

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В ОАО «БЕЛЛАКТ»

Ключевые слова: импортозамещение, конкурентоспособность, качество, детское питание, производство, рынок.

Key words: import substitution, competitiveness, quality, baby food, production, market.

Аннотация: в статье обосновывается актуальность импортозамещения. Раскрывается сущность импортозамещения и возможности его реализации в ОАО «Беллакт». Представлены результаты анализа системы менеджмента качества в ОАО «Беллакт».

Summary: the article substantiates the relevance of import substitution. The essence of import substitution and the possibility of his realization in of «Bellakt». The results of the analysis of the quality management system are presented to «Bellakt».

Одним из основных направлений развития национальной экономики Беларуси является замена импортных товаров отечественными и ориентация их на экспорт. Правительство Республики Беларусь уделяет большое внимание вопросу импортозамещения. Подтверждением этого является разрабатываемые государственные программы производства различной продукции, замещающей импорт.

Под импортозамещением, прежде всего, следует понимать замену импортных товаров отечественными аналогами, которая подразумевает освоение новых видов продукции и совершенствование уже существующих на основе использования и перепрофилирования действующих, а также создания новых производственных мощностей. Стратегия импортозамещения базируется на развитии всего производства, повышении качества производимой продукции, технологий применяемых на предприятиях, развитии инноваций. Это особенно актуальным является для страны, уровень производственных отраслей которой отстает от уровня государств, с которыми она взаимодействует. Нужно заметить, что замена импорта, базисом которого являются, прежде всего, качественные преобразования в производственной сфере, оказывает положительное влияние на развитие

научно-технического потенциала на всех уровнях применения стратегии импортозамещения. Это в свою очередь положительно сказывается на качестве и конкурентоспособности продукции и, как следствие, на эффективности производства в целом.

Необходимо отметить, что повышение конкурентоспособности и эффективности производства импортозамещающей продукции дает толчок развитию национального рынка, делает возможным сокращение потребления импорта и развитие экспорта.

Развитие и завоевание национального рынка обеспечивает не только снижение импортной зависимости, но и возможность реализации экспортного потенциала, накопленного путем реализации стратегии импортозамещения на всех уровнях ее действия. Соотношение экспорта и импорта оказывает прямое воздействие на экономическую и национальную безопасность страны. Увеличение экспорта и сокращение потребления импорта ведет к достижению устойчивого экономического развития, что в свою очередь способствует и укреплению экономической безопасности страны [1].

При реализации стратегии импортозамещения в малой открытой экономике, ее успех зависит от учета четырех условий успешности: международное разделение труда; международная интеграция; конкурентоспособность импортозамещающей продукции; экспорториентированность отрасли, в которой производится импортозамещающая продукция.

Участвовать в реализации программы импортозамещения имеет хорошую возможность ОАО «Беллакт». Данное предприятие является единственным производителем традиционного детского питания в Республики Беларусь.

Предприятие обеспечивает белорусский рынок детским питанием и ориентирует свою продукцию на экспорт. Более 40 процентов выпускаемой продукции экспортируется. Основным целевым зарубежным рынком является рынок России (52 %). Также продукция экспортируется в Казахстан (12 %), Украину (22 %), Узбекистан, Монголию, Пакистан, Венесуэлу (9 %), Китай [2].

Особого конкурентного давления со стороны отечественных производителей детского питания предприятие не испытывает, однако существуют конкуренция от ведущих мировых производителей детского питания: Nestle, Friso, Semper, Hipp, Heinz и других.

В настоящее время ОАО «Беллакт» вышло за рамки промышленной цепочки, внутри которой оно действовало, и приступило к производству жидкого и пастообразного детского питания. Актуальность принятого направления объясняется наличием неудовлетворенного спроса на рынке РБ

в данном виде продукции. Более того, эту продукцию предприятия можно назвать импортозамещающей, поскольку она способна заменить на белорусском рынке импортные аналоги.

Налаженное производство, наличие собственной сильной производственной базы, удачное расположение складов, наличие транспорта, проверенных каналов сбыта, ремонтные мастерские и квалифицированный персонал позволяют производить высококачественный продукт европейского образца в широком ценовом диапазоне и с необходимым составом, рассчитанным на любого потребителя.

Ассортимент жидкого питания может включать в себя целую группу кисломолочных продуктов и адаптированных смесей, а также пастообразное детское питание:

- молоко для детского питания;
- кефир для детского питания;
- жидкие адаптированные смеси;
- творог и йогурты для детского питания.

В качестве примера рассмотрен процесс внедрения нового вида продукции — йогурта для детского питания с использованием сахарозаменителя и компонента витамин D. С использованием сахарозаменителя продукция станет востребованной и среди диабетиков, а благодаря витамину D, который нужен для предотвращения такого заболевания как рахит, дети, которые с рождения больны сахарным диабетом, также могут потреблять эту продукцию.

Проведенный анализ рынка детского питания свидетельствует о том, что деятельность ОАО «Беллакт» должна быть направлена на диверсификацию производства путем выпуска востребованной импортозамещающей продукции. Для удовлетворения потребностей конкретного покупателя необходима модернизация существующего оборудования, приобретение нового, а также развитие технологии производства.

В ОАО «Беллакт» имеются все основания и резервы, позволяющие организовать производство импортозамещающей продукции. Можно отметить, что на продукцию ОАО «Беллакт» существует устойчивый спрос, как на отечественном рынке, так и на рынках ближнего и дальнего зарубежья. Положительное влияние на поддержание предприятием существующего спроса на продукцию на отечественном рынке оказывает поддержка со стороны государства, а также политическая стабильность. Также положительно можно оценить то, что предприятие ОАО «Беллакт» осуществляет сбыт продукции на основе прямых договоров с потребителями и через свои представительства в странах СНГ и дальнего зарубежья. Это открывает перед ОАО «Беллакт» новые возможности при

расширении производства и выходе на российский рынок, а также на рынок стран СНГ.

Говоря о резервах, нельзя не учитывать, что в ОАО «Беллакт» имеется достаточно развитая собственная производственная и научно-техническая база, которая позволяет совершенствовать существующую продукцию и разрабатывать новую.

Для улучшения качества и обеспечения безопасности выпускаемой продукции, как основного фактора удовлетворения запросов потребителей, Волковским ОАО «Беллакт» внедрена система управления качеством и безопасностью пищевых продуктов на основе анализа рисков и критических контрольных точек (НАССР) на соответствие требованиям СТБ 1470-2004.

При производстве продуктов детского питания особое значение приобретают аспекты безопасности. В значительной мере безопасность продуктов детского питания связана с сырьевой базой и процессами производства. С целью обеспечения безопасности продуктов детского питания и более эффективной формы контроля качества выпускаемой продукции, предприятием в 2010 году разработана и внедрена система менеджмента безопасности пищевой продукции (СМБПП) на производство продуктов сухих молочных для питания детей и взрослых, в соответствии с требованиями СТБ ИСО 22000-2006, который позволяет прослеживать безопасность продукции непосредственно по всей пищевой цепочке.

Производство и реализация нового вида продукции позволит:

- обеспечить увеличение объема производства продуктов детского питания на 69 950 тонн;
- внедрение нового продукта даст возможность занять нишу на рынке среди диабетических продуктов;
- выпуск нового вида продукции способен будет заменить на белорусском рынке импортные аналоги;
- расширить ассортимент предприятия и увеличить объем выпускаемой продукции за счет освоения новых видов — жидкие и пастообразные молочные продукты для детского питания на 28750 тонн;
- обеспечить показатели качества и безопасности выпускаемого продукта, в соответствии с международными стандартами.

Расчеты показывают, что для производства жидких и пастообразных молочных продуктов для детского питания при дополнительных затратах

на производство 102 456 млн руб., предприятие получит прибыль в размере 167 890 млн руб.

Подводя итог всему вышесказанному, следует отметить, что ОАО «Беллакт» не только имеет возможность производить импортозамещающую продукцию, но и активно работает, развивая производство такой продукции с учетом существующего спроса на нее. Для этого предприятие постоянно обновляет производственное оборудование и модернизирует существующее, а также совершенствует технологию производства. Происходит расширение существующего ассортимента в направлении развития импортозамещения.

Мировая практика реализации стратегии импортозамещения показывает, что значимым условием успеха импортозамещения является конкурентоспособность импортозамещающей продукции. Товар, производимый под эгидой импортозамещения, не должен уступать по качеству и другим параметрам конкурентоспособности импортным аналогам. Опыт Латинской Америки и Юго-Восточной Азии показал, что импортозамещение должно использоваться в качестве промежуточного этапа развития экспорта. Формирование конкурентных преимуществ импортозамещающей продукции перед импортными аналогами позволяет облегчить переход к развитию экспортных направлений [3].

Список использованной литературы

1. Основные показатели внешней торговли / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 1998-2014. — Режим доступа: http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/torgovlya/vneshnyaya-torgovlya_2/osnovnye-pokazateli-za-period-s-pogy_10/osnovnye-pokazateli-vneshnei-torgovli/. — Дата доступа: 24.04.2016.
2. Сайт предприятия ОАО «Беллакт» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.bellakt.com>. — Дата доступа: 03.03.2016.
3. Червинский, Е.А. Мировая практика реализации политики импортозамещения: опыт Латинской Америки и Юго-Восточной Азии / Е.А. Червинский // Экономический бюллетень НИЭИ — 2012. — № 1. — С. 21–27.