

ОБ УЧАСТИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА РЫНКЕ МОЛОКА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Формирование рынка молока и молочной продукции имеет свои экономические и технологические особенности: в торгово-экономических отношениях предполагается существование предприятий-посредников, а с технологической точки зрения при переработке молока предпочтение отдается прямым связям между перерабатывающими и сельскохозяйственными организациями.

Огромное влияние на современное состояние рынка молока России оказывает конкуренция со стороны иностранных производителей. Наполнение рынка молочной продукцией импортного производства создает проблемы для реализации молочной продукции отечественных производителей.

Импорт молочной продукции (масло коровье, сухое молоко, сыры и продукты для питания детей раннего возраста) осуществляется из Германии, Франции, Польши, Новой Зеландии, Финляндии, Литвы и других стран. Экспорт молочной продукции производится в страны СНГ, в частности, в Украину, Казахстан, Республику Беларусь и т.д.

В новых экономических условиях формирование межрегиональных интеграционных связей основывается на рыночных принципах, сформированных на обоюдно выгодных условиях осуществления операций по купле-продаже молока и продуктов его переработки. Надежность этих связей в значительной степени зависит от устойчивости функционирования внутреннего рынка молока в регионах. Опыт становления рынка молока в Российской Федерации, анализ форм и методов межрегиональных интеграционных связей по ввозу и вывозу молочной продукции позволяет учесть ранее допущенные ошибки и избежать их при формировании устойчиво функционирующего рынка молока Российской Федерации.

В январе 2012 г. белорусские производители молочной продукции значительно снизили цены на продукцию, поставляемую в Россию, в то время как средняя закупочная цена на сырое молоко в России составляла 15 руб. за литр, что соответствовало среднемесячным базовым индикативным ценам на сырое молоко, рекомендованным «Союзмолоко» — 12—16 руб. за литр. Это привело к тому, что в январе 2012 г. предприятия молокоемких отраслей, таких как производство сливочного масла, сухого молока и твердых сыров, не могли рентабельно реализовывать продукцию, произведенную из молока по цене 15 руб./кг.

На наш взгляд, формируя единый рынок, необходимо учитывать интересы российской молочной отрасли, которая показывает неплохую динамику роста благодаря государственной поддержке и усилиям рос-

сийских производителей молочной продукции. Крайне важно использовать все допустимые в рамках Таможенного союза механизмы квотирования, регулирования и контроля поставок белорусской молочной продукции на российский рынок.

*И.В. Уриш, канд. экон. наук, доцент
С.В. Стасюкевич, ассистент
БГЭУ (Минск)*

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Динамичное развитие рыночных отношений, усиление конкуренции в сфере общественного питания формируют потребность экономических субъектов в повышении качества обслуживания потребителей, которое следует рассматривать как совокупность характеристик продукции, товаров и услуг, процесса и условий торгового обслуживания, относящихся к их способности удовлетворить установленные и (или) предполагаемые потребности потребителей.

В настоящее время в деятельности организаций общественного питания комплексная оценка качества обслуживания не проводится, оцениваются лишь некоторые его элементы (факты нарушения правил торговли и порядка обслуживания; соблюдение ассортиментного перечня и меню; лабораторные исследования соответствия качества реализуемой продукции и покупных товаров требованиям нормативно-технической документации и пр.).

Отсутствие единых подходов к определению уровня качества обслуживания потребителей в сфере общественного питания диктует необходимость разработки системы показателей комплексной его оценки, характеризующих свойства продукции и услуг общественного питания, обеспечивающих соответствие процесса и условий обслуживания гигиеническим, антропометрическим, физиологическим, психологическим требованиям потребителей.

Оценка качества обслуживания в сфере общественного питания представляет собой сложную многофункциональную задачу, которая сводится к выявлению наиболее значимых критериев и показателей качества и их интегрированию.

Оценку можно проводить по группам показателей, характеризующих:

- качество продукции собственного производства и покупных товаров;
- качество процесса обслуживания (соответствие времени обслуживания типу объекта общественного питания, соблюдение технологии обслуживания, уровень квалификации обслуживающего персонала);
- качество условий обслуживания (удобство режима работы объекта; соответствие материально-технической базы, атмосферы и внешнего вида обслуживающего персонала установленным требованиям);