

СОСТОЯНИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

М. С. Янченко

*Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого», Беларусь*

Научный руководитель Л. Л. Соловьева

Молоко называют источником жизни – да ведь это так и есть, потому что первая пища, которую получаем мы и все животные, относящиеся к классу млекопитающих, – это материнское молоко. В пользе молочных продуктов не сомневался никто и никогда. Именно от молока мы растем и набираемся сил. На сегодняшний день на рынке молочной продукции появилось много производителей различных видов молочных изделий. И все они борются за качество своего товара, долю на рынке и за признание потребителей.

Белорусская молочная отрасль – визитная карточка пищевой промышленности республики, специализируется на выпуске молока, масла, сыров, мороженого, молочных консервов и других продуктов.

Молочная промышленность Республики Беларусь насчитывает 16 молочных комбинатов (не считая 16 филиалов), 18 молочных заводов (включая 2 филиала), 16 маслосырозаводов (включая 1 маслосыробазу и 2 филиала), 7 молококонсервных заводов (включая 2 филиала), 9 сырозаводов (включая 1 сырокомбинат и 2 филиала), 4 маслодельных комбината (включая 1 маслодельный завод и 1 филиал), 3 завода по производству сухого обезжиренного молока, 3 фабрики мороженого и 37 иных предприятий по производству молока и молочных продуктов [1].

Явными лидерами в Республике Беларусь являются ОАО «Борисовский молочный комбинат», ОАО «Савушкин продукт», ОАО «Молочный Мир», ОАО «Бабушкина крынка» [2].

Рейтинг предприятий молочной промышленности в Республике Беларусь:

1. «Савушкин продукт»;
2. «БЕЛЛАКТ»;
3. «Городской молочный завод № 1»;
4. «Беловежские сыры»;
5. «Барановичский молочный комбинат»;
6. «Бабушкина крынка»;
7. «Могилевская фабрика мороженого»;
8. «Морозпродукт»;
9. «Брестское мороженое»;
10. «Березовский сыродельный комбинат».

Все эти предприятия являются конкурентами на рынке молочной продукции Республики Беларусь. Но необходимо отметить и российских производителей молочной продукции. Список крупнейших молочных предприятий возглавляют заводы трех крупнейших холдингов: «Вимм-Билль-Данн», Unimilk и Danone.

Эти холдинги имеют большой опыт работы в сфере производства молочной продукции, налаженные каналы сбыта продукции и прочную связь с потребителями. Российские производители, кроме перечисленных факторов, обладают широкой известностью своих торговых марок, а также реальными возможностями модернизации оборудования.

Главная проблема, с которой столкнулись сегодня белорусские производители, это неблагоприятное изменение ценовой конъюнктуры российского рынка. В настоящее время наблюдается стабильный рост производства молока во многих регионах мира – как в странах-экспортерах, так и странах-импортерах, в том числе в России. На рынке сформировалось предложение, превышающее спрос. В результате наблюдается снижение цен на молокопродукты. Этому способствует и постепенный рост объема складских запасов. С другой стороны, рост закупочных цен на сырое молоко в связи с ростом цен на корма и горючесмазочные материалы ограничивает увеличение рентабельности продаж белорусской молочной продукции.

Для повышения конкурентоспособности отечественной продукции необходимо улучшать качество сырья, в том числе повышать содержание белка и жира. Ведь по этим показателям пока мы уступаем ведущим европейским производителям. К примеру, Финляндии, Швеции, Дании и другим государствам ЕС, а также Новой Зеландии, Австралии. Между тем от этих показателей зависит выход товарной продукции с тонны сырья, а в итоге – и объем выручки за реализованную продукцию, и рентабельность производства.

По мнению специалистов Института мясомолочной промышленности Беларуси, не способствуют повышению конкурентоспособности белорусских молочных предприятий их разрозненность, отсутствие глубокой специализации производства. В итоге ассортимент продукции отечественных молокопереработчиков дублируется. Из-за несогласованной системы продаж они теснят друг друга на рынке. В то же время наличие специализации привело бы к углубленной переработке сырья, а значит, получению дополнительной добавленной стоимости вне зависимости от конъюнктуры цен на рынке сбыта. Именно такой подход характерен для выпуска той или иной молочной продукции в Европе. Кроме того, у белорусских предприятий имеются сложности с выходом на розничные сети, слабо развит брендинг, а также уделяется недостаточно внимания изменениям на рынке. Есть вопросы по упаковке продукции, изучению потребительского спроса. Совершенствовать эти процессы при осуществлении внешнеэкономической деятельности белорусским молокопереработчикам предстоит уже в ближайшее время с учетом ожидаемого усиления конкуренции на российском рынке.

Ассортимент вырабатываемой в республике молочной продукции включает более 1000 наименований, в том числе масла – 30, сыров – более 160, цельномолочной продукции – более 500 наименований. В целях удовлетворения спроса населения Республики Беларусь продукцией животноводства расширяется ассортимент и увеличиваются объемы вырабатываемой в республике молочной продукции. Созданы новые виды цельномолочной продукции, широкий ассортимент творожных десертов, кисломолочных продуктов и др. В целях улучшения качества выпускаемой продукции проводится техническое перевооружение предприятий и молочной отрасли с установкой новых видов современного оборудования.

С целью общего повышения уровня потребления молока внутренними целевыми группами потребителей необходимо использовать различные инструменты продвижения проектов, формирующих положительный имидж молочной промышленности: новости, сайты проектов, областной журнал, газета, программы на радио, рейтинги (награждение), дегустации, конкурсы, фестивали, ярмарки, циклы передач на областном телевидении, участие в событиях культурной жизни (праздники, PR-акции), детский Центр гостеприимства, интернет, видеофильмы, фирменная папка, материалы по проектам), открытки, карты, сувениры к продукции, особенно для детей, выставки, конференции, симпозиумы, форумы, имиджевые материалы в белорусских и международных журналах, газетах, ТВ и радиопрограммы, PR-компании.

У каждого конкурента свой уровень цен, ассортимент, качество и т. д. Рассмотрим наших отраслевых конкурентов с помощью многоугольника конкурентоспособности.

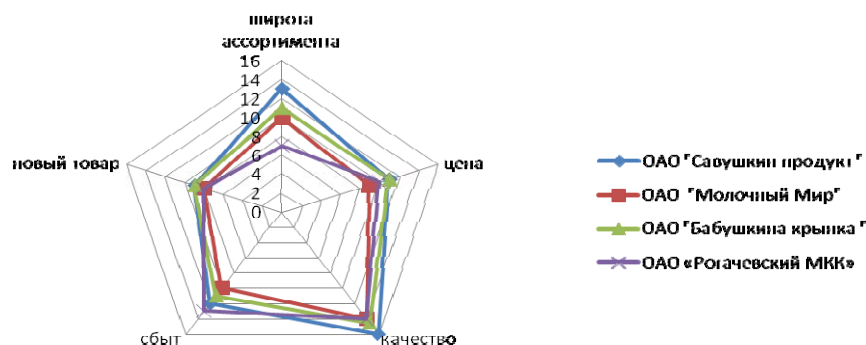


Рис. 1. Многоугольник конкурентоспособности

На рис. 1 изображен многоугольник конкурентоспособности, на котором видно, что ассортимент самый высокий – у предприятия ОАО «Савушкин продукт», а самый маленький – у ОАО «Рогачевский МКК». Следующий фактор – это цена. Самая низкая цена – у ОАО «Молочный Мир» и самая высокая – у ОАО «Савушкин продукт». Далее это – качество. Самое лучшее качество – ОАО «Савушкин продукт» и самое худшее – это ОАО «Молочный Мир». Сбыт самый лучший – у ОАО «Савушкин продукт» и остальные предприятия приблизительно на одинаковом уровне. И последний фактор – новый товар, т. е. довольно часто производят новый товар – все предприятия находятся на одинаковом уровне, но лидером считается ОАО «Савушкин продукт».

Л и т е р а т у р а

1. Новости молочного рынка каждый день. – Режим доступа: <http://www.dairynews.ru/news/nastoyashchee-i-budushchee-molochnoy-otrasli-belor.html>. – Дата доступа: 14.03.2014.
2. Номинал Технология. – Режим доступа: <http://nnt.by/research/industry/dairy-factories-2012>. – Дата доступа: 03.04.2014.
3. Портал информационной поддержки экспорта. – Режим доступа: http://export.by/resources/izdaniya_i_publicacii/molochnaya_otrasl_belarusi_prioriteti_v_strategii_.html/. – Дата доступа: 03.04.2014.
4. ОАО «Савушкин продукт». – Режим доступа: www.savushkin.by. – Дата доступа: 03.04.2014.