date of access: 17.09.2020.
5. AMA-Marketing GesmbH [Electronic resource]. – Mode of access: <https://b2b.amainfo.at/>. – Date of access: 17.09.2020.
6. Наши проекты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://produkt.by/page/nashi-proekty>. – Дата доступа: 17.09.2020.
7. CanExport [Electronic resource]. – Mode of access: <http://international.gc.ca/trade-commerce/funding-financement/canexport/index.aspx?lang=eng>. – Date of access: 01.08.2020.
8. Пилипук, А. В. Зарубежный опыт реализации мер повышения эффективности экспортоориентированных производств пищевой промышленности / А. В. Пилипук, И. В. Колеснёв, М. Л. Климова // Актуальные проблемы устойчивого развития агропромышленного комплекса: материалы XII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 11–12 окт. 2018 г. / Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси; под ред. В. Г. Гусакова. – Минск, 2018. – С. 139–147.
9. Export-Import bank of the United States [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.exim.gov>. – Date of access: 07.10.2020.
10. Озерова, М. Г. Экономический механизм агропродовольственного сектора зарубежных стран: адаптация к российским условиям / М. Г. Озерова // Агропродовольственная политика России. – 2013. – № 9 (21). – С. 94–98.
11. Federal State Marketing Improvement Program [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/fsmip>. – Date of access: 12.04.2020.
12. Колеснёв, И. Рекомендации по созданию специализированного института поддержки экспортоориентированных производств пищевой промышленности в Республике Беларусь / И. Колеснёв // Аграрная экономика. – 2019. – № 4. – С. 33–39.

13. Discover Global Markets [Electronic resource]. – Mode of access: [export.gov/discoverglobalmarkets](https://www.export.gov/discoverglobalmarkets). – Date of access: 07.08.2020.
14. International company profile (full and partial) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.export.gov/International-Company-Profile>. – Date of access: 07.09.2020.
15. ACE and Automated Systems [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.cbp.gov/trade/automated>. – Date of access: 07.08.2017.
16. Overview of potentially trade restrictive measures identified between 2008 and end 2015 [Electronic resource]. – Mode of access: [https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2016/may/tradoc\\_154568.pdf](https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2016/may/tradoc_154568.pdf). – Date of access: 10.10.2020.
17. Услуги системы ТПП РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uslugi.tpprf.ru/ru/services>. – Дата доступа: 02.09.2020.
18. Национальная экспортная стратегия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://primeminister.kz/ru/documents/gosprograms/nacional-nay-eksportnay-strategiy>. – Дата доступа: 02.09.2020.

*Поступила в редакцию 26.10. 2020*