

РАЗВИТИЕ ХОЛДИНГОВОЙ МОЛОЧНОЙ КОМПАНИИ

Ефименко А.В.

Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь

На современном этапе созданы предпосылки для динамичного развития перерабатывающих отраслей АПК, активизации производственной, инвестиционной деятельности, повышения уровня конкурентоспособности производимой продукции и экспортного потенциала молочной отрасли. Более детально исследования проведены на примере Холдинга «Могилевская молочная компания «Бабушкина крынка», которая производит более 300 видов молочной продукции. В данной организации в 2011 г. по сравнению с 2010 г. увеличилась реализация масла, сыра твердого, цельномолочной продукции, сухой сыворотки (в связи с введением в действие в 2010 г. цеха сухих молочных продуктов осуществляется переработка собственного и давальческого сырья). В то же время за данный период сократилась реализация сыра мягкого, сыра плавленого, мороженого, казеина, майонеза.

В организации производится 12 видов молока, которые отличаются по виду тепловой обработки, проценту жирности и упаковке (пленка полиэтиленовая, упаковка «Тетра-Брик», оригинальный кувшин – удобная и экологичная упаковка нового поколения). Наибольший удельный вес приходится на производство молока пастеризованного жирностью 3,0 %, 3,2 %, 2,5 % и молока стерилизованного жирностью 2,5 % и 3,2 %.

В 2011 году были освоены следующие виды новой продукции: творог зерненный, сыр «Гройцер», молоко питьевое «Бабушкино молоко», сметана «Бабушкина сметана», мороженое щербет, десерт йогуртно-творожный «Изюминка», сырки творожные глазированные с мармеладом, сырки творожные глазированные «Картошка», масло сливочное с наполнителями, молоко детское стерилизованное с витаминами С, В, РР, молоко стерилизованное обогащенное минералами, пищевыми волокнами и биопростокваша. На перспективу в организации запланирована разработка и освоение 11 видов новой продукции.

Объемы экспортных поставок ОАО «Бабушкина крынка» увеличились за последние пять лет в 4 раза, в 2012 году составили свыше 100 млн. долларов. Продукция экспортируется на рынки России (Смоленск, Брянск, Москва, Санкт-Петербург), Украины, Польши, Германии, Франции, Египта, Пакистана и Филиппин.

Важную роль в маркетинге молочных продуктов приобретает политика организации в области обеспечения качества и конкурентоспособности продуктов питания. В 2010 г были получены сертификат соответствия системы менеджмента качества LST EN ISO 9001:2008 и безопасности пищевых продуктов LST EN ISO 22000:2005, были проведены мероприятия по стандартизации и сертификации, совершенствованию системы качества в соответствии с международными стандартами ИСО и НАССР.

Важным направлением повышения эффективности функционирования молокоперерабатывающих организаций АПК на рынке является концентрация переработки продукции на крупных, технически оснащенных предприятиях, позволяющих осуществлять полную переработку сырья, увеличивать загрузку производственных мощностей и объемы выпускаемой продукции, расширение ее ассортимента и повышение конкурентоспособности.