

УДК 637.1:339.564(476.6)

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ  
ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОАО «БЕЛЛАКТ» В  
УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АПК  
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**В. П. Дыканец**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

(Республика Беларусь, 230008, г. Гродно, ул. Терешковой, 28; e-mail:  
ggau@ggau.by)

***Ключевые слова:** инновационное развитие, внешняя торговля, экспорт, стратегические направления, перерабатывающая промышленность.*

***Аннотация.** Экспорт продукции, исходя из сложившейся структуры экономики Беларуси, является жизненно важной сферой деятельности. Беларусь обладает рядом конкурентных преимуществ и предпосылок для развития экспорта. В настоящее время формируется новая экспортная стратегия, основанная на более полном использовании интеллектуального и производственного потенциала и повышении конкурентоспособности белорусской продукции. Она формируется на основании Национальной программы поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016-2020 гг., которая должна обеспечить формирование и эффективную практическую реализацию инновационной модели развития агропромышленного комплекса Республики Беларусь.*

*К перспективной экспортной отрасли можно отнести перерабатывающую пищевую промышленность, особенно переработку молока. Реализация стратегических направлений развития экспорта будет способствовать увеличению объемов продаж молочной продукции как для отдельного предприятия, так и для отрасли в целом.*

**STRATEGIC DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF EXPORT  
ACTIVITIES IN ОАО «BELLAKT» IN THE CONDITIONS OF  
INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE AGROINDUSTRIAL  
COMPLEX OF THE REPUBLIC OF BELARUS**

**V. P. Dykanets.**

EI «Grodno state agrarian University»

Grodno, Republic of Belarus

(Republic of Belarus, 230008, Grodno, 28 Tereshkova st.; e-mail:  
ggau@ggau.by)

***Key words:** innovative development, foreign trade, export, strategic directions, processing industry.*

***Summary.** Export of products, based on the existing structure of the Belarusian economy, is a vital area of activity. Belarus has a number of competitive ad-*

*vantages and prerequisites for export development. Currently, a new export strategy is being formed, based on a fuller use of intellectual and production potential and increasing the competitiveness of Belarusian products. The strategy is formed on the basis of the National Program of Export Support and Development of the Republic of Belarus for 2016-2020 and defines the main directions of export development. The main directions should ensure the formation and effective practical implementation of the innovation model for the development of the agro-industrial complex of the Republic of Belarus.*

*A promising export industry can include processing food industry, especially milk processing. Realization of strategic directions of development of export will promote increase in volumes of export of dairy production, as for the separate enterprise, and for the industry as a whole.*

*(Поступила в редакцию 01.06.2018 г.)*

**Введение.** В настоящее время в аграрной экономике Беларуси прослеживается инновационный путь развития. Аграрная сфера имеет достаточно высокий научно-технический потенциал, ряд значительных достижений в различных отраслях сельского хозяйства, серьезных заделов в фундаментальных исследованиях. Все это способствует значительному увеличению объема производства. Особенно значительные инновационные изменения в последние годы наблюдаются на предприятиях по переработке молока.

Сфера производства и переработки молока является важной составляющей агропромышленного комплекса Республики Беларусь. Молоко и молочные продукты являются ценными продуктами питания, которые пользуются повышенным спросом у населения страны [1, 6].

В Беларуси созданы мощные сырьевые зоны с производством качественного молока и производственные площадки для выработки достаточного объема молочной продукции для внутреннего потребления и значительной доли экспорта.

Всемирная организация здравоохранения рекомендует потреблять 400 кг молочной продукции в год. Среднестатистический белорус потребляет 253 кг, а производится в стране почти 708 кг молочной продукции на человека, т. е. внутренний рынок Беларуси в настоящее время потребляет только 40% от общего объема выпуска цельномолочной продукции.

В такой ситуации главным направлением для развития отрасли являются реализация молочной продукции на внешний рынок [1].

**Цель работы** – выявление стратегических направлений развития экспортной деятельности в ОАО «Беллакт» в условиях инновационного развития АПК Республики Беларусь.

**Материал и методика исследования.** Исследования проводились при использовании материалов белорусской печати, отчетов о результатах деятельности ОАО «Беллакт», бизнес-плана. В качестве методов исследования использовались общенаучные и специальные приемы познания: анализ и синтез, аналогия, сравнение.

**Результаты исследований и их обсуждение.** Волковысское ОАО «Беллакт» единственное предприятие в Республике Беларусь производитель сухого молочного детского питания. ОАО «Беллакт» занимает лидирующие позиции в Гродненской области и является одним из крупнейших в республике по объемам переработки молочного сырья.

Основными видами деятельности Волковысского ОАО «Беллакт» являются:

1. Переработка молока и производство молочных продуктов.

Весь ассортимент вырабатываемой продукции предприятием составляет более 190 наименований. Производственные мощности компании позволяют перерабатывать до 700 т молока в сут, или 255,0 тыс. т в год.

2. Реализация выпускаемой продукции.

Предприятие реализует продукцию как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Дополнительными видами деятельности являются оптовая торговля, организация доставки продукции.

Продукция предприятия занимает 75% отечественного рынка детского питания. Детские смеси (заменители грудного молока) и каши под торговой маркой «Беллакт» (по данным маркетингового исследования «Изучение рынка детского питания») занимают на рынке детского питания лидирующие позиции.

Этот факт находит свое отражение как в уровне осведомленности о марке, так и в уровне ее использования целевой аудиторией. Конкуренцию продукции предприятия составляет продукция ведущих мировых производителей детского питания: Nestle, Friso, Semper, Hipp, Heinz и др.

Сырье для производства продукции поступает на предприятие из экологически чистых районов. Поставщики сырья – 36 хозяйств Волковысского, Зельвенского, Свислочского и Мостовского районов Гродненской области.

Материально-техническое обеспечение предприятия осуществляется, как правило, на основании прямых договоров. Поставщиками сырья, материалов и оборудования являются предприятия Республики Беларусь, Российской Федерации, стран Евросоюза. Со многими по-

ставщиками у предприятия сложились долговременные и устойчивые связи.

ОАО «Беллакт» отличается высокой конкурентоспособностью среди отечественных производителей цельномолочной продукции. Предприятие поставляет молочную продукцию не только во все регионы республики, но и в страны ближнего и дальнего зарубежья. В настоящее время ОАО «Беллакт» экспортирует детское питание, сухое цельное и витаминизированное молоко, сухое обезжиренное молоко, творог, сливки и др.

Данные таблицы 1 показывают долю экспорта молочной продукции в общем объеме реализации в процентах.

Таблица 1 – Реализация продукции Волковысского ОАО «Беллакт» на экспорт

Наименование продукции	Доля экспорта в общем объеме реализации продукции, %				
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Сухие консервы	47,7	32,4	64,6	68,8	70,2
в т. ч. сухие детские смеси	3,2	14,8	20,6	37,1	37,9
Масло животное	0	3,4	26,6	10,1	13,2
Цельномолочная продукция	6,3	5,9	4	4,3	4,4
Сыры	0	0	0	0	0
СОМ, ЗЦМ, сухая сыворотка и др.	0	16,5	31,8	34,4	35,2

ОАО «Беллакт» имеет реальные возможности увеличения объемов продаж молочной продукции и роста доли предприятия на зарубежном рынке в ближайшей перспективе [3].

Этому должна способствовать реализация стратегических направлений по развитию экспорта, а именно:

1. Обеспечить качество товара, его привлекательность с точки зрения потребителя.

Последовательная и комплексная политика в области качества и безопасности выпускаемой продукции позволила ОАО «Беллакт» выйти на рынки стран дальнего и ближнего зарубежья.

Управление качеством всего процесса производства, регулярно проводимые мероприятия по контролю качества и прохождение сертификационных испытаний являются для ОАО «Беллакт» нормой, как и интенсивный информационный обмен с внештатными экспертами и независимыми исследовательскими организациями, что позволяет обеспечивать соответствие продукции самому высокому уровню качества.

На предприятии разработаны, внедрены и функционируют:

- система менеджмента качества с требованиями STB ISO;

- система управления качеством и безопасностью пищевых продуктов на основе анализа рисков и критических контрольных точек HACCP STB;
- система менеджмента безопасности пищевых продуктов в соответствии с требованиями STB ISO.

Постоянное выполнение требований систем ISO и HACCP – это наиболее эффективная форма контроля качества и безопасности продуктов питания, признанная во всем мире и установленная в большинстве стран Европейского Союза. Предприятие для обеспечения качества и повышения привлекательности своей продукции должно постоянно выполнять требования вышеуказанных стандартов. Соблюдение требований стандартов на предприятии ежегодно тщательно проверяется независимыми органами сертификации (национальными и международными).

## 2. Вывод на рынок новых продуктов.

В последние годы на предприятии повышенное внимание уделяется созданию новых продуктов в области детского питания и вывод их на внешний рынок. ОАО «Беллакт» освоило выпуск не только сухих смесей, но и жидкого и пастообразного детского питания. Увеличению объемов продаж детского питания, росту доли предприятия на зарубежном рынке должна способствовать реализация следующих мер:

- вывод на рынок новых специализированных лечебно-профилактических детских смесей;
- увеличение объема выпуска молочных быстрорастворимых каш с фруктовыми добавками;
- освоение производства и вывод на рынок безмолочных быстрорастворимых каш с фруктовыми и овощными добавками;
- увеличение производства жидкого и пастообразного детского питания [2].

## 3. Вывод на рынок новых торговых марок и повышение их узнаваемости.

Динамичное развитие рынка (производителей становится больше, расширяется ассортимент предлагаемой продукции, конкуренция усиливается) требует создание бренда – торговых марок со сложившимся имиджем. Такие продукты имеют более высокую цену и некоторые отличительные материальные выгоды. В настоящее время широко рекламируются торговые марки предприятия: «ОАО «Беллакт», «Село Буренкино». Фирменная упаковка товаров данных торговых марок позиционирует их на рынке. Предприятие планирует дальнейшее укрепление позитивного отношения к товарам данных торговых марок и к компании-производителю за счет повышения их узнаваемости.

#### 4. Агрессивная маркетинговая политика.

Сегодня ОАО «Беллакт» столкнулось с сильной конкуренцией, поэтому стало проводить агрессивную (экспорториентированную) маркетинговую политику. Мероприятия в сфере маркетинга направлены на поддержание положительного имиджа предприятия. Для завоевания потребителей предприятие стремится наиболее полно удовлетворить запросы покупателей, предложив широкий ассортимент, ощутимые преимущества при покупке продукции, с помощью грамотно разработанной стратегии маркетинга. Предприятие постоянно проводит маркетинговые исследования, изучает спрос и конъюнктуру рынка, разрабатывает новые направления маркетинговой стратегии продвижения продукции предприятия. Стратегической целью маркетинговой деятельности предприятия является дальнейшее закрепление на рынках Республики Беларусь, ближнего и дальнего зарубежья в качестве крупнейшего производителя детского питания, а также войти в пятерку сильнейших компаний на отечественном рынке.

#### 5. Гибкая ценовая стратегия.

Что касается экспортных цен, то, они имеют существенную региональную дифференциацию. Это обстоятельство требует от предприятия постоянно проводить мониторинг цен на внешних рынках. Экспортные цены на продукцию устанавливаются предприятием самостоятельно, но не ниже предельных минимальных, определяемых протоколами заседаний рабочей группы по мониторингу реализации молочной продукции, зерна и муки на внутреннем и внешнем рынках, созданной распоряжением Премьер-министра РБ [5].

#### 6. Оптимизация логистической цепочки.

Основной торговый партнер – Россия. Поставки продукции в Российскую Федерацию осуществляются через собственную товаропроводящую сеть – ООО «Торговый Дом Беллакт». Через данную сеть экспортируется 38% от общего объема поставок продукции в Российскую Федерацию. В остальные страны основная часть продукции поставляется через посредников. Поэтому на перспективу предприятию необходимо увеличить поставки продукции через собственную товаропроводящую сеть и сократить число посредников.

7. Диверсификация рынков сбыта. Поиск новых покупателей на освоенных рынках сбыта.

В настоящее время периодически возникающие ограничения на ввоз белорусской молочной продукции в Российскую Федерацию, требуют решения задачи географической диверсификации рынков сбыта продукции на экспорт. В нынешних условиях отсутствия права реализации молочной продукции в адрес государств-участников ЕС перво-

степенной задачей является наращивание экспортных поставок в страны ближнего и дальнего зарубежья.

С 2009 г. ОАО «Беллакт» начало проводить серьезную работу по диверсификации рынков сбыта [4].

Предприятие начало экспортировать продукцию во многие страны постсоветского пространства ( Казахстан, Украину, Узбекистан), а также в страны дальнего зарубежья (Монголию, Пакистан, Ливию, Венесуэлу, Саудовскую Аравию). Ежегодная доля поставок в страны дальнего зарубежья составляет 47% от общего экспорта. В 2018 г. продукция экспортировалась в Российскую Федерацию, Казахстан, Узбекистан, Украину, Пакистан, Венесуэлу, а также были проведены первые поставки продукции в Грузию, Китай, Вьетнам, КНР, Сирию. В дальнейшем предприятие планирует увеличивать объемы поставок на данные рынки. Для этого в вышеуказанных странах открыты представительства предприятия. Для диверсификации рынков сбыта в ближайшей перспективе предусмотрена реализация следующих мероприятий, ответственным исполнителем за проведение которых является ОАО «Беллакт» (таблица 2).

Таблица 2 – Мероприятия по созданию новых субъектов товаропроводящей сети за рубежом

Наименование мероприятия	Страна создания
Открытие медицинского представительства	Казахстан, КНР
Заключение дилерского договора	Грузия, Азербайджан, Армения, Киргизия, Сирия, КНР

Таблица 3 – Мероприятия по оптимизации и повышению эффективности существующей товаропроводящей сети за рубежом

Наименование мероприятия	Наименование субъекта ТПС, страна (регион России)
Пролонгирование действующего дилерского договора	Казахстан
Увеличение поставок детского питания	Казахстан, Российская Федерация, Украина, Узбекистан, Пакистан

Таблица 4 – Сопутствующие мероприятия по развитию товаро-проводящей сети за рубежом

Наименование мероприятия	Страна (регион России) проведения мероприятия
Проведение переговоров с зарубежными партнерами по заключению дилерских договоров, организация визитов	Казахстан, Китай, Грузия, Азербайджан, Армения, Киргизия, Сирия
Участие в выставках, ярмарках, конкурсах	Российская Федерация, Казахстан, Украина, Узбекистан

**Заключение.** Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод, что ОАО «Беллакт» имеет реальные возможности увеличения объемов продаж молочной продукции и роста доли предприятия на отечественном и зарубежном рынках в 2018-2019 гг. за счет реализации выявленных стратегических направлений развития экспорта.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Внешняя торговля Беларуси [Электронный ресурс]. Официальный сайт Министерства иностранных дел Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://mfa.gov.by/cxport.-LfnfLjpsnegf>. – Дата доступа: 30.04.2018.
2. Дыканец, В. П. Экономическая эффективность инновационных технологий в ОАО «Беллакт» / В. П. Дыканец // Сельское хозяйство – проблемы и перспективы.: сб. науч. тр. / под редакцией В. К. Пестиса, Том 34. – Гродно, ГГАУ. – 2017. – С. 91-98.
3. Дыканец, В. П. Экспортные возможности ОАО «Беллакт» в условиях инновационного развития АПК РБ / В. П. Дыканец//. Стратегические направления развития АПК стран СНГ: Материалы 16 Международной научно-практической конференции в 3-х томах. – Т. 2. – Барнаул, Новосибирск, СФНЦА РАН, 2017. – С. 50.
4. Дыканец, В. П. Работа по диверсификации рынков в ОАО «Беллакт» / В. П. Дыканец // Современные технологии сельскохозяйственного производства. Сборник научных статей по материалам 21 международной научно-практической конференции. – Гродно, ГГАУ. – 2018. – С. 49-51.
5. Дыканец, В. П. Ценовая и сбытовая политика ОАО «Беллакт» / В. П. Дыканец // Современные технологии сельскохозяйственного производства. Сборник научных статей по материалам 20-й международной научно-практической конференции. – Гродно, ГГАУ. – 2017. – С. 68-70.
6. Поливко, В. А. Молочная отрасль Республики Беларусь: состояние и перспективы / В. А. Поливко // Сельское хозяйство – проблемы и перспективы: сб. науч. тр. / под редакцией В. К. Пестиса. – Гродно: ГГАУ, 2016. – Т. 34. – С. 192-200.