

Молочная отрасль Республики Беларусь характеризуется высокой интенсивностью конкуренции, специфическими чертами которой являются:

1. Высокая интенсивность конкуренции со стороны товаров-заменителей. Поэтому производителям необходимо постоянно поддерживать интерес потребителя к молочной продукции.

2. Отрасль характеризуется низкой капиталоемкостью. Это потенциально способствует входу новых предприятий в отрасль и повышенной конкуренции со стороны возможных конкурентов в ней.

3. Большинство сегментов белорусского рынка до недавнего времени были заполнены однотипными товарами, отличающимися только производителем и качеством. Это является причиной высокой эластичности потребительского спроса для отдельного предприятия по показателю цена/качество. Вследствие этого важнейшее значение имеет развитие брэндов, которые позволяют исключить однотипность продукции.

4. Отечественный потребитель консервативен. Очень часто он основывает свой выбор на небрэндовых характеристиках товара, особенно низкой цене. Это требует от производителей высоких финансовых и временных затрат на создание собственных брэндов.

5. Высокая конкурентная сила торговли, что объясняется в большой степени государственной принадлежностью торговых предприятий. Это приводит к тому, что на региональных рынках слабые предприятия административно поддерживаются, а сильные подавляются. Высокое значение для динамики конкуренции имеет воздействие фактического собственника большинства молочных предприятий – государства.

6. Ряд технологических особенностей производства также обуславливают высокую интенсивность конкуренции в отрасли. К ним относятся сезонность производства сырья, высокие требования к качеству продуктов, их ассортименту, зависимость качества от характеристик сырья.

Основным показателем качества молочной продукции является массовая доля жира (в процентах). ОАО «Пинский молочный комбинат» выпускает продукцию с различным содержанием жиров и обогащенную биологическиактивными добавками, полезными и важными для здоровья человека (молоко с лактулозой, витаминизированное, йодированное; сметана, обогащенная кальцием). Это значит, что конкурирующая продукция уступает продукции «ПМК» по разнообразию и в степени полезности данного вида продукта. Следует также отметить, что продукция ОАО «ПМК» с большей массовой долей жиров продается по более доступной цене.

В АПК Беларуси существуют немалые резервы сокращения издержек. Так, по данным сводного годового отчета за 2006 г., в подведомственных организациях Министерства сельского хозяйства и продовольствия на получение 1 кг молока фактически израсходовано 1,28 к.ед. при нормативе 1,07

к. ед. (превышение на 19,6%), в 2005г. превышение удельного расхода кормов на производство 1 т молока сверх технологического норматива составило 26,2%. А фактическая себестоимость производства молока (380,4 тыс. руб./т.) превышает конкурентный уровень себестоимости на 52,2%.

С учетом опыта зарубежных стран и на основе анализа деятельности эффективно работающих предприятий республики появляется возможность выработки наиболее целесообразных нормативов по ряду производственно-экономических показателей, позволяющих вести устойчивое и эффективное производство. Норматив для обеспечения самокупаемости и самофинансирования производства молока на 1 балло-гектар сельхозугодий составляет 25 кг. Фактическое значение по Брестской области составляет 24,5 кг, а в целом по республике этот показатель имеет значение 21,2 кг. То есть данный норматив не выполняется. Именно это является основной причиной низкой рентабельности и конкурентоспособности производства. Недостаточная продуктивность и эффективность сельского хозяйства Беларуси не позволяет в конечном итоге выгодно реализовывать продукцию на внутренних и внешнем рынках.

Реализация технологии управления конкурентоспособностью позволяет сделать следующие выводы о содержании оптимальной для молочных предприятий стратегии повышения их конкурентоспособности и ведения конкуренции на рынке: в краткосрочном периоде конкурентная стратегия должна быть направлена на повышение уровня конкурентоспособности продукции. В долгосрочном – на повышение степени удовлетворения потребителей и государства. Рост первого из этих конкурентных преимуществ должен происходить на основе постоянно растущего качества товара и недопустимости его колебаний, а также на проведении мероприятий, стимулирующих характер потребления. Рост степени удовлетворения интересов государства должен основываться на полном выполнении возложенных на предприятие социальных функций сохранение и создание рабочих мест, уплата налогов, финансирование социальной сферы.

Для этого необходимо:

1. Привлекать инвестиции для технического и технологического переоснащения предприятий.
2. Разработать автоматизированные энергосберегающие технологии на базе современных технических средств для отраслей пищевой промышленности, повышающих производительность труда не менее чем в 1,5 раза, при уменьшении удельных затрат материально-технических ресурсов на 20-25%.
3. Добиться того, чтобы проблемы повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и пути их решения стали основополагающими в тематике исследований вузов аграрного профиля.
4. Внедрить в управленческую практику технологии управления конкурентоспособностью, позволяющие обеспечить спешное функционирование отечественных молочных предприятий на современном рынке молочной продукции.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что в основе всего должно быть не производство ради производства (как это нередко бывает сейчас), а эффективное, экономное, ресурсосберегающее и конкурентное производство, то есть во главе любой деятельности должен быть строгий экономический расчет с системой соответствующих показателей – себестоимость, рентабельность, прибыль, доходность.