

Таким образом, участие школьников в мероприятиях гражданско-патриотической направленности расширяет и углубляет их знания об истории и культуре страны, воспитывает уважение к прошлому, настоящему и будущему своей Родины, традициям и законам страны, формирует опыт гражданского поведения.

Литература

1. Программа патриотического воспитания населения Республики Беларусь на 2022–2025 годы : Постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 29.12.2021 г. № 77. – Режим доступа: <https://pravo.by>. – Дата доступа: 10.05.2024.
2. Концепция непрерывного воспитания детей и учащейся молодежи : Постановление М-ва образования Респ. Беларусь от 15 июля 2015 г. № 82. – Режим доступа: <https://vospitanie.adu.by/organizatsiya-vospitaniya/normativnyye-pravovye-dokumenty.html>. – Дата доступа: 10.05.2024.
3. Мудрик, А. В. Социальная педагогика : учеб. для студентов учреждений высш. проф. образования / А. В. Мудрик. – 8-е изд., испр. и доп. – М. : Академия, 2013. – 240 с.

УДК 330.342:637

РОЛЬ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Т. А. Корнеев

*Учреждение образования «Белорусский государственной
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель А. А. Бажина

Проанализированы молочная отрасль в Республике Беларусь и влияние экономики знаний на изменение ключевых показателей в ней. Анализ проведен на примере деятельности предприятия ОАО «Савушкин продукт». Сделан акцент на значимость цифровизации и внедрения инноваций, на повышение конкурентоспособности предприятий молочной промышленности.

Ключевые слова: цифровизация, экономика знаний, инновации, конкурентоспособность, инвестиции, молочная промышленность

THE ROLE OF KNOWLEDGE ECONOMY IN ENSURING COMPETITIVENESS OF DAIRY INDUSTRY ENTERPRISES

T. A. Korneev

Belarusian State Economic University Minsk

Science supervisor A. A. Bazhina

The article is devoted to the analysis of the dairy industry in the Republic of Belarus and the influence of the knowledge economy on changes in key indicators in it. The analysis was carried out using the example of the activities of the enterprise JSC “Savushkin Product”. The author focuses on the importance of digitalization and innovation in increasing the competitiveness of dairy industry enterprises.

Keywords: digitalization, knowledge economy, innovation, competitiveness, investment, dairy industry.

Экономика знаний создает возможности для усиления конкурентоспособности предприятий и представляет собой концепцию, основанную на использовании знаний и информации в качестве ключевых ресурсов для достижения конкурентных

преимуществ и их устойчивого развития. Экономика знаний в контексте предприятия означает использование интеллектуального капитала, научных исследований, инноваций и передового опыта для повышения производства, качества продукции и удовлетворения потребностей рынка.

Молочная промышленность играет важную роль в экономике Республики Беларусь, являясь одной из ключевых отраслей сельского хозяйства. Так, молочная промышленность, которая давно стала двигателем экономики, каждый год показывает успехи по ключевым направлениям. В 2022 г. было произведено 7871 тыс. т молока, что на 60 тыс. т больше, чем в 2021 г. Производство молока в структуре производства продукции сельского хозяйства занимает 29,8 % в 2022 г., что на 0,1 % больше, чем в 2021 г. В расчете на душу населения, в 2022 г. было произведено 853 кг молока, что на 13 кг больше, чем в 2021 г. За 2022 г. введено в эксплуатацию 22 фермы и 17126 мест – для продуктивного стада, в 2021 г. данные показатели составляли 12 ферм и 10468 мест. Уровень самообеспечения молоком и молочной продукцией увеличился на 6,6 % по сравнению с 2021 г. и составил 266,9 % [1].

Важность молочной промышленности проявляется во многих факторах: способствует развитию сельского хозяйства и созданию рабочих мест в сельских районах, позволяет получать доходы для страны, являясь крупным экспортером молочной продукции, позволяет снизить зависимость от импорта и обеспечить продовольственную безопасность страны, обеспечивает население страны качественной и доступной продукцией.

Рассмотрим деятельность предприятия ОАО «Савушкин продукт» молочной отрасли Республики Беларусь, которое сталкивается с различными вызовами на рынке. ОАО «Савушкин продукт», являясь одной из ведущих организаций молочной отрасли Республики Беларусь, представляет собой крупнейшее производство с объемом экспорта молочной продукции – 60 % от производимого, которая поставляется более чем в 30 стран мира: преимущественно СНГ, также Объединенные Арабские Эмираты, Сингапур и др. [2].

Успешная деятельность предприятия заключается во множестве факторов, одним из которых является интеллектуальный капитал, а именно – персонал. Организация стремится к тому, чтобы ее работники были высококвалифицированными. Это следует из объема ее инвестиций в обучение и повышение квалификации сотрудников [2], что становится необходимостью для эффективного использования технологически нового оборудования, инструментов и методов работы.

ОАО «Савушкин-продукт» стремится к автоматизации и внедрению искусственного интеллекта в процесс производства. Так, ему удалось достичь автоматизации процесса производства молока на 90 %, когда молоко вообще не контактирует с внешней средой и человеком, что дает возможность сохранить максимальную пользу и натуральность, гарантировать безопасность готовой продукции и обеспечить ее высокое качество.

Существенную роль в этом играют правильное хранение сырья и транспортировка. В 2014 г. ОАО «Савушкин продукт» начал реализовывать проект «Автоматизированный высокостеллажный склад». На сегодняшний момент загрузка более 400 наименований продукции происходит в автоматизированном режиме, процесс полной загрузки или разгрузки занимает не более 30 мин, что позволяет сократить сроки поставок продукции на рынок.

Цифровизация производственной деятельности дает возможность повысить эффективность работы, так, например, проект для линии по фасовке творожных десертов обошелся предприятию вдвое дешевле по сравнению с готовыми решениями от сторонних производителей. Его реализация позволяет стабилизировать затраты на производство, сохраняя высокое качество продукции [3].

Цифровизация предоставляет предприятию новые возможности для создания инновационных продуктов и услуг для улучшения функциональности и удобства использования продуктов. Например, одним из успешных решений в сфере цифровизации производства является синхронно введенный в сентябре 2022 г. в Беларуси и России проект маркировки молочной продукции, благодаря которому можно отследить дальнейший путь продукции к потребителю. Таким образом, производителям и ритейлерам стало проще идентифицировать товар для складского учета и инвентаризации, а покупатели становятся более уверенными в качестве продукта [3].

Еще один немаловажный фактор эффективной деятельности предприятия – внедрение новых технологий. В 2023 г. «Савушкин продукт» был номинирован на звание «Лидер энергоэффективности – 2023» благодаря введению технологии по рекуперации тепловой энергии от системы охлаждения воздушных компрессоров. Экономический эффект от работы установленного оборудования составил более 1 тыс. руб. в сутки. Это около 32 тыс. руб. в месяц и примерно 400 тыс. руб. в год. Затраты на проект по прогнозу окупятся в течение 2 лет [4].

Одним из немаловажных факторов успешной конкуренции также является наличие достаточного количества брендов, которые позволяют дифференцировать продукции и тем самым удовлетворять разнообразные предпочтения потребителей (см. таблицу).

Бренды крупнейших молочных предприятий Республики Беларусь

ОАО «Савушкин продукт»	ОАО «Минский молочный завод № 1»	ОАО «Бабушкина крынка»	ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат»	ОАО «Туровский молочный комбинат»
– Савушкин; – Брест-Литовск; – Сыры из Александрии; – ТЕОS; – Березка; – Оптималь; – Суперкид; – Апети; – Активил; – Ласковое лето	– Минская марка; – Славянские традиции; – Венский завтрак; – Аристей; – Молочная страна; – Деди; – Yoguru	– Бабушкина крынка; – Веселые внучата; – Свежие новости; – СлавГород; – Eco Gresco; – Тупичевский монастырь	– Complimilk; – Ясь Белоус; – Нежная королева; – Клецкая крыначка; – Плавгород	– Bonfesto; – CookKing; – Villmonte; – Басни о сыре

Примечание. Источник: [5, с. 85].

Представленные в таблице данные показывают нам стремление ОАО «Савушкин продукт» к удовлетворению как можно большего количества потребителей, исходя из их предпочтений. Затраты компании на продвижение в 2019 г. увеличились на 156,7 % по сравнению с 2017 г. [2].

В 2022 г. ОАО «Савушкин продукт» присуждено 10 высших наград и Гран-При профессионального конкурса «Бренд года». Это доказывает, что бренд и его продукцию не только знают, но и отдают ей предпочтение в потреблении. По результатам удостоены «золота» и признаны лидерами в своих категориях следующие бренды компании: «SVEŽA», «TEOS», «СуперКид», «Ласковое лето», «Брест-Литовск», «Савушкин».

Успешная реализация своей стратегии позволила компании укрепить свои конкурентные позиции и в 2022 г. превысить показатель выручки в размере 3 млрд руб. Для сравнения, выручка за 2021 г. была на уровне 2,173 млрд руб. Таким образом, рост по выручке составляет 40 % [2].

Предприятия, производящие молочную продукцию, являются драйвером молочной отрасли Республики Беларусь. Молочные продукты в 2022 г. заняли наибольший удельный вес в структуре товарного производства, а именно – 28,9 % [2].

Существенный производственный потенциал позволил Республике Беларусь обеспечить высокий уровень среднедушевого производства и потребления молока и молочной продукции в год. Так, в 2022 г. объем производства молока на душу населения составил 853 кг/чел., что в 3,5 раза превышает потребление в республике и в 7,1 раз – превышает среднемировое потребление [1].

Л и т е р а т у р а

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/e44/omhrgtzoda196g3yr9b2r81r71vexa2k.pdf>. – Дата доступа: 05.05.2024.
2. ОАО «Савушкин продукт». – Режим доступа: https://digitalleaders.by/sevushkin_product. – Дата доступа: 05.05.2024.
3. Компания-лидер молочной отрасли Беларуси: зачем нужна цифровизация? – Режим доступа: <https://e-cis.info/news/566/107363/>. – Дата доступа: 06.05.2024.
4. «Савушкин продукт» внедрил в производство новую технологию. – Режим доступа: <https://belkagomel.by/2023/11/22/savushkin-produkt-vnedril-v-proizvodstvo-novuju-tehnologiju/>. – Дата доступа: 06.05.2024.
5. Организационно-правовое обеспечение механизма хозяйствования в сфере агробизнеса. – Режим доступа: <https://conf.baa.by/p2-17.pdf>. – Дата доступа: 26.03.2024.

УДК 330.55

ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А. В. Левкина, П. Р. Петрова

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, г. Москва

Научный руководитель А. В. Колесников

Экспорт различных товаров и услуг со стороны Беларуси составляет более 50,00 % от внутреннего валового продукта страны в целом. Рассмотрена структура ВВП Беларуси, основные факторы, влияющие на его формирование. Также приведена оценка современного состояния данного экономического показателя.

Ключевые слова: внутренний валовый продукт, отраслевая экономика, внешняя экономика, структура ВВП, Беларусь.