

итоге реализовать долгосрочные инфраструктурные проекты в рамках НИС.

Реализация инфраструктурных проектов имеет важное значение для обеспечения инвестиционной привлекательности страны, повышает уровень общественного благосостояния, формирует ряд экономических и социальных эффектов, поэтому оптимизация источников их финансирования является первоочередной задачей управления финансовыми ресурсами на макроуровне.

Список использованных источников

1. Мальцев, Д. М. Влияние инфраструктуры на эффективность инвестиционных проектов / Д. М. Мальцев // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. – 2007.
2. Национальный инфраструктурный план 2016-2030 [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/G4P/NIP-2016-2030.pdf>. – Дата доступа: 08.04.2024.
3. База статистических данных [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=146261>. – Дата доступа: 08.04.2024.

УДК 339.564

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ РАСШИРЕНИЯ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ЛИДСКОЕ ПИВО»

Герасимова О. О., ст. преп., Косьянова Ю. И., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены возможности расширения экспортного потенциала организации с учётом текущей политической ситуации. Расширение экспортной деятельности имеет важное значение, так как способствует росту экспортной выручки и сокращению отрицательного сальдо внешней торговли организации.

Ключевые слова: внешний рынок, рынок пивной продукции, экспорт, Республика Кыргызстан, конкуренция, сбыт, спрос, поставка.

В настоящее время основными внешними рынками сбыта продукции ОАО «Лидское пиво» являются рынки Российской Федерации и Польши. В 2022 году экспорт продукции предприятия увеличился на 63,32 %. При этом в структуре реализации на внешнем рынке доминировала Россия (76,09 %), доля выручки от реализации в Польшу увеличилась на 8,39 п. п. Этому способствовала выгодная логистика и емкость рынков Российской Федерации и Польши.

Вместе с тем, текущая политическая ситуация во многом обусловила серьезные логистические сложности, проблемы со скоростью движения товаров, усложненные таможенные процедуры при экспорте продукции в Польшу. Поэтому основным направлением деятельности организации на современном этапе является наращивание экспорта собственной продукции в государства – члены Евразийского экономического союза.

Анализ рынка алкогольных напитков Республики Казахстан в 2023 году показал серьезные изменения: если продажи крепкого алкоголя растут, то пиво впервые за долгое время сдает позиции. Согласно данным Бюро национальной статистики, за первые шесть месяцев 2023 года в стране стали покупать в 2,4 раза больше коньяка, на 29,4 % больше водки, ликеров, вина. В январе 2023 стоимость пива выросла на 30,9 %. При этом общее удорожание алкоголя было зафиксировано в пределах 22,9 %, а продовольственная инфляция в Казахстане в целом составила 25,7 %. Во-многом это обусловлено акцизной политикой для категорий крепкого алкоголя и пива. Так, в последние несколько лет акциз на пивоваренную продукцию рос более быстрыми темпами, чем акциз на крепкий алкоголь, соотношение акциза на пиво и крепкий алкоголь в Казахстане находится на уровне 1:1,6. Между тем, оптимальный уровень соотношения акцизов (как показывает практика, это

помогает успешно переориентировать структуру потребления населения в сторону слабоалкогольных напитков) – 1:3. Кроме того, высокий рост цен на пивоваренную продукцию эксперты связывают с динамикой курсов валют, высокой долей алюминиевой банки в портфеле (ее стоимость как раз напрямую зависит от цен на алюминий на бирже), а также с большой долей импортного сырья и материалов. На рынке Казахстана объем отечественной продукции составляет порядка 95 % против 5 % импортированной [2].

Углубляясь в вопрос ассортимента, стоит отметить, что в категории пива также присутствует спрос на нестандартные, крафтовые сорта. В Беларуси же крафт развивается в рамках небольших пивоварен, либо формате так называемого «промышленного крафта», когда линейки особенного пива выпускают крупнейшие организации страны. ОАО «Лидское пиво» открыло в Беларуси продажи первого промышленного крафта накануне Чемпионата мира по хоккею. Сорт «Вечер в Брюгге», появившийся на рынке, до сих пор есть в портфеле компании, но массовое производство элитных сортов требует существенных затрат.

Существенное продвижение на рынок Армении затруднено рядом факторов. В Армении фактически отменяется требование на получение лицензии на производство пива, вина, алкогольных напитков из яблока, других фруктов и меда, ликеров, иных напитков с содержанием спирта до 9 %, реализацию и импорт небутилированного коньяка в объеме от 100 тыс. литров [2]. Отмена лицензии в этих сферах упростит выход на рынок отечественных компаний или предпринимателей.

Достаточно перспективным рынком выглядит пивной рынок Республики Кыргызстан. Среди алкогольных напитков наибольший спрос приходится на пиво. В 2022 году Кыргызстанцы купили 48,3 млн. литров пива. При этом объемы отечественного производства не покрывают потребностей внутреннего рынка. Так, в январе – июне 2022 года было произведено 18,39 млн. литров согласно данным Национального статистического комитета. Кыргызстан импортирует пиво из 13 стран. По статистике в январе – июне 2023 года всего в страну было импортировано 3 879,48 тысяч литров пива, причем основные поставщики – Россия (2075,6 тыс. литров) и Казахстан (229,6 тыс. литров) [2].

В связи с этим наиболее актуально наращивание экспорта пива, производимого ОАО «Лидское пиво», в Республике Кыргызстан.

Для того чтобы продукция ОАО «Лидское пиво» была конкурентоспособна на рынке Киргизии, она должна иметь преимущество в цене. В таблице 1 представлен анализ средних цен, предлагаемых кыргызскими производителями и ОАО «Лидское пиво» на пивную продукцию.

Таблица 1 – Сравнительный анализ средних цен на пивную продукцию

Наименование продукции	Средняя цена на продукцию без НДС (в бел. руб.)		Абсолютное отклонение	Относительное отклонение, %
	Кыргизия	ОАО «Лидское пиво»		
Пиво светлое 0,5 л., стекло	2,42	1,76	0,66	+ 37,5
Пиво темное 0,5 л. стекло	2,90	1,79	1,11	+ 62,0
Пиво темное 0,9 л., ПЭТ-бутылка	3,11	3,17	- 0,06	- 1,9
Пиво темное 1 л., ПЭТ-бутылка	3,95	2,94	1,01	+ 34,4
Пиво светлое 1 л., ПЭТ-бутылка	3,95	2,93	1,02	+ 34,8
Пиво безалкогольное 0,33 л металл. кег	2,76	1,73	2,03	+ 59,5

Составлено автором на основе данных организации и [1].

Таким образом, данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что цены ОАО «Лидское пиво» по ряду ассортиментных позиций отличаются от средних цен на рынке Кыргызской Республики на 37,7 %, что делает продукцию организации более конкурентоспособной. В этой связи полагаем, что конкурентное преимущество в цене позволит ОАО «Лидское пиво» освоить рынок Кыргызстана (выход на рынок Ошского и Чуйского регионов).

Для расчета возможного прироста объемов продаж продукции организации в стоимостном выражении необходимо знать прогнозный прирост объемов продаж продукции на рынок Кыргызстана в натуральном выражении.

Для оценки возможного прироста объемов продаж по видам продукции воспользуемся экспертными заключениями. В качестве экспертов выступают сотрудники отдела маркетинга ОАО «Лидское пиво». Оценку прогнозного объема прироста объемов продаж по отдельным видам продукции представим в таблице 2.

Таблица 2 – Прогноз прироста объемов продаж продукции на рынок Чуйского региона
В тыс. литров

Наименование продукции	Эксперты					Среднее значение
	1	2	3	4	5	
Лидское 0,5 л. «PILSNER» 1/20	15	25	20	20	17	19,4
Лидское 0,5 л. «Старый замок» светлое 1/20	18	22	18	24	20	20,4
Лидское 0,9 л. «Бархатное» темное 1/12	10	19	19	19	8	15
Лидское 1л. «Жигулевское специальное» светлое 1/12	15	18	20	20	21	18,8
Лидское 1л. «Старый замок» светлое 1/12	15	14	20	18	20	17,4

Составлено автором.

Далее, в таблице 3, на основании прогнозных объемов сбыта продукции на рынок Кыргызстана, а также фактических цен на продукцию и себестоимости, будет представлен расчет показателя выручки от реализации и себестоимости реализованной продукции ОАО «Лидское пиво».

Таблица 3 – Расчет выручки и себестоимости продукции, подлежащей реализации в Чуйском регионе Кыргызстана

Наименование продукции	Прогноз-ный объем сбыта, тыс. л	На единицу продукции		Прогнозный показатель		Рента-бельность продукции, %
		цена, руб.	себесто-имость, руб.	выручки от реали-зации, руб.	себесто-имости, руб.	
Лидское 0,5 л. «PILSNER» 1/20	19,4	1,76	1,55	34144	30070	13,50
Лидское 0,5 л. «Старый замок» светлое 1/20	20,4	1,79	1,43	36516	29172	25,17
Лидское 0,9 л. «Бархатное» темное 1/12	15	3,17	2,59	47550	38850	22,39
Лидское 1л. «Жигулевское специальное» светлое 1/12	18,8	2,94	2,44	55272	45872	20,49
Лидское 1л. «Старый замок» светлое 1/12	17,4	2,93	2,50	50982	43500	17,20
Итого	144,6	-	-	224 464	187 464	-

Составлено автором.

Таким образом, за счет освоения рынка Кыргызстана, ОАО «Лидское пиво» сможет получить дополнительный объем выручки в размере 224,5 тыс. руб. и обеспечить прирост прибыли от реализации продукции, как разницы между дополнительной выручкой и

себестоимостью, в размере 37 тыс. руб.

Помимо экономического эффекта, ОАО «Лидское пиво» расширяет географию поставок продукции, увеличивает объемы экспорта, повышая эффективность своей внешнеэкономической деятельности за счёт сокращения отрицательного сальдо внешней торговли.

Список использованных источников

1. Откуда Кыргызстан импортирует пиво [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://manas.news/economy/otkuda-kyrgyzstan-importiruet-pivo/>. – Дата доступа: 05.05.2024.
2. Profibeer: портал пивного рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://profibeer.ru/law/v-armenii-otmenyat-licenzirovanie-dlya-proizvodstva-piva/>. – Дата доступа: 05.05.2024.

УДК 339.138

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕТЕВЫХ СТРУКТУР В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Вайлунова Ю. Г., к.э.н., доц., Шерстнева О. М., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрена сущность сетевых структур – холдингов и кластеров. Проанализировано функционирование сетевых структур в Республике Беларусь. Обоснованы направления развития сетевых структур. Создание и развитие сетевых структур позволит повысить эффективность и конкурентоспособность страны в целом.

Ключевые слова: сетевые структуры, кластеры, холдинги, эффективность.

В условиях глобализации возрастает международная конкуренция, поэтому для предприятия весьма важно учитывать возможность объединения, что позволит более эффективно действовать на рынке и развивать новые отрасли деятельности. Цели объединения состоят в обеспечении благоприятных условий функционирования путем координации совместной деятельности для решения научно-технических задач, разработки новых видов продукции, маркетинговых исследований, решения сложных социальных задач.

Сущность и роль сетевых структур отражены в работах зарубежных, российских ученых: Г. Б. Клейнера, К. А. Баринковского, И. Ансоффа, Е. В. Дементьева, В. В. Радаева, О. А. Третьяка и др. Некоторые аспекты сетевых структур отражаются в работах белорусских ученых: Н. И. Богдан, Т. С. Вертинской, Л. В. Козловской, А. В. Томашевича, Г. А. Яшевой, В. С. Фатеева и др.

Значение развития форм интеграции на предприятиях в решении задач инновационного развития и модернизации экономики Беларуси признано на государственном уровне: в программных документах – Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы; Стратегии устойчивого развития Витебской области на 2016–2025 годы; Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года.

Белорусские предприятия активно ищут новых партнеров, чтобы получить дополнительные возможности выхода на новые рынки сбыта или получить доступ к новым источникам сырья. Поэтому возрастает роль использования различных сетевых форм интеграции, которые создают гибкую систему связей, обеспечивающих выживание фирмы.

Проанализировав определения сетевой структуры, данные учеными: Зибер П. [3], Дементьев В. Е. [2], Рюэгг-Штюрм Й., Ахтенхаген Л. [8], Райсс М. [7], Р. Хаггинс [10], Ф. Вебстер [11], Ю. С. Богачев [1] и других, предложено следующее.

Сетевая структура – это форма объединения предприятий и организаций через систему вертикальных и горизонтальных кооперационных соглашений, контрактов, позволяющая