

## ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Лабкова О.П.

Могилевский государственный университет продовольствия  
г. Могилев, Республика Беларусь

Молочная отрасль в Республике Беларусь является экспортоориентированной. Внутренний рынок потребляет только 40 % от общего объема выпуска молочной продукции, в связи с чем 60 % поставляется на внешний рынок, не ущемляя интересы белорусских потребителей. Для повышения эффективности молочной отрасли Беларуси была разработана Программа развития молочной отрасли на 2010–2015 гг. Согласно ее положениям предполагается к 2015 г. довести производство молока в сельскохозяйственных организациях страны до 10 млн. тонн, а объемы его переработки – до 9 млн. тонн. При этом вывоз молочной продукции за рубеж в натуральном выражении намечено увеличить до 59 % от общего объема производства (что в пересчете на молоко составит около 5,5 млн. тонн). В стоимостном выражении он должен возрасти более чем в 2 раза (до 2,6–3 млрд. долл.).

Одним из основных путей повышения экспортного потенциала молокоперерабатывающих предприятий является создание сети кооперативно-интеграционных структур, объединяющих организации, перерабатывающие молоко, с организациями, производящими молоко, и торговыми организациями. Цель укрупнения – сократить количество игроков на внешних рынках, уменьшить ценовую конкуренцию. На сегодняшний день в Mogilevской области создана крупнейшая молочная компания в стране – холдинг «Могилевская молочная компания «Бабушкина крынка». В данный холдинг вошли ОАО «Осиповичский молочный комбинат», присоединенные ранее ОАО «Бабушкино подворье», ОАО «Быховмолоко», куда входят четыре филиала, а также 7 филиалов предприятия и производственный цех по выработке сыров в Бельничках. К сырьевой зоне относятся практически все районы Могилевской области – 17 из 21, что составляет 80 % производимого в области молока. Трудовые ресурсы холдинга составят около 3 тыс. человек. Создание таких крупных объединений даст ряд преимуществ. Еще до создания холдинга «Бабушкина крынка» обладала хорошим экспортным потенциалом. Так за январь-июль 2012 года предприятие увеличило экспорт продукции почти на 20 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Доход от экспорта вырос до \$108,7 млн. Такого роста удалось достичь в основном благодаря расширению географии поставок молочных изделий и закреплению на традиционных рынках сбыта: в России, Казахстане, Украине. Так же в 2012 году «Бабушкина крынка» открыла три торговых дома в Москве, Киеве и Новосибирске. «Бабушкина крынка» экспортирует сегодня около 70–75 % выпускаемой продукции. Основными импортерами являются Россия (около 60 %) и Казахстан (40 %).

Используя путь укрупнения «Бабушкина крынка» сможет получить ряд дополнительных преимуществ: более рациональным становится перераспределение сырьевых потоков на выпуск востребованной и рентабельной продукции; исключается возможность дублирования ассортимента. В то же время углубится специализация, что поможет по максимуму использовать производственные мощности и энергетические ресурсы. Создание единых торговых центров позволит разработать единую стратегию продвижения продукции, внедрить оптимальный вариант распределения товара по торговым объектам. Это позволит более гибко менять структуру экспорта в зависимости от цен на внешних рынках, а, значит, увеличить реализацию и долю поставок за рубеж. Продвижение единого бренда «Бабушкина крынка» позволят получать более высокие доходы по сравнению с реализацией малоизвестной покупателю продукции.