

дачи нельзя связывать только с сокращением импорта, так как при реализации политики импортозамещения будут решены и другие не менее важные проблемы (восстановление конкурентоспособности отечественной пищевой промышленности; повышение эффективности работы агропромышленного комплекса; стимулирование развития малого и среднего предпринимательства, в первую очередь в регионах Беларуси; повышение эффективности использования государственного имущества; отработка оптимальных форм финансовой поддержки отечественных производителей и продвижения товаров на новые рынки).

### Источники

1. Свирейко, Н. Е. Импортозамещение продовольствия: отечественный опыт, результаты и перспективы / Н. Е. Свирейко // Экономика и упр. — 2014. — № 4(40). — С. 70–74.  
*Svireyko, N. E. Import substitution of food: domestic experience, results and prospects / N. E. Svireyko // Economics and management. — 2014. — № 4(40). — P. 70–74.*
2. Борисик, О. В. Внешнеэкономическая политика стран — членов ЕАЭС в условиях расширения международного производственного сотрудничества / О. В. Борисик // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2017. — Вып. 10. — С. 56–62.  
*Borisik, O. V. The external economic policy of the EEU member states in conditions of expansion of the international production cooperation // Sci. works / Belarus State Econ. Univ. — Minsk, 2017. — Iss. 10. — P. 56–62.*
3. Бодрунов, С. Д. Теория и практика импортозамещения: уроки и проблемы : монография / С. Д. Бодрунов. — СПб. : ИНИР им. С. Ю. Витте, 2015. — 171 с.  
*Bodrunov, S. D. Theory and practice of import substitution: lessons and problems : monograph / S. D. Bodrunov. — St Petersburg : INID in the name of S. Yu. Vitte, 2015. — 171 p.*
4. Валевич, Р. П. Импортозамещение потребительских товаров: проблемы и пути их решения / Р. П. Валевич, Н. Е. Свирейко // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2016. — Вып. 9. — С. 67–73.  
*Valevich, R. P. Import substitution of consumer goods: problems and ways of their solution / R. P. Valevich, N. E. Svireyko // Sci. works / Belarus State Econ. Univ. — Minsk, 2016. — Iss. 9. — P. 67–73.*

Статья поступила в редакцию 27.11.2018 г.

---

УДК 339.13:005.21

A. Vladko  
BSEU (Minsk)

## THE EFFICIENCY OF STRATEGIC REGULATION OF THE CONSUMER MARKET: THE NEED FOR IMPROVEMENT OF EVALUATION METHODS

*The article presents the results of scientific research in the field of strategic regulation and evaluation of its efficiency. From the standpoint of the consumer market, the author substantiated the necessity of improving the methods of evaluating strategic regulation, considered the existing methodological approaches in the practice of strategic management and regulation, formulated the parameters and criteria for evaluating the efficiency, and recommended a system of indicators. The author outlined his own vision of the concept of strategic regulation of the consumer market.*

**Keywords:** performance; efficiency; strategic planning and regulation; achievement of goals and results; resource potential; parameters and criteria for evaluating strategic regulation.

А. В. Владыко  
кандидат экономических наук, доцент  
БГЭУ (Минск)

## РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА: НЕОБХОДИМОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ

*В статье представлены результаты научных исследований в области стратегического регулирования и оценки его результативности. С позиции потребительского рынка обоснована необходимость совершенствования методов оценки стратегического регулирования, рассмотрены сложившиеся методические подходы в практике стратегического управления и регулирования, сформулированы параметры и критерии оценки результативности, рекомендована система показателей. Автором изложено собственное видение концепции стратегического регулирования потребительского рынка.*

**Ключевые слова:** результативность; эффективность; стратегическое планирование и регулирование; достижение целей и результатов; ресурсный потенциал; параметры и критерии оценки стратегического регулирования.

Современный рыночный механизм предполагает, что доказано теорией и практикой, возможность регулирования хозяйственных процессов для достижения поставленных целей на различных уровнях управления, включая и стратегические. При этом процесс стратегического управления условно можно разделить на три основных фазы: стратегическое планирование, стратегическая организация, стратегический контроль и регулирование. Первые две получили авторскую оценку в предыдущих публикациях [1, 2]. В настоящем исследовании определим сущность стратегического регулирования и необходимость совершенствования методов оценки результативности стратегического регулирования в применении к категории «потребительский рынок».

Стратегический контроль и регулирование — процесс анализа достигнутых результатов, их соответствия установленным критериям и показателям стратегического плана, оценки возможностей корректировки ориентиров с изменением условий развития рынка. Корректировка стратегических планов и принятие стратегических управлеченческих решений, позволяет, используя систему количественных и качественных показателей эффективности, сблизить и тем самым реально отразить в мерах корректировки. Таким образом, следует понимать, что изменения, которые произошли на рынке и которые в силу недостатка информационного обеспечения, действия сил «неопределенности», условий хозяйствования не были учтены, а их часто и невозможно было учесть при разработке стратегических планов, можно регулировать в соответствующих стратегиях реализации плановых решений.

Необходимость и возможность регулирования принятых решений получили понимание давно, однако совсем недавно и практики, и теоретики стали говорить о том, что такие решения должны быть эффективными и результативными; в противном случае такая корректировка не имеет смысла. Измерение эффективности и результативности стратегического регулирования рынка пока не имеет четкой методологической и методической основы. Обычно в качестве показателей эффективности применяются те показатели, которые применялись и в условиях административных методов хозяйствования (ВВП, рентабельность и др.). Однако, за последние 25 лет в мировой экономике и экономике Республики Беларусь сформировались новые условия хозяйствования (инновации, цифровая экономика и др.) и факторы развития экономики (превышение предложения над спросом, индивидуализация потребления и др.), которые изменили взгляды

ученых и на сам процесс оценки принятых стратегических решений, и на методы оценки как эффективности, так и результативности.

Особенно неоднозначно проблема эффективности измерения стратегического регулирования соотносится с потребительским рынком. Как известно, с более глубоким понятием сути рыночной экономики на основе новых исследований исчезает из практического использования ряд категорий. В частности, на смену понятия потребительский рынок пришли понятия: социально-потребительский комплекс; рынок потребительских товаров и услуг [2]. К тому же для оценки рыночной ситуации применяются такие понятия, как рыночная конкуренция, рыночная власть, инновационные и информационные технологии, потребительская ценность и др. Указанные изменения не являются исчерпывающими в оценке, но их выделение свидетельствует о необходимости развития методологии, методики, методов оценки показателей, измеряющих как эффективность функционирования субъектов на потребительском рынке, так и результативность мер стратегического регулирования.

В авторском видении, следует полагать, что критерии результативности стратегического регулирования потребительского рынка, рассматриваемые с позиции сбалансированного развития внутренней и внешней среды функционирования потребительского рынка и призванные оказывать регулирующие воздействия на состояние других рынков-партнеров, контрагентов (рынок услуг, материального производства и т.п.) и их элементов разного масштаба и статуса, не корректно отождествлять с эффективностью в ее принятой в экономической науке трактовке, которая подразумевает соотношение количественно выраженного экономического эффекта и затрат (ресурсов) на его достижение.

Сущностные различия эффективности и результативности сформулированы специалистами, что позволяет характеризовать результативность как особую «критериальную» форму оценки в контексте различных исследований, в том числе и стратегического регулирования потребительского рынка. В связи с этим под результативностью понимается степень достижения заданных целей (ожидаемых результатов), количественно соизмеренных и получивших оценку в иной форме. При этом, как свидетельствует мнение ряда специалистов [3–6], поддерживаемое и автором, не является существенной ни затратная составляющая в достижении поставленной цели (это оценивается через показатели эффективности затрат), ни качественная или содержательная оценка поставленной цели, ни социальные, ни политические или иные последствия.

Критерием выступают показатели степени достижения результата: выполнен полностью, частично, на столько-то процентов, не достигнут. Следовательно, главным условием оценки стратегического регулирования потребительского рынка становится конкретная количественная или качественная оценка заданных целей.

Таким образом, результативность стратегического регулирования потребительского рынка целесообразно рассматривать, во-первых, как меру соответствия его результатов поставленной цели и, во-вторых, как степень достижения (приближения) последней. При оценке результативности по второму критерию важно максимально корректно выразить качественно-количественные параметры цели стратегического регулирования (в долгосрочном аспекте — развития, наращивания экономического потенциала потребительского рынка), а в ряде случаев — и конкретизирующих ее задач.

Для проведения оценки результативности стратегического регулирования потребительского рынка однозначно следует опираться на методологию стратегического регулирования и проектирования развития потребительского рынка с позиции единства логики и методики разработки стратегических прогнозов и планов его развития, применения специфических принципов и подходов, методов составления и обоснования оптимальных прогнозных, проектных и плановых показателей, выражающих задания стратегических программ, тактических и долгосрочных планов. Стратегическое регулиро-

---

вание предполагает концентрированное воздействие на уже сформированный «объект» — потребительский рынок, требующий внесения изменений в происходящий процесс его развития, совершенствование «достигнутого» состояния, направив на реализацию поставленной цели, предложив конкретные инструменты регулирования.

Другими словами, процесс стратегического регулирования должен иметь определенную логику, под которой следует понимать упорядоченную последовательность и обоснованность процедур, связанных с решением различных задач, а также определение исходного пункта для их решения [3, 4, 6–9]. Каковы же компоненты стратегического регулирования, управляя которыми оценивается его результативность?

Первым компонентом (исходным) выступает процесс формирования целей, которые ставятся перед потребительским рынком на выбранный прогнозный период. Под целями в стратегическом регулировании потребительского рынка понимаются определенные, объективно достижимые состояния или результаты развития в определенный момент будущего. При этом цели могут быть недостижимыми в пределах проектируемого периода, но складывающие внешние и внутренние условия функционирования рынка способны стимулировать их достижение.

Анализ исходного уровня состояния объекта — вторая важная процедура процесса стратегического регулирования потребительского рынка. Результативность на данном этапе обеспеченаностью производственными мощностями, товарными и трудовыми ресурсами, финансовым потенциалом и другими факторами воспроизводства, которые сложились в предшествующий период. Третьим структурным компонентом стратегического регулирования потребительского рынка выступает всестороннее изучение объема и структуры потребностей общества (населения, групп потребителей), структуры потребительского рынка, емкости и т.п. в упреждающем периоде.

Следующим важным компонентом стратегического регулирования потребительского рынка является методика регулирования и проектирования социально-экономического развития потребительского рынка. Это совокупность методов, приемов разработки, обоснования и анализа прогнозов, стратегических планов и направлений стратегического регулирования различных уровней и временных горизонтов, системы расчетов прогнозных и базовых показателей, их взаимной увязки. Следует отметить, что формирование методики регулирования и проектирования социально-экономического развития потребительского рынка предполагает постановку проблемы, обозначение временных горизонтов, обоснование системы прогнозных показателей, включая показатели оценки результативности регулирования, технологии расчетов прогнозных и базовых показателей, их взаимоувязки.

Процесс стратегического регулирования потребительского рынка (как, впрочем, и любого другого объекта) предполагает наличие соответствующих ресурсов — ресурсного потенциала (товарный, трудовой, научно-технический, экономический, социальный, духовный, внешнеэкономический). Обеспеченность ресурсами, создаваемыми в течение прогнозного периода, предопределяется объемом и структурой потребностей потенциальных покупателей, субъектов для обеспечения их нормального функционирования в перспективе. Далее переходят к согласованию ресурсов и потребностей, приведению их в оптимально сбалансированное соответствие между собой. Это заключительная стадия в логике стратегического планирования развития и регулирования потребительского рынка. Учитывая, что объем ресурсов в планируемом периоде — это всегда ограниченная величина, следует провести ранжирование потребностей по признаку наибольшей «востребованности», выделить систему приоритетов в удовлетворении потребностей. Таким образом, на основе искомого соответствия между потребностями и ресурсами можно завершить построение системы стратегического планирования развития и регулирования потребительского рынка и перейти непосредственно к оценке его состояния с позиции результативности действий.

Процесс оценки результативности стратегического регулирования потребительского рынка должен отвечать следующим требованиям:

- 1) учитывать прошлое состояние и соответствовать фазе конъюнктурного цикла потребительского рынка в настоящем;
- 2) оценка результативности должна проводиться своевременно, чтобы неравновесные процессы не вышли из-под контроля и не привели к необратимым изменениям;
- 3) должна быть налажена обратная связь, иначе могут быть приняты управленические решения, способствующие деградации субъектов потребительского рынка;
- 4) следует учитывать и оценивать влияние мер государственной политики, направленных на субъекты потребительского рынка.

Оценка результативности является составным параметром эффективности стратегического развития и регулирования, более сложным в соизмерении и идентификации оценки достигнутых результатов, в частности относительно такого объекта, как «потребительский рынок». В методологии оценки эффективности управления весьма авторитетные ученые (М. Алле и др.) с мировым именем утверждают, что сама по себе эффективность не призвана выражать, воплощать генеральную цель социально-экономического развития [3, с. 16]. Каким должен быть подход в таком случае к оценке результативности? В едином ли контексте рассматриваются показатели оценки эффективности и результативности стратегического регулирования потребительского рынка? В условиях неопределенности, непредсказуемости внутренней и внешней среды, изменчивости хозяйственной ситуации действия закона разнообразия общими рекомендациями могут становиться только исходные, отправные базовые принципы методологии установления, оценки эффективности управленических решений, регулирующих воздействий, сопровождаемые анализом принципиально возможных, потенциально применимых подходов [3, с. 17]. Следовательно, в оценке результативности стратегического регулирования потребительского рынка определяют специфические (присущие анализируемому объекту) индикаторы с позиции общепринятых методологических подходов оценки эффективности стратегического регулирования экономики.

Таким образом, исследование результативности тем сложнее от оценки эффективности, что результативность соизмеряется в соотношении с достижением поставленных целей, со степенью их выполнения, что в дальнейшем получает выражение в полученном социально-экономическом эффекте. Для учета динамики результативности следует рассчитывать индекс результативности стратегического регулирования потребительского рынка. Для обеспечения полноты оценки результативности целесообразно рассчитанные индексы соотнести с уровнем ресурсного потребления. Такой подход позволяет обосновать методические подходы к оценке результативности стратегического регулирования потребительского рынка, основываясь на обосновании логической последовательности аналитико-управленческих действий:

1) построение методики оценки результативности зависит от субъекта оценивания (в нашем рассмотрении им выступает потребительский рынок) и выбранных параметров оценки: доля рынка (абсолютная и относительная), опережающий темп роста объемов продаж; доля торговли продовольственными (промышленными) (отдельными видами) товарами в общем объеме продаж, доля занятых в каждом секторе к общему числу по всему потребительскому рынку. Для признания параметра значимым эти доли должны быть более 5 %, тогда опережающее развитие указанного сектора (вида товарного рынка и т.д.) будут влиять на всех субъектов потребительского рынка, а, значит, потребительский рынок в целом и т.д.;

2) постановка цели (целей) оценки результативности, которые выступают «базисом» для проведения расчетов, выявления зависимости достигнутых показателей и поставленных целей. В качестве основной цели оценки результативности стратегического регулирования потребительского рынка может быть определено «создание системы коор-

## 84

динации (регулирования) деятельности органов государственного регулирования и рыночных институтов, а в качестве задач — совершенствование системы статистического наблюдения за показателями социально-экономического развития потребительского рынка; обеспечение эффективного управления ресурсами и нормативно-правового регулирования, а также информационное обеспечение стратегии регулирования потребительского рынка и др.;

3) формирование результатов и их систематизация. Формируемые результаты будут сопоставляться с видом выбранной стратегии регулирования (от агрессивной — наступательной, до консервативной — оборонительной и т.п.), в рамках которого показатели результативности следующие: экономические и социальные результаты, показатели (результаты) территориальной дифференциации, степень влияния на продовольственную безопасность страны, оценка связей: наука — инновации — инвестиции — бизнес;

4) непосредственно оценка (анализ) результативности стратегии регулирования потребительского рынка: расчет показателей результативности в направлении ожидаемых результатов (см. таблицу);

5) формирование сводной оценки результативности стратегического регулирования потребительского рынка страны. Проводится свод полученных оценок, определяются положительные эффекты, возникающие угрозы и негативные последствия в разрезе видов результатов, указанных в таблице.

**Результативность (результаты) стратегического регулирования потребительского рынка  
и показатели для их оценки**

Вид результатов	Показатель оценивания
Экономические	Объем продаж и темпы их роста Объемы экспорта-импорта и темпы их роста Темп роста объема продаж Темп роста объема продаж инновационных товаров (продукции) Операционная прибыль Экономически добавленная стоимость Средневзвешенная стоимость капитала Доля товарного рынка и т.п.
Социальные	Численность работников (торгово-оперативных) в среднем Средняя заработная плата Фонд оплаты труда и их темпы роста Производительность труда и т.д.
Территориальная дифференциация	Структура потребительского рынка в разрезе регионов и товаров (и услуг) Динамика изменения структуры потребительского рынка Новые рынки Товарные рынки-лидеры и т.д.
Влияние на продовольственную безопасность Беларуси	Абсолютные показатели, доли и темпы роста объемов производства и продаж, занятости на предприятиях в иностранной и совместной собственности республики и ведущих регионов Объемы экспорта-импорта и темпы их роста и др.
Оценка связей: наука — инновации — инвестиции — бизнес	Численность работников, задействованных в научных исследованиях и разработках (НИР) Внутренние затраты на НИР Объем инновационной продукции Затраты на инновации Объем иностранных инвестиций Темпы роста указанных показателей

Источник: составлено автором.

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы.

Основу методического подхода к оценке результативности стратегического регулирования потребительского рынка составляет комплексная оценка эффективности социально-экономического развития страны.

Методика оценки результативности стратегического регулирования потребительского рынка включает последовательность аналитико-практических действий по обоснованию субъекта оценивания, постановки цели (целей) оценки результативности, формированию результатов и их систематизации, проведению собственно оценки (анализа) результативности стратегии регулирования потребительского рынка и формированию сводной оценки результативности стратегического регулирования потребительского рынка.

Формирование системы показателей результативности находится в тесной связи с обоснованием целевых ориентиров. Именно от уровня достижения и степени выполнения поставленных целей по стратегическому регулированию потребительского рынка можно сделать выводы о его результативности.

Базой для сравнения выступают основные социально-экономические показатели стратегического проектирования и регулирования потребительского рынка (см. таблицу). Рекомендуемые показатели для оценки результативности стратегического регулирования рассчитываются: в абсолютном выражении; в виде долей (удельных весов) в общем объеме продаж (товарообороте) или в численности занятых, или емкости рынка и др. на начало и конец периода; темпы роста показателей и т.п.

В процессе оценки результативности стратегического регулирования потребительского рынка выявляются как положительные эффекты, так и негативные последствия реализуемой стратегии, что позволяет регулировать стратегию развития потребительского рынка, вносить изменения, корректировать направления и действия по стратегическому регулированию потребительского рынка. Например, адаптация и имитация торгово-производственных технологий новых «компонентов», восстановление или выстраивание новых межотраслевых связей, в том числе с участием предприятий в белорусской, иностранной и совместной собственности; стимулирование экспорта значительных объемов товаров, продукции, услуг; выстраивание научных исследований и инноваций в новые логистические цепочки и т.д.

Достижение заданной результативности изначально осложняется действием ряда обстоятельств: субъективизм в принятии решений, ожидаемой априори высокой результативности регулирующих воздействий; неудачным инструментов реализации обозначенных воздействий; практически отсутствием реакции ключевых участников реализации программных решений на предлагаемые регулятивные импульсы, ведущие к нововведениям.

## Источники

1. Владыко, А. В. Методологические аспекты формирования системы стратегического планирования / А. В. Владыко // Научн. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2017. — Вып. 10. — С. 92–99.  
*Vladyko, A. V. Methodological Aspects of the Formation of the Strategic Planning System / A. V. Vladyko // Sci. works / Belarus State Econ. Univ. — Minsk, 2017. — Iss. 10. — P. 92–99.*
2. Владыко, А. В. Социально-потребительский комплекс: взаимосвязи и возможности отражения в стратегическом планировании / А. В. Владыко // Научн. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2018. — Вып. 11. — С. 84–92.  
*Vladyko, A. V. Social and Consumer Complex: Interrelations and Possibilities of Reflection in Strategic Planning / A. V. Vladyko // Sci. works / Belarus State Econ. Univ. — Minsk, 2018. — Iss. 11. — P. 84–92.*
3. Лексин, В. Н. Оценка результативности программ социально-экономического развития / В. Н. Лексин, Б.Н. Порfirьев // Регион. пробл. — 2016. — № 4. — С. 81–94.  
*Leksin, V. N. Evaluation of the Effectiveness of the Programs of the Social and Economic Development / V. N. Leksin, B. N. Porfiriev // Regional Problems. — 2016. — № 4. — P. 81–94.*

4. Райзберг, Б. А. Методология и критерии оценки эффективности государственного управления и регулирования экономики / Б. А. Райзберг // Пробл. экономики и юрид. практики. — 2017. — № 5. — С. 13–17.
- Raizberg, B. A. Methodology and Criteria for Assessing the Effectiveness of Public Administration and Regulation of the Economics / B. A. Raizberg // Problems of Economics and Legal Practice. — 2017. — № 5. — P. 13–17.*
5. Гаджиева, А. И. Особенности современной методологии стратегического регулирования и проектирования регионального развития [Электронный ресурс] / А. И. Гаджиева // CYBERLENINKA. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sovremennoy-metodologiya-strategicheskogo-regulirovaniya-i-proektirovaniya-regionalnogo-razvitiya>. — Дата доступа: 26.11.2018.
- Gadzhieva, A. I. Particularities of the Modern Methodology of Strategic Regulation and Design of Regional Development [Electronic resource] / A. I. Gadzhieva // CYBERLENINKA. — Mode of access: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sovremennoy-metodologiya-strategicheskogo-regulirovaniya-i-proektirovaniya-regionalnogo-razvitiya>. — Date of access: 26.11.2018.*
6. Монастырный, Е. А. Оценка результативности развития инновационных регионов России / Е. А. Монастырный, В. В. Спицын // Инновации. — 2013. — № 2. — С. 44–53.
- Monastyrny, E. A. Evaluation of the Effectiveness of the Development of Innovative Regions of Russia / E. A. Monastyrny, V. V. Spitsyn // Innovations. — 2013. — № 2. — P. 44–53.*
7. О Методологии оценки эффективности мер государственного регулирования агропродовольственного рынка и поддержки агропромышленного комплекса [Электронный ресурс] : рекомендация Коллегии Евраз. экон. комиссии, 24 апр. 2017 г., № 11 // Евразийская экономическая комиссия. — Режим доступа: [http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom\\_i\\_agroprom/dep\\_agro-prom/](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom_i_agroprom/dep_agro-prom/). — Дата доступа: 26.11.2018.
8. Спицын, В. В. Оценка результативности реализации стратегии догоняющего развития России / В. В. Спицын // Изв. Том. политехн. ун-та. — 2013. — Т. 323, № 6. — С. 18–24.
- Spitsyn, V. V. Evaluation of the Effectiveness of the Implementation of the Strategy of the Catching up Development of Russia / V. V. Spitsyn // News of the Tomsk Polytechnic Univ. — 2013. — V. 323, № 6. — P. 18–24.*
9. Мельников, Р. М. Результативность и эффективность российских финансовых институтов развития: подходы к оценке и пути повышения / Р. М. Мельников // Финансы и кредит. — 2012. — № 12(501). — С. 2–10.
- Melnikov, R. M. Effectiveness of Russian Financial Development Institutions: Approaches to Evaluation and Ways to Increase / R. M. Melnikov // Finance and Credit. — 2012. — № 12(501). — P. 2–10.*

Статья поступила в редакцию 20.12.2018 г.

УДК 338.28:664

E. Volkova  
I. Panteleyeva  
MSUF (Mogilev)

## MODERN TRENDS OF DEVELOPMENT OF PROCESSING INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF BELARUS

*The article examines the main indicators of the organizations of the processing industry of the Republic of Belarus, the dynamics of the volume of agricultural production and food products, consumption of basic food products, the volume of shipped innovative products. The assessment of the influence of the main factors on the innovative development of processing organizations of agriculture of Mogilev region. Measures to improve the efficiency of organizations of the processing industry in the conditions of innovative development of the economy are proposed.*

**Keywords:** dynamics; organizations; processing industry; production volume; food consumption; innovative products; factors; efficiency.