

УДК 339: 637.12

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**С.Н. Гнатюк**

кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой

Белорусско-Российский университет

Республика Беларусь является одной ведущей стран по уровню развития молочной промышленности. На нее приходится 1,5% мирового производства молока и 5% мирового экспорта молочной продукции. Молочная промышленность республики динамично развивается в последние годы.

Ассортимент вырабатываемой в республике молочной продукции включает около 1,5 тыс. наименований, в том числе масла – до 50, сыров – до 200, цельномолочной продукции – более 500 наименований. Доступ к сырью для перерабатывающих предприятий регулируется государством. Каждое предприятие имеет закрепленную за ним соответствующим решением облисполкома сырьевую зону. Цены на сырое молоко регулируются правительством республики. Обычно решения принимаются правительством 2 раза в год (весна/осень).

Таблица 1

Объемы производства молочной продукции за 2000-2014гг.

Наименование продукции	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Цельномолочная продукция	954,0	1122,0	1495,0	1643,0	1779,0	1859,0	1900,1
асло сливочное	65,1	85,0	98,6	104,3	112,9	99,1	106,4
Сыры	41,0	82,3	146,1	141,9	147,8	134,1	165,7

Источник: www.belstat.gov.by.

Молочная отрасль занимает третье место в общем объеме экспорта Беларуси (5%). Ежегодно экспортируется около 60% производимой молочной продукции на сумму более 2 млрд. долл. Беларусь поставляет молочную продукцию в более чем 50 стран мира. Однако главным импортером белорусской продукции является Россия (около 90% общего экспорта).

Проведенный PEST-анализ молочной отрасли показывает, что производителям молочной продукции необходимо учитывать возможные негативные тенденции и вовремя на них отреагировать, чтобы успешно конкурировать на внутреннем и внешнем рынках.

PEST-анализ молочной отрасли

Факторы	Влияние
Политические	
Изменение политической ситуации в странах основных импортерах продукции	Снижение объема экспорта в Россию и Украину, вытеснение с рынка белорусских производителей
Государственное регулирование цен	Регламентирование порядка формирования отпускных цен по социально значимой группе продукции
Экономические	
Изменение курса иностранной валюты	Убытки от курсовых разниц, снижение рентабельности реализуемой на экспорт продукции
Уровень инфляции	Падение потребительского спроса, переход покупателей на более дешевый ассортимент
Рост закупочных цен на молоко	Увеличение себестоимости продукции и сокращение спроса
Финансовое положение сельских хозяйств	Отток финансовых ресурсов для поддержки убыточных хозяйств
Повышение ставки процента по кредитам	Увеличение себестоимости продукции
Социальные	
Рост потребительского образования населения	Предпочтение инновационным и натуральным продуктам
Демографическая проблема	Незначительный прирост населения
Технологические	
Изменение технических регламентов на молоко и молочную продукцию	Угроза несоответствия выпускаемой продукции новым требованиям

В Республике Беларусь насчитывается около 45 предприятий, занимающихся переработкой молока. ОАО «Бабушкина крынка» (Могилев) является вторым по объему производства, уступая ОАО «Савушкин продукт» (Брест).

Анализ развития конкуренции на рынке молочной продукции выявил, что он является высоко конкурентным: присутствует значительное количество производителей, конкурируют между собой различные марки продукции предприятий. Важным компонентом конкурентоспособности белорусских молочных продуктов является бренд.

Проведен анализ конкурентоспособности основных видов продукции ОАО «Бабушкина крынка» относительно продукции своего главного конкурента ОАО «Савушкин продукт».

Данные таблицы 3 показывают, что по качественным параметрам оцениваемая сметана ОАО «Бабушкина крынка» не уступает изделию производства ОАО «Савушкин продукт». Интегральный показатель равен 1.

Таблица 3

Показатели конкурентоспособности сметаны

Показатель	ОАО «Бабушкина крынка»	ОАО «Савушкин продукт»	qi	ai	G
1 Потребительские					
1.1 консистенция и внешний вид (балл)	однородная в меру густая, вид глянцевый	однородная в меру густая, вид глянцевый	1	0,1	0,10
1.2 вкус и запах (балл)	чистые, кисло-молочные	чистые, кисло-молочные	1	0,1	0,10
1.3 цвет (балл)	белый равномерный	белый равномерный	1	0,1	0,10
1.4 содержание жира	24	≥ 24	1	0,15	0,15
1.5 кислотность,	75	65-100	1	0,15	0,15
1.6 доля сухих веществ, %	30	≥ 28	1	0,15	0,15
1.7 наличие патогенных микроорганизмов	нет	нет	1	0,25	0,25
Групповой показатель по качественной группе					1,00
2 Экономические					
2.1 цена за 400 г.	29 500	29 500	1,00	1	1,00
Групповой показатель по экономической группе					1,00
Интегральный показатель конкурентоспособности					1,00

Данные таблицы 4 показывают, что по потребительским параметрам йогурт ОАО «Бабушкина крынка» превосходит йогурт ОАО «Савушкин продукт» (по кислотности и массовой доле сухих веществ). Цена ОАО «Бабушкина крынка» ниже, чем у товара-конкурента. Интегральный показатель для анализируемой продукции составил 1,17 (1,06/0,9).

Таблица 4.

Показатели конкурентоспособности йогурта

Показатель	ОАО «Бабушкина крынка»	ОАО «Савушкин продукт»	qi	ai	G
1 Потребительские					
1.1 консистенция и внешний вид (балл)	однородная, в меру вязкая и густая	однородная, в меру вязкая и густая	1	0,15	0,15
1.2 вкус и запах (балл)	кисломолочный продукт нежной консистенции с приятным мягким фруктовым вкусом	кисломолочный продукт нежной консистенции с приятным мягким фруктовым вкусом	1	0,15	0,15
1.3 срок хранения, сут.	10	10	1	0,25	0,25
1.4 кислотность,	85	100	1,18	0,25	0,30

1.5 массовая доля сухих веществ, %	23	21	1,10	0,20	0,22
Групповой показатель по потребительской группе	1,06				
2 Экономические					
2.1 цена за 500 г	5 300	5 900	0,90	1	0,90
Групповой показатель по экономической группе	0,90				
Интегральный показатель конкурентоспособности	1,17				

В таблице 5 представлены показатели конкурентоспособности масла сладко-сливочного несоленого.

Таблица 5

Единичные и групповые показатели конкурентоспособности масла сладко-сливочного несоленого

Показатель	ОАО «Бабушкина крынка»	ОАО «Савушкин продукт»	qi	ai	G
1 Потребительские					
Масса нетто, гр	200	200	1	0,35	0,35
Массовая доля жира, %	82,5	82,5	1	0,35	0,35
Энергетическая ценность, ккал	748	748	1	0,06	0,06
Срок годности, дни	60	60	1	0,24	0,24
Групповой показатель по потребительской группе	1,0				
2 Экономические					
2.1 цена за 250 г	10700	11200	0,96	1	0,96
Групповой показатель по экономической группе	0,96				
Интегральный показатель конкурентоспособности	1,04				

Анализ конкурентоспособности масла, производимого на ОАО «Бабушкина крынка» показал, что по качественным характеристикам данные продукты аналогичны, а по экономическим параметрам превосходит. Это объясняет более высокую покупательскую способность масла ОАО «Бабушкина крынка» на внутреннем и внешнем рынках.

В условиях острой конкуренции для роста объемов реализации и удержания стабильных позиций на внутреннем и внешних рынках ОАО «Бабушкина крынка» необходимо перейти на инновационную модель развития предприятия, которая предполагает:

- расширение ассортимента производимой продукции, оправдывающей ожидания потребителей,
- повышение качества и конкурентоспособности продукции,

- внедрение прогрессивных наукоемких технологий, позволяющих снижать затраты на производство продукции, избежать загрязнения окружающей среды или уменьшить его;
- рациональное использование природных и энергетических ресурсов путем внедрения новых энерго- и ресурсосберегающих технологий;
- распространение экологической ответственности предприятия на все стадии жизненного цикла производимой продукции, включая используемое сырье и материалы,
 - использование прогрессивных методов управления предприятием,
 - совершенствование работы службы маркетинга, изучение и анализ покупательского спроса путем проведения мониторинга рынка.

Библиографический список

1. www.belstat.gov.by . – Дата доступа: 18.02.2016.