

**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ
НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Мацкевич М.Г., ст. преподаватель

Анисько А.С., студент

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск*

Ключевые слова: молочная промышленность, отрасль, потенциал, конкурентоспособность, экспорт, качество.

Key words: dairy industry, industry, potential, competitiveness, export, quality.

Аннотация: В статье рассматриваются актуальные вопросы повышения конкурентоспособности молочной продукции Республики Беларусь на внутреннем и внешнем рынках. Проведен анализ современного состояния молочной отрасли, выявлены основные факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции. Особое внимание уделено изучению экспортного потенциала и анализу позиций белорусских производителей на международных рынках.

Summary: The article examines current issues of increasing the competitiveness of dairy products of the Republic of Belarus in the domestic and foreign markets. An analysis of the current state of the dairy industry was conducted, and the main factors influencing the competitiveness of products were identified. Particular attention is paid to the study of export potential and analysis of the positions of Belarusian producers in international markets.

Одной из приоритетных отраслей экономики Республики Беларусь является молочная промышленность, которая считается визитной карточкой страны.

В общем объеме пищевой промышленности производство молочных продуктов составляет около 29% и в 2,5 раза превышает их потребление. Производство на душу населения составляет в 2024 году 828 кг, а потребляется только 244 кг, что способствует наращиванию экспорта. Занимая уверенную позицию на рынке молочных продуктов, отрасль постоянно и успешно развивается.

Молочное производство играет ведущую роль в агропромышленном комплексе Беларуси. Ассортимент включает свыше 2000 наименований продукции на основе цельного молока. В частности, страна выпускает

около 40 сортов масла и около 480 видов сыров [2]. В текущем году наблюдается увеличение объемов производства: по маслу – на 20%, по сырам – на 3%, по цельномолочной продукции – более чем на 11%. Активно расширяется выпуск сухого молока и его производных, таких как сухое обезжиренное молоко, сухое цельное молоко и сухая сыворотка.

Республика Беларусь обладает значительным экспортным потенциалом. В 2023 году было произведено 8,14 млн тонн молока, что позволило стране войти в число лидеров мирового экспорта: 3-е место по экспорту масла и сухой молочной сыворотки, 4-е – по сырам и 5-е – по сухому обезжиренному молоку. На российском рынке молочная продукция Республики Беларусь занимает долю в 15%. По итогам 2023 года 2 белорусских бренда вошли в рейтинг Топ-50 молочных брендов в России. Это «Брест-Литовск» (занял 3-е место, доля на российском рынке – 2,77%) и «Савушкин продукт» (11-е место, доля рынка – 1,13%).

За 2024 год белорусские молокоперерабатывающие предприятия отгрузили на экспорт 6 млн тонн молока и молокопродуктов.

Доля молочной продукции в общем объеме экспорта продовольствия в 2024 году составила 40,3%. Ширится и география поставок. Если в 2023 году отечественные молокоперерабатывающие предприятия отгружали товары в 59 государств, то в 2024-м – уже в 69. Рынки для реализации белорусской молочной продукции открыли Алжир, Мексика, Кувейт, Нигерия, Кения и не только. Наряду с освоением новых рынков производители стремятся разнообразить ассортиментный перечень поставок и в те страны, где уже закрепились.

В таблице 1 представлены данные по экспорту некоторых видов молочной продукции Республики Беларусь за 2022–2024 годы.

Таблица 1. Экспорт молочной продукции за 2022–2024 г.

Показатель	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Объем экспорта, млн долл	830,2	885,6	963,4
Темп роста к предыдущему году, %	106,4	106,7	108,8
Основные направления экспорта	Россия (80%), страны СНГ (8,9%)	Россия (82%), страны СНГ (9,5%)	Россия (83%), страны СНГ (10%)
Количество стран-импортеров	55	59	69
Основные экспортные продукты	Сливочное масло, сыры жирные, цельномолочная продукция	Сливочное масло, сыры жирные, цельномолочная продукция	Сливочное масло, сыры жирные, цельномолочная продукция

Из таблицы видно, что количество стран-импортеров увеличилось на 10 с 2023 на 2024 год, также, как и объем экспорта молочной продукции в целом.

Развитие молокоперерабатывающих предприятий происходит за счет модернизации, технического оснащения, повышения качества сырья и продукции, увеличения объема экспорта.

Конкурентоспособность молочной отрасли – это способность продавать продукцию на рынке, который наполнен аналогичными видами продукции, а именно: привлекать клиентов, удерживать свою долю рынка и обеспечивать прибыльность. В качестве некоторых показателей конкурентоспособности можно назвать высокое качество продукции, эффективность производства, темпы роста продаж, прибыльность организации [3].

Кроме качества и эффективности переработки молока важным фактором стало рациональное использование сырьевых ресурсов и совершенствование структуры отрасли, способствующей максимальному использованию побочных продуктов – сыворотки, пахты, обрат (обезжиренного молока), полученных в процессе производства.

Повышенное качество достигается в результате внедрения передовых технологий и применения новейших материалов, строгого соблюдения санитарных норм и правил, постоянного контроля качества и безопасности сырья, пищевых ферментов и добавок, технологического оборудования и упаковочного материала, разработки и освоения новых видов продуктов.

В настоящее время проблема оценки конкурентоспособности продукции все чаще ставится перед специалистами по маркетингу на предприятиях. При этом в качестве основной задачи определяется установление критических факторов, влияющих на конкурентоспособность и повышение эффективности управления конкурентоспособностью в долгосрочном периоде.

Возможность молокоперерабатывающего предприятия успешно конкурировать на рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности продовольственного товара и совокупности экономических методов деятельности, влияющих на результаты конкурентной борьбы. Так, уровень конкурентоспособности предприятия становится результатом продуманного и взвешенного анализа и грамотного использования условий внешней и внутренней среды, которые напрямую связаны с факторами производства.

Основное направление развития сегодня – не только наращивание объемов производства, но и формирование конкурентных преимуществ причем более высокого порядка и на этой основе достижение нового качества экономического роста. Основная задача молокоперерабатывающей отрасли – молоко не просто принять и переработать, а выработать качественную продукцию, соответствующую мировым стандартам, и реализовать каждый дополнительно выработанный килограмм ее на экспорт с

максимальной добавленной стоимостью и эффективностью [1]. В связи с этим актуальной остается необходимость дальнейшего совершенствования производственного потенциала молокоперерабатывающих организаций, широкого применения современных технологических решений в переработке молока с использованием инновационных методов обработки исходного сырья.

Белорусские молокоперерабатывающие организации оснащены высокотехнологичным оборудованием, которое позволяет повысить конкурентоспособность молочной продукции, а также повысить производительность труда, улучшить его условия, увеличить объем производства продукции, уменьшить электропотребление.

Повышение конкурентоспособности молочной продукции может быть достигнуто за счёт следующих мероприятий:

1. Расширение ассортимента продукции: разработка и внедрение новых видов молочных продуктов, таких как йогурты, творожные десерты, молочные коктейли и другие.

2. Оптимизация затрат: внедрение современных технологий и оборудования, автоматизация процессов производства и оптимизация логистических цепочек.

3. Повышение качества продукции: соблюдение стандартов качества, использование натуральных ингредиентов и контроль производственных процессов.

4. Развитие экспортных возможностей: активное продвижение белорусской молочной продукции на зарубежных рынках, участие в международных выставках и конференциях, а также заключение договоров о сотрудничестве с иностранными компаниями.

5. Сотрудничество с научными организациями и исследовательскими центрами: проведение совместных исследований и разработок новых технологий производства молочных продуктов.

6. Развитие инфраструктуры: поддержка и развитие инфраструктуры молочной промышленности, включая строительство новых молочных заводов, модернизацию существующих предприятий и создание логистических центров.

7. Обучение и повышение квалификации персонала: проведение обучающих программ и семинаров для сотрудников молочных предприятий, направленных на повышение их профессиональных навыков и знаний.

Таким образом, анализ конкурентоспособности молочной продукции Республики Беларусь демонстрирует высокий потенциал на внутреннем и внешнем рынках. Белорусские молочные товары характеризуются стабильно высоким качеством, соответствующим международным стандартам, и конкурентоспособной ценой, что обеспечивает их востребованность как на отечественном, так и на зарубежных рынках.

Список использованной литературы

1. О государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021-2025 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 1 фев. 2021 г., №59 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2021. – 5/48758.

2. Качество решает. Как развивается молочная отрасль в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.belarus.by/ru/business/business-news/kachestvo-reshaet-kak-razvivaetsja-molochnaja-otrasl-v-belarusi_i_169623.html/ - Дата обращения : 11.05.2025.

3. Аграрный бизнес в Республике Беларусь: состояние и перспективы развития / под ред. В. Г. Гусакова. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2020–2023.

УДК 339.138

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПАКОВКИ ТОВАРА КАК ВАЖНАЯ ЧАСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Пашкова Е.С., ст. преподаватель

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет», г. Минск

Ключевые слова: упаковка, «умная» упаковка», концепция создания упаковки, маркировка.

Key words: packaging, «smart» packaging, packaging creation concept, labeling

Аннотация: В современном мире потребитель имеет значительный конкурентный выбор качественного продукта и ожидает от производителя не просто упаковку, а передовую перспективную упаковку, которая будет чем-то отличаться от упаковки конкурентов. Упаковка может побуждать потребителя к повторной покупке товара, вовлечению в акции, общению с производителем и продавцом посредством Интернета, писем. Упаковка – это широкое поле деятельности для маркетологов для размещения информации, чтобы коммуникация с покупателем состоялась. Наиболее перспективными технологиями в упаковке пищевых продуктов, достоверно снижающими влияние негативных факторов на качество и безопасность товара сегодня считаются нанотехнологии, что позволит создать «умную» упаковку.

Summary: In the modern world, the consumer has a significant competitive choice of quality products and expects from the manufacturer not just packag-