

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ РБ

*Ю.В. Лебедева, 1 курс, И.А. Балюк, 4 курс
Научный руководитель – Т.В. Зглюй, ассистент
Полесский государственный университет*

В настоящее время в республике переработка молока сосредоточена в 45 молокоперерабатывающих организациях с общим объемом переработки молока 6,5 млн. тонн в год, в том числе производства сыров жирных в объеме 170 тыс. тонн, масла – 150 тыс. тонн, цельномолочной продукции в пересчете на молоко – 1940 тыс. тонн (в том числе продукции для детского питания 18,4

тыс. тонн), молочных консервов – 218 тыс. тонн, сухого молока (жирного и обезжиренного) – 161 тыс. тонн [1].

Мировой экспорт молокопродуктов в пересчете на молоко составляет около 40 млн. тонн, т.е. 5,7% от общего мирового объема производства. Республика Беларусь, производя 1,4 % мировых объемов молока, в экспорте молочных продуктов занимает около 5%, а по маслу сливочному около 9%. Внутри республики потребляется около 46% производимой молочной продукции, остальное экспортируется. Перспективы производства молокопродуктов на ближайшие 3–4 года достаточно хорошие. В краткосрочной перспективе сохранит привлекательность основной рынок сбыта – рынок Российской Федерации, что обусловлено емкостью и схожестью потребительских предпочтений населения. Однако наращивание объемов ограничено экологическими и экономическими факторами, включая сложную конъюнктуру мирового рынка, а переработка молока в продукцию с длительным сроком хранения характеризуется сильной зависимостью от конъюнктуры рынка, на котором присутствует ряд стран–монополистов (Новая Зеландия, страны ЕС), которые и формируют мировую ценовую политику. Конкурентоспособность белорусских товаропроизводителей пока им уступает. Одной из составляющих конкурентоспособности белорусских молочных продуктов является их брендовая составляющая. Еще несколько лет назад кроме «Савушкиного продукта» на рынке не было в принципе профессионально брендированной молочной продукции, сейчас ситуация меняется с каждым днем. Потребитель уже знает и выбирает такие марки, как «Бабушкина крынка», «Здравушка», «Беллакт», «Калинка», «Моя Славита» и т.п. Региональные производители начали задумываться о том, что выживание и расширение рынка невозможно без контакта с потребителем.

В таблице показана прогнозируемая величина финансовых показателей 9 крупнейших молочных предприятий Республики Беларусь:

Таблица – Прогноз ключевых финансовых показателей 9 молочных компаний Беларуси

Молочное предприятие	Выручка 2011, млн USD	Выручка 2012, млн USD	Маржа чистой прибыли 2011, %	Маржа чистой прибыли 2012, %
Бабушкина крынка	155	140	9,8	5,5
Румянцевское	135	120	5,7	4,0
Слуцкий сыродельный комбинат	135	130	12,8	3,5
Молочные продукты	131	125	2,1	0,5
Рогачевский МКК	120	125	2,1	0,5
Беллакт Волковыское	105	90,6	6,3	5,5
Молочный мир	101	95	10,9	7,0
Молоко Витебск	93	80	0,4	0,5
Глубокский МКК	85	85	2,9	1,0

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных Министерства финансов.

Белорусские молочные предприятия уже начали реализовывать продукцию молочной отрасли в Венесуэлу, страны Азии, однако наиболее перспективным направлением является рынок стран ЕС. При этом наиболее целесообразным считается выход крупного белорусского молочного холдинга на рынок ЕС, что связано с более низкими издержками на маркетинг, продвижение и продажу молочной продукции на данный рынок.

В Республике Беларусь удельный вес экспорта молочных продуктов в отношении к объему производства молока в 2000 году составлял 15 процентов, в 2008 году – превысил 40 процентов. В настоящее время экспортируется около 55 процентов молока, поступающего на переработку, в виде молочных продуктов.

Потенциальный объем экспорта молочных продуктов Республики Беларусь в течение 5 лет может вырасти до 5–5,5 млн. тонн (в пересчете на молоко). Из них в Россию будет экспортироваться 3,5–4 млн. тонн, в другие государства – участники СНГ – 0,5–1,4 млн. тонн, на рынки стран, не входящих в Содружество (Венесуэла, Иран, страны Африки, Европейский союз), – до 1 млн. тонн молочных продуктов.

Планируется увеличение мощностей по производству цельномолочной продукции для детского питания в Волковысском открытом акционерном обществе «Беллакт», технического переоснащения и модернизации действующих производств на государственном предприятии «Гормолзавод № 1», в открытых акционерных обществах «Бабушкина крынка» и «Молочные продукты», на частном унитарном предприятии «Мозырские молочные продукты».

ОАО «Беллакт» является одним из крупных молокоперерабатывающих предприятий. Это единственное предприятие в Республике Беларусь по производству сухих молочных смесей и каш для питания детей с первых дней жизни до года и старше[3]. В первом полугодии 2009 года ОАО «Беллакт» выпустило товаров в сопоставимых ценах на сумму 113 млрд. руб., что на 27,2 % больше, чем в аналогичном периоде 2008 года. При этом 19,6% объёма пришлось на производство детского питания. Экспорт в ценовом выражении составил около 24 млн. долл. США, что обеспечило прирост почти на 48%. Всего в год выпускается более 3000 т детского сухого молока, около 1000 т масла, 34000 т цельномолочной продукции (молоко, творог, кефир, сметана и др.). Волковысское ОАО «Беллакт» в начале мая 2010 года выпустило продукцию под новой торговой маркой «Село Буренкино». Под этой торговой маркой выпускаются сметана (16% и 23% жирности), творог, масло сладкосливочное (60% жирности) и кисломолочное (72% жирности), которое недавно освоило предприятие. Как сообщили на предприятии, в дальнейшем предполагается расширение серии молочных продуктов под указанной торговой маркой.

Руководство ОАО «Беллакт» считает, что для повышения экономической эффективности производства продукции необходимо повышать ее качество. Наряду с этим, высокой степенью механизации и автоматизации технологических процессов характеризуются производственные мощности предприятия. За последние 3 года на обновление основных фондов направлено около 52,9 млрд. руб., в т.ч. в 2009 году на финансирование инвестиций затрачено 37,7 млрд. руб. В 2010 году планировалось инвестировать 18,8 млрд. руб.

Волковысское ОАО «Беллакт» – одно из немногих предприятий молочной отрасли республики, которое работает с прибылью. Держать столь высокую планку предприятию помогает постоянная модернизация. ОАО «Беллакт» не останавливается на достигнутом, стратегия предприятия распланирована до 2015 года.

В ходе реализации Республиканской программы развития молочной отрасли в 2010–2015 годах к Волковысскому ОАО «Беллакт» планируется присоединение трех сельскохозяйственных организаций Волковысского района, а также ОАО «Щучинский маслосырзавод» и ОАО «Новогрудский маслодельный комбинат». На основании вышесказанного можно сделать вывод о том, что у молочной отрасли Республики Беларусь есть хорошие перспективы развития, реализовав которые можно выполнить прогнозные показатели по годовому выпуску продукции в 2015 году в объеме 10 млн. тонн в год.

Список использованных источников

1. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под. Ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандора. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2004.– 670с. (Серия «Золотой фонд российских учебников»)
2. Экономика и статистика : учебник для вузов / В.Е. Адамов, С.А. Смирнов; Ред. С.Д. Ильенкова. – 3-е изд., испр. и доп. – М: Финансы и статистика, 2001. – 288с.
3. Оценка материальных затрат в себестоимости / В. Акулич // Главный экономист: Ежемесячный производственный– практический журнал для работников экономических служб. – 2010. – № 7. – с. 12–15
4. Экономика предприятия : ред. Крум – 318 с. – Минск, 2005.
5. Мясникович, М. Экономика Беларуси: Итоги. Тенденции. Прогнозы. – 2009. – №2. – с. 26 – 33.
6. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 12 ноября 2010 г. № 1678.