

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА БЕЛОРУССКОЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Д. Д. Ткаченко

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

Научный руководитель А. В. Домород

Белорусская молочная отрасль – визитная карточка пищевой промышленности республики, специализируется на выпуске молока, масла, сыров, мороженого, молочных консервов и других продуктов [1].

Целью исследования является выявление тенденций производства и потребления молочной продукции в Республике Беларусь.

Рынок молока в Республике Беларусь характеризуется значительными объемами производства, потребления, а также экспортной направленностью. Для жителей Беларуси и стран СНГ потребление молока и молочных продуктов всегда было и остается приоритетным. Так, в 2013 г. было произведено 1858 тыс. т цельномолочной продукции (в пересчете на молоко), в 2014 – 1935 тыс. т, в 2015 – 1963 тыс. т, в 2016 – 1972 тыс. т, в 2017 – 2002 тыс. т [4]. Большой спрос на них объясняется не только высокими питательными качествами, но и тем, что производство молочных продуктов значительно дешевле, чем других видов продовольствия животного происхождения. Однако несмотря на все это белорусы потребляют недостаточно молока и молочных продуктов – в среднем немногим более 250 кг на душу населения при общепризнанной в мире норме Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) в 330–340 кг [7]. Индекс потребительских цен (ИПЦ) на молоко и молочные продукты составил 105,5 в 2013 г., 111,6 в 2014 г., 100,9 в 2015 г., 112,5 в 2016 г. и 113 в 2017 г. [4]. Таким образом, мы можем наблюдать тенденцию роста ИПЦ. Это говорит о том, что среднедушевые денежные доходы населения стали выше, соответственно, появилось больше покупателей молока и молочной продукции.

Основным импортером белорусской молочной продукции является Российская Федерация. Экспорт молочной продукции в Россию составляет более 96 %, при этом на долю белорусских молокопродуктов в рационе питания российских потребителей приходится 10 %.

В 2013 г. экспорт молока и молочной продукции составил 926,40 тыс. т, в 2014 г. этот показатель составил 961,10 тыс. т, в 2015 – 1044,90 тыс. т, в 2016 – 1053,20 тыс. т, в 2017 г. – 1034,60 тыс. т [4]. В структуре глобальной торговли объем экспорта масла из Республики Беларусь стабильно растет. Страна вошла в тройку лидеров и занимает 8 % от общемирового объема экспорта масла, опередив США (7 %) и Австралию (7 %). В этом сегменте Беларусь уступает только Новой Зеландии (49 %) и ЕС (19 %) [6].

В Республике Беларусь насчитывается около 40 организаций, занимающихся переработкой молока. Для отрасли характерна тенденция консолидации предприятий молочной промышленности: контролируемые государством мелкие и убыточные предприятия присоединяются к более крупным и эффективно работающим. Ассортимент продукции, выпускаемой предприятиями молочной промышленности, включает в себя более тысячи наименований и ежегодно обновляется на десять процентов. Следует отметить, что конкурентоспособность молочной продукции значительно возросла благодаря внедрению современных технологий, улучшающих качество продукции, а также благодаря брендированию.

Беларусь (вместе с Казахстаном и Россией) входит в Единое Экономическое Пространство – рынок, формирующийся с 1 января 2012 г. Он выходит на мировой молочный рынок в сложных условиях, где уже действуют крупные молочные компании, корпорации, завоевавшие достаточно устойчивое положение и накопившие определенные достижения в производстве конкурентоспособной продукции.

В связи с обострением необходимости диверсификации экспорта и поддержания конкурентоспособности на внешних рынках в Беларуси, учитывая ограничение государства на продажу молочных предприятий иностранным инвесторам, продолжается процесс консолидации внутри отрасли. Данный процесс рассматривается как один из наиболее вероятных в краткосрочном периоде. Несомненно, интеграция молочной отрасли позволит более эффективно использовать имеющиеся мощности, улучшить качество производимой продукции, нарастить объемы производства, расширить рынки сбыта и увеличить объемы реализации. Но главная выгода, которую планируется извлечь из интеграции активов – это повышение конкурентоспособности молочной продукции на внешних рынках, наращивание экспорта и увеличение притока валюты в страну.

Национальная молочная компания, которую планируется создать в качестве мощной интеграционной структуры в республике, должна с меньшими издержками осуществить выход на другие рынки, которые в настоящее время закрыты для белорусских предприятий. Кроме того, при объединенных бюджетах, логистике, общей маркетинговой политике создавать конкурентоспособные бренды и продвигать их на внешних рынках более эффективно [2].

Таким образом, для того чтобы удерживать завоеванные позиции на мировом молочном рынке, необходимо следовать общемировым тенденциям, в частности, тенденции к консолидации.

Важнейшим направлением развития молочной отрасли Республики Беларусь должно стать расширение емкости внутреннего рынка молочной продукции посредством увеличения ассортимента, повышения экономической доступности, реализации программ обеспечения здорового питания населения («школьное молоко», «функциональное питание»), брендирования товаров.

При производстве молочного сырья на уровне 7,9–10,0 млн т и приоритетном удовлетворении рационального внутреннего спроса (393 кг молока и молокопродуктов на 1 человека в год) потенциал экспорта в 2020 г. составит 5300 тыс. т, в том числе в Россию – 4400 тыс. т [4].

Подводя итог, можно сделать вывод, что рынок молока Республики Беларусь характеризуется тенденцией устойчивого роста, что подтверждается увеличением объемов производства и экспорта молочной продукции. В то же время для отрасли характерны негативные тенденции: снижение продуктивности дойного стада вследствие недостатка и несоответствующего качества кормов; увеличение количества убыточных предприятий; существенная зависимость от внешнего рынка (более 96 % экспорта молочной продукции приходится на Россию). В качестве приоритетных мер повышения конкурентоспособности молочной отрасли определены: снижение ресурсоемкости отечественного производства, развитие торговой инфраструктуры, повышение эффективности использования маркетинговых инструментов в деятельности предприятий по производству, переработке и реализации молока и молочной продукции [1], [3], [5].

Л и т е р а т у р а

1. Гусаков, В. Г. Стратегия устойчивого развития рынка молока / В. Г. Гусаков, З. М. Ильина, В. И. Бельский // Пищевая промышленность: наука и технологии. – 2010. – № 3 (9). – С. 3–9.
2. Кожемякин, А. Интеграция молочных активов: как объединить, чтобы не навредить / А. Кожемякин // Белорус. экон. портал. – 2009–2016. – Режим доступа: <http://www.ekonomika.by>. – Дата доступа: 25.03.2019.
3. Методические рекомендации по формированию организационно-экономического механизма сбалансированности национального продовольственного рынка в условиях развития интеграционных процессов (в рамках ЕЭП) / З. М. Ильина [и др.]. – Минск : Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2015. – 47 с.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 25.03.2019.
5. Развитие экспортоориентированного производства мясной и молочной продукции с учетом мировых тенденций / А. В. Мелешня [и др.] ; под общ. ред. А. В. Мелешня. – Минск : Ин-т мясомолоч. пром-ти, 2013. – 248 с.
6. Food Outlook BIENNIAL REPORT ON GLOBAL FOOD MARKETS–2016. – Режим доступа: <http://www.fao.org/3/a-i4136e.pdf>. – Дата доступа: 26.03.2019.
7. AGRONEWS – мультифункциональная web-платформа для сельского хозяйства и промышленности. – Режим доступа: <https://agronews.com/by/ru/news/analytics/2018-12-20/32945>. – Дата доступа: 10.04.2019.