

трансформаций – в культивировании норм инновационного экономического поведения, адекватных современной эпохе.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Концепция Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года / Министерство экономики Республики Беларусь. – Минск, 2018. – 82 с. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.by/uploads/files/ObsugdaemNPA/Kontseptsija-na-sajt.pdf>. – Дата доступа: 04.02.2023.
2. Бабосов, Е. М. Стратификационная трансформация современной Беларуси / Е. М. Бабосов; Национальная академия наук Беларуси, Институт социологии. – Минск: Беларуская навука, 2018. – 364 с.
3. Национальная экономика Беларуси: учебник / В. Н. Шимов [и др.]; под ред. В. Н. Шимова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Минск: БГЭУ, 2018. – 650 с.

УДК 658.8

### ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

**Лабков С. С.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых  
и химических технологий»  
г. Могилев, Республика Беларусь

В условиях рыночных отношений коммерческий успех предприятия зависит не только от производственных возможностей, но в большей степени от успешного сбыта выработанной продукции. Большое значение коммерческой деятельности по сбыту определяется тем, что объем сбыта продукции предприятия определяет другие показатели: доходы, прибыль, уровень рентабельности. Именно в процессе сбыта определяется важность и ценность произведенной продукции для общества, а также формируются средства для возобновления воспроизводства и осуществления процесса расширенного воспроизводства [1].

На внешних рынках существует большой спрос на белорусскую молочную продукцию. Потребности внутреннего рынка обеспечены. Сегодня предприятия стремятся делать все возможное для наращивания экспортного потенциала нашей страны в молочной отрасли. Предприятия работают устойчиво и рентабельно. Необходимо выработать дальнейшую стратегию белорусского экспорта в молочном производстве. Валовое производство молока в Беларуси наращивается за счет максимальной реализации потенциала продуктивности коров молочного стада при сохранении на протяжении последних лет их численности на уровне 1,4 млн. Если в 2018 г. продуктивность дойного стада составила 5,0 тыс. кг молока, в 2020 г. этот показатель составил 5,3 тыс. кг молока с приростом к уровню

2019 г. в 271 кг. За 9 месяцев 2021 г. средний удой молока от коровы превысил показатель 2020 г. на 70 кг и составил 4104 кг.

Экспорт белорусской молочной продукции к 2030 г. может приблизиться к \$4 млрд. За последние 5 лет объем экспорта молочной продукции вырос на 34 %, или на \$600 млн. В 2019 году он составлял \$2,3 млрд. (рост на 15 % к 2018 г.). Молочную продукцию поставляли в 58 стран. С учетом планов по увеличению производства молока в стране (до 9,2 млн. т к 2025 г. и до 10,5 млн. т к 2030-му) экспорт молочной продукции тоже вырастет. Он достигнет \$3,1 млрд. к 2025 г. и увеличится до \$4 млрд. к 2030 г.

Доля экспортных поставок молочной продукции составляет 60 % от объема производства, при этом практически все производимое сухое обезжиренное и сухое цельное молоко поставляется за рубеж. У сыров и масла также достаточно высокая доля экспорта – 83,5 и 68 % соответственно.

Российский рынок для белорусских производителей был и остается основным в силу сложившихся торгово-экономических отношений, удобной логистики, отсутствия таможенных барьеров. Однако на сегодняшний момент Россия активно развивает собственное молочное скотоводство и ежегодно увеличивает объемы производства молока и молочных продуктов. Такая политика увеличивает конкуренцию на общем рынке Союзного государства. Одним из направлений повышения эффективности сбытовой политики является диверсификация экспортных поставок. Необходима постепенная переориентация товарных потоков на другие рынки сбыта. Так, с 2015 г. доля российского рынка снизилась на 12,2 п. п. Наблюдается рост поставок в страны СНГ. Наиболее активная торговля молочной продукцией идет с Казахстаном, Кыргызстаном и Азербайджаном. Доля экспорта в страны дальнего зарубежья увеличилась с 0,3 % в 2015 г. до 6,1 % в 2020-м. Для поставок в Китай аккредитовано 56 белорусских молокоперерабатывающих предприятий. Экспорт белорусской молочной продукции в КНР за пять лет вырос в десятки раз. Развиваются поставки в КНР различных категорий товаров. Традиционно хорошо представлено сухое, обезжиренное молоко, сыворотка. Тем не менее для завоевания данных рынков необходимо увеличивать объем поставок цельномолочной продукции, стерилизованного молока, сыров, творога, масла.

Для эффективной реализации произведенных товаров предприятие должно проводить комплекс мероприятий, обеспечивающих физическое распределение товарной массы в рыночном пространстве, доведение товаров до потребителей, их продажу и организацию эффективного потребления.

Обоснованное формирование и эффективный подход к сбыту на принципах маркетинга руководством молочных организаций обеспечит их конкурентоспособность и, следовательно, эффективное функционирование в современных условиях геоэкономической конкурентной борьбы. В связи с этим отделу маркетинга необходимо проводить оценку стратегического положения на рынке и исключить дублирование сбытовых функций. В результате этих мероприятий руководство организации получит информацию, позволяющую решать глобальные стратегические задачи, не останавливаясь на решении тактических проблем.

#### ЛИТЕРАТУРА

1 Гольдштейн, Г. Я. Маркетинговые решения по распределению товаров и услуг / Г. Я. Гольдштейн, А. В. Катаев. – М.: Экономика, 2010. – 370 с.

УДК 658.8

### **МНГОВЕКТОРНЫЙ ЭКСПОРТ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

**Лабкова О. П.**

УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»  
г. Могилев, Республика Беларусь

Стабильность экономического роста республики во многом связана с развитием экспортного потенциала агропромышленного комплекса и интеграцией белорусской аграрной экономики в мировую аграрную систему. Рынок сбыта характеризуется динамичностью, нестабильностью торговых и маркетинговых стратегий, а также быстрой заменой устаревших товаров новыми в рамках формирования спроса с целью повышения эффективности функционирования перерабатывающих организаций. Проблема эффективности стоит особенно остро на современном этапе развития экономики в связи с возрастающей неопределенностью внешней среды, усилением конкуренции, значительными изменениями в законодательстве, внедрением новых форм и методов организации производства, что предопределяет необходимость поиска путей адаптировать национальные компании к новым реалиям ведения бизнеса, сочетая интересы производителя и покупателя как основных игроков товарного рынка. Принимая во внимание тот факт, что успешная деятельность организации напрямую связана с производством и реализацией продукции (услуг), основными факторами, способными влиять на эффективность управления,