

УДК 303. 722.4: 663. 83 (476)

## **АНАЛИЗ УСЛОВИЙ И ПЕРСПЕКТИВ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОДУКТОВОГО КЛАСТЕРА В ЛИКЕРО–ВОДОЧНОЙ ОТРАСЛИ БЕЛАРУСИ**

*Н.А. Ракович, 3 курс*

*Научный руководитель – В.Н. Редько, к.э.н., доцент*

*Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

В настоящее время актуальным представляется изучение возможных направлений согласования производственной, маркетинговой и сбытовой деятельности предприятий ликеро–водочной отрасли исходя из сложившихся на данном этапе внешних и внутренних условий функционирования национального аграрного комплекса, в том числе в различного рода интегрированных формированиях и объединениях кластерного типа.

Экономический кластер представляет собой сообщество сконцентрированных по географическому, отраслевому либо иному принципу организаций, либо тесно связанных отраслей, взаимно способствующих росту их конкурентоспособности. Вместе с тем установлено, что предприятия и организации, входящие в состав кластера, в совокупности формируют интегрированную систему производства добавленной стоимости одного конечного продукта либо товарной категории с вы-

сокой потребительской стоимостью, следовательно, кластер, как правило, имеет определенную продуктовую специализацию. В этой связи целесообразно называть такие объединения продуктовыми кластерами [1].

Учитывая, что конечный продукт создается на предприятиях перерабатывающей промышленности, формирование продуктовых кластеров в агропромышленном комплексе Беларуси должно быть основано на исследовании приоритетных направлений их деятельности. Исходными предпосылками для такой оценки являются:

- наличие, состояние и степень использования производственных мощностей перерабатывающих предприятий;
- потенциал роста объемов производства и продаж по определенным видам продукции;
- объективная необходимость повышения конкурентоспособности национального аграрного комплекса в целом;
- исходная структура агропромышленного производства для дальнейшего развития и совершенствования, исходя из перспективных потребностей региона, страны и внешнего рынка;
- возможность привлечения различных видов инвестиций в основной капитал [3].

Ликеро–водочная продукция занимает значительную долю в структуре потребительских расходов. Вместе с тем в 2013 году цены выросли на 25 %, а спрос снизился на 11,7%. В начале 2013 года в Беларуси почти на 35 % увеличились ставки акцизов на пищевой этиловый спирт и алкогольную продукцию. Минфин последовательно сближает акцизные ставки с российскими. В результате розничные цены на водку заметно выросли.

Потребление ликеро–водочной продукции в Беларуси постепенно снижается с 14,1 млн. дал в 2010 году до 13,8 млн. дал в 2012 году.

Доля импорта ликеро–водочной продукции составляла в 2012 году 13,4 %. Основным импортером алкогольных напитков в Беларусь являются Молдова, Грузия, Армения, Франция, Украина и Великобритания.

Основной статьей экспорта алкогольной продукции Беларуси являются ликеро–водочные изделия, половина из которых приходится на водку. На протяжении 2008–2010 гг. наблюдалось значительное падение экспорта ликеро–водочных изделий с 35,3 до 6,2 млн. долл. Однако, в 2011 году экспорт ликеро–водочных изделий вырос на 131,9 % по сравнению с 2009 годом. В структуре экспорта ликероводочных изделий из Республики Беларусь первое место занимает Россия с долей в 18,8%. Далее следуют Литва и Латвия, доли которых в экспорте спиртных напитков равны 13,5% и 13,2% соответственно. [2].

Крупнейшими из предприятий–производителей ликеро–водочной продукции в Республике Беларусь являются: РУП «Минск–Кристалл», ОАО «БЛВЗ «Белалко», РУП «Климовичский ликеро–водочный завод», РУП «Витебский ликеро–водочный завод», РУП «Гомельский ликеро–водочный завод».

Отличительные черты ликеро–водочной отрасли Беларуси:

1. Наличие жесткой конкуренции на рынке, обусловленной его разделением между ведущими мировыми компаниями – производителями ликеро–водочной продукции;
2. Наличие государственной стратегии по сохранению производства ликеро–водочной продукции и ее доли на внутреннем рынке, что предполагает постепенное сокращение продаж импортного продукта на белорусском рынке за счет увеличения доли местных производителей.

Большинство предприятий ликеро–водочной отрасли Республики Беларусь в рамках программы технического перевооружения внедряют новые технологии, современное оборудование и упаковочные материалы, что позволяет наращивать объем производства, расширять ассортимент и улучшать качество выпускаемой продукции.

В результате комплексного исследования вопросов кластеризации установлено, что создание продуктовых кластеров становится возможным при выполнении четырех неотъемлемых условий: наличии конкуренции, кооперации, производственной специализации и экспортной ориентированности.

Устойчивое функционирование продуктового объединения кластерного типа основано на внутренней конкуренции (за ресурсы, потребителей, лучшие кадры и пр.), а при выходе на внешний рынок – на кооперации с использованием единых каналов снабжения, реализации и продвижения конечной продукции.

Формирование кластерных структур в ликеро–водочной промышленности позволяет реализовать ряд конкурентных преимуществ. Во–первых, в их составе быстро накапливаются целевые

ресурсы. Во–вторых, здесь формируется доступная и точная база о потребностях рынка, технологиях, научных достижениях. В–третьих, при совпадении интересов управленческого звена, собственников и производителей возможны быстрые прорывы в инновационном развитии агропромышленного производства [3].

Исследования показывают, что кластерная политика представляет собой совокупность методологических требований и принципов, регулирующих важнейшие мероприятия по формированию экономических взаимоотношений внутри кластера, направлений развития отдельных структурных элементов и их составляющих. При их реализации создается совокупность необходимых и достаточных требований, задач, предпосылок и закономерностей для усиления конкурентоспособности как всей ликеро–водочной отрасли в целом, так и отдельных перерабатывающих и сельскохозяйственных организаций, входящих в кластер.

### **Список использованных источников**

1. Пилипенко, И. В. Новая геоэкономическая модель развития страны: повышение конкурентоспособности с помощью развития кластеров и промышленных районов / И. В. Пилипенко // Безопасность Евразии. – 2003. – № 3. – С. 580–604.
2. Волянюк, В., Девятюв, В. У белорусских производителей водки большие проблемы / В. Волянюк, В. Девятюв // Белорусский партизан [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.belaruspartisan.org/economic/254861/>. – Дата доступа: 09.03.2014.
3. Пилипук, А. В. Организация фирменных торгово–сбытовых систем в агропромышленном комплексе Беларуси / А. В. Пилипук // Электронная книга [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m499/5\\_2.htm](http://www.aup.ru/books/m499/5_2.htm). – Дата доступа: 04.03.2014.