

СИСТЕМА СБЫТА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ: СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

А. Н. Коротина

*Научно-исследовательское республиканское учреждение
«БелНИИ аграрной экономики»*

Социально-экономическое значение рынка молока и молокопродуктов определено высокой ценностью его конечной продукции. На долю молока и молокопродуктов в структуре питания населения республики по калорийности приходится 27-30 %. В структуре розничного товарооборота молочной продукции принадлежит 4,9 % (1998 г.) и 5,3 % (2000 г.). Удельный вес молока в структуре реализации продукции сельскохозяйственных предприятий составил в среднем за 1996-2000 гг. 15 %, в структуре затрат на реализованную продукцию – 19 %.

При фактическом потреблении молочных продуктов на душу населения в конце 90-х гг. 420-425 кг, Беларусь производила 727 кг молока на душу населения в год, уступая мировое лидерство Новой Зеландии (2220 кг) и Нидерландам (751 кг). В предкризисные годы более 30 % закупаемого в республике молока и молочных продуктов вывозилось за пределы республики. В общесоюзные рыночные фонды поставки молока из Беларуси составляли 8 %, тогда как площади сельхозугодий занимали 2,4 %.

В целом потребительский рынок молока и молокопродуктов в Республике Беларусь характеризуется превышением предложения над спросом. Однако темпы сокращения предложения значительно выше темпов снижения внутреннего потребления. За период 1990-2000 гг. объемы производства молока

в Республике Беларусь сократились почти на 70 %, потребление молочных продуктов на душу населения сократилось на 30 %. Основными причинами уменьшения потребления молока являются снижение платежеспособного спроса населения и сокращение производства. Экспортные поставки уменьшились более чем в 3 раза, в то же время экспорт по стоимости превышает импорт в 10 – 40 раз.

На развитие рынка молока большое влияние оказывает состояние системы сбыта продукции, которая представлена совокупностью взаимозависимых организаций и включает следующие уровни: производство, переработка молока, уровни оптовой и розничной торговли, конечное потребление.

Специфика молочной цепочки заключается в наличии на первичном рынке гораздо большего числа рыночных агентов. Высокий удельный вес личных подсобных хозяйств в производстве и поставках молока и молочных продуктов на переработку и на конечный потребительский рынок. При этом, если объемы производства молока сельскохозяйственными предприятиями постепенно сокращаются, то в личных подсобных хозяйствах (ЛПХ) производство возрастает. За счет этого происходит постепенное смещение производства из коллективного в индивидуальный частный сектор, что в свою очередь предопределяет эволюцию молочной цепочки.

В отношении молока и молочной продукции к настоящему времени в Республике Беларусь сформировались следующие формы сбыта: продажа заготовительным предприятиям; предприятиям потребительской кооперации; реализация на колхозном рынке, предприятиям государственной торговли и общественного питания; внутрихозяйственная продажа работникам сельскохозяйственных предприятий и социальной сферы АПК; продажа через сеть фирменных магазинов; реализация торгово-закупочным и другим посредническим органи-

зациям; продажа по бартеру; реализация готовой продукции на экспорт.

На рынке молока практически исчезло посредническое заготовительное звено. Раньше оно было представлено молокосборными пунктами, которые осуществляли функции сбора и транспортировки на переработку больших партий сырья; теперь практически все молоко поступает напрямую на переработку.

В молочном сегменте сложились альтернативные каналы реализации молока конечному потребителю: с машин, через розничные магазины, то есть сформировались короткие цепочки «производитель – конечный потребитель». Получает распространение и мини-переработка в хозяйствах, но ее значение невелико и имеет, как правило, ограниченный сегмент сбыта – городской рынок. Часть молочной продукции перерабатывается на давальческих условиях и реализуется самими сельскохозяйственными производителями, получили распространение бартерные операции и натуроплата (расчеты молокозаводов готовой молочной продукцией с поставщиками сырья).

С 1995 г. наблюдается незначительная тенденция к сокращению продажи молока заготовительным организациям и перерабатывающим предприятиям при увеличении по рыночным каналам. Пока в структуре реализации молока сельскохозяйственными товаропроизводителями доминирует его продажа для государственных нужд: 57 % – по всем категориям хозяйств, 78 % – по сельскохозяйственным предприятиям, 25 % – по фермерским хозяйствам и населению. Доля сбыта молока и молочных продуктов по рыночным каналам (рынок, фирменная торговля) возросла с 10,3 тыс.т в 1993 г. до 74,6 тыс.т. в 1995 г., однако уже к 2000 г. уменьшилась до 41,2 тыс. т и в общем объеме составила 1,4 %.

Основными недостатками продажи молока и молочных продуктов для государственных нужд являются низкие закупочные цены на поставляемую продукцию, нарушение сроков и порядка расчетов за нее, частичный или полный отказ от закупок законтрактованной продукции.

Закупочные цены на молоко являются одним из важнейших факторов формирования себестоимости и цен готовых продуктов. Удельный вес сырья в структуре себестоимости продукции молокоперерабатывающих предприятий достигает 85 %. Поэтому меры государственного регулирования, направленные на поддержание хозрасчетной эффективности перерабатывающих и торговых предприятий, должны предусматривать установление закупочных цен на уровне, позволяющем перерабатывающим предприятиям обеспечить сбыт готовой продукции, в совокупности с применением бюджетных доплат на закупаемое молоко.

Форма реализации продукции по прямым связям предусматривает продажу охлажденного молока крупными коллективными хозяйствами населению на специально выделенных площадках или в арендуемых помещениях. В 1995 г. на городских рынках было реализовано 1274 тыс. л молока, в 1998г. – 1581 тыс. л и в 2000 г. – 1289 тыс. л.

Данная форма организации торговли требует подготовки лаборантов широкого профиля для контроля за качеством сельскохозяйственной продукции.

Форма организации торговли фасованными молочными продуктами через розничную торговую сеть рассчитана на более обеспеченные слои населения, готовые оплатить стоимость переработки молока и доставку его в торговую сеть в расфасованном виде. В последние годы через этот канал реализуется почти 90 % цельномолочной продукции, масло животного – 57 %, сыров жирных – 48 %.

Оптовое звено рынка готовой продукции резко сократилось (исключение составляют сухое молоко и молочные консервы), готовая молочная продукция напрямую поступает на потребительский рынок.

Значимость сбыта молочной продукции на экспорт характеризуется динамикой внешнеторговой деятельности, которая свидетельствует о том, что Беларусь является нетто-экспортером молочных продуктов. В товарной структуре экспорта молочных продуктов преобладает сливочное масло и прочие молочные жиры, удельный вес которых составляет 33,1- 45,7 %. Следует отметить то, что на российский рынок направляется около 95 % молочной продукции, доля других стран СНГ чуть более 2 %. Спрос на молочные продукты на российском рынке дает возможность получения белорусскими производителями более высоких доходов от реализации продукции, чем на внутреннем рынке.

Молочные продукты реализуются и по бартеру в обмен на сахар, молоко, желье, ГСМ, запчасти, оборудование. Расширение объемов бартерных операций можно оценивать негативно, так как товарообмен сужает сферу действия товарно-денежных отношений. Однако развитие бартера в переходной экономике Беларуси закономерно. Это обусловлено высоким уровнем инфляции, неплатежами и трудностями со сбытом продукции, нехваткой оборотных средств, разрывом кооперационных связей.

Комплексная интеграция с Россией обусловлена географической близостью, наличием единой транспортной инфраструктуры, сходством менталитета народов, тесными производственно-экономическими отношениями и единством целей развития. Благоприятной предпосылкой углубления интеграции является высокоразвитый научный потенциал обеих государств, достаточное ресурсное обеспечение, разветв-

ленная система производственных и перерабатывающих отраслей, широкие возможности интенсификации производства и качества жизни.

Для продвижения белорусской продукции на рынки российских регионов следует создать разветвленную товаропроводящую сеть. При создании торговых домов в регионах России предусматривается обязательное участие в составе учредителей товаропроизводителей с обеих сторон, а также банков и других кредитно-финансовых структур и страховых компаний. Целесообразно отработать новые подходы в сфере торговли с Россией. Одним из таких подходов может быть создание крупных оптовых рынков по продаже белорусской продукции в регионах используя возможности белорусских землячеств.

Выход на мировой рынок требует разработки и осуществления соответствующей стратегии предприятий. Это предполагает изучения внутренних и внешних рынков, требований к продукции, ее ассортименту, качеству, фасовке, упаковке, ценам и т.д., учет возможностей и тактики потенциальных конкурентов.

Для выхода на экспорт в виде готового продукта необходимо осуществить ряд организационно-технических мероприятий:

- организацию целевого товарного производства продукции, предназначенной на экспорт, для чего требуется определить сеть сельскохозяйственных и молокоперерабатывающих предприятий, которым необходимо оказать поддержку в плане создания необходимой материально-технической экспортной базы;
- создание разветвленной маркетинговой службы;
- производство современных видов тары и тароупаковочных материалов;

- выпуск конкурентоспособной продукции;
- научное обеспечение, консалтинг и тренинг;
- развитие инфраструктуры ярмарочно-выставочной деятельности;
- участие в реализации государственной программы импортозамещения.

Проведенный анализ существующих и потенциальных рынков сбыта свидетельствует, что объемы поставок белорусских молочных продуктов могут быть значительно увеличены в страны СНГ. Основными сдерживающими факторами являются: сокращение производства, недостаток у импортеров валютных ресурсов для расчетов за поставляемую продукцию, вытеснение с рынка отечественных производителей ведущими мировыми экспортерами и поставщиками. Решению данных проблем должны способствовать углубление сотрудничества стран СНГ в области формирования общего аграрного рынка и разработка системы его защиты на национальном и наднациональном уровнях.