

Аналогичная картина сложилась и по региональной структуре площадей насаждений яблонь: пальма первенства принадлежит Азии (67,8 %) и Европе (21,3 %), Океания – на последнем месте (0,6 %). Страны-лидеры по производству – Китай и Индия – являются и лидерами по площади насаждений, в них сконцентрировано соответственно 41,4 и 6,7 %, в Республике Беларусь – 1,1 %.

Таким образом, наша страна занимает весьма скромные позиции в мировом плодоводстве и, в частности, в мировом производстве яблок.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Сайт Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fao.org/faostat/en/#data>. – Дата доступа: 22.01.22.

УДК 504.03:330

### ПРОЦЕСС ЭКОЛОГИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

**Дорошкевич И. Н.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Стремительное развитие технологий, цифровизация производственных процессов, инновационность и комплексность общественного развития позволяют всесторонне изучать законы функционирования экосистем и научно обосновать их вовлечение в хозяйственный оборот, а экологически ориентированные технологии, экосистемные отрасли и индустрии превращаются в основной фактор, который способен формировать новое качественное содержание экономики.

Часть исследователей под экологизацией понимают выдвижение на первый план вопросов окружающей среды в процессе экономического развития. Многие ученые отмечают, что само по себе устойчивое развитие экономики основано на принципах экологизации. Таким образом, в целом можно отметить, что данное понятие включает сбалансированное достижение конкурирующих между собой производственных, социальных и экологических целей.

Предполагается, что в настоящий момент в Беларуси у населения только формируется культура потребления экологических продуктов [1] и, следовательно, появляется потенциал для развития такого сегмента агропродовольственного рынка. Однако в социально-культурном ракурсе потребление экологически чистых, домашних продуктов и рациональное отношение к окружающей среде имеет давнее проявление.

ние в отечественной традиционной культуре. Можно отмечать, что за счет применения современных «зеленых» технологий происходит возврат к традиционным эколого-ориентированным знаниям, убеждениям, которые в процессе экологизации приведут к трансформации всей социально-экономической структуры и развития человеческого общества. Такие процессы уже происходят в странах с высоким уровнем развития экономики и жизни.

В то же время в большинстве стран на данный процесс потребуется определенное время, в т. ч. на создание организационно-экономических условий для перехода предприятий на новый способ хозяйствования и преодоления сложившихся стереотипов в освоении альтернативных технологий. Таким образом, актуальной становится задача освоения производства на экологической основе, разработка рекомендаций, расширение информационной базы, освещающей особенности экологического метода хозяйствования и определение экономических факторов стимулирования его освоения.

Исследованию различных аспектов взаимодействия экономики и экологии в современных рыночных условиях, проблем функционирования экономических систем с учетом экологического фактора посвящены труды отечественных и зарубежных ученых, таких как А. А. Аутко, Н. Н. Батова, Ю. И. Быстракова, Н. И. Жукова, Г. И. Гануш, В. Г. Гусаков, Е. В. Лаевская, О. И. Литовки, Е. Г. Лысенко, П. М. Нестерова, И. П. Нужина, Х. Д. Боллесен, Г. И. Чегут, А. Я. Якобсон и др.

Вместе с тем в нашей стране остаются малоизученными вопросы оценки эффективности функционирования предприятий различных отраслей на основе экологизации их производства, а также вопросы перехода к экологическим методам хозяйствования. Недостаточно представлены методологические подходы, позволяющие рассматривать экологизацию производства как систему взаимосвязанных социально-экономических и организационно-технологических процессов. Практически не изучены проблемы управления экологическим сельским хозяйством в современных условиях развития АПК.

В отечественной экономической науке одними из актуальных направлений исследований экономической экологизации являются:

- анализ социально-экономических предпосылок перехода к экологическим принципам хозяйствования;
- обоснование механизма управления экологическим производством в современных условиях развития экономики;
- разработка модели и рекомендаций по организации эколого-экономически ориентированного сельскохозяйственного производства в контексте устойчивого развития [2];

- выявление эколого-экономических проблем использования природных ресурсов и предложений по наиболее эффективным направлениям их рационализации.

Таким образом, экологизация экономики является актуальным процессом, который затрагивает производственные, экологические и социальные вопросы. В свою очередь, такой процесс ведет к необходимости развития экологизации мышления и новых форм планирования и управления.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Дорошкевич, И. Н. Оценка платежеспособного спроса на экологически чистую продукцию в Республике Беларусь / И. Н. Дорошкевич, Т. В. Цебро // Современные технологии сельскохозяйственного производства: сборник научных статей по материалам XXIII Международной научно-практической конференции: экономика, бухгалтерский учет, социально-гуманитарные науки. – Гродно: ГГАУ, 2020. – С. 55-57.
2. Tsebro, T. V. The development of the domestic organic market in the Republic of Belarus / T. V. Tsebro, I. N. Darashkevich // German International Journal Of Modern Science. – 2021. – № 7-2. – P. 27-31.

УДК 637.1: 658.8 (476)

### ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ МОЛОКА

**Дыканец В. П.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Цель товарной политики – рационализация ассортиментного портфеля на основе бренд-стратегии. Концепция товарной политики – сориентировать предприятие на выпуск продукции, наиболее соответствующих структуре и разнообразию спроса конкретных покупателей. На сегодняшний день в РБ возрастает культура потребления продуктов питания, вместе с тем возрастает социальный уровень потребителя, как результат, проявляется дифференциация потребителя по поведению, потребностям, уровню дохода и т. д. Перспективным на сегодняшний день является позиционирование для каждого целевого сегмента отдельно, имеется возможность за счет использования элементов брендинга, нейминга, визуализации и т. д.

Основные направления в товарной политике:

1. Развитие бренда.

Брендинг – одно из направлений маркетинга, изучающего создание и управление торговыми марками. Бренд помогает узнать при