

УДК 631.1 : 637.1

**Обоснование целей молочно-продуктового подкомплекса
Ярославской области.**

Д.Л. Георгиевский (ЯГСХА, Ярославль, Россия)

Молочно-продуктовый подкомплекс, как система, характеризуется *наличием общей цели*. Цель функционирования подкомплекса можно сформулировать следующим образом: эффективное функционирование его отраслей на основе комплексного, сбалансированного и пропорционального развития, формирование специализированного рынка его продукции и *полное удовлетворение общественной потребности в молоке и молокопродуктах* (по нормам потребления и с учетом обеспечения роста платежеспособного спроса, доступности продовольствия).

Длительное время элементы данной системы развивались самостоятельно и имели противоречивые цели, что не позволяло говорить о молочно-продуктовом подкомплексе как о системе. Однако, последовавшее за распространением рыночных отношений использование концепции маркетинга, способствует выстраиванию взаимовыгодных отношений с внутренней маркетинговой средой организации, в т.ч. с помощью формирования вертикально интегрированных структур, что отчасти позволяет рассматривать МПК как систему с общими целями.

Систему целей регионального молочно-продуктового подкомплекса можно представить в виде древовидной структуры (рис. 1), переходя от ее вершины – генеральной цели подкомплекса, последовательно детализируя каждую из них, к конкретным и измеримым целям.

Главная цель деятельности молочно-продуктового подкомплекса – удовлетворение потребностей населения в молочных продуктах, и в этом сходятся все ученые. Однако некоторые из них, детализируя цели второго порядка, уделяют большее внимание технологическим связям комплекса, его структуре, и в качестве целей его деятельности выделяют следующие: концентрация, специализация молочной отрасли, рациональное использование сырьевых ресурсов. С нашей точки зрения, такой подход не рассматривает молочно-продуктовый подкомплекс как систему и, следовательно, не учитывает его системные свойства. По нашему мнению, предприятия и отрасли молочно-продуктового подкомплекса в процессе своего развития принимают ту или иную форму взаимодействия, организации производства, которая позволяет достигать результаты наилучшим образом, и, следовательно, концентрация и специализация становятся вторичными в процессе эволюции комплекса и не рассматриваются как его цели.

Генеральная цель (1) подкомплекса, по нашему мнению, может быть детализирована на следующие: удовлетворение потребностей населения в необходимом количестве молока и молочных продуктов (2.1.), удовле-

творение потребностей населения в молочных продуктах высокого качества (2.2.), удовлетворение потребностей населения в полном ассортименте молочных продуктов (2.3.), удовлетворение потребностей населения в молочных продуктах по социально приемлемым ценам (2.4.) (рис. 1).

Потребление молочных продуктов в Ярославской области в 2002 году по сравнению с 1990 снизилось на 48% и составило 210 кг, что почти вдвое ниже рекомендованной нормы. Таким образом, молочно-продуктовый подкомплекс Ярославской области для полного удовлетворения населения в молоке и молочной продукции должен стремиться дополнительно произвести и переработать 248,3 тыс. тонн молока по мере роста платежеспособного спроса (цель 3.1.1.).

Необходимость производства дополнительного объема молока и молочных продуктов определяется в ходе рыночных исследований. При этом следует учитывать, что молочная промышленность испытывает недостаток загрузки мощностей и увеличение производства потребует лишь привлечения переменных затрат (таблица 1), тогда как реакция отрасли молочного скотоводства на потребность производства дополнительного объема молока во-первых потребует времени, а во-вторых, существенных

Использование производственных мощностей на перерабатывающих предприятиях МПК Ярославской области, %

Продукция	2000	2001	2002	2002 к 2000, п.п.
Цельномолочная продукция	20,2	25,9	24,8	4,6
Масло животное	25,1	20,7	16,5	-8,6
Сыры твердые	57,5	59,2	59,0	1,5

Таблица 1. Затрат в основные фонды (стадо, животноводческие помещения).

Как следствие, решение задачи удовлетворения населения в необходимом количестве молочных продуктов, приводит к необходимости наращивания и оптимизации производственных мощностей молочного скотоводства и

молочной промышленности (цель 3.1.2.).

Однако увеличение производства молока может не иметь должный эффект и не привести к соответствующему росту производства молочных продуктов, если сырьевые ресурсы будут вывозиться за пределы регионального комплекса.

Вероятность реализации данной стратегии со стороны молокоперерабатывающих предприятий Москвы и Московской области подтверждается отрицательным балансом обеспеченности собственными сырьевыми ресурсами этого региона (таблица 2) и продолжающимся увеличением вывоза сырого молока с территории Ярославской области.

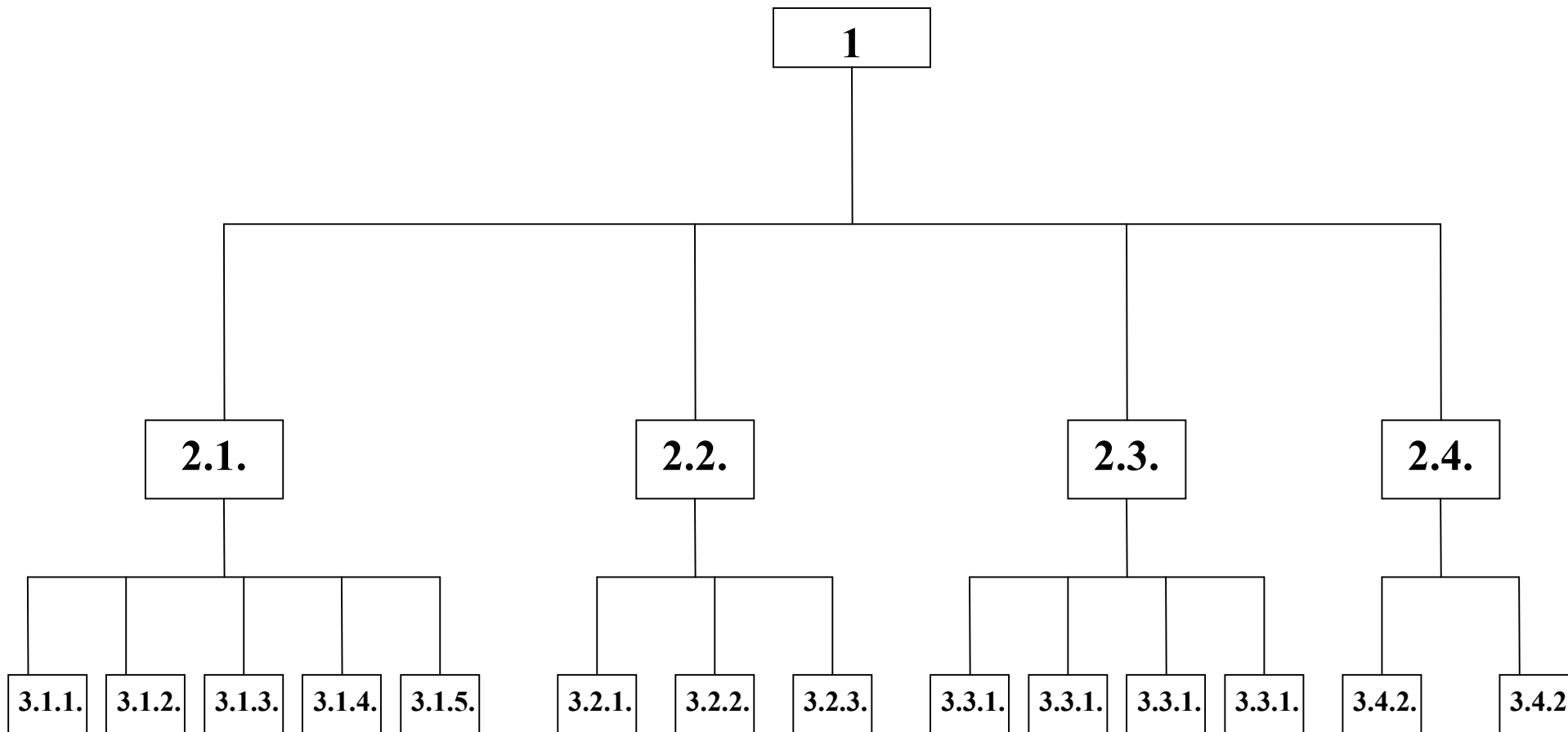


Рис. 1. Древоподобная структура целей регионального молочно-продуктового подкомплекса.

В схеме использованы следующие обозначения:

- 1 – удовлетворение потребностей населения в молочных продуктах;
- 2.1. – удовлетворение потребностей населения в необходимом количестве молока и молочных продуктов;
- 2.2. – удовлетворение потребностей населения в молочных продуктах высокого качества;
- 2.3. – удовлетворение потребностей населения в полном ассортименте молочных продуктов;
- 2.4. – удовлетворение потребностей населения в молочных продуктах по социально приемлемой цене;
- 3.1.1. – увеличение объема производства молока сельскими товаропроизводителями и объемов его переработки молочной промышленностью по мере роста платежеспособного спроса;
- 3.1.2. – наращивание, обновление производственных мощностей по производству и переработке молока;
- 3.1.3. – сохранение сырьевых зон перерабатывающими предприятиями регионального комплекса;
- 3.1.4. – усиление позиций на рынке предприятиями МПК, поддержание продовольственной самообеспеченности региона;
- 3.1.5. – организация системы каналов распределения;
- 3.2.1. – производство молока высшего сорта, высокой биологической ценности, с высоким содержанием белка;
- 3.2.2. – организация системы промежуточной обработки, сбора, транспортировки и хранения молока, продуктов его переработки без потери качества и потребительских свойств;
- 3.2.3. – использование в процессе переработки сырья высокого качества, заквасок, совершенствование технологии и рецептур производства молочных продуктов;
- 3.3.1. – разработка новых и внедрение в производство существующих молочных продуктов;
- 3.3.2. – совершенствование глубины, широты, гармоничности товарной номенклатуры, насыщение товарного ассортимента;
- 3.3.3. – разработка марочного товара;
- 3.3.4. – углубление переработки молока, совершенствование товарной структуры в сторону увеличения степени переработки сырья;
- 3.4.1. – снижение себестоимости производства молока и молочных продуктов;
- 3.4.2. – совершенствование системы ценообразования на рынке готовой молочной продукции и на рынке сырья;

Отсюда вытекает следующая цель, позволяющая обеспечить население региона в необходимом количестве молочных продуктов – защита и сохранение собственных сырьевых зон регионального МПК (цель 3.1.3.).

Таблица 2.

Обеспеченность предприятий молочной промышленности собственными сырьевыми источниками.

Регион	Производство молока с.-х. предприятиями комплекса, тыс. т.1)			Производство молочной продукции в пересчете на молоко, тыс.т 2)			Степень обеспеченности производства собственными ресурсами, %		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
МПК Москвы и Московской области	855,7	866,2	868,0	1220	1387	1610	70,1	62,5	53,9
МПК Ярославской области	227,2	249,7	254,0	267,8	261,7	258,6	84,9	95,4	98,2

1) без учета фермерских и личных хозяйств населения;

2) Производство ЦМП, СМП, сыров жирных;

Произведенный в МПК продукт предлагается на рынок, который и будет определять, на сколько он соответствует запросам потребителей, наряду с продукцией, произведенной в других МПК. По аналогии с понятием продовольственной самообеспеченности страны, которая подразумевает степень независимости от внешних поставок продовольствия, можно говорить и о продовольственной самообеспеченности региона, как способности покрывать внутренние потребности региона в молоке и молочной продукции продуктами собственного производства. Этому будет способствовать достижение цели 3.1.4. - усиление позиций на рынке предприятиями МПК, поддержание продовольственной самообеспеченности региона, которая представлена в таблице 3.

Таблица 3.

Продовольственная самообеспеченность региона по отдельным молочным продуктам, 2002 год

Продукция	Производство продукции предприятиями МПК, кг на человека в год	Потребление продукции населением региона, кг на человека в год	Продовольственная самообеспеченность по отдельным молочным продуктам, %
Цельномолочная продукция	49,6	73,9	67,1
Масло животное	1,6	3,9	41,0
Сыры	6,0	3,3	181,8

Удовлетворение населения в том или ином продукте возможно только при условии его физического присутствия, т.е. доступности для покупки. Работа по созданию оптимальной сбытовой сети (3.1.5), в т.ч. создание сети оптовых и розничных магазинов, складов промежуточного хранения; определение маршрутов товародвижения; организация транспортировки, отгрузки-погрузки; логистика; сортировка; установление контакта и информирование участников дистрибьюционной сети позволяет покупателю найти в дос-

тупных местах продаж товар, произведенный молочно-продуктовым подкомплексом, и на этом основании такая деятельность должна быть определена в качестве одной из целей комплекса.

Молоко и продукты его переработки обладают уникальным составом, насчитывающим более 250 компонентов и ценность каждого продукта зависит от всего цикла его производства, переработки и хранения. Качество продукта в рыночных условиях становится необходимым фактором удовлетворения населения в том или ином виде продукции. Качество товара является, с одной стороны, неотъемлемым его свойством, с другой – одним из важнейших факторов конкурентоспособности. Любой товар, представленный на рынке, должен обладать определенным качеством (соответствовать ГОСТ, ОСТ, ТУ), с другой стороны качество товара является инструментом маркетинга, выделения его среди аналогичной продукции. Однако, любое направление анализа цели удовлетворения населения в молоке и продуктах его переработки, и с точки зрения безопасности продукции и с точки зрения борьбы за покупателя, только подчеркивает важность цели удовлетворения населения в молочных продуктах высокого качества (2.2.) в системе целей МПК.

Качество конечного продукта складывается из качества всех его компонентов и используемых технологий в процессе его трансформации в готовый продукт. Основой любого продукта молочной промышленности является молоко, которое во многом определяет не только качество, но и структуру, ассортимент молочной продукции. Качество молока складывается из множества факторов, которые агрегируются в показатель его сортности. Проводя дальнейшую детализацию целей, мы формулируем следующую: производство молока высшего сорта, высокой биологической ценности, с высоким содержанием белка (3.2.1.). Вопреки сложившейся практике, относящей к показателям качества молока содержание жира, мы намеренно не упоминали его при формулировании целей подкомплекса. Во-первых, производство молока с высоким содержанием жира исходит из прежней практики оплаты молока перерабатывающими предприятиями от базисной жирности, и поэтому преследует прежде всего цель повышения зачетного количества молока, а не его качества. Во-вторых, закупки сырого молока с высоким содержанием жира приводят к несбалансированной с точки зрения спроса структуре производства продуктов его переработки, – возникает необходимость производить поглощающий жир продукт – масло, а побочные продукты его производства – обрат, пахта и сыворотка с высоким содержанием белка, становятся отходами производства. Идя по цепочке «производство молока – потребление молочных продуктов», формулируем следующую цель, определяющую качество продукта - организация системы промежуточной обработки, сбора, транспортировки и хранения молока, продуктов его переработки без потери качества и потребительских свойств (3.2.2.).

Степень удовлетворения потребностей покупателя в том или ином продукте определяется составом и соотношением его компонентов в продукте. Стремление к минимизации затрат некоторыми предприятиями привели их к использованию некачественных заквасок, растительных компонентов, что

значительно снижает потребительские свойства продукта. Использование в процессе переработки сырья высокого качества, заквасок, совершенствование технологий и рецептур производства молочных продуктов (3.2.3.) является неотъемлемой целью подкомплекса.

Развитие техники и технологий, конкуренция привели к значительному разнообразию молочных продуктов, и, как следствие, дифференциации предпочтений потребителей. Преследуя главную цель подкомплекса, удовлетворение населения в молоке и продуктах его переработки, мы приходим к необходимости производства полного ассортимента молочной продукции (2.3). Как и при рассмотрении предыдущих целей, мы сталкиваемся с двумя ее аспектами: ценность отдельных продуктов для человека, являвшейся первопричиной расширения ассортимента, и диверсификация, т.е. получение конкурентного преимущества. Первый аспект, послужил причиной установления цели совершенствования товарной структуры в сторону увеличения степени переработки сырья (3.3.4.). Вторым аспектом вопроса об удовлетворении населения в полном ассортименте молочной продукции носит маркетинговый характер, поскольку именно в процессе конкуренции ассортимент стал одним из факторов успеха или, наоборот, неудачи рыночной деятельности предприятий молочного подкомплекса, и наряду с другими инструментами подкомплекса маркетинга используется предприятиями для рыночной борьбы. Достижение указанной цели возможно путем решения целей более низкого уровня: разработка новых и внедрение в производство существующих молочных продуктов (3.3.1.), совершенствование глубины, широты, гармоничности товарной номенклатуры, наращивании товарного ассортимента (3.3.2). Вследствие продолжающихся дифференциаций предпочтений населения и стремления расширить свое рыночное присутствие с другой, производители молочной продукции используют марки. Марка сочетает в себе определенные потребительские свойства, качество, средства информирования потребителя, цену и тем самым товар позиционируется для определенного сегмента. Использование марки позволяет производителям более полно удовлетворять потребности населения в молоке и молочной продукции, что и дает возможность отнести разработку марочного товара к целям МПК Ярославской области (3.3.3.). Использование марочной политики различными региональными подкомплексами представлено в таблице 4.

Цена продукта во многом определяет платежеспособный спрос на него и одновременно является основой формирования финансового результата деятельности предприятий подкомплекса. Отмеченное ранее двукратное снижение в 2002 году потребления молока по сравнению с 1990 годом, явилось результатом снижения уровня доходов населения на фоне увеличения цен на продукцию молочно-продуктового подкомплекса. Поэтому, решение задачи удовлетворения населения в молоке и молочных продуктах на уровне не ниже научно обоснованного, возможно только при условии соблюдения паритета интересов потребителей и производителей, т.е. при удовлетворении населения в молочных продуктах по социально приемлемым ценам, как фактора, поддающегося контролю со стороны организаций подкомплекса (2.4.).

Таблица 4.

Использование марок в деятельности предприятий региональных молочных подкомплексов.

Москва и область	Костромская область	Вологодская область	Кировская область	Ивановская область	Ярославская область
Нео	Фри лайн	Из Вологды	Вятское молоко	Белая киска	нет
Био Макс	Простоквашино				
Домик в деревне	Васильково				
Чудо					
Рыжий Ап					
33 удовольствия					

Для полного удовлетворения населения в молочных продуктах, и увеличении эффективности своей деятельности, организации должны стремиться снизить себестоимость производства и реализации молока и молочных продуктов (3.4.1.). Стратегия ценообразования должна способствовать росту потенциала организаций подкомплекса и одновременно поддерживать платежеспособный спрос на определенном уровне. Универсальных стратегий ценообразования не существует и каждое предприятие выбирает ту или иную стратегию, исходя из собственного рыночного положения и своих целей функционирования. Однако, очевидно, что для достижения цели молочно-продуктового подкомплекса, приемлема такая система ценообразования, которая обеспечивает эффективность функционирования предприятий подкомплекса, конкурентоспособность по цене относительно продукции других региональных подкомплексов и способствует росту потребления молока и молочных продуктов населением региона (3.4.2.).

Данная система целей разработана исходя из главной цели подкомплекса – удовлетворение населения в молоке и молочных продуктах и каждая цель более низкого уровня направлена на достижения целей более высокого порядка. Несмотря на противоречивость интересов как отдельных хозяйствующих субъектов, так и отраслей, которые объединяет в себе молочно-продуктовый подкомплекс, определенные нами цели должны способствовать эффективному функционированию МПК Ярославской области.