

Markt wird auf unterschiedliche Weise bedient) als auch Elemente der globalen Strategie (Standardisierung durch einen einzigen Satz von Technologiekomponenten, Sortiment) kombinieren.

Referenzen

1. *Авдокушин, Е. Ф.* Маркетинговая стратегия компании Xiaomi на рынке смартфонов [Электронный ресурс] / Е. Ф. Авдокушин, Цуй Вэй, П. А. Костромин // КиберЛенинка. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovaya-strategiya-kompanii-xiaomi-na-rynke-smartfonov>. – Дата доступа: 05.11.2023.

2. Стратегии международных компаний [Электронный ресурс] // Studme.org. – Режим доступа: https://studme.org/66921/ekonomika/strategii_mezhdunarodnyh_kompaniy. – Дата доступа: 10.11.2023.

3. *Ли Нань.* Стратегия конкуренции компании Xiaomi [Электронный ресурс] / Ли Нань // КиберЛенинка. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-konkurentsii-kompanii-xiaomi>. – Дата доступа: 10.11.2023.

D. Parachnevich

Д.В. Парахневич

БГЭУ(Минск)

Научный руководитель Е.В. Молчанова

RICTUNG DER DIVERSIFIZIERUNG DER EXPORTE VON MILCHPRODUKTEN IN DER REPUBLIK BELARUS

Направление диверсификации экспорта молочной продукции в Республике Беларусь

Ziel der Erforschung ist die Analyse und Steigerung des Exports belarussischer Milchprodukte durch Modernisierung der Produktzusammensetzung. Seit 2015 ist die Milchproduktion in Belarus um 11 % gestiegen – von 7 Millionen auf 7,8 Millionen Tonnen. Im ersten Quartal 2023 stieg die Milchproduktion im Land um 5 % auf das Niveau von 2022. Im Vergleich zu 2016 stieg das Volumen der Exporte von Milchprodukten im Jahr 2021 wertmäßig um 47 %. Insgesamt entfallen auf das Land etwa 6 % des weltweiten Milchhandels. Der Selbstversorgungsgrad bei Milcherzeugnissen durch eigene Produktion beträgt in Belarus 263,3 %. Ende 2022 steigerte Belarus die Produktion von Butter um 7,8 %, Fettkäse um 5,3 %.

Die größten Lieferungen von Milchprodukten kamen aus Russland, Kasachstan und China. Vietnam, Indonesien, Litauen, Malaysia, Polen, Thailand, Japan und die Philippinen sind zu wichtigen Abnehmern von Joghurt und Kefir geworden.

Nach Angaben von Belstat sah die Struktur der Ausfuhren im Jahr 2022 wie folgt aus: Käse und Quark – 1 190,41 Millionen Dollar; Milch und Sahne – 546,22 Millionen Dollar; Butter – 451 Millionen Dollar; Buttermilch, Joghurt, Kefir – 172,03 Millionen Dollar.

Um den Export von Milchprodukten zu steigern, beschlossen die belarussischen Hersteller, Änderungen in der Zusammensetzung der Milchprodukte vorzunehmen. Die Produktion von «Synthetischer Milch» – die Entwicklung einer gentechnisch veränderten Mikroflora, die Molke und Kasein produziert – Proteine, die in Kuhmilch enthalten sind. Die Entwicklung der «Super Cooling»-Technologie, die es ermöglicht, frische Produkte über große Entfernungen per Schiff zu transportieren. Das Produkt wird frisch und nicht gefroren angeliefert.

Heutzutage wünschen sich die Verbraucher den «natürlichen Geschmack» von Milch. In den letzten Jahren sind mehrere Technologien zur Verbesserung des Geschmacks und der Textur von Milcherzeugnissen entwickelt worden. Eine dieser Technologien ist der Geschmackszusatz «Dairy By» Nature des amerikanischen Unternehmens «Synergy Flavours». Im Gegensatz zu typischen Aromastoffen, die einem Produkt zusätzlichen Geschmack verleihen, verbessert DBN den Hauptgeschmack und Nachgeschmack. Forscher und Hersteller könnten ihr eigenes Analogon entwickeln, das den Geschmack des Produkts verbessern und es wettbewerbsfähiger machen würde.

Die Schwerpunkte sind heute die Herstellung von eiweißreichen Produkten und die Entwicklung von laktosearmen und laktosefreien Produkten. Das Institut für Fleisch- und Milchwirtschaft hat komplexe wissenschaftliche und praktische Arbeiten zur Entwicklung von Technologien für die Herstellung von Eiscreme, Massen und Quark mit reduziertem Kohlenhydrat- und Kaloriengehalt durchgeführt.

Die Zahl der Lebensmittelallergien zwingt die Hersteller dazu, nach neuen Wegen und technologischen Lösungen zu suchen. Beispielsweise hat Molkerei Luninets eine neue Produktlinie auf Basis von A2-Milch (genetische Variante des Kuhproteins) entwickelt. Dadurch ist diese Milch leicht verdaulich und verursacht keine Probleme mit dem Magen-Darm-Trakt, keine Unverträglichkeiten und keine entzündlichen Prozesse unter der Handelsmarke «Asablivae».

Daher führen die belarussischen Molkereiunternehmen neue Arten von Milchprodukten ein, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern, ihre Position auf dem Weltmarkt zu stärken und ihre Exporte zu steigern.