

управления стоит сократить. Сократить сотрудников, которые непосредственно заняты в производстве, - не выход. В таком случае могут начаться проблемы со скоростью и качеством производства.

Заключительным и не менее важным методом является повышение производительности труда, мотивация персонала и модернизация оборудования. Чтобы повысить производительность (объем работ каждого сотрудника за единицу времени), работники должны выполнять свою работу быстрее, качественнее и т.д., но они должны быть заинтересованы в этом. Следовательно, руководство должно дать мотивацию, например, платить не фиксированную заработную плату, а настроить систему оплаты так, чтобы заработная плата была привязана к количеству и качеству продукции. Также можно использовать поощрения (бонусы) за выработку.

Предприниматель или компания при снижении себестоимости получает несколько привилегий:

- организация производства по более низкой цене и с меньшими издержками;
- возможность использования гибкого ценообразования;
- обеспечение себя реальными данными при управлении бюджетом предприятия [1];

Конечно, это далеко не полный перечень способов уменьшения себестоимости. Да и тяжело найти универсальные методы, которые бы подошли любому предприятию. Именно поэтому каждое предприятие должна тщательно изучить все составляющие своего производственного цикла.

**Заключение.** Снижение себестоимости, как правило, ведёт к росту прибыли и рентабельности предприятия. От снижения себестоимости напрямую зависят возможности снижения цен и повышения благосостояния народа. Тема снижения себестоимости актуальна при росте объемов производства. Даже малейшее снижение себестоимости обеспечивает возрастающую сумму экономии [3].

Можно сказать, что главная цель снижения себестоимости производства - конкурентоспособность компании на рынке и получение необходимой прибыли для успешного развития.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кернога, Г. В. Калькулирование. Себестоимость. Цена. Прибыль. / Г. В. Кернога – Мн: ФУАинформ, 2009. – 160 с.
2. Способы снижения себестоимости [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://kakzarabativat.ru/nachinayushhim-predprinimateliam/snizhenie-sebestoimosti/> — Дата доступа: 18.03.2020
3. Значимость себестоимости [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://otherreferats.allbest.ru/finance/00021780\\_0.html](https://otherreferats.allbest.ru/finance/00021780_0.html) — Дата доступа: 18.03.2020

УДК 339.13

#### ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

*А.О. Кондратюк, студент группы 10507115 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель Т.К. Савко*

*Резюме – Данная статья содержит обзор рынка безалкогольных напитков в Республике Беларусь, а также рассматривает мировые тенденции развития данной отрасли.*

*Summary – This article contains review of Belarusian beverages market and world tendencies in this industry.*

**Введение.** На текущий момент запас воды на планете составляет более 360 млн кв.км. При этом человек может использовать менее 3% этого объема. В реках и озерах находится 0,01% всего запаса питьевой и минеральной воды, около 2% - в ледниках, в "подземельях" - примерно 0,6%. С каждым годом проблема истощения природных запасов пресной воды набирает актуальность. Вода становится все более ценным ресурсом, постепенно опережая по стоимости нефть и другие полезные ископаемые. На смену углеводородам в энергетике приходят десятки других источников, а пресной воде альтернативы нет.

**Основная часть.** Уникальные ресурсы природной воды являются национальным достоянием Республики Беларусь. Около 40% источников пока находятся на стадии разработки, что свидетельствует о потенциале для развития белорусского рынка бутилированных вод. При этом потребление минеральной и питьевой воды в Беларуси на душу населения в 2,5 раза ниже, чем в среднем по европейским странам, и отстает от потребления в странах-соседях. В настоящее время наиболее активно развивается экспорт белорусской минеральной и питьевой воды в Россию и Латвию. Однако он сохраняется примерно на одном уровне и составляет лишь 6-7%. На данный момент производство минеральной и питьевой воды в Беларуси почти полностью ориентировано на внутренний рынок. Основной объем импорта приходит из Грузии и России и относится к сегменту премиум класса.

Потребность в воде является одной из главных составляющих жизни человека. Увеличивается количество людей, предпочитающих приобретать бутилированную воду не только для питья, но и для приготовления пищи. За последние несколько лет бутилированная вода получила большое распространение и признание во всем мире. Повышению спроса на бутилированную минеральную и питьевую воду в нашей стране способствует улучшение уровня жизни и пропаганда здорового образа жизни.

Опираясь на данные Белстата по производству безалкогольных напитков в Беларуси за последние 10 лет (таблица 1), можно заключить, что на рынке отсутствует устойчивая тенденция роста либо спада. Однако отклонение от среднего значения за указанный период (44,6 млн. дал.) находятся в пределах 12%, что свидетельствует о стабильности спроса в данной отрасли.

Таблица 1 – Производство безалкогольных напитков в Беларуси по годам, млн. дал

Год	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Объем производства	39,0	46,1	43,3	47,9	48,2	43,5	40,5	41,0	48,4	47,7
Отклонение от среднего значения	12%	-3%	3%	-7%	-8%	2%	9%	8%	-9%	-7%

Источник: разработка автора на основе данных Белстата

Мировые тенденции развития рынка безалкогольных напитков в 2020 году прогнозируются, опираясь на настроения общества. По данным последних исследований KPMG Corporate Finance LLC, потребители сейчас сфокусированы на поиске путей наименьшего сопротивления удовлетворения нужд. Их запросы просты и понятны, но часто противоречивы:

- 1) Поддержать экологические настроения, но без особых усилий
- 2) Инвестировать в высокое качество, когда действительно есть причины платить больше
- 3) Быть здоровыми, но не тратить на это слишком много времени
- 4) Пробовать новые продукты, но без отсылки к определенному бренду
- 5) Привязываться к определенным напиткам, но эти напитки должны быть доступны в любое время и в любом месте.

На основании этих потребностей рождаются следующие тренды в отрасли:

#### *1 - Забота об окружающей среде*

Люди становятся все более осведомленными о пагубном влиянии отходов на природу, ввиду чего отдают приоритет более экологически чистым упаковкам. Ранее производители старались заменить стеклянные, алюминиевые и картонные упаковки более дешевыми пластиковыми аналогами. В нынешнее время этот тренд не актуален, а старые образцы возвращаются.

Инновации в упаковке меняют способ взаимодействия потребителей с продуктами. Производители делают еще один шаг вперед в создании пищевой упаковки из морских водорослей: компания Saltwater Brewery разработала кольца из шести пакетов, которые на 100% разлагаются микроорганизмами. Coca Cola European Partners переходит на 100% переработанный полиэтилентерефталат (rPET) пластик. Благодаря партнерским отношениям с такими мировыми брендами, как Walgreens и Tesco, TerraCycle увеличивает производство экологически чистых продуктов и упрощает доступ компаний к ним.

Несмотря на то, что не существует универсального варианта, производители упаковки должны создавать инновационные решения, оценивая характеристики напитка, текущую норму прибыли и демографические данные клиента, чтобы найти наиболее выгодное и безопасное решение в равной степени как для бизнеса, так и для общества.

#### *2 - Премиум продукция*

Внимание потребителей переходит от традиционных групп в пользу премиальных брендов. Это привело к росту нишевых категорий, например, крафтовое пиво, оригинальный кофе и премиальные коктейли. Потребители в развивающихся странах, а также на зрелых рынках готовы платить больше за напитки, изготовленные из высококачественных ингредиентов, соответствующих их потребностям.

Компании по производству напитков больше не ограничены ни категориями, ни ценой. Это дает им возможность продолжать развивать ассортимент.

#### *3 - Польза для здоровья с минимумом усилий*

Потребители заботятся о своем здоровье и готовы пробовать новые более полезные альтернативы традиционным безалкогольным напиткам. Эти напитки обогащены витаминами, минералами, ненасыщенными жирными кислотами и пищевыми волокнами, которые способствуют предупреждению сердечно-сосудистых и желудочно-кишечных заболеваний, онкологических и других болезней. Основными компонентами напитков является вода, часто минеральная, фруктовые и овощные соки или их смеси, молочная основа, стимулирующие вещества.

#### *4 - Расширение опций доставки*

Доставка становится ключевым элементом новых предложений и способом удержания потребителей для существующих продуктов. Starbucks в Азии предлагает доставку посредством голосового заказа через фирменную версию умного динамика Alibaba под торговой маркой Starbucks – Tmall Genie. Ab InBev разрабатывает локальный канал с запуском Beer Hawk Fresh – службой доставки бутылок, банок и бочек пива день в день в рестораны и бары в Лондоне. Эта уникальная услуга позволяет владельцам заведений корректировать свой выбор на основе прогноза спроса на данную ночь и постоянно совершенствовать свои предложения напитков.

По мере развития маршрутов выхода на рынок следует сосредоточиться на доступности продуктов в новых местах и разнообразных форматах.

## 5 - Пополнение портфолио

Компании по производству напитков больше не специализируются на одной категории. Они приобретают новые или существующие бренды, чтобы расширить ассортимент и избавиться от менее продаваемых продуктов. В этой стремительно развивающейся отрасли важно оценить пробелы в портфеле, а также возможность заменить позиции устаревших и низкопотенциальных брендов.

Успешные новинки в сегменте напитков должны соответствовать хотя бы одному параметру из трех: multifunctional, functional, fun.

Multifunctional (т.е. многофункциональные) напитки будут востребованы всегда благодаря сочетанию множества свойств в удобном для потребления формате.

Интенсивный рост продаж функциональных (functional) напитков напрямую связан с популяризацией здорового образа жизни, молодости, красоты, спорта и т.д.

Элемент fun (веселья) – одна из важных составляющих перспективной новинки, особенно для молодой аудитории. Интерес к напитку обеспечен, если в нем есть пузырьки, железные шарики, пена, необычная или многослойная текстура.

**Заключение.** Учитывая ситуацию с высокой обеспеченностью водой и низким её потреблением в бутилированном виде, правительство Республики Беларусь имеет планы по увеличению добычи подземных вод и использованию ресурсов для производства воды на экспорт. Чтобы использовать эту возможность наиболее эффективно, необходимо учитывать мировые тенденции поведения отрасли. Это позволит выпускать конкурентоспособную и актуальную продукцию.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Top 2020 beverage trends and insights [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://corporatefinance.kpmg.us/insights/2019/beverage-trends-and-insights.html> - Дата доступа: 01.03.2020

2. Круглый стол БелТА от 11.11.2019 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by/ru/confer/view/r-vodnye-resursy-strany-mogut-stat-drajverom-rosta-ekonomikir-34675/> - Дата доступа: 01.03.2020

УДК 336.645

## ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

*А.Д. Космынина, студент группы 10507115 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель Т.К. Савко*

*Резюме – Инициативы предпринимательского сектора страны являются ключевыми факторами инновационного развития мировой экономики и уровня благосостояния общества в целом. Важной составляющей успеха инновационных проектов является выбор подходящей формы финансирования. В статье рассмотрены основные формы финансирования инновационных проектов в Республике Беларусь и в мире, оценена возможность применения мировой практики финансирования проектов для Беларуси.*

*Resume – Initiatives of the country's business sector are key factors in the innovative development of the global economy and the level of well-being of society as a whole. An important component of the success of innovative projects is the selection of a suitable form of financing. The article considers the main forms of financing innovative projects in the Republic of Belarus and in the world, assesses the possibility of applying the world practice of project financing for Belarus.*

**Введение.** На сегодняшний день инновационное развитие Республики Беларусь характеризуется низкой инновационной активностью предприятий, что обусловлено отсутствием централизованной и единообразной системы стимулирования и поддержки инновационных решений, как на уровне государства, так и на уровне управленческого состава предприятия; ограниченностью ресурсов и средств для развития и использования инновационных технологий; недостаточной изученностью особенностей финансовых отношений в сфере науки и технологий.

**Основная часть.** Как показывает мировой опыт, на успех или неудачу итогов инновационной деятельности большое влияние оказывают выбранные организационные формы и способы финансирования. В развитых странах большой популярностью пользуется проектное финансирование крупных капиталоемких проектов, которое предполагает быструю и множественную капитализацию инновационного проекта с соответствующей более высокой финансовой отдачей. Республика Беларусь как участник мировых экономических отношений также сталкивается с необходимостью финансирования сложных и масштабных проектов, и проектное финансирование становится все более востребованным и привлекательным для белорусских предприятий. Однако, как было указано ранее, инновационное развитие предприятий находится на низкой ступени развития, отсутствует целенаправленное государственное воздействие на развитие инновационных проектов в промышленности. Напротив, ситуации характерно снижение объемов финансовой поддержки от государства, нехватка собственных средств предприятий, отсутствие стратегического мышления у руководящего состава. Таким образом,