

Молочно-продуктовый подкомплекс является одним из важнейших элементов продуктовой структуры агропромышленного комплекса Республики Беларусь. Это обусловлено высокой экономической и социальной значимостью продукции данной отрасли для нашей страны.

Расширение внешнеэкономической деятельности в рыночных условиях хозяйствования ставит перед молочно-продуктовым подкомплексом Беларуси задачи быстрого перехода на новый этап экономического развития, обеспечивающий выход на мировые критерии по конкурентоспособности и эффективности производства. На развитие рынка молока большое влияние оказывает состояние системы сбыта продукции, представленная совокупностью взаимозависимых организаций и включающая такие уровни, как производство, переработка молока, уровни оптовой и розничной торговли, конечное потребление.

В Республике Беларусь в отношении молока и молочной продукции сформировались такие формы сбыта, как продажа заготовительным предприятиям и предприятиям потребительской кооперации; реализация через сеть фирменных магазинов, на колхозном рынке, предприятиям государственной торговли и общественного питания, торгово-закупочным и другим посредническим организациям; реализация готовой продукции на экспорт.

Следует отметить, что в настоящее время практически все молоко поступает напрямую на переработку, минуя посредническое заготовительное звено (молокосборные пункты, осуществлявшие функции сбора и транспортировки больших партий сырья на переработку).

Форма организации торговли фасованными молочными продуктами через розничную торговую сеть рассчитана на более обеспеченные слои населения, готовые оплатить стоимость переработки молока и доставку его в торговую сеть в расфасованном виде.

Реализация продукции по прямым связям предусматривает продажу охлажденного молока крупными хозяйствами населению на специально выделенных площадках или в арендуемых помещениях и требует подготовки лаборантов широкого профиля для контроля качества. Оптовое звено рынка готовой продукции развито незначительно (исключением являются сухое молоко и молочные консервы).

Продажа через систему районных и городских молокозаводов по схеме прямых договоров с сельскими товаропроизводителями является перспективной формой реализации цельномолочной продукции.

В настоящее время Беларусь является одной из ведущих стран по экспорту молочной продукции. За январь-февраль 2007 года, согласно статистическим данным, Республика Беларусь поставила в Россию молока и молочных продуктов на сумму более 75 млн. долл. США, что на 14 млн. долл. США больше, чем в 2006 году. В два раза увеличились поставки кефира, йогуртов и пахты, а также молочной сыворотки; на 35% выросли поставки сыра и творога. Республика Беларусь поставила в 2006 году в Россию 137 тонн молока и сливок сгущенных (общий ввоз 145 тыс. тонн), 53,5 тыс. тонн сливочного масла (общий ввоз 164,8), 82, 5 тыс. тонн сыра (общий ввоз 263,2 тыс. тонн).

Основным импортером сливочного масла является Россия. Другие страны СНГ отдают предпочтение белорусским молочным продуктам длительного хранения — консервированному сгущенному молоку, сыру, а также казеину.

Исходя из анализа рынка стран-импортеров, следует то, что объемы поставок данных продуктов могут быть значительно увеличены. Однако пока Республика Беларусь не может в полном объеме конкурировать с западными производителями из-за высокой затратности отечественного производства, а также постоянства структуры и устойчивой сегментации европейского рынка молока. Поэтому приоритетным направлением ее экспорта до сих пор остается Российская Федерация.

Одним из ведущих предприятий Могилевской области по переработке молочной продукции является ОАО «Молочные горки». Здесь выпускается более 20 видов цельномолочной продукции, а также твердые, плавленые сыры и др.

Основными рынками сбыта молочной продукции, выпускаемой на данном предприятии, являются рынок Республики Беларусь и Российской Федерации. К экспортируемой продукции относятся твердые сыры ("Полесский" (30 %), "Голландский" (45%), "Костромской", "Пошехонский"), биокефир, молоко, творог 5-9%, масло крестьянское 72,5 %, а также казеин сухой технический, экспортируемый в Латвию, Америку, Бельгию, Польшу.

Для повышения эффективности работы на рынках необходимо осуществить ряд организационно-технических мероприятий:

- повысить качество товаров, совершенствовать формы и методы управления качеством продукции на базе международных стандартов;
- создать новые конкурентоспособные производства;
- организовать целевое товарное производство продукции, предназначенной для экспорта;
- создать разветвленную маркетинговую службу;
- создать развитую инфраструктуру ярмарочно-выставочной деятельности;
- совершенствовать нормативную законодательную базу, предусматривающую четкое валютное, таможенно-тарифное регулирование и т.д.

Решению поставленных задач должны способствовать углубление сотрудничества как со странами СНГ, так и странами дальнего зарубежья в области формирования общего аграрного рынка и разработка системы его защиты на национальном и наднациональном уровнях.