

УДК 637.1/3(476.7):005.332.4

**УДАСКАНАЛЕННЕ ПРАЦЭСУ ПАЗІЦЫЯНАВАННЯ ПРАДУКЦЫІ
ПРАМЫСЛОВАГА ПРАДПРЫЕМСТВА МАЛОЧНАЙ ГАЛІНЫ
НА ПРЫКЛАДЗЕ ААТ «САВУШКІН ПРАДУКТ»**

А. А. Якушэнка, П. Я. Герасіменка

*Установа адукацыі «Гомельскі дзяржаўны тэхнічны
ўніверсітэт імя П. В. Сухого», Рэспубліка Беларусь*

Навуковы кіраўнік І. М. Рыдзецкая

Разгледжаны станоўчыя і адмоўныя бакі ў працэсе пазіцыянавання айчынай прадукцыі і прапануюцца напрамкі яго ўдасканалення.

Ключавыя словы: пазіцыянавання, канкурэнцыя, маркетынг, стратэгія, амніканальны маркетынг, рызыкі, выдаткі.

**IMPROVEMENT OF THE PROCESS OF POSITIONING
PRODUCTS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE DAIRY
INDUSTRY ON THE EXAMPLE OF JSC “SAVUSHKIN PRODUCT”**

A. A. Yakushenko, P. Ya. Gerasimenko

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Scientific supervisor I. N. Rydetskaya

This article examines the positive and negative aspects of the process of positioning domestic products and suggests ways to improve it.

Keywords: positioning, competition, marketing, strategy, omnichannel marketing, risks, costs.

Мэтай напісання дадзенай працы з’яўляецца аналіз працэсу пазіцыянавання прадукцыі прамысловага прадпрыемства малочнай галіны у кантэксце Рэспубліцы Беларусь. На дадзены час у Рэспубліцы працуе 32 малакаперапрацоўчых прадпрыемстваў, сярод якіх вылучаюць такіх лідэраў, як «Савушкін прадукт», «Мілкавіта», «Бабулін гладыш», «Слуцкі сыраробчы камбінат», «Малочны свет», «Малочныя прадукты», «Беллакт» і інш.

Калі разгледзець вынікі працы вышэйпералічаных падпрыемстваў, то можна заўважыць, што за апошнія гады сярод кампаній малочнай галіны лідзіруючую пазіцыю па прыбытку стабільна штогод займае ААТ «Савушкін прадукт» – 1809,0 млн на момант 2020 г. Другое месца, з вялікім адрывам – ААТ «Слуцкі сыраробчы камбінат» з прыбыткаў у 767,6 млн на момант 2020 г. У сваю чаргу, ААТ «Савушкін прадукт» таксама займае і першае месца па чыстаму прыбытку – 51,3 млн руб.

Малочная галіна Беларусі характарызуецца высокім узроўнем канкурэнцыі, што ўскладняе працэс пазіцыянавання прадукцыі. Найбуйнейшыя вытворцы, такія як «Савушкін прадукт», «Мілкавіта», «Слуцкі сыраробчы камбінат» і іншыя, імкнуцца замацавацца на рынку праз унікальныя маркетынжавыя стратэгіі. Аднак нягледзячы на гэта, існуе шэраг праблем, якія перашкаджаюць эфектыўнаму пазіцыянаванню брэндаў. Па-першае, назіраецца высокая ступень аднатыпнасці прадуктаў і іх пазіцыянавання. Большасць кампаній рэкламуюць сваю прадукцыю праз стандартныя лозунгі, такія як «натуральнасць», «якасць», «свежасць», што не дазваляе ім вылучыцца сярод канкурэнтаў. Па-другое, узрастае попыт на функцыянальныя прадукты,

адаптаваныя пад патрэбы розных груп спажываўцоў: спартсменаў, старых людзей, вегетарыянцаў, дыябетыкаў. Аднак большасць вытворцаў не выкарыстоўвае гэты трэнд у сваіх маркетынговых стратэгіях, што абмяжоўвае іх магчымасці росту. Трэцяй праблемай з'яўляецца эканамічны фактар, уключаючы рост кошту сыравіны і лагістычных выдаткаў. Гэтыя аспекты ўплываюць на цэнаўтварэнне і канкурэнтаздольнасць прадукцыі на ўнутраным і знешнім рынках.

Для вырашэння вышэйзгаданых праблем у кантэксце ААТ «Савушкін прадукт» прапануецца стварэнне інавацыйнай лінейкі прадуктаў «Savushkin Smart», якая будзе грунтавацца на прынцыпе персаналізацыі і выкарыстанні сучасных тэхналогій. Асноўная ідэя праекта заключаецца ў распрацоўцы малочных прадуктаў, адаптаваных пад індывідуальныя патрэбы спажываўцоў. Дадзеная канцэпцыя прадугледжвае AI-падбор прадукта на базе III Chat GPT 3.5 праз мабільнае прыкладанне «Savushkin Smart». Функцыянальныя лінейкі: «Savushkin Fit», «Savushkin Health», «Savushkin Vegan», «Savushkin Kids» і амніканальны маркетынг, калаба-рацыі з блогерамі.

Для аналізу мэтазгоднасці ідэі звярнемся да ацэнкі мэтазгоднасці праекту (табл. 1).

Табліца 1

Ацэнка мэтазгоднасці праекта

Фактары мэтазгоднасці	Важнасць фактара (<i>W</i>)	Адзнака ўплыву фактара (<i>B</i>)										Рэзульта т (<i>W · B</i>)
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Вузкая задавальненне патрэб розных груп спажываўцоў	10	9	8	9	9	8	9	9	8	9	9	87,0
Рост долі рынку за кошт выхаду ў новыя нішы (AI падбор)	9	8	7	8	8	7	8	8	8	8	7	69,3
Павелічэнне лаяльнасці брэнду праз персаналізацыю	9	9	9	8	9	9	9	9	9	8	9	79,2
Сацыяльная адказнасць (экалагічнае пакаванне)	7	8	7	8	8	7	7	8	8	8	7	53,2
Падвышэнне канкурэнтаздольнасці за кошт тэхналагічнасці лінейкі	8	9	8	8	9	9	8	8	9	8	9	68,0
<i>Вынік</i>	43	<i>Вынік</i>										356,7

Разлік узроўня мэтазгоднасці (*CWB*): $CWB = 85,4 \%$.

Для атрымання канчатковага меркавання ацэнкі асноўныя рызыкі праекту (табл. 2).

Табліца 2

Асноўныя рызыкі праекту

Рызыкі	Важнасць фактара (<i>W</i>)	Імавернасць наступу (<i>P</i>)	Узровень крытычнасці (<i>R</i>)	Адзнака (<i>P · R</i>)
Высокі кошт распрацоўкі AI-прыкладання	9	7	8	56
Складанасць выхаду на новы рынак (рэгістрацыя, канкурэнты)	7	6	7	42

Рызыкі	Важнасць фактара (W)	Імавернасць наступу (P)	Узровень крытычнасці (R)	Адзнака (P · R)
Магчымая нізкая ўцягну-тасць спажывцоў сталага ўзросту ў выкарыстанне дадатку	8	5	6	30
Рэгулярныя патрабаванні да маркіроўкі і складу прадуктаў	6	5	6	30
<i>Агульная сума</i>	30	23	27	158

Разлік ўзроўню рызыкаўнасці (RPR): $RPR = 52,3 \%$.

Паколькі $CWB = 85,4 \%$, а $RPR = 52,3 \%$, праект трапляе ў зону «зорак», але патрабуе дадатковага кіравання рызыкамі. Праект «Savushkin Smart» мае высокі патэнцыял для развіцця, паколькі ён абапіраецца на актуальныя спажывецкія трэнды і тэхналагічныя рашэнні. Нягледзячы на рызыкі, «Savushkin Smart» з'яўляецца эканамічна мэтазгодным праектам. Такім чынам, рэкамендуецца паступовае ўкараненне на рынак, сістэмнае кіраванне рызыкамі і развіццё партнёрскіх адносін з ІТ-кампаніямі для аптымізацыі выдаткаў.

Літаратура

1. Малочная прамысловасць Рэспублікі Беларусь // Прэс-служба Прэзідэнта Рэсп. Беларусь. – URL: <https://www.president.gov.by> (дата звароту: 19.04.2025).
2. Нацыянальны статэстычны камітэт Рэспублікі Беларусь // Нац. стат. кам. Рэсп. Беларусь. – URL: <https://www.belstat.gov.by> (дата звароту: 20.04.2025).
3. Аналіз стану малочнай прамысловасці Рэспублікі Беларусь і напрамкі яе развіцця // Навуковы часопіс sci-article.ru. – URL: <https://www.sci-article.ru> (дата звароту: 21.04.2025).
4. Савушкін. Прадукты // Савушкін прадукт. – URL: <https://www.savushkin.com> (дата звароту: 22.04.2025).
5. Мэты і задачы таварнай палітыкі // Онлайн-платформа SendPulse. – URL: <https://www.sendpulse.com> (дата звароту: 23.04.2025).
6. SMM-прасоўванне: падрабязны гайд па прасоўванню ў сацыяльных сетках // Digital агенство MediaNation. – URL: <https://www.medianation.ru> (дата звароту: 24.04.2025).

УДК 338.2:339.5

ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ БЕЛАРУСИ

В. Д. Костюкова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель О. Г. Винник

Проанализировано влияние международных экономических отношений на национальную экономическую безопасность Республики Беларусь. Рассмотрены положительные аспекты глобальной интеграции, такие как экономический рост, привлечение инвестиций и развитие инноваций, а также возможные риски, включая зависимость от внешних рынков, финансовые угрозы и технологическую уязвимость. Описаны основные меры по укреплению экономической безопасности страны, в том числе диверсификация внешнеэкономических связей,