

# РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

**Е. В. Баленкова**

*Гомельский государственный технический университет  
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель Л. М. Лапицкая

Пищевая промышленность Беларуси – одна из старейших отраслей. Это крупнейшее структурное подразделение объединяет отрасли по производству пищевых продуктов. Она производит почти 17 % продукции АПК.

Актуальность данной темы заключается в том, что пищевая промышленность исторически развивалась в Республике Беларусь: есть опыт, традиции, на основе которых можно развивать данную отрасль промышленности, есть ресурсы и перспективы для дальнейшего роста и расширения производства. Также в нашей стране принята политика по увеличению объемов экспорта, что позволит выйти на новые

рынки сбыта, увеличить число потребителей продукции белорусского производства и заявить о нашей стране как о перспективном партнере.

Роль пищевой промышленности в развитии национальной экономики определяется прежде всего тем, что она позволяет эффективно использовать сельскохозяйственное сырье, сокращать его потери, обеспечивает рациональное питание населения, способствует устранению неравномерности потребления пищевых продуктов как во времени, так и в региональном разрезе. Одновременно пищевая промышленность воздействует на сельское хозяйство: стимулирует развитие новых сырьевых баз, расширение сферы применения растениеводческой и животноводческой продукции, рост товарности сельскохозяйственного производства. Важной задачей является развитие и модернизация предприятий, деятельность которых направлена на производство пищевой продукции [1].

Целью данной работы является оценка текущего положения пищевой промышленности и экспортной политики в Республике Беларусь, а также нахождение путей для дальнейшего развития и повышения эффективности в экспортной политике в пищевой промышленности.

По данным Национального статистического комитета предприятия пищевой промышленности Беларуси в январе–сентябре 2010 г. увеличили объем производства продукции на 9,4 % по сравнению с январем–сентябром 2009 г., что является положительной тенденцией после того, как в 2009 г. на большинстве предприятий происходили спады почти всех показателей эффективности деятельности предприятий.

В частности, объем производства в мясной промышленности вырос на 11,4 %, молочной – на 2,3 %, сахарной промышленности – на 27,7 %. В то же время сократилось производство в хлебопекарной промышленности на 2,9 %, но это можно объяснить тем, что хлеб является социально ориентированной продукцией и государство устанавливает ценовой диапазон, а также население страны стало меньше употреблять хлеб в своем рационе (и составляет примерно 250 г в сутки) [2].

Из этого видно, что не все подотрасли в пищевой промышленности развиваются равномерно. В данном случае можно предположить, что предприятия сокращают производство своей продукции по нескольким причинам: если продукция не пользуется спросом, то нужно или находить новых потребителей и открывать новые рынки сбыта, где можно было бы реализовать свою продукцию, или же предприятию нужно повысить качество продукции, так как при наличии большого количества конкуренции на рынке трудно реализовать продукцию, которая имеет более низкое качество и зачастую более высокую цену, чем у товара-конкурента; также, если у предприятия сильно изношено оборудование, что может значительно снизить производственную мощность на предприятии и увеличить число «узких» мест (из-за этого может уменьшиться пропускная способность предприятия) и даже снизить качество продукции, что значительно затруднит дальнейшую деятельность предприятия.

Еще одной положительной тенденцией является развитие экспорта продукции предприятий пищевой промышленности: предприятия Министерства сельского хозяйства и продовольствия Беларуси в 2010 г. экспортировали продукции на 2,2 млрд дол., что на 39,1 % больше уровня аналогичного периода 2009 г. Это говорит о том, что часть предприятий активно действует в сфере развития экспорта и они налаживают новые рынки сбыта, а также активно работают с действующими иностранными партнерами. Преобладающими в товарной структуре экспорта подведомственных министерству организаций оставались мясо и мясопродукты (30,3 %), молокопродукты (60 %) [3].

Основным внешнеторговым партнером Минсельхозпрода исторически является Россия. В 2010 г. удельный вес РФ в общем объеме экспорта составил 90,8 %. Что говорит не в пользу стратегии нашей страны, так как мы полностью зависим от российского законодательства. И даже есть примеры, когда Российская Федерация вынесла запрет на ввоз в их страну белорусскую молочную продукцию. После этого в нашей стране произошло множество негативных последствий: постоянные потребители были вынуждены приобретать молочную продукцию уже у другого поставщика, и как результат, разрывались контакты с потребителем; продукции было произведено столько, сколько внутри страны не смогли бы потребить, а так как она имеет небольшой срок годности, то готовая продукция портилась и предприятие несло огромные убытки; как следствие, некоторые предприятия прекращали свою деятельность. Поставки продукции в страны СНГ, кроме России, сократились по сравнению с 2009 г. на 3 %. Сокращение экспортных поставок в страны СНГ обусловлено сокращением экспорта молочной продукции в стоимостном выражении на 8,3 %, что связано с увеличением спроса и цены на более платежеспособном российском рынке. Экспорт продукции предприятий пищевой промышленности в страны дальнего зарубежья в 2010 г. составил 94,5 млн дол., что на 36,3 % меньше уровня 2009 г., в том числе в страны ЕС – 82,6 млн дол., что на 28 % меньше.

Это не является полностью положительной тенденцией, так как экспорт увеличился только в Российскую Федерацию, а во все другие страны – сократился. После распада СССР многие связи с потребителями были потеряны, теперь их заново приходится восстанавливать, и сейчас экспорт в страны СНГ занимает небольшой процент.

Отсюда следует, что нужно развивать и открывать новые внешние рынки, налаживать контакты с крупными потребителями, т. е. нужно скорректировать пропорции в экспорте. Естественно Российская Федерация является стратегическим партнером нашей страны, но нужно налаживать и новые партнерские связи.

Можно тем предприятиям, которые территориально ближе располагаются к странам, граничащим с Республикой Беларусь, развивать с ними взаимоотношения, производить продукцию, которая пользуется спросом у данного потребителя, тем самым предприятию можно будет сэкономить на транспортных расходах. Также, если рассматривать новые рынки сбыта, нужно производить такую продукцию, которая соответствовала бы всем стандартам, которые действуют на территории данной страны, иначе наши отечественные предприятия не смогут заключить контракты с иностранными потребителями. А это зачастую требует реорганизации всего производства и приобретения нового оборудования, что несет большие первоначальные издержки для предприятий. Не все предприятия могут себе это позволить, и поэтому здесь требуется поддержка государства и привлечение новых инвестиций.

Особое внимание нужно уделять тем предприятиям, которые готовы к осуществлению новых инвестиционных программ со стабильным финансовым положением, которые сами заинтересованы в положительном результате. Эти предприятия могут самостоятельно искать инвесторов или привлечь заемные средства, так как удачно реализованный проект может принести в более краткие сроки большой объем прибыли.

Одним из вариантов является привлечение иностранного капитала, так как если на предприятии будут присутствовать иностранные инвесторы, то они будут в дальнейшем экспортировать продукцию данного предприятия и в свою страну. Так как у них уже будут налажены связи на данном сегменте рынка, т. е. уже будет небольшое преимущество по сравнению с конкурентами.

Нужно стимулировать частные предприятия к развитию не только экспортной направленности, но и в осуществлении хозяйственной деятельности в целом. Так как частное предприятия, по сравнению с государственным, больше заинтересованно в осуществлении активной деятельности потому, что от результатов деятельности предприятие получит ту или иную прибыль, а государственные предприятия материально не заинтересованы, так как они получают фиксированную сумму из своей прибыли, а остальные средства отправляются государству.

Таким образом, можно сказать, что пищевая промышленность является перспективным направлением в развитии экономики Беларуси (так как растет объем производства продукции и увеличивается экспорт), которая может достигнуть и европейского уровня при эффективном выполнении всех стратегических планов по ее модернизации. В Республике Беларусь довольно развита пищевая промышленность. Есть потенциал, который можно использовать в дальнейшей деятельности, только нужно эффективно использовать все ресурсы и возможности, которые есть в распоряжении у предприятий, так как только от них самих зависит их личный результат и результат деятельности данной области промышленности в целом.

#### Литература

1. Шимов, В. Н. Национальная экономика Беларуси : учеб. пособие / В. Н. Шимов. – 3-е изд. – Минск : БГЭУ, 2009. – 751 с.
2. Информационное агентство «Интерфакс Запад». Агропромышленный портал Беларуси. 19.10.2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.agrobel.by/ru/node/25578>. – Дата доступа: 16.02.2011.
3. Информационное агентство «Интерфакс Запад». Агропромышленный портал Беларуси. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.agrobel.by/ru/node/25541>. – Дата доступа: 15.02.2011.