

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
САРАТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.И. ВАВИЛОВА

На правах рукописи

ПЕТРОВСКАЯ ЕВГЕНИЯ НИКОЛАЕВНА

**ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОКА НА ОСНОВЕ
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

(на примере Саратовской области)

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(АПК и сельское хозяйство)

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель –
д.т.н., профессор
Абдразаков Фярид Кинжаевич

САРАТОВ 2014

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 4 |
| ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОКА..... | 12 |
| 1.1. Экономическая эффективность производства и реализации молока и факторы, ее определяющие..... | 12 |
| 1.2. Методологические подходы к исследованию процесса ценообразования на рынке молока..... | 28 |
| 1.3. Ценообразование как важный резерв повышения экономической эффективности производства и реализации молока..... | 40 |
| ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ДИНАМИКА ЦЕН НА РОССИЙСКОМ И РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКАХ МОЛОКА..... | 52 |
| 2.1. Тенденции и перспективы развития рынка молока в России | 52 |
| 2.2. Современное состояние и динамика цен на рынке молока Саратовской области..... | 62 |
| 2.3. Особенности ценообразования на молоко..... | 86 |
| ГЛАВА 3. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОКА НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕМ..... | 101 |
| 3.1. Моделирование и прогноз эффективности производства молока в Саратовской области..... | 101 |
| 3.2. Развитие интеграционных экономических отношений между сельхозтоваропроизводителями молока..... | 115 |
| 3.3. Государственное регулирование ценообразования на молоко в условиях ВТО..... | 144 |

| | |
|------------------------|-----|
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 173 |
| СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ..... | 177 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ..... | 196 |

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Важнейшей задачей АПК России является устойчивое снабжение населения продуктами питания отечественного производства, в частности молоком и молочными продуктами. Тенденция снижения поголовья коров, надоев молока и его производства привела к дефициту качественного продукта в стране. По сравнению с 1990 г. в 2012 г. поголовье КРС снизилось в 3 раза, коров – в 2,5 раза; объем производства молока сократился примерно в 2 раза; импорт молока и сливок сгущенных вырос в 5 раз, а коэффициент самообеспечения молоком и молочными продуктами составил только 80,3 %.

Неустойчивость сельскохозяйственного производства, низкий уровень оплаты труда, несмотря на высокую долю импорта, привели к значительному сокращению потребления населением молока и молочной продукции. Так, за 1990–2012 гг. оно снизилось с 386 до 247 кг/год, или на 36,1 %, что значительно ниже рациональной нормы потребления (на 83 кг). Сокращение объема производства молока вследствие низкого уровня государственной поддержки отечественных товаропроизводителей, нарушения пропорций в развитии молочнопродуктового подкомплекса АПК, с одной стороны, приносит высокую прибыль в торговле, крупным монополистам и зарубежным производителям, а с другой – наносит ущерб сельским товаропроизводителям молока, препятствует социальному развитию села.

В настоящее время рост эффективности производства молока все больше определяется уровнем развития производственно-экономических взаимоотношений между предприятиями молочнопродуктового подкомплекса АПК. Дальнейшего совершенствования требуют и взаимосвязи между товаропроизводителями, сложившиеся на рынке молока, что заставляет по-новому взглянуть на факторы роста производства и реализации молока. Так, наиболее важным фактором повышения эффективности производства и

реализации молока становится формирование эффективных межотраслевых связей в молочнопродуктовом подкомплексе на основе совершенствования ценообразования как на отдельном предприятии, так и в масштабах всей страны. Это заставляет иначе взглянуть на процесс формирования цены на молоко на стадиях производства, переработки и реализации в пользу производителя и переработчика молока за счет рациональной организации межотраслевых и межхозяйственных интеграционных взаимоотношений.

На наш взгляд, недостаточно изучены теоретические аспекты и методические подходы при установлении цен на молоко, что ведет к существенным убыткам производителей молока и, в конечном счете, к их банкротству. Поэтому срочное вмешательство в вопрос ценообразования на молоко станет важным шагом в финансовом оздоровлении производителей молока, обеспечит отечественным сырьем переработчиков, даст качественную продукцию покупателям.

Степень разработанности проблемы. Общетеоретические и методологические основы повышения эффективности производства и реализации молока на предприятии были рассмотрены А.И. Амосовым, А.И. Архиповым, В. Боевым, А.К. Большаковым, А.С. Баздникиным, Б.И. Стерлиговым, В.Я. Феодоритовым, Л.М. Константиновым, З.В. Сокольским, М.А. Атлас, А.П.Вавиловым, П.Я. Октябрьским, А.В. Чайновым, А.И. Поповым, И.П. Глебовым, А.А. Черняевым, В.А. Клюкач, В.В. Козловым, А.В. Шибайкиным, В.В. Бутыриным, В.Ф. Красотой, В.П. Поточиной, Ю.В. Лебедевым, Н.Н. Поляковой, Е.А. Арзуманяном, А.П. Бегучевой, В.И. Георгиевским и другими исследователями. Вместе с тем, мало изученными остаются методологические и теоретические аспекты установления цены на молоко сельскохозяйственными предприятиями, а также недостаточно разработан комплекс мер для достижения «справедливой» цены на рынке молока. Решение этих задач позволит обеспечить динамичное развитие сельхозтоваропроизводителей молочной продукции.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационного исследования является обоснование теоретико-методологических положений и разработка практических рекомендаций по повышению эффективности производства молока на сельскохозяйственных предприятиях с учетом совершенствования ценообразования на молоко. Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

- исследовать теоретические и методологические основы повышения эффективности производства и реализации молока на основе совершенствования ценообразования, более полного использования функций цены как фактора эффективности производства молока;

- провести комплексную оценку современного состояния и тенденций развития регионального и российского рынков молока и молочных продуктов, а также динамику изменения цены на молоко;

- обосновать эффективность объединения предприятий в группы компаний и союзы производителей и переработчиков молока на основе формирования «равновесной» цены на рынке молока;

- раскрыть основные направления совершенствования форм и методов государственного регулирования ценообразования на молоко в условиях ВТО.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования являются сельскохозяйственные товаропроизводители молока Саратовской области, имеющие различные формы собственности и организационно-правовые формы хозяйствования. Предметом исследования были организационно-экономические отношения, складывающиеся в процессе ценообразования на молоко между его производителями и переработчиками.

Научная новизна диссертационной работы заключается в обосновании теоретико-методологических положений экономической эффективности производства молока, а также разработке практических рекомендаций по обоснованию «справедливой» цены на молоко для сельхозтоваропроизводителей.

Наиболее значимые результаты исследования, содержащие элементы научной новизны, заключаются в следующем:

- уточнена классификация факторов повышения экономической эффективности производства молока на основе совершенствования ценообразования, среди которых выделены такие внешние факторы, как уровень государственной поддержки в рамках корзин ВТО, углубление интеграционных процессов (объединение в группы компаний, союзы производителей молока и пр.), совершенствование экономических отношений со сторонними организациями в части сбытовой и ценовой политики;

- обоснованы направления повышения экономической эффективности производства и реализации молока на основе управления ценообразованием исходя из объектов и субъектов управленческой деятельности, основными из которых являются: создание горизонтальных и вертикальных интеграционных систем, совершенствование форм и методов государственного регулирования ценообразования на молоко, формирование системы надбавок и скидок при расчетах за молоко;

- подтверждена экономическая эффективность развития интеграционных экономических отношений между сельхозтоваропроизводителями (объединение в группы компаний, союзы производителей, потребительские кооперативы) за счет использования внутрифирменных трансфертных цен;

- разработаны методические подходы к определению «коридора» цен на молоко (максимальной и минимальной цен), основанные на использовании расчетных коэффициентов изменения себестоимости молока по районам Саратовской области.

Теоретическая и практическая значимость диссертационной работы заключается в приращении знаний в области теории повышения эффективности предприятий-производителей молока на основе совершенствования ценообразования, в возможности широкомасштабного использования положений диссертации органами регионального управления АПК при разработке концепций

и целевых программ, направленных на стабилизацию цен на рынке молока, а также аграрными товаропроизводителями в определении конечной цены на молоко.

Углубленные исследования и разработки были проведены на базе предприятий ЗАО «Агрофирма «Волга», ЗАО «Племзавод «Трудовой» Марксовского района Саратовской области. Применение предложений, выводов и рекомендаций позволит сельскохозяйственным товаропроизводителям повысить рентабельность производства молока за счет получения дополнительной прибыли от более рационального формирования цены и усиления развития интеграционных экономических отношений между предприятиями.

Методология и методы исследования. Теоретической и методологической основой послужил диалектический подход к исследованию проблемы повышения экономической эффективности производства и реализации молока, основанный на исследовании противоречий между предприятиями-производителями, предприятиями-переработчиками и предприятиями, занимающимися сбытом. Были использованы труды отечественных и зарубежных ученых, основные положения экономической теории, нормативные и законодательные акты, регламентирующие вопросы хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий. Методологической основой исследования повышения эффективности производства молока на основе совершенствования ценообразования являются структурный и воспроизводственный аспекты системного анализа, а также институциональный подход, позволивший рассмотреть производственно-экономические отношения сельхозтоваропроизводителей молока как целостную систему, разработать направления ее совершенствования и оптимизации.

В процессе исследования использовались следующие экономические методы: анализа и синтеза, сравнения и обобщения, монографический, экономико-статистический, нормативный, графический, экономико-математического моделирования, экономического анализа.

Информационная база исследования. Источниками информации послужили материалы федерального и регионального органов Федеральной службы государственной статистики РФ (Росстата), данные Министерства сельского хозяйства РФ, научные и учебные издания, материалы ведущих научно-исследовательских институтов РАН, РАСХН и другая литература, официальные сайты министерств и ведомств, размещенные в Интернете, годовые отчеты сельскохозяйственных предприятий.

Положения, выносимые на защиту:

- теоретическое обоснование положений по повышению эффективности производства и реализации молока на основе совершенствования ценообразования (уточнена классификация факторов повышения экономической эффективности производства молока, выявлены направления повышения экономической эффективности производства и реализации молока на основе управления ценообразованием);

- методические основы определения максимальной и минимальной цен на молоко на этапе производства, переработки и реализации продукта;

- тенденции развития и особенности ценообразования на российском и региональном рынке молока;

- обоснование эффективности формирования и развития интеграционных объединений между сельхозтоваропроизводителями молока за счет использования внутрифирменных трансфертных цен.

Степень достоверности и апробация результатов исследования определяется соответствием полученных результатов как классическим теориям (теории стоимости, теории потребительского поведения и спроса), так и современным теориям в области ценообразования на предприятии, фундаментальным теоремам экономики благосостояния в разрезе государственного регулирования цен; использованием в диссертационном исследовании широкой базы документов и материалов органов государственной власти и управления, Госкомстата РФ и Саратовского областного комитета

государственной статистики, Министерства сельского хозяйства Саратовской области, данных периодической печати, трудов научно-исследовательских институтов и вузов РФ, годовых отчетов сельскохозяйственных предприятий.

Основные результаты и положения диссертационной работы были доложены на научных конференциях профессорско-преподавательского состава и аспирантов СГАУ им. Н.И. Вавилова по итогам научно-исследовательской и учебно-методической работы за 2009-2013 гг., а также на следующих международных и всероссийских конференциях и форумах:

- Всероссийском инновационном форуме аграрной молодежи (ФГОУ ВПО «Орловский ГАУ» г. Орел, 2010);
- Международной научно-практической конференции «Социально-экономические и экологические проблемы сельского и водного хозяйства» (МГУП, 2010);
- Всероссийском конкурсе научных работ аспирантов и молодых ученых вузов МСХ РФ ПФО Минсельхоза по номинации «Экономические науки» (ФГОУ ВПО «Казанский ГАУ», г. Казань; ФГОУ ВПО «Ярославская ГСХА», г. Ярославль);
- Селигере 2010 (смена «Зворыкинский проект», 2010);
- Конкурсе инновационных проектов в секции «Новые аграрные исследования в экономических и гуманитарных науках» на соискание гранта ректора Саратовского ГАУ (г. Саратов, 2011);
- Международной конференции «Наука и молодежь: новые идеи и решения» (ВГСХА, г. Волгоград, 2011);
- Международной конференции по английскому языку «Взгляд молодых ученых в развитии АПК», посвященной 125-летию со дня рождения Н.И. Вавилова (г. Саратов, 2012);
- Региональной научно-практической конференции «Роль молодежи в инновационном развитии АПК Саратовской области» в рамках выставки «Саратов-АГРО. 2011» (г. Саратов, 2011);

- 11-й Всероссийской Олимпиаде развития народного хозяйства России МСЭФ РФ (г. Москва, 2011);

- Конкурсе научно-исследовательских работ молодых ученых университета, посвященном 125-летию со дня рождения Н.И. Вавилова (г. Саратов, 2012) и др.

Основные резервы повышения экономической эффективности на предприятиях по производству молока были приняты к внедрению в следующих организациях: ЗАО «Агрофирма «Волга», ЗАО «Племзавод «Трудовой» Марксовского района Саратовской области. Результаты диссертационного исследования применяются в учебном процессе в Саратовском государственном аграрном университете им. Н.И. Вавилова.

Специальность. Диссертационное исследование проведено в рамках специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством и соответствует пункту 1.2.38 – Эффективность функционирования отраслей и предприятий АПК.

Публикации. По материалам диссертационного исследования опубликовано 18 печатных работ общим объемом 3,5 печ. л., в том числе 3 статьи в центральных периодических изданиях, включенных в Перечень ВАК.

Объем и структура работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы. Изложена на 208 страницах печатного текста, содержит 34 таблицы, 36 рисунков и 4 приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОКА

1.1. Экономическая эффективность производства и реализации молока и факторы, ее определяющие

В условиях рыночных отношений каждое предприятие должно иметь стратегический план в конкурентной борьбе посредством поиска и разработки путей повышения экономической эффективности производства продукции. Недавний экономический кризис привел к негативным последствиям во всех отраслях экономики. В частности, в молочнопродуктовом подкомплексе – к сокращению объемов производства молока и молочных продуктов и, как следствие, недостаточному потреблению их населением. Объем производства молока в 2013 г. снизился на 15 % в Саратовской области и на 3,7 % в РФ, потребление молока и молочных продуктов сократилось на 19 кг и составило 290 кг на душу населения [67, 84, 132].

В настоящее время все молочные компании работают в условиях острого дефицита сырья, и если не проводят эффективной политики в области формирования собственной сырьевой базы, то в скором времени могут оказаться банкротами, что в свою очередь приведет к их ликвидации. По данным Молочного союза России, на сегодняшний день в стране функционируют порядка трех тысяч перерабатывающих предприятий, которые производят около 80 % всей молочной продукции. Остальные предприятия (2900) находятся на грани разорения или ликвидации. Мощности молокоперерабатывающих предприятий загружены и используются не в полной мере, производственно-техническая база устарела, морально и физически изношена [130, 165]. В связи с этим особенно актуальным становится вопрос повышения экономической эффективности на предприятии-производителе молока в его неразрывной связи с

перерабатывающими предприятиями. Следует также отметить, что функционирование отдельных производственно-хозяйствующих субъектов влияет на экономику страны в целом, обуславливают ее эффективное функционирование и динамичное развитие.

По мнению И.А. Минакова, Н.И. Куликова, О.В. Соколова, определение содержания экономической эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятий требует разграничения таких понятий, как «эффект» и «эффективность» [51, 62, 64].

Эффект (лат. effectus – исполнение, действие) есть результат, следствие мероприятий, проводимых в сельском хозяйстве. Например, эффект от применения удобрений выражается в прибавке урожая. Полученный эффект еще не говорит о выгодности мероприятия: для этого его следует сопоставить с полученными затратами. Сопоставление полученного эффекта (результата) с использованными для его получения ресурсами или затратами есть величина экономический эффекта [6, 62].

Таким образом, эффективность – относительная величина, и в широком понимании это отношение полезного результата (эффект) к затратам на его получение. В более узком понимании экономическая эффективность – качественный показатель развития экономической системы или, другими словами, результативность, успешность, плодотворность, прибыльность [51].

В отечественной экономической литературе под экономической эффективностью производства понимают [64]:

- 1) достижение наибольших результатов при наименьших затратах или снижение совокупных затрат на единицу продукции;
- 2) производство продукции определенной стоимости при наименьших затратах ресурсов;
- 3) достижение наибольшего объема производства товаров (услуг) с применением ресурсов определенной стоимости.

Понятие «эффективность производства» в теоретическом плане вытекает из открытого К. Марксом закона экономии рабочего времени. Поэтому эффективность производства и производительность общественного труда в некоторой степени идентичны по своему содержанию, они выражают одно и то же экономическое явление: производительность труда вообще – максимуму продукта при минимуме труда. Из определения производительности труда, сформулированного К. Марксом, можно заключить, что повышение экономической эффективности производства означает экономию общественного труда (живого и прошлого) на производство единицы продукции, т.е. рост его общественной производительности. Вместе с тем, данные понятия не равнозначны. Эффективность производства охватывает определенные стороны производственных отношений, не только процесс труда, но и все производство [59].

В наиболее общем виде эффективность производства представляет собой соотношение результатов (эффекта) производственной, хозяйственной деятельности человека для достижения необходимого конечного результата и производственных затрат.

Проблема определения эффективности привлекает внимание многих ученых-экономистов. В.Я. Феодоритов является сторонником ресурсной концепции, он определяет эффективность производства как объективную историческую категорию, имеющую качественную и количественную оценку. Сопоставляя результаты работы с ее затратами, выявлялась ее эффективность, то есть эффективность есть ни что иное как реакция экономики на современные общественные потребности и технический прогресс [162, с. 10]. По мнению Л.М. Константинова и З.В. Сокольского, являющихся сторонниками затратной концепции, экономическая эффективность определяет степень использования ресурсов или затрат в общественном производстве. М.А. Атлас – приверженец ресурсной концепции – считал, что сопоставление затрат и результатов не дает исчерпывающей характеристики экономической эффективности производства,

так как затраты не в полной мере отражают ресурсы производства (коэффициенты эффективности затрат не могут совпадать с коэффициентами ресурсов), а сущность экономической эффективности производства состоит не только в цифровых относительных величинах, но и определяется производственными отношениями [162, с. 10–15].

А.П. Вавилов также рассматривал эффективность производства как экономическую категорию, отражающую производственные отношения и учитывающую фактор времени. П.Я. Октябрьский считает, что экономическая эффективность производства – объективная категория, общая для всех формаций, отражающая уровень эффективности затрат в материальном производстве [76].

По мнению И.П. Глебова, В.В. Бутырина, эффективность производства – это экономическая категория, отражающая сущность процесса расширенного воспроизводства, которая может быть рассмотрена в различных аспектах [17, 26]. Выделяют непосредственно экономическую и социально-экономическую эффективность производства. Социально-экономическая эффективность есть степень удовлетворения потребностей населения за счет создаваемого продукта, она направлена на повышение уровня жизни населения, улучшение условий труда и т.п. Социальная эффективность проявляется прежде всего в создании лучших условий для воспроизводства рабочей силы и повышения общественного благосостояния. Экономическая эффективность определяется путем сопоставления полученного эффекта с использованными ресурсами или затратами. Экономическую и социальную стороны эффективности производства не стоит противопоставлять друг другу, так как они находятся в органическом единстве.

В рыночной экономике различают две формы проявления экономической эффективности: локальную и частную. Локальная эффективность определяется в разрезе отдельных звеньев экономической системе: предприятия, промышленного комплекса, региона и т.д. Частная эффективность отражает результативность

использования в процессе производства затрат и ресурсов, таких как рабочая сила, основные средства, оборотные фонды, природные ресурсы и др.

В связи с этим выделяют три вида эффективности:

- 1) эффективность хозяйственной деятельности предприятия;
- 2) эффективность использования отдельных видов ресурсов;
- 3) эффективность производства товаров.

Обобщающей или сквозной является эффективность в сфере экономики.

По уровню определения различают экономическую эффективность для сельского хозяйства в целом, для сельскохозяйственного производства предприятий, для производства внутрихозяйственных подразделений, отдельных отраслей на предприятии, отдельных сельскохозяйственных культур и видов продукции и даже отдельных хозяйственных мероприятий [26].

По мнению многих российских исследователей (Добрынин В.А., Кандус В.А, Меркулов Ю.А., Магомедов М.Д. и др.), можно выделить следующие составляющие экономической эффективности или ее виды: производственно-технологическую, производственно-экономическую и эколого-экономическую [29, 35, 58, 60].

Производственно-технологическая эффективность отражает эффективность использования ресурсов (земельных, трудовых, материальных) в процессе производства. Производственно-экономическая эффективность представляет собой совокупное влияние на уровень производства производственно-технологической эффективности и экономического механизма. В свою очередь эколого-экономическая эффективность характеризует экономическую результативность процесса производства сельскохозяйственной продукции с учетом воздействия сельского хозяйства на окружающую среду [26]. Взаимозависимость составляющих экономической эффективности и в целом социально-экономической эффективности приведена на рисунке 1.

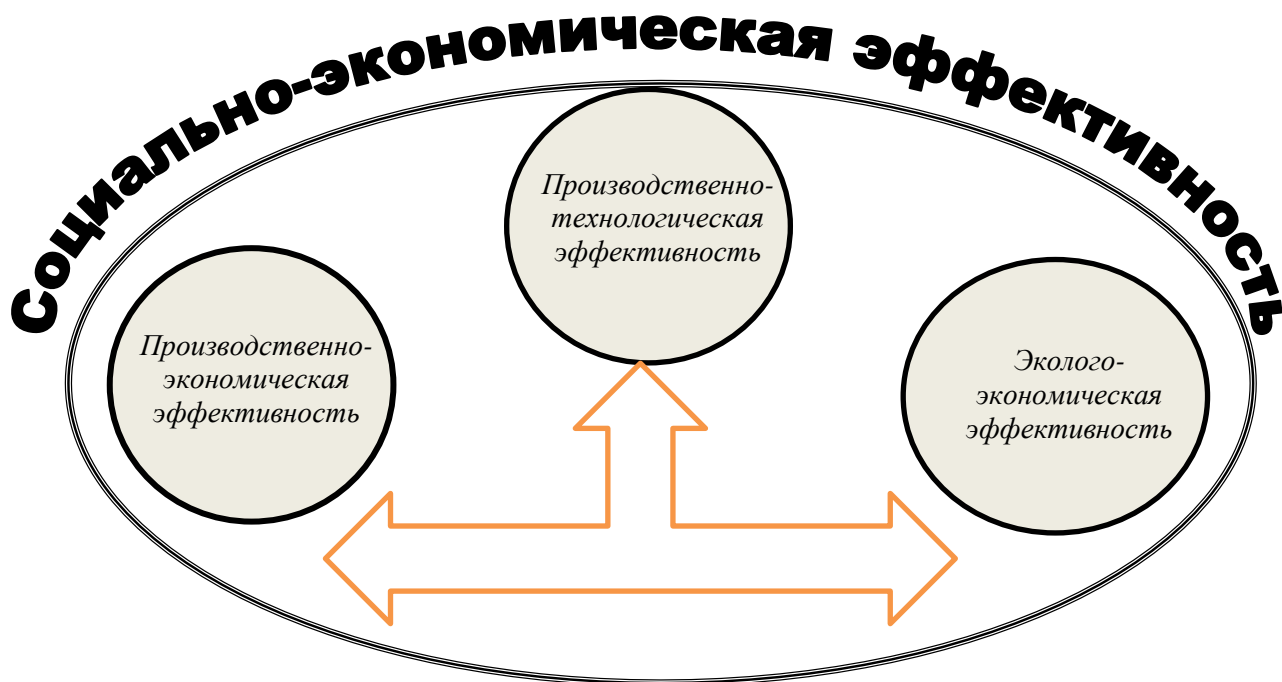


Рисунок 1 – Формирование эффективности сельскохозяйственного производства

Согласно приведенной схеме, социально-экономическая эффективность обусловлена экономической эффективностью, которая в свою очередь складывается из трех составляющих: производственно-технологической, производственно-экономической и эколого-экономической эффективности [26].

По нашему мнению, экономическая эффективность показывает величину полезного эффекта от использования всех имеющихся на предприятии ресурсов. Цена и себестоимость конечного продукта в свою очередь непосредственно влияют на величину полезного эффекта, а следовательно, и на экономическую эффективность. Цена как важная экономическая категория определяет прибыльность предприятия (т.е. полезный эффект). Следовательно, ценовая политика, т.е. общие цели, которых предприятие собирается достичь с помощью цен на свою продукцию, и система направленных на это мер, должны быть тщательно продуманы и обоснованы. Это приводит к поиску эффективного метода ценообразования. Эффективность ценообразования, или реализации ценовой политики, зависит от подхода к определению цены.

В условиях рыночной экономики на эффективность работы предприятия влияют различные факторы. В частности, на эффективность производства молока влияет целый ряд факторов, основным из которых является уровень себестоимости. Следовательно, важнейшей задачей становится выявление резервов снижения себестоимости. К таким резервам относятся:

- увеличение продуктивности коров;
- повышение уровня механизации производственных процессов;
- научная организация труда;
- улучшение технологии производства [48].

Одним из основных путей снижения себестоимости является увеличение надоев молока от 1 коровы. На уровень этого показателя влияют следующие факторы:

- уровень и качество кормления;
- породный состав стада;
- улучшение возрастного состава дойного стада;
- доля яловок в дойном стаде;
- тип и условия содержания животных;
- организация труда на фермах;
- технология производства;
- обеспеченность высококвалифицированными кадрами [49].

Одним из важнейших показателей эффективности производства молока является молочная продуктивность. Обычно за молочную продуктивность принимают количество молока, полученное от коровы за лактацию, которая начинается с момента отела и длится около 10 мес.

По мнению В.Ф. Красоты, В.П. Поточкина, Ю.В. Лебедева, Н.Н. Полякова, И.М. Мартьянова, А.П. Бегучева, В.И. Георгиевского, исследовавших вопросы животноводства, молочная продуктивность коров обусловлена многими факторами как наследственного, так и ненаследственного характера. К наиболее

значимым факторам относят породу, возраст, условия кормления и содержания, здоровье животного, возраст первого покрытия (осеменения), организацию доения (число доек и интервалы между ними), продолжительность сервис-периода и сухостойного периода, сезон (время) отела [48, 49].

Генетический потенциал, условия кормления и содержания – факторы, непосредственно влияющие на продуктивность коров.

Длительный процесс совершенствования животных по молочности привел к созданию высокопродуктивных пород (голландская, черно-пестрая, холмогорская и др.) От коров этих пород получают от 5000–6000 и даже более 20 000 кг молока за лактацию. Другие породы (джерсейская, айрширская) улучшали по жирномолочности. Так, например, в молоке коров, например, джерсейской породы содержится 5–6 % жира, айрширской – 4,2–4,5 % жира [48].

Чтобы производить молоко, организм коровы должен получать необходимые вещества в определенном соотношении и должном объеме. К сожалению, на практике корма зачастую недостаточно питательны, и корова для производства молока использует ресурсы своего организма, истощая его. Поэтому организация кормления коров – один из наиболее актуальных вопросов в молочном животноводстве.

Главная задача организации кормопроизводства – увеличение производства экологически чистой и дешевой продукции животноводства, а основной критерий оценки уровня его развития – степень удовлетворения потребностей животноводства в полноценных кормах.

Несомненно, кормление оказывает значительное влияние на уровень молочной продуктивности коров. Неудовлетворительное кормление животных задерживает естественный физиологический процесс молокообразования после отела. Поэтому для получения высокого надоя необходим полноценный рацион. Жирность молока может возрастать, например, при введении в рацион высококачественного сена или жмыхов с высоким содержанием жира. В северной и средней зонах России предпочтительными являются осенние и зимние отелы,

при которых высокая молочность коров в первую половину лактации поддерживается за счет скармливания хороших кормов, а во вторую – за счет поедания зеленой массы на пастбище. В южных районах предпочтительны зимние и весенние отелы. Кроме того, молочная продуктивность коров зависит от условий содержания. При содержании в холодных сырых помещениях надои коров снижаются. Для получения высокого надоя важны число доек и интервалы между ними. Доить коров следует в одни и те же часы, строго соблюдая установленный порядок дня. Более частое доение способствует повышению продуктивности коров.

Молочная продуктивность молодых коров (первого и второго отелов) ниже, чем взрослых. Установлено, что надой коров за первую лактацию составляет 75 %, а за вторую – 85 % от надоя взрослых коров. Самые высокие удои обычно получают за пятую–шестую лактации. Снижение молочной продуктивности коров в связи со старением начинается с восьмой–девятой лактации. При благоприятных условиях кормления высокая молочная продуктивность может сохраняться и в возрасте 12–15 лет [10].

На величину молочной продуктивности, а также на содержание жира и белка влияет техника доения. Доение коров способствует развитию железистой ткани вымени и повышает интенсивность образования молока. Ручное доение – трудоемкий процесс, при производстве молока на его долю приходится до 80 % затрат труда. При машинном доении эти затраты сокращаются более чем в два раза. Один человек может обслужить 40–50 коров при доении в стойлах в молокопровод, а на доильной установке – до 100–120 коров. Внедрение машинного доения требует подготовки квалифицированных кадров, так как неправильное использование аппаратуры и нарушение техники доения приводят к снижению продуктивности коров и могут вызвать заболевание вымени (мастит).

Обобщив вышеизложенное, нами выделены следующие основные факторы, непосредственно влияющие на эффективность производства молока (рисунок 2).



Рисунок 2 – Факторы, влияющие на повышение эффективности производства молока на предприятиях, специализирующихся на молочном скотоводстве

На наш взгляд, в число факторов, способных повысить эффективность производства применительно к молочному скотоводству, следует включить размещение миниперерабатывающих цехов на предприятии. Возможность размещения на предприятии минимолокозаводов, а также расчет времени окупаемости капитальных вложений, рассмотрены в третьей главе диссертационного исследования.

Средством оценки экономической эффективности молочного скотоводства являются показатели, отражающие влияние различных факторов на процесс производства молока. Только система взаимосвязанных показателей позволяет провести комплексный анализ и сделать достоверные выводы об основных направлениях повышения эффективности сельскохозяйственного производства с учетом специфики отрасли.

Показатели экономической эффективности производства молока можно разделить на две группы: натуральные и стоимостные. К натуральным показателям эффективности производства молока относятся:

- среднегодовой надой на 1 корову, кг;
- расход кормов на единицу продукции, ц к.ед.;
- выход телят на 100 коров;
- затраты труда на 1 ц продукции, чел.-ч;

К стоимостным показателям эффективности производства молока относятся:

- валовой и чистый доход, руб.;
- прибыль, руб.

Кроме того, выделяют обобщающие показатели эффективности производства молока, среди которых уровень товарности молока; уровень рентабельности производства молока, норма прибыли на предприятии, специализирующемся на производстве молока; срок окупаемости капитальных вложений [26].

Показателем рентабельности производства является также норма прибыли, под которой понимают процентное отношение прибыли к среднегодовой стоимости основных и оборотных фондов. По мнению А.И. Амосова, А.И. Архипова, А.К. Большакова, предприниматель, стремясь повысить норму прибыли, использует внутренние и внешние факторы [6]. Уровень нормы прибыли находится в прямой зависимости от абсолютной величины прибыли, от доли расходов на наем работников в структуре затрат капитала, доли активной части (машин, оборудования) в составе средств труда, от скорости оборота капитала, экономии на факторах производства, от масштабов производства, позволяющих применять более производительную технику и технологию, специализацию и разделение труда. Перечисленные внутренние факторы позволяют быстрее возвращать деньги, авансированные на покупку средств производства, что способствует росту накоплений и масштабов производства. К внешним факторам относятся рыночные цены, уровень процентной ставки за кредит, господдержки, налогового обложения, арендной платы и т.п.

Мерой эффективности труда служит производительность труда, измеряемая количеством продукции, выпущенной работником за определенное время. Обратная ей величина – трудоемкость – определяется количеством времени, затрачиваемым на единицу продукции. Ряд авторов (Амосов А.И., Архипов А.И., Большаков А.К.) считает, что на производительность труда влияют следующие факторы [3, 6]:

- система и техника производства, внедрение достижений НТП;
- уровень механизации и автоматизации труда, интенсивность использования техники;
- специализация и концентрация производства, его размещение;
- качество и интенсивность труда;
- заинтересованность в результатах труда;
- природно-климатические условия.

Показателем эффективности капитальных вложений является их окупаемость, определяемая как отношение капитальных вложений к экономическому эффекту, получаемому от этих вложений. Если речь идет о замене существующей техники, то ее показатели рассматриваются как один из сравниваемых вариантов.

Таким образом, в условиях рынка для оценки экономической эффективности производства молока и в целом молочного скотоводства должна использоваться система натуральных и стоимостных показателей.

Так, величину реализованного чистого дохода, кроме объема продукции, определяют такие факторы, как цена и уровень себестоимости. Для эффективного производства молока цена должна быть доведена до уровня, который дает возможность возмещать издержки производства и обеспечить расширенное производство. Повышение закупочных цен на молоко в значительной мере способствует повышению экономической эффективности специализации в районах товарного молочного животноводства. Тем не менее, проблема повышения рентабельности производства молока не может быть решена только с помощью высоких цен. Необходимо за счет получения дополнительных средств создать в молочном животноводстве развитую материально-техническую базу и на ее основе постепенно снизить себестоимость молока. Существующие цены на молоко дифференцированы с учетом качества молока. Все молоко в хозяйстве рассчитывается по базисной жирности. Объективно установленный уровень жирности – важный стимулирующий рычаг, дающий возможность повысить экономическую эффективность предприятия: чем выше жирность молока, тем выше его цена.

Многолетние статистические расчеты показывают, для того чтобы обеспечить ежегодные темпы прироста валовой и товарной продукции в размере 8–10 %, рентабельность должна составлять 45–50 % (отношение прибыли к себестоимости) или 18–20 % (отношение прибыли к основным и оборотным фондам) [10].

Анализируя результаты хозяйственной деятельности предприятия необходимо учитывать цену, определяющую основные показатели экономической эффективности производства и реализации молока. Цена должна компенсировать затраты на производство и реализацию продукции, а также обеспечивать прибыль изготовителю. Величина прибыли должна быть достаточной для выполнения обязательств перед бюджетом, учредителями, для финансирования производственного и социального развития предприятия.

Цена на продукцию формируется под воздействием множества факторов и всей совокупности субъектов рыночных отношений. Классификация факторов, оказывающих влияние на установление цен на продукцию, приведена на рисунке 3 [156, 160].

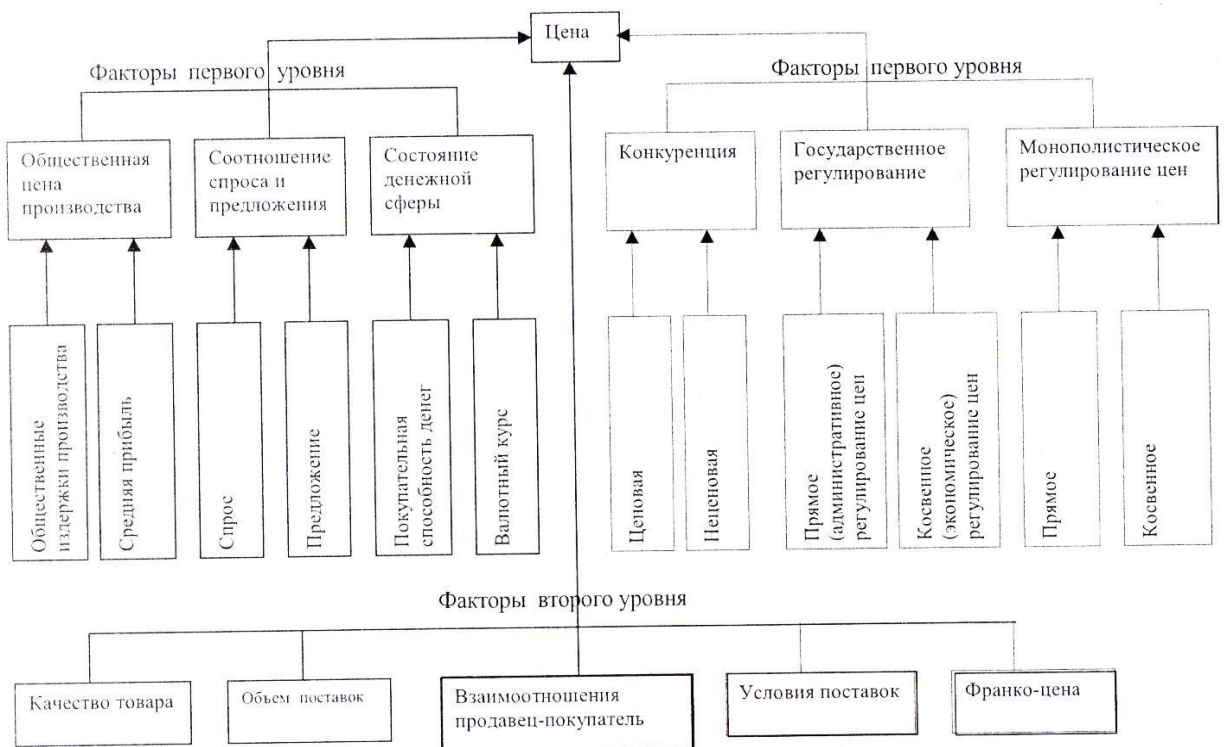


Рисунок 3 – Классификация основных ценообразующих факторов

Анализ факторов ценообразования дает возможность рассмотреть различные аспекты определения цены на продукцию.

1. Определение цены на основе себестоимости продукции. С позиций предприятия-производителя, цена на молоко должна покрывать издержки от производства молока.

2. Установление цены как способа расчета с потребителем и восприятие цены с точки зрения потребителя.

3. Расчет цены как инструмента борьбы за рынки, т.е. конкурентоспособности и рыночной привлекательности продукции. Рассмотрим основные ценообразующие факторы.

Рыночная цена товара, являясь концентрированным выражением товарной конъюнктуры, формируется под воздействием множества факторов, определяющих состояние соответствующего рынка.

Различные ценообразующие факторы оказывают далеко не равнозначное воздействие на процесс формирования товарных цен. Системный анализ совокупности ценообразующих факторов позволяет выделить те из них, влияние которых на рыночную цену сказывается непосредственно и в силу этого носит определяющий характер. К первой группе факторов, прямо влияющих на уровень цен и их движение относятся:

- цена производства молока;
- соотношение спроса и предложения на рынке молока;
- состояние денежной сферы;
- государственное регулирование цен.

Этими факторами в конечном счете определяются закономерности формирования цены на молоко, в связи с чем их принято называть основополагающими ценообразующими факторами (ЦОФ). К ЦОФ второго порядка относятся:

- величины издержек производства и средней прибыли на вкладываемый капитал;
- абсолютные размеры и относительная динамика спроса и предложения;

- покупательная способность денег и движение валютных курсов, меняющиеся под влиянием конкуренции, ценовой и неценовой политики государства и монополий.

Перечисленные факторы составляют многоярусную «ценовую пирамиду», по мере удаления от вершины «пирамиды» влияние факторов на рыночную цену ослабевает, а взаимосвязи между отдельными ЦОФ становятся все более сложными. Таким образом, можно говорить о сложной иерархической системе факторов формирования цены.

При анализе формирования фактических товарных цен основополагающие ЦОФ первого порядка следует дополнить специфическими факторами непосредственного воздействия на цену конкретного товара:

- качество товара;
- характер взаимоотношений между продавцом и покупателем;
- объем поставок;
- условия поставки;
- франкирование цен [159].

Таким образом, маркетинговая служба сельскохозяйственного предприятия анализирует состояние рынка молока, цены на него и ожидания желаемых прибылей. Если результаты исследования рынка показывают, что в ближайшем будущем ожидается повышение спроса на рынке молока, то производитель молока имеет все основания увеличить его выпуск в расчете на последующий рост прибыли.

Состояние равновесия никогда не бывает постоянным, оно меняется под влиянием различных факторов, обусловленных спросом и предложением, при этом при соответствующем изменении цены происходит сдвиг кривых спроса и предложения вправо или влево. Сущность равновесия спроса и предложения состоит в определении состояния общего экономического равновесия рынка, когда товары находят своих покупателей через механизм рыночного ценообразования. Именно взаимосвязь цен конкурентного равновесия в масштабах

национальной экономики страны, региона, отрасли, отдельных категорий потребителей или производителей создает общее равновесие рынка.

Таким образом, *рыночная цена* есть результат конкурентного сопоставления цен спроса и предложения при их различных объемах. Цены во взаимодействии конкурирующих сил спроса и предложения на рынке выполняют регулирующую, уравнивающую (балансирующую спрос и предложение) функцию.

Спрос на конкурентном рынке играет ведущую роль, а его цена задает мотивацию для формирования предложения. Производство и предложение адаптируются к запросам потребителя, выраженным в функции спроса.

Тем не менее, следует отметить, что равновесие на рынке молока еще не означает сбалансированность пропорций производства и реализации молока, но оно дает необходимые предпосылки для проведения исследований, анализа и принятия оптимальных решений по дальнейшему развитию и совершенствованию ценовой политики как на предприятии, так и в масштабах всего молочнопродуктового подкомплекса АПК.

1.2. Методологические подходы к исследованию процесса ценообразования на рынке молока

Цена и экономический эффект напрямую зависят друг от друга: при повышении цены вырастает экономический эффект от продажи продукции. Поэтому, так как экономическая эффективность есть величина относительная, зависящая в свою очередь напрямую от величины экономического эффекта (прибыли), то для ее повышения необходимо учитывать не только механизм и методы образования цены, но и в целом управление ценообразованием на предприятии. Цены и ценообразование являются одним из ключевых элементов рыночной экономики, а переход к рыночной экономике потребовал новых методов, принципов и подходов к ценообразованию, которые коренным образом отличны от таковых при централизованной экономике.

Цена есть сложная экономическая категория. Принято выделять две основные теории цены. Согласно первой, цена товара выражает его стоимость, согласно другой - цена товара представляет собой сумму денег, которую покупатель готов заплатить за товар определенной полезности. Яркими представителями затратной теории цены были. Основы стоимостной теории цены заложили В. Петти, А. Смит и Д. Рикардо [158]. Согласно этой теории, стоимость товара определяется количеством труда, необходимого для его производства. Карл Маркс в своем учении об абстрактном труде как объективной субстанции стоимости выделял и стоимость, и цену на товар. Стоимость – это воплощенные в товаре общественно полезные затраты труда, а поскольку всякий товар есть результат труда, то это делает все товары качественно однородными, следовательно сопоставимыми и соизмеримыми. При таком подходе труд, воплощенный в товаре, становится качественно однородным. В экономической теории такой труд принято называть абстрактным.

Согласно другой концепции, основоположниками которой являются У. С. Джевонс, Л. Вальрас, К. Менгер, Э. Бём-Баверк, цена товара – сумма денежных затрат в наилучшем варианте использования производственных ресурсов. В этом случае цена формируется на основе мнения покупателя о полезности товара (теория предельной полезности).

В итоге возникает спор между двумя концепциями: что же определяет цену товара – предложение (стоимость) или спрос (полезность)? Современные экономические исследователи предпринимают попытки обобщить и синтезировать оба подхода к ценообразованию, совместив в цене объективность (стоимость) и субъективность (полезность). Предложенный нами на рисунке 4 механизм установления цены на товар объединяет и систематизирует оба подхода.

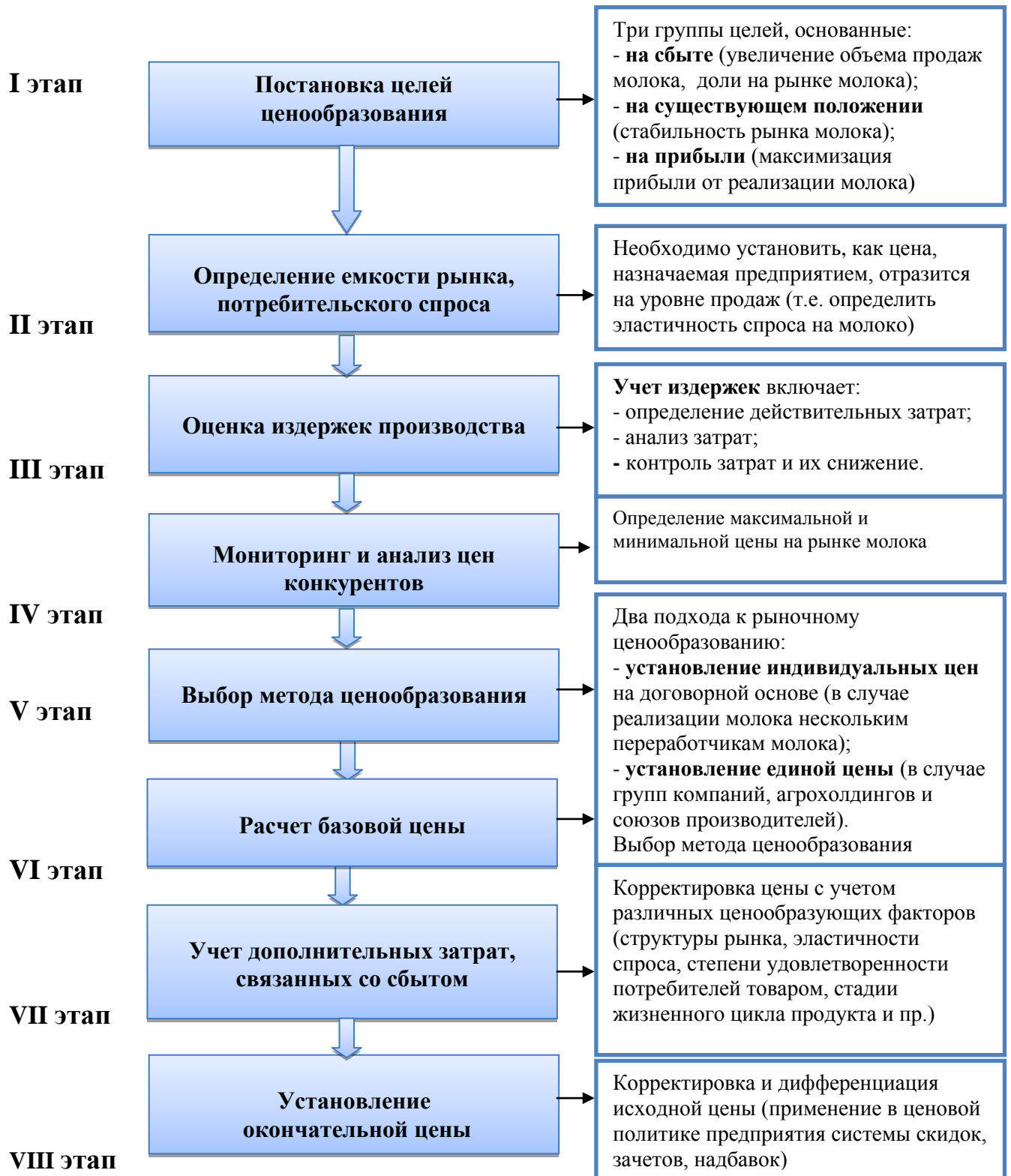


Рисунок 4– Принципиальная блок-схема механизма установления цены на молоко

Механизм установления окончательной цены условно можно разделить на несколько этапов, ключевыми из которых, на наш взгляд, являются выбор метода ценообразования и дальнейший расчет базовой цены с учетом корректировок и дополнительных затрат, связанных с продвижением товара. В рыночной экономике имеется много механизмов регулирования деятельности предприятия, но все они основаны на использовании экономических методов, которые создают условия для заинтересованности предприятия следовать за потребностями общества. Регулирование воспроизводства осуществляется в числе других законов и законом стоимости, который действует через механизм цен и ценообразования.

При установлении единых цен предприятие формирует определенную ценовую стратегию с учетом общей конъюнктуры и преследуемых целей. Различают следующие виды стратегий:

- завышенная: установление цены на чрезмерно высоком уровне для завоевания наиболее требовательных покупателей;
- скользящая вниз: постепенное снижение цены для удовлетворения спроса разных потребителей;
- проникающая (низких цен): установление цены ниже преобладающего уровня для завоевания входа на рынок или увеличения своей доли на рынке;
- эластичная: использование преимуществ известной или осознаваемой эластичности или жесткости цены;
- психологическая;
- последующая: исходя из цен, устанавливаемых лидерами в промышленности;
- сегментная: установление различных цен для разных сегментов рынка;
- на основе стоимости;
- гибкая: отвечает изменениям на рынке;
- упреждающая: препятствует проникновению конкурентов на рынок;
- убыточная;

- целевых цен за счет изменения объема продаж и цен при неизменной величине прибыли;
- ценовых линий: установление диапазона цен, где каждая цена отражает определенный уровень качества одноименного товара [156].

Исходя из общей ценовой стратегии, предприятие выбирает метод ценообразования. Выделяют несколько основных групп методов ценообразования.

1. Затратные методы предполагают расчет цены продажи на товары путем прибавления к издержкам их производства некой определенной величины. Данная группа методов подразделяется следующим образом:

- метод «издержки плюс»;
- метод на основе предельных затрат;
- метод через надбавку к цене;
- метод целевого ценообразования.

2. Определение цены продажи с ориентацией на спрос на основе анализа:

- минимальных пределов убытков и прибылей;
- максимального пика убытков и прибылей.

3. Определение цены с ориентацией на конкуренцию состоит в учете конкурентной ситуации и конкурентного положения предприятия на рынке. При этом цена продажи может определяться:

- путем следования за средними рыночными ценами;
- путем следования за ценами предприятия-лидера на рынке;
- через установление престижных цен;
- с помощью состязательного метода определения цен.

4. Маркетинговые методы ценообразования предполагают, что в качестве базиса определения уровня цены учитываются прежде всего мнения, требования самих покупателей и их материальные возможности приобрести тот или иной товар.

5. Методы ценообразования на новую продукцию с учетом жизненного цикла товара:

- метод «снятия сливок»;
- метод «прорыва на рынок»;
- методы ценообразования на основе расчетов прайсингов параметрических рядов товаров и товарных групп.

Цена на товар в этом случае должна определяться путем сопоставления цен на другие аналогичные товары или товары, стоящие в одном параметрическом ряду предприятия и конкурентов.

Следующим этапом установления окончательной цены является корректировка цены с учетом различных внешних и внутренних ценообразующих факторов.

1. Структура рынка, на котором предприятие продает свой товар (монополия, олигополия, совершенная или монополистическая конкуренция).

2. Вид товара (продукция производственно-технического назначения, потребительские товары длительного пользования, потребительские товары первой необходимости и т.д.).

3. Эластичность спроса по цене, выступающая мерой чувствительности спроса на изменение цены.

4. Вероятность существования конкуренции: при сильной конкуренции роль ценовых факторов увеличивается, а ценовых снижается.

5. Степень удовлетворения потребителей данным товаром: если имеется неудовлетворенный спрос, то роль цены возрастает.

6. Возможность сегментации рынка: если существует несколько сегментов, то роль цены увеличивается.

7. Качественное различие между товарами предприятия и товарами предприятий-конкурентов.

8. Размер предприятия: крупные предприятия являются бесспорными ценовыми лидерами, а малые часто зависят от ценовых решений.

9. Размеры и количество предприятий, выпускающих аналогичные или взаимозаменяемые товары.

10. Степень дифференциации продукции: при большой степени повышается роль ценовой политики.

11. Степень совместного воздействия на рынок товара цен и других элементов маркетинга.

12. Рыночная ситуация.

13. Стадия жизненного цикла [159].

Кроме того, необходимо определить, в качестве кого выступает предприятие: производителя или продавца товара. Для продавцов цена играет большее значение, их ценовые стратегии более обширны, разнообразны, эластичны, ценовые решения требуют быстроты и точности.

На заключительном этапе после установления исходной цены в ценовой политике начинается «новая эра» многочисленных ценовых модификаций, дифференциаций и других приспособлений к постоянно изменяющимся условиям конъюнктуры, наиболее распространенными из которых являются скидки, зачеты и надбавки.

Скидки представляют собой уменьшение первоначальной продажной цены продукции, они используются для эффективного реагирования на цены конкурентов, сокращения чрезмерных запасов, освобождения от поврежденной в магазине продукции, ликвидации остатков товаров и увеличения числа потребителей. Ниже перечислены основные виды скидок.

1. За платеж наличными для покупателей, которые оперативно оплачивают счета. Скидки позволяют улучшить состояние ликвидности продавца и снизить расходы в связи с взысканием дебиторской задолженности и безнадежных долгов.

2. За количество закупаемого товара для покупателей, приобретающих большое количество товара. Экономия складывается за счет снижения издержек по продаже, поддержанию запасов и транспортированию.

3. Функциональные. Предлагаются службам товародвижения, выполняющим определенные функции по продаже товара, его хранению, ведению учета.

4. Сезонные. Для потребителей, совершающих несезонные покупки товаров. Позволяют поддерживать производителю более стабильный уровень производства в течение всего года.

5. За серийность. Позволяют снизить общие издержки на единицу продукции за счет уменьшения в них доли условно-постоянных издержек.

6. Специальные. На пробные партии товара.

7. За достигнутый оборот и др.

Под зачетами понимаются другие виды скидок. В некоторых случаях издержки и экономические условия настолько динамичны, что приводят к целесообразности использования оговорок о росте цен или наценки.

Ценовая политика предприятия не дает положительных результатов, если выполняется одно из нижеперечисленных условий:

- цены на товар изменяются очень часто;
- ценовую политику трудно объяснить потребителям;
- участники каналов сбыта жалуются на недостаточность доли прибыли;
- решения принимаются без наличия необходимой информации о рынке;
- слишком много времени уходит на «уторговывание»;
- цены не соответствуют целевому рынку;
- на большую долю товаров дается скидка с цен или цены снижаются в конце торгового сезона для ликвидации запасов;
- очень большая часть покупателей чувствительна к цене, и конкурент привлекает их скидками с цен (проблема, связанная с законодательством по ценам) [148].

Таким образом, методология ценообразования представляет собой совокупность общих правил, принципов и методов и включает в себя разработку

концепции ценообразования, определение и обоснование цен, формирование системы цен, управление ценообразованием.

Методология едина для всех уровней установления цен, т.е. основные положения и правила формирования цен не меняются в зависимости от того, кто и на какой срок устанавливает цены. Это является необходимой предпосылкой создания единой системы цен, действующей в экономике страны. Однако, нельзя ставить знак равенства между методологией и методикой. Они существенно отличаются друг от друга: на основе методологии разрабатывается стратегия ценообразования, а методики содержат конкретные рекомендации и средства (инструментарий) для реализации этой стратегии на практике. Отсюда следует, что методики — это составные элементы методологии, которые объединяют целый ряд методов формирования цен. Существует, например, методика определения цен на новые виды продукции, методика учета в ценообразовании природно-географического фактора и др. Существующие методики различаются в зависимости от уровней управления, видов цен и групп продукции. Каждая методика имеет свои особенности. Но эти особенности и различия не должны выходить за рамки требований единой методологии. Таким образом, методики являются важнейшим элементом методологии.

Другим важным составным элементом методологии являются принципы ценообразования, которые могут быть реализованы только на основе разработки и применения соответствующих методов (методик).

Следовательно, принципы и методы тесно между собой связаны и образуют методологию.

При переходе к рынку методология ценообразования должна оставаться единой, что сделает возможным постепенное формирование по единым принципам и правилам системы цен, адекватной рыночным отношениям.

Принципы ценообразования — это постоянно действующие основные положения, характерные для всей системы цен и лежащие в ее основе.

Важнейшими принципами ценообразования являются:

- научность обоснования цен;
- целевая направленность цен;
- непрерывность процесса ценообразования;
- единство процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен.

1. Принцип научности обоснования цен состоит в необходимости познания и учета в ценообразовании объективных экономических законов развития рыночной экономики и прежде всего закона стоимости, законов спроса и предложения.

Научное обоснование цен основано на глубоком анализе конъюнктуры рынка, всех рыночных факторов, а также действующей в экономике системы цен. При этом необходимо выявить тенденции развития производства, спрогнозировать изменение уровня издержек, спроса, качества товаров и др.

Научность обоснования цен во многом зависит от полноты информационного обеспечения процесса установления цен и требует обширной и разнообразной информации, прежде всего экономической.

2. Принцип целевой направленности цен состоит в четком определении приоритетных экономических и социальных проблем (социальной защиты населения или проблем целевой ориентации цен на освоение новой, прогрессивной продукции, повышение ее качества), которые должны решаться с помощью цен.

С этой целью в России и за рубежом (например, в США) на определенный период времени допускается установление цен на принципиально новые виды продукции, обеспечивающие максимальную (монопольную) прибыль.

Целевые приоритеты и целевая направленность цен изменяются на каждом этапе развития экономики.

3. Принцип непрерывности процесса ценообразования проявляется следующим образом: в своем движении от сырья до готового изделия продукция проходит ряд этапов, на каждом из которых она имеет свою цену; в действующие цены постоянно вносятся изменения и дополнения в связи со снятием с

производства устаревших товаров и освоением новых. С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции этот процесс становится все более динамичным.

4. Принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен предполагает участие государственных органов. Контроль распространяется прежде всего на продукцию и услуги тех отраслей, по которым осуществляется государственное регулирование цен. Это продукция и услуги предприятий и отраслей-монополистов: газ, электроэнергия, услуги транспорта и т.д.

Такой контроль осуществляется и по товарам, в отношении которых действует режим свободных цен. Цель контроля — проверка правильности применения установленных законодательством общих для всех принципов и правил ценообразования.

В случае нарушения дисциплины цен на предприятии или в организации на виновников налагаются административные и экономические санкции (штрафы и др.) [156].

Различают два вида контроля:

1) государственный, осуществляемый государственными органами ценообразования — федеративными и региональными, при которых имеются инспекции по ценам. Кроме того, такой контроль могут проводить государственные инспекции по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей при органах торговли как в центре, так и на местах;

2) общественный, проводимый обществами потребителей. Принятым в Российской Федерации Федеральным законом о защите прав потребителей предусматриваются определенные права по контролю за ценами со стороны обществ потребителей.

Вопрос ценообразования на молоко является очень важным, так как, зная механизм определения цены на сырое молоко, сельскохозяйственный

товаропроизводитель может определить как уровень своих доходов, так и расходов, рассчитать возможные убытки.

Следует отметить, что на рынке молока производители, переработчики и заготовители обладают различной рыночной властью, что препятствует достижению взаимовыгодных отношений. Поэтому ключевым моментом в регулировании экономических отношений между смежными предприятиями служит установление закупочной цены. В условиях отсутствия института научно-технического нормирования затрат рациональным решением является ценообразование на основе соотношения удельных переменных затрат.

На основе соотношения удельных переменных затрат распределять доходы между производителями и переработчиками молока необходимо по следующей формуле:

$$d = \frac{ac}{a+b}, \quad (1)$$

где d – закупочная цена на цельное молоко, руб./кг; a – удельные переменные затраты на производство цельного молока, руб./кг; c – цена производства пакетированного молока (оптовая цена молока), руб./л; b – удельные переменные затраты на переработку молока без расходов на оплату цельного молока, руб./кг [1]

Например, при удельных переменных затратах на производство молока 10,9 руб./кг, переменных затратах на переработку молока (без затрат на покупку молока-сырья) 5,00 руб./кг и оптовой цене пастеризованного молока жирностью 3,2 % 23 руб./л закупочная цена на молоко-сырье составит:

$$d = (10,9 \cdot 23) / (10,9 + 5) = 15,76 \text{ руб./кг.}$$

Формула (1) получена из следующего соотношения:

$$\frac{d}{a} = \frac{c-d}{b}, \quad (2)$$

которое задает равенство нормы окупаемости переменных затрат для сфер производства и переработки молока.

Исключение постоянных затрат из процедуры распределения доходов между смежными предприятиями призвано обеспечить ее объективность.

Включение постоянных затрат в расчетную формулу цены означало бы стимулирование затратного механизма. На наш взгляд, расчет цены следует проводить не реже одного раза в год (с учетом ежегодно обновляемой информации о переменных затратах), но каждый раз при существенном изменении цены на молочную продукцию.

Аналогичный подход уместен при регулировании взаимоотношений между любыми смежными предприятиями, различия в рыночной власти которых не позволяют им договориться о «справедливой» цене самостоятельно.

1.3. Ценообразование как важный резерв повышения экономической эффективности производства и реализации молока

Объектами управленческой деятельности в сфере ценообразования являются ценовая политика на предприятии, уровень цен на производимые товары и новинки, надбавки и скидки на производимый продукт.

Проводимая предприятием ценовая политика может быть ориентирована на расширение сбыта и доли рынка; максимизацию прибыли и быстрое поступление наличности; сохранение существующего положения на рынке.

Ориентация ценовой политики на сбыт осуществляется прежде всего с помощью стратегии «проникновения», основывающейся на низких ценах. Она позволяет привлечь дополнительных покупателей и захватить значительную долю рынка, это в свою очередь гарантирует стабильные доходы на длительную перспективу, увеличивает валовую прибыль, несмотря на падение ее доли в единице продукции, позволяет снизить затраты. Однако подобный подход оправдан лишь в тех случаях, когда покупатели «чувствительны» к цене, т.е. в условиях эластичного спроса, возможной существенной экономии на масштабах

производства; высокой емкости рынка; низких цен, которые не привлекают новых конкурентов.

Но так как спрос на молоко неэластичен, а молоко – стратегически важный продукт, входящий в перечень товаров первой необходимости, то данная политика не может принести существенной выгоды для отрасли молочного хозяйства. Тем не менее, она подходит для переработчиков молока, выпускающих питьевые напитки на основе молока и пр. В этом случае спрос более эластичен и чувствителен к цене.

Ценовая политика, ориентированная на прибыль, предполагает два возможных варианта действий. В основе первого лежит стремление максимизировать доход от продажи единицы изделия, в основе второго – прибыль от продажи всей продукции.

Значительный общий доход обычно связан с низкими ценами проникновения, позволяющими сбывать большие партии товаров.

Высокая прибыльность продажи единицы изделия обусловлена продажей дорогих престижных товаров потребителям, заинтересованным в их новизне и качестве и «нечувствительным» к цене. В данном случае реализуется так называемая стратегия «снятия сливок». Ее целесообразно применять при большом количестве покупателей, слабо «чувствительных» к цене; когда издержки производства достаточно стабильны и умеренны; высокая первоначальная цена оттолкнет конкурентов, но будет поддерживать образ товара класса «люкс» (для молока это соответствие ГОСТ и высокое качество сырья).

Для предприятий-производителей молока ориентация на прибыль, по нашему мнению, наиболее правильна, так как на вырученные средства они смогут приобрести необходимую технику и освоить передовые технологии, улучшить породный и возрастной состав животных. Следует отметить, что в Саратовской области первоначальная цена на молоко как сырье существенно занижена, и в 2012 г. составляла 13–13,5 руб./кг, в то время как на российском рынке молока она выше на 15–20 % и находится на уровне 15–15,5 руб./кг [67].

Поэтому важно, чтобы существующий диспаритет цен на молочном рынке не отразился на конечной цене молока в магазинах Саратовской области. С этой целью производители и переработчики молока должны договориться о приемлемых ценах, объединяясь в группы компаний с ограниченным или полным производственным циклом обслуживания. Таким образом, переработчик не затрачивает излишних средств для транспортирования и сбора молока высшего сорта по Саратовской области с одной стороны, а производитель получает гарантированные поставки молока и гарантированную цену. Такое сотрудничество взаимовыгодно, поскольку в сформированных группах возможна экономия по многим производственным и бухгалтерским затратам, а также затратам, связанным с поиском поставщиков сырья, потерями времени на транспортирование и сбор больших объемов молока (молоко относится к скоропортящимся продуктам питания).

Повышение цен целесообразно только в случае, когда товар пользуется большим спросом, у предприятия-производителя нет серьезных конкурентов, а также в условиях инфляции. Обычно цену повышают заблаговременно, чтобы опередить последнюю, и, по возможности, незаметно (например, путем отмены скидок, увеличения в ассортименте доли относительно дорогих товаров, введения новой расфасовки и др.). При этом стараются более точно спрогнозировать реакцию рынка.

Для увеличения прибыли предприятия могут пользоваться так называемой ценовой дискриминацией, т.е. продажей товаров по различным ценам в зависимости от места, времени и категории покупателей. Так, например, Группа компаний «Белая долина» успешно прибегает к этой мере, продавая свой товар конкурентам по завышенной цене, а в собственных фирменных магазинах по оптовой. С учетом различий в потребителях, товарах и месте реализации предприятие часто вносит коррективы в установленные цены. При установлении дискриминационных цен фирма продает товар по двум или более разным ценам

без учета различий в издержках. Установление дискриминационных цен происходит в разных формах:

с учетом разновидностей покупателей: разные покупатели могут платить за один и тот же товар или услугу разные цены (например, меньшая цена посещения музея для студентов);

с учетом вариантов товара: разные варианты товара продают по разным ценам, но без всякого учета разницы в издержках их производства;

с учетом местонахождения: товар продается по разной цене в разных местах, хотя издержки по предложению его одинаковы;

с учетом времени: цены меняются в зависимости от сезона, дня недели или часа суток;

с учетом лучшего обслуживания.

После того как первоначальный престижный спрос насыщен, цена может быть несколько понижена для привлечения очередной группы покупателей, что при необходимости формально обосновывается выпуском более простой модели изделия.

Если ценовая политика ориентируется на сохранение позиций фирмы, что имеет место в условиях неустойчивости рынка и преобладания предложения над спросом, возникает необходимость использовать стратегию пониженных цен в расчете на благожелательную реакцию покупателей. Она может реализовываться до тех пор, пока покрываются издержки производства, и даже несколько дольше.

В целом использование высоких цен формирует сегменты рынка, в которых фирма может стать безусловным лидером, создает препятствия для конкурентов, но может стимулировать их к созданию аналогичной продукции и ее продаже по пониженным ценам; позволяет совершенствовать товар и осуществлять поиск оптимальной цены и др.

Обобщая все вышеизложенное, нами в третьей главе диссертационного исследования выделены и раскрыты следующие резервы повышения

экономической эффективности производства и реализации молока на основе управления ценообразованием (рисунок 5).



Рисунок 5 – Резервы повышения экономической эффективности производства и реализации молока на основе управления ценообразованием

На практике крупные предприятия в зависимости от характера товара, стадии его жизненного цикла, сегмента рынка, используют многоканальные системы, когда товар реализуется максимально возможным числом посредников. Каналы товародвижения могут образовывать вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы.

Вертикальные системы, где все участники зависят друг от друга, могут быть корпоративными, находящимися под контролем одного владельца (предприятия оптовой торговли самих производителей – сбытовые отделения, реализующие и хранящие товары, и сбытовые конторы), договорными и управляемыми головной фирмой (производителем, оптовиком, розничным магазином), которая планирует программу маркетинга и распределяет ответственность между остальными участниками.

Горизонтальные системы образуют независимые посредники. Прежде всего это коммерческие торговые организации, приобретающие вместе с продукцией право собственности на нее. Различают несколько типов горизонтальных систем:

- с ограниченным или полным циклом обслуживания (хранение, кредитование, доставка, управление);
- узкоспециальные (охватывают часть ассортиментной группы);
- неширокого насыщенного ассортимента (1–2 ассортиментные группы);
- смешанного ассортимента (несколько групп).

От правильного управления выбором канала реализации во многом зависят расходы, прибыль и успех предприятия на рынке, поэтому необходимо учитывать особенности всех его элементов: производителей (их цели, ресурсы, опыт, специализацию, отношение к системе сбыта), потребителей (количество, концентрацию, потребности, размер покупки), конкурентов (число, концентрацию, методы борьбы), товара (сложность, стоимость, сохранность, объем, частоту отгрузок, делимость), каналов товародвижения (количество, звенность, традиционность, организацию, доступность).

В третьей главе диссертационного исследования нами предложена трансформация взаимоотношений внутри Группы компаний «Белая Долина» из компании с ограниченным производственно-сбытовым циклом в компанию с полным циклом обслуживания (вертикальной интеграции). Согласно расчетам, такие меры дают возможность снизить себестоимость производства молока до 1 руб./кг, а за счет использования внутрифирменных трансфертных цен на предприятиях группы компаний, повысить цену реализации сырого молока до 15 руб./кг за счет снижения транспортных издержек по сбору молока по районам Саратовской области. Создание таких интеграционных систем, с одной стороны, позволит материнской компании получать регулярные поставки молока в необходимом количестве и качестве, снизить издержки на транспортирование и сбор сырого молока, с другой – непосредственному производителю сырого молока получить гарантированную цену на молоко, повысить свою эффективность за счет инвестирования средств в технику и технологии, а также улучшить породный и возрастной состав коров.

Для более мелких предприятий производителей молока нами рекомендовано создание союзов производителей молока с полным производственным циклом обслуживания посредством использования минимолокозаводов. Стоимость минимолокозавода составляет 1–7 млн руб. в зависимости от ассортимента выпускаемой продукции. Время окупаемости такого цеха составляет от 10 до 2 мес., в зависимости от объемов перерабатываемого молока (1000 кг/сут. – 10,08 мес., 3000 кг/сут. – 4,36 мес., 5000 кг/сут. – 3,35 мес., 10000 кг/сут. – 3,06 мес., 20000 кг/сут. – 2,17 мес.).

Значительная польза от сотрудничества производителей и переработчиков молока, а также посредников, осуществляющих транспортирование и реализацию продукции, определяется выгодными условиями осуществления сделок, применения системы скидок, комиссионных, компенсаций и др.

Чаще всего используются следующие виды скидок: за продажу наличными; за покупку крупных партий товара; за перепродажу его посредниками; за

приобретение в особых случаях, например, во время ярмарок, выставок-продаж; за сезонность (наиболее высокие надои летом) и т.д.

Для достижения высоких экономических результатов предприятие или его подразделение традиционно добивается увеличения прибыли не столько за счет повышения отпускных цен, сколько за счет снижения затрат на производство и реализацию своей продукции. С этой целью для отдельных подразделений внутри одного предприятия или холдинга часто устанавливаются внутренние трансфертные цены или расценки на продукцию, которые существенно отличаются от цен для внешних потребителей. Такие цены служат информационной базой для принятия управленческих решений.

Следует отметить, что руководитель подразделения, принимая эти решения в целях повышения эффективности и прибыльности своего подразделения, должен действовать в соответствии с общей политикой компании и способствовать увеличению прибыли компании в целом.

Наиболее важным вопросом в установлении уровня цен на молоко, с нашей точки зрения, является государственное регулирование цен на продукты, входящие в перечень товаров первой необходимости.

Правительство РФ и федеральные органы исполнительной власти осуществляют ценовое регулирование на рынках естественных монополий посредством определения цен (тарифов) или их предельного уровня на следующие товары и услуги: газ природный (кроме реализуемого населению), продукция ядерно-топливного назначения, электро- и теплоэнергия, перекачка и налив нефти, продукция оборонного значения, драгоценные металлы и камни, протезно-ортопедические изделия, перевозки грузов, погрузочно-разгрузочные работы на железнодорожном транспорте, перевозки пассажиров, багажа и почты на железнодорожном транспорте (кроме пригородного сообщения), обслуживание воздушных судов, пассажиров и грузов в аэропортах, отдельные услуги почтовой связи, услуги связи по трансляции программ российских государственных телерадиоорганизаций и др. При этом, к сожалению,

на наш взгляд, вопросам ценообразования на молочные продукты, а также государственному регулированию цен на стратегически важные продукты питания уделяется недостаточное внимание.

Так цена, на товары и услуги, входящие в вышеупомянутый список, определяется по методу экономически обоснованных затрат. Для расчета определяется размер необходимой валовой выручки, при этом учитываются:

- а) расходы, связанные с оказанием услуг субъектами регулирования;
- б) отчисления на амортизацию основных средств;
- в) нормативная прибыль. Норма прибыли (рентабельности) на капитал определяется органом регулирования в соответствии с методикой расчета размера экономически обоснованных затрат и нормативной прибыли, учитываемых при формировании регулируемых тарифов, утверждаемых Федеральной службой по тарифам в установленном порядке;
- г) налоги и иные обязательные платежи и сборы;
- д) субсидии и субвенции за счет средств федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

Цель государственного контроля – не допускать серьезной инфляции, способствовать созданию условий для нормальной конкуренции и решению неотложных социальных проблем. В этой связи особая роль отводится налоговым органам, комитету по защите прав потребителей и ФАС.

Существует возможность вмешательства правительства в ценообразование на свободных рынках в виде госрегулирования наценки в исключительных случаях, связанных с макроэкономическими форс-мажорными обстоятельствами.

С нашей точки зрения, недостаточное регулирование уровня цен на молоко может негативно отразиться на функционировании отрасли молочного скотоводства.

К примеру, Республика Беларусь включила молоко в Список социально значимых товаров, цены на которые регулирует Министерство экономики, утвержденный Постановлением Совета Министров № 495.

Для наглядности покажем, каким образом Министерство экономики Республики Беларусь регулирует цены на некоторые виды товаров из этого Списка.

Для производителей (мясокомбинатов, хлебозаводов, молокозаводов и др.) устанавливается предельная максимальная отпускная цена, дороже которой они не могут продать свой товар торговым организациям (рисунок 6).

Для торговли устанавливается предельная торговая надбавка, которая прибавляется к отпускной цене. Предельная торговая надбавка включает в себя и оптовую надбавку (оптовые компании и розничные продавцы делят между собой эту надбавку по договоренности).



Рисунок 6 – Порядок ценообразования на молоко в Республике Беларусь

В связи с введением с 1 августа 2006 г. в действие Государственного стандарта Республики Беларусь СТБ 1598-2006, предусматривающего кроме базисной нормы массовой доли жира молока 3,4% базисную норму массовой доли белка 3%, Постановлением Совета Министров РБ от 16.08.2006 № 1047 «О внесении изменений в постановление Совета Министров РБ» от 4 марта 2005 г. № 243 установлены закупочные цены на молоко базисных жирности и белка.

С момента вступления в силу вышеуказанного Постановления Правительства оплата реализуемого для республиканских государственных нужд

молока с фактическим содержанием жира производится путем приведения его количества к базисной норме жира. В целях единых подходов при расчетах за молоко, заготавливаемое в соответствии с СТБ 1598-2006, рекомендовано дополнительно выплачивать надбавку за содержание белка выше базисной нормы или применять скидку при содержании его ниже базисной нормы (таблица 1). Молоко, закупаемое у населения, рекомендовано оплачивать без учета содержания массовой доли белка [130].

Таблица 1 – Уровень надбавок (скидок) в соответствии с письмом
Минсельхозпрода РБ от 24.08.2006 № 03-4-11/52/10656

| Содержание белка в молоке, % | Коэффициент пересчета | Надбавки (скидки) за 1 т к действующей цене, тыс. руб. | | | |
|---------------------------------|--------------------------|---|------------------|------------------|------------------|
| | | высшего сорта – 387 | 1-го сорта – 366 | 2-го сорта – 240 | несортовое – 140 |
| Надбавки | | | | | |
| 4,2 | 1,40000 | 154,8 | 146,4 | 96,0 | 56,0 |
| 4,1 | 1,36667 | 141,9 | 134,2 | 88,0 | 51,3 |
| 4 | 1,33333 | 129,0 | 122,0 | 80,0 | 46,7 |
| 3,9 | 1,30000 | 116,1 | 109,8 | 72,0 | 42,0 |
| 3,8 | 1,26667 | 103,2 | 97,6 | 64,0 | 37,3 |
| 3,7 | 1,23333 | 90,3 | 85,4 | 56,0 | 32,7 |
| 3,6 | 1,20000 | 77,4 | 73,2 | 48,0 | 28,0 |
| 3,5 | 1,16667 | 64,5 | 61,0 | 40,0 | 23,3 |
| 3,4 | 1,13333 | 51,6 | 48,8 | 32,0 | 18,7 |
| 3,3 | 1,10000 | 38,7 | 36,6 | 24,0 | 14,0 |
| 3,2 | 1,06667 | 25,8 | 24,4 | 16,0 | 9,3 |
| 3,1 | 1,03333 | 12,9 | 12,2 | 8,0 | 4,7 |
| 3 | 1,00000 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Скидки | | | | | |
| 2,9 | 0,96667 | -12,9 | -12,2 | -8,0 | -4,7 |
| 2,8 | 0,93333 | -25,8 | -24,4 | -16,0 | -9,3 |
| 2,7 | 0,90000 | -38,7 | -36,6 | -24,0 | -14,0 |
| 2,6 | 0,86667 | -51,6 | -43,8 | -32,0 | -18,7 |
| 2,5 | 0,83333 | -64,5 | -61,0 | -40,0 | -23,3 |
| 2,4 | 0,80000 | -77,4 | -73,2 | -48,0 | -28,0 |
| 2,3 | 0,76667 | -90,3 | -85,4 | -56,0 | -32,7 |
| 2,2 | 0,73333 | -103,2 | -97,6 | -64,0 | -37,3 |
| 2,1 | 0,70000 | -116,1 | -109,8 | -72,0 | -42,0 |
| 2,0 | 0,66667 | -129,0 | -122,0 | -80,0 | -46,7 |

Таким образом, порядок оплаты за молоко зависит от его количества, сорта, содержания жира и белка, исходя из чего необходимо следовать следующим практическим рекомендациям.

1. Соотношение стоимости жира и белка в структуре цены 1т молока устанавливается в соотношении 40:60.

2. Уровень базовой закупочной цены, а также другие условия оплаты определяются по договоренности сторон в соответствии с договором.

3. За базовую договорную цену принимается закупочная цена без НДС, первого сорта при базисных частях жира 3,4%, белка – 3%.

4. При определении закупочной цены 1т молока по сортам за 1 т учитывая содержание жира и белка, рекомендуется делать надбавки и скидки:

- за молоко высшего сорта – надбавка 15 %;
- за молоко 2-го сорта – скидка 10 %;
- за термостойкость – надбавка 5 %;
- за молоко температурой более 8 °С для высшего сорта, температурой более 10 °С для 1-го и 2-го сортов, принимаемое как неохлажденное, со скидкой в цене согласно калькуляции на доохлаждение к цене соответствующего сорта с учетом фактического содержания жира и белка;
- несортное молоко принимается для переработки по договоренности сторон;
- доплата за сливки – по договорным ценам между поставщиком и заводом, но не ниже цены за молоко 1-го сорта с учетом процента жирности;
- молоко обезжиренное реализуется поставщиком сырья как готовая продукция в пастеризованном и охлажденном виде;
- если определение показателей молока согласно ГОСТ невозможно, оплата за молоко населению осуществляется по договорной цене, но не ниже чем за молоко 2-го сорта.

По нашему мнению, все рассмотренные меры по поддержке молочного скотоводства актуальны и своевременны и должны быть в ближайшем будущем реализованы в области молочного скотоводства.

ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ДИНАМИКА ЦЕН НА РОССИЙСКОМ И РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКАХ МОЛОКА

2.1. Тенденции и перспективы развития рынка молока в России

Молочнопродуктовый рынок – это система экономических отношений, складывающихся в процессе производства, обмена и потребления молока и молочных продуктов. Основой его эффективного функционирования является молочное скотоводство – одна из ведущих отраслей сельского хозяйства России. Уровень развития данной отрасли во многом определяет продовольственную независимость и социально-экономическую стабильность общества.

Объем валового производства молока - определяющий фактор обеспечения потребностей населения в молочных ресурсах (таблица 2). Однако современное состояние молочного животноводства не соответствует потребностям общества и характеризуется деструктивными изменениями и инертностью развития [131, 149].

Таблица 2 – Производство молока в РФ в 2005–2012 гг., млн т

| Год | 1990 | 2000 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 г. | |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------|-------------|
| | | | | | | | | | | абс. | % к 2011 г. |
| Молоко, млн т | 55,7 | 32,3 | 31,1 | 31,3 | 32,0 | 32,4 | 32,6 | 31,9 | 31,7 | 31,9 | 100,9 |

Как известно, в начале 1990-х годов в агропромышленном комплексе России начались радикальные экономические преобразования: произошло разукрупнение крупных сельскохозяйственных организаций путем приватизации, была ликвидирована государственная централизованная система управления производством и начался процесс формирования многоукладности. Однако в новых экономических условиях эффективно функционировать в условиях кризиса «в одиночку» путем снижения закупочной цены на сырье или же прямой

неоплаты купленной у сельхозпредприятий продукции в течение многих месяцев (для последних это было равносильно потере доходов в связи с высоким уровнем инфляции) невозможно.

Произошло резкое сокращение поголовья крупного рогатого скота – с 58,8 млн в 1990 г. до 20,0 тыс. гол. в 2012 г., или в 3 раза, в том числе поголовье молочного стада сократилось на 10,8 млн гол. (в 2,3 раза). За 10 лет (1990–2000) животноводству был нанесен огромный экономический ущерб. Значительная часть помещений разрушена, упал уровень механизации оставшихся ферм, по объему и эффективности производства, его технической оснащенности отрасль отброшена на несколько десятков лет назад. В среднем за каждый год с 1990 г. по 2012 г. поголовье крупного рогатого скота постоянно сокращалось на 4,5 %, коров – на 3,8% (таблица 3).

Таблица 3 – Численность скота в РФ (на 1 января), млн гол.

| Год | КРС | В том числе коровы | Удельный вес коров в структуре общего поголовья КРС, % |
|------|------|--------------------|--|
| 1990 | 58,8 | 20,8 | 35,4 |
| 1995 | 43,3 | 18,4 | 42,5 |
| 2000 | 28,0 | 13,1 | 46,8 |
| 2005 | 23,1 | 10,3 | 44,6 |
| 2010 | 20,7 | 9,0 | 43,5 |
| 2011 | 20,0 | 8,8 | 44,0 |
| 2012 | 20,0 | 9,0 | 45,0 |

В 1990 г. объемы производства молока достигли 56 млн т (см. таблицу 2). Это был максимальный уровень в стране и второй показатель в мире. В последние

годы Россия по этому показателю занимает пятое место в мире, уступая странам-членам ЕС 27, США, Индии, Китаю и Бразилии.

Ситуацию на молочном рынке РФ в производстве сырого молока на протяжении 2012 г. можно охарактеризовать как напряженную, в связи с сокращением предложения товарного молока вследствие аномальных погодных условий, что привело к росту цен на корма. Результатом засухи явилось снижение объема производства сырого молока в 2011 г. в Приволжском, Центральном и Южном федеральных округах, а в 2012 г. в Приморском крае.

Тем не менее, в 2012 г. в расчете на 1 корову на сельхозпредприятиях было надоено 5 507 кг молока, или на 116 кг больше предыдущего года [3].

Вместе с тем, рост молочной продуктивности не компенсировал снижение производства молока от сокращения поголовья коров (см. таблицы 2, 3).

Основными производителями молока в России являются хозяйства населения (51,12 %), сельхозпредприятия (44,5 %), на долю К(Ф)Х приходится только 4,38 % (рисунок 7).

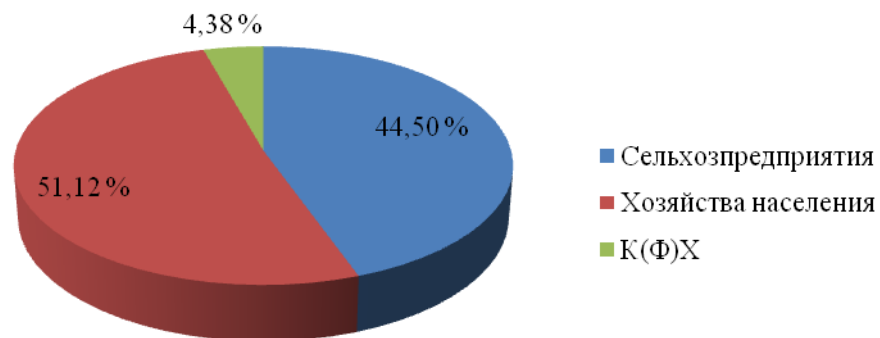


Рисунок 7 – Основные производители молока в России

Недавний экономический кризис также негативно отразился на объеме потребления молока и молочных продуктов (рисунок 8).

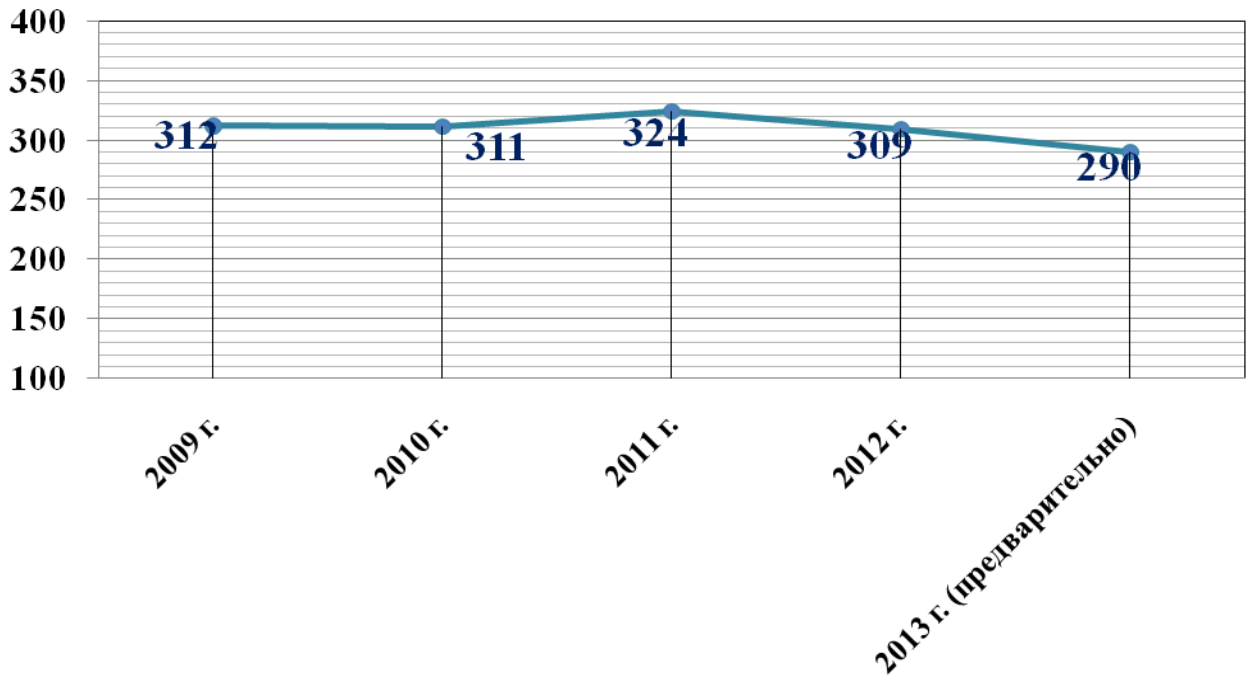


Рисунок 8 – Динамика потребления молока и молокопродуктов на душу населения за 2009–2013 гг. в РФ, кг*

*Приказ Минздравсоцразвития России от 2 августа 2010 года №593н.

Так, потребление молока и молокопродуктов на сегодняшний день составляет 290 кг, по сравнению с 386 кг в 1990 г. при норме потребления (согласно исследованиям института питания РАМН) 392 кг (в пересчете на молоко)[66, 67, 73].

Доказано, что для нормального функционирования организма в рацион взрослого человека должно входить 25 % молока и молочных продуктов; детского и подросткового возраста – 50 %; детей до 6 месяцев – 100 % (материнского молока).

Тем не менее, даже в условиях нестабильной экономической ситуации, согласно результатам исследования «Индекс рынка молочных продуктов» компании «Тетра Пак», ежегодный совокупный рост мирового потребления молока в ближайшие 3 года составит 2,2 %.

Так, на рынках развивающихся стран можно рассчитывать на ежегодный прирост населения, увеличение доходов и тенденцию увеличения в рационе питания молочных продуктов. Такая ситуация обусловлена тем, что жидкие молочные продукты составляют почти 1/5 всех напитков, продаваемых в мире, уступая лишь кофе и горячему чаю (рисунок 9) [27].

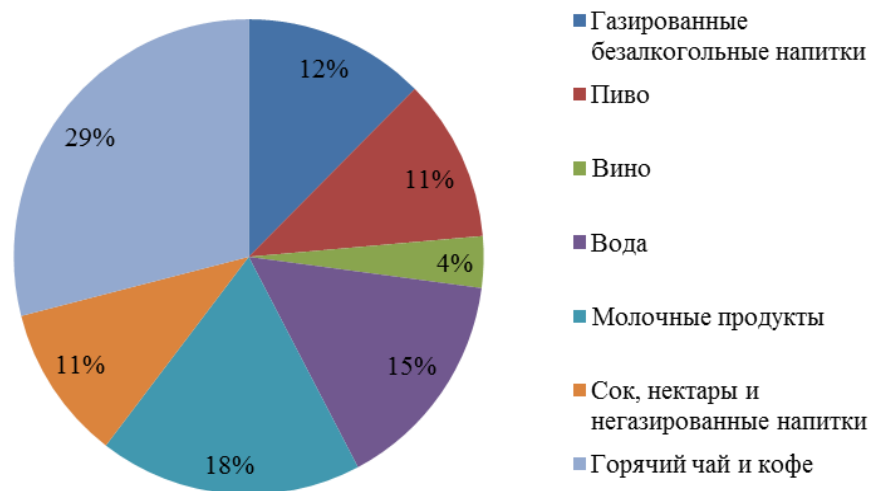


Рисунок 9 – Доли рынка напитков

С 2009 по 2012 г. «Тетра Пак» прогнозирует дальнейший рост потребления жидких молочных продуктов до 281 млрд кг, а комплексный коэффициент роста составит 2,2 %. Развивающиеся рынки (Индия, Пакистан, Ближний Восток и Китай), на долю которых приходится 68 % мирового потребления, обеспечат рост мирового потребления. В 2005–2008 гг. они обеспечили 95,8 % общего роста этого показателя [27].

Производители молока в развитых странах мира вводят в производство новые продукты, новые упаковки и маркетинговые концепции с целью увеличения прибыли. Молоко все чаще выступает не как продукт потребления населения, а как товар, фьючерсы на который котируются на мировых биржах. За период с 1995 по 2012 г. наблюдался рост цен на фьючерсы. Но с апреля по июнь

2012 г. стоимость контрактов составила менее 17,00 долл., в результате чего цены на молочные фьючерсы на первую половину 2013 г. снизились в среднем на 45 центов. В связи с этим Департамент сельского хозяйства США установил показатель единой цены на молоко в этом году на среднем уровне в 18,70 долл. согласно данным Доклада о показателях мирового спроса и предложения на сельскохозяйственную продукцию [75].

Чикагская торговая биржа осуществляет торговлю молочными фьючерсами еще с 1996 г. За всю историю продаж на бирже наблюдался рост котировок на молоко. В 2010–2012 гг. молоко стало самым выгодным вложением капитала, а в 2010 г. в течение 12 месяцев котировки на этот продукт выросли на 35,6 % [31].

В 2012 г. мировое производство молока увеличилось на 2,7% и составило 750 млн т. Несмотря на то, что увеличение объема производства ожидалось в большинстве регионов мира, большая часть роста произошла в Азии. Общий объем импорта составил 52,7 млн т молока. Основные рынки сбыта по-прежнему находятся в Азии, а также в Северной Африке, на Ближнем Востоке, в Латинской Америке и странах Карибского бассейна [27].

Объем мировой торговли молока составляет лишь 7 % мирового производства. Это свидетельствует о том, что 93 % объема молока потребляется в регионе его производства. Рост объема мировой торговли в 2012 г. в основном обеспечен увеличением экспорта из США и ЕС.

В 2012 г. оборот 24 компаний-лидеров по продаже молочной продукции составил 3 млрд долл. США (в 2009 г. таких компаний было 22). Среди новых участников компания DeutschesMilchkontore (DMK). Рейтинг 10 крупнейших компаний представлен в таблице 4.

По данным Молочного союза России, рынок молочной продукции ежегодно растет на 4–5% [75]. Цена на молоко-сырье в 2012 г. составляла 15 руб. 27 коп./кг; тем не менее, в ряде регионов эта цена была гораздо ниже и составляла 12 руб./кг, в некоторых, напротив, достигала 18 руб./кг, что лишний раз доказывает наличие

нерешенной проблемы «равновесной» цены на молоко и необходимости принятия так называемого «коридора» цен на молочную продукцию.

Таблица 4 – Крупнейшие операторы рынка молочных продуктов [27]

| Компания | Страна | Оборот, млрд евро |
|--------------------------|---------------------------|-------------------|
| NESTLE | Швейцария | 21,2 |
| DANONE | Франция | 12,3 |
| FONTERRA | Новая Зеландия | 9,1 |
| LACTALIS | Франция | 9,1 |
| FRIESLAND CAMPINA | Нидерланды | 8,8 |
| DEAN FOODS | США | 8,2 |
| DAIRY FARMERS OF AMERICA | США | 7,4 |
| ARLA FOODS | Дания/Швеция | 6,9 |
| KRAFT FOODS | США | 5,3 |
| UNILEVER | Нидерланды/Великобритания | 5,1 |

Из рисунка 10 видно, что цена закупки сырого молока в России составила 15 руб. 27 коп., и с начала года уменьшилась на 3,7 %, как и мировые цены на молоко за тот же период на 1,4 %.

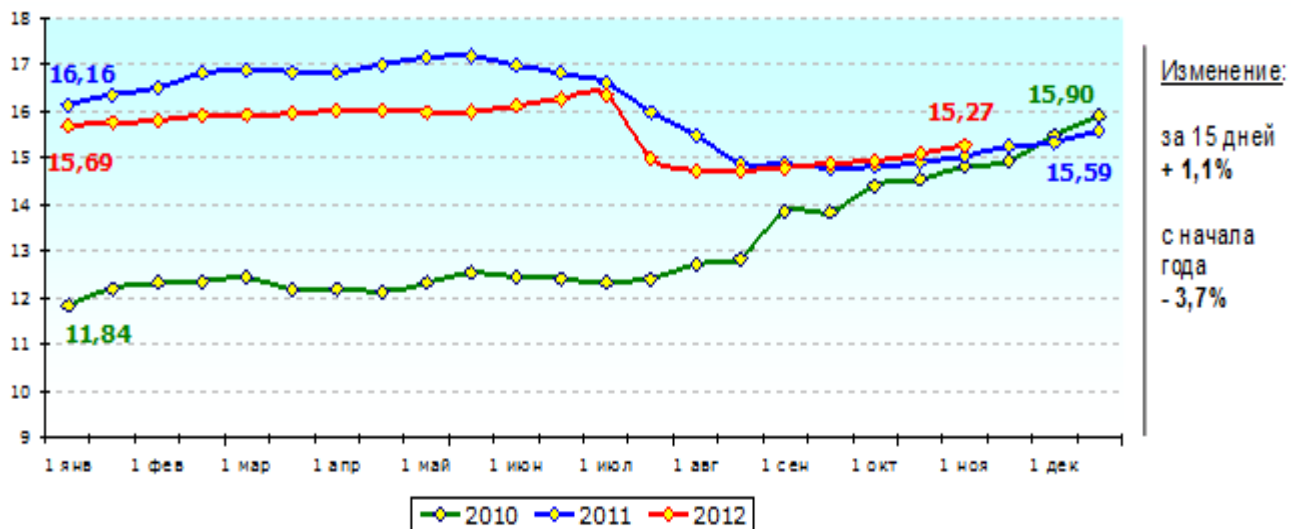


Рисунок 10– Цена закупки сырого молока у производителей, руб./кг

(по данным Министерства сельского хозяйства России)

В 2012 г. в «десятку» лидеров по производству молока в сельхозпредприятиях входили Республика Татарстан, Краснодарский край,

Московская область, Алтайский край, Ленинградская область, Удмуртская Республика, Республика Башкортостан, Новосибирская, Кировская, Вологодская области.

В настоящее время молочный рынок России достаточно успешно и стабильно развивается. По данным Молочного союза России, его объем составляет почти 40 млн т молока в год, при этом ежегодные темпы его роста оцениваются экспертами в 4–5%. Тем не менее, в связи с пожарами и сильной засухой в центральной части России, многие хозяйства лишились кормовой базы в виде фуражного зерна, поэтому в 2010–2012 гг. увеличилась доля импортной молочной продукции, составив 20%. Несмотря на достаточно большие объемы производства молока, Россия занимает несколько меньше 5 % мирового рынка.

Согласно данным Министерства сельского хозяйства РФ, по итогам 2012 г. импорт молока и молочных продуктов в РФ увеличился на 4 % и составил 8,2 млн т (в пересчете на молоко) [67]. Крупнейшим поставщиком молочной продукции на российский рынок стала Республика Беларусь, на долю которой приходится 33,7 % импорта в стоимостном и 51,1% в натуральном выражении. В «пятерку» крупнейших поставщиков молока и молочной продукции также вошли Украина, Германия, Финляндия и Литва. Импорт дешевой белорусской продукции является одной из важнейших проблем для отечественного молочного рынка. Отечественный производитель не может на равных условиях конкурировать с белорусскими сельхозпроизводителями, которые активно субсидируются государством. *Так, в цене сырого молока субсидии в Белоруссии составляют 24 %, в то время как в России всего 3%.*

Рынок молочной продукции в целом растет в сегменте молочной продукции с небольшим сроком хранения, особенно высокие показатели отмечаются в десертной и питьевой группах молочных продуктов. Однако рынок молочной продукции России далек от насыщения. В то время как в Европе потребление йогуртов в среднем составляет 15 кг на 1 человека в год, в России этот показатель равен 2,5 кг.

Рынок молочной продукции можно разделить на следующие сегменты: молоко, кефир, сметана, сливки, кисломолочные продукты (ряженка, простокваша, варенец), йогурты, обогащенная биопродукция (биокефиры, био йогурты), творог, десерты, сливочное масло. По данным Молочного союза России, по всему ассортименту молочной продукции, за исключением сливочного масла и классического творога, наблюдается устойчивая динамика роста общих объемов как производства, так и потребления [75].

В 2012 г. на рынке молочной продукции функционируют четыре крупнейшие компании: Вимм-Билль-Данн, Danone, Ehrmann, Campina (рисунок 11).

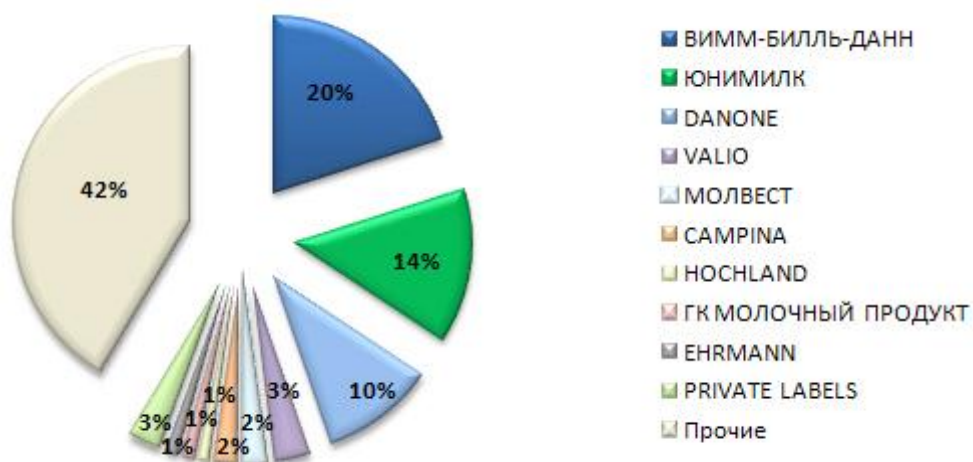


Рисунок 11 – Доли крупнейших компаний на рынке молочных продуктов в денежном выражении, %*

*Источник: Аналитический центр «Видео Интернешнл»

Лидером в этом списке является Вимм-Билль-Данн, второе место занимает компания Ehrmann, которая расширила продуктовую линейку. Danone, который на третьем месте, укрепляет свои позиции по выпуску «живых» йогуртов. Кроме того, почти вся продукция Danone принадлежит к премиум-классу, которая хотя и дороже, чем у конкурентов, но пользуется хорошим спросом, зарекомендовав

себя высококачественной продукцией. На четвертом месте находится компания Campina, которая занимает первое место по импорту йогуртов в Россию.

Перечисленные выше компании постоянно расширяют свою продуктовую линейку, что влечет за собой увеличение продаж и долей на рынке. Необходимо отметить, что в этих компаниях велики затраты на рекламу. Так, например, компания Вимм-Билль-Данн тратит на эти цели 460 млн руб., Юнимилк–223 млн руб.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, нами выделены следующие проблемные точки в развитии российского рынка молока:

- высокая доля импорта молочных продуктов (в частности из Белоруссии (33,7%) импорта в стоимостном выражении и 51,1% в натуральном);
- тенденция снижения закупочных цен и завышения цен на конечную продукцию (цена закупки сырого молока в России составила 15 руб. 27 коп., снизившись с начала года на 3,7%, в то время как мировые цены на молоко за тот же период – на 1,4% при постоянном росте цен на готовое молоко);
- сокращение предложения молочных продуктов в связи с падением объемов производства вследствие сокращения поголовья коров, экономической незаинтересованности хозяйствующих субъектов, отсутствием поддержки ЛПХ (хотя доля их производства наиболее высока), недостаточности первоначальных финансовых ресурсов для участия в программах господдержки (по сравнению с 1990 г. в 2012 г. численность КРС снизилась в 3 раза, коров – в 2,5 раза; объем производство молока примерно в 2 раза; импорт молока и сливок сгущенных вырос в 5 раз, а коэффициент самообеспечения молоком и молочными продуктами составил всего 80,3 %);
- недостаточный уровень развития рыночной инфраструктуры в ряде субъектов Российской Федерации, неизбежно приводящий к снижению деловой активности, слабому развитию региональных рынков, нарушению нормального воспроизводственного процесса в регионах;

- практически полное отсутствие маркетинговой программы по продвижению отечественных молочных продуктов на рынке молока (отечественные компании не могут конкурировать с рыночными монополистами Вимм-Билль-Данн, Danone, Ehrmann, Campina, вкладывающими в рекламу 200–400 млн руб.);
- высокая доля рынка зарубежных компаний на отечественном рынке молочных продуктов, составляющих конкуренцию местным производителям (доля рынка молочной продукции компании Вимм-Билль-Данн, согласно исследованию AC Nielsen в 9 крупных городах, составила 38 %).

2.2. Современное состояние и динамика цен на рынке молока Саратовской области

Молочное скотоводство занимает особое место в составе агропромышленного комплекса Саратовской области. Значение этой отрасли определяется не только ее высокой долей в производстве валовой продукции (20% в общем объеме), но и большим влиянием на уровень обеспеченности населения продуктами питания.

За последние годы в развитии молочного скотоводства наметились положительные тенденции – стабилизировалась численность поголовья крупного рогатого скота, возросла продуктивность коров. Эти изменения привели к повышению валового производства молока в области и улучшению сырьевого обеспечения молочной промышленности.

Производством молока в области занимаются более 91 тыс. хозяйств всех форм собственности, в том числе свыше 450 крупных сельхозпредприятий и крестьянских (фермерских) хозяйств и более 90 тыс. личных подсобных хозяйств населения.

В 2012 г. Саратовская область по производству молока в РФ занимала шестое место, в Приволжском федеральном округе (ПФО) – третье место, а доля его валового производства составляла соответственно в РФ – 2,7 %, в ПФО –

8,6 %, уступая лишь республикам Татарстан и Башкортостан (17,9 и 17,8 % соответственно), таблицы 5, 6, рисунок 12 [66, 84].

Таблица 5– Производство молока по регионам РФ, тыс. т

| Административно-территориальная единица | Год | | | | Удельный вес в производстве молока по РФ в 2013 г., % |
|---|---------|---------|--------------|----------|---|
| | 2012 | 2013 | (+/-) к 2012 | % к 2012 | |
| РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ | 31830,9 | 30660,7 | -1170,2 | 96,3 | |
| 1. Республика Татарстан | 1883,0 | 1721,6 | -161,4 | 91,4 | 5,6 |
| 2. Республика Башкортостан | 1710,1 | 1711,8 | 1,7 | 100,1 | 5,6 |
| 3. Алтайский край | 1444,1 | 1364,0 | -80,0 | 94,5 | 4,4 |
| 4. Краснодарский край | 1389,2 | 1318,6 | -70,5 | 94,9 | 4,3 |
| 5. Ростовская область | 1078,9 | 1078,6 | -0,3 | 100,0 | 3,5 |
| 6. Саратовская область (6-е место) | 964,4 | 826,2 | -138,2 | 85,7 | 2,7 |
| 7. Оренбургская область | 829,4 | 814,2 | -15,3 | 98,2 | 2,7 |
| 8. Воронежская область | 742,4 | 755,7 | 13,3 | 101,8 | 2,5 |
| 9. Республика Дагестан | 732,6 | 754,1 | 21,5 | 102,9 | 2,5 |
| 10. Удмуртская Республика | 711,2 | 712,5 | 1,3 | 100,2 | 2,3 |
| 11. Ставропольский край | 665,3 | 673,0 | 7,7 | 101,2 | 2,2 |
| 12. Московская область | 693,0 | 642,4 | -50,6 | 92,7 | 2,1 |
| 13. Нижегородская область | 611,7 | 611,8 | 0,1 | 100,0 | 2,0 |
| 14. Свердловская область | 605,9 | 609,4 | 3,6 | 100,6 | 2,0 |
| 15. Тюменская область | 593,2 | 574,9 | -18,3 | 96,9 | 1,9 |
| 16. Ленинградская область | 569,7 | 554,0 | -15,8 | 97,2 | 1,8 |

Из таблицы 5 видно, что в 2013 г. валовое производство молока в РФ снизилось на 1170,2 тыс. т, или на 3,7 % по сравнению с 2012 г., в Саратовской области также произошло снижение объема производства молока на 138,2 тыс. т, или на 14,3 %. Также в РФ спад валового производства молока произошел еще в 8

субъектах РФ: в Республике Татарстан (161,4 тыс. т), Алтайском крае (80,0 тыс. т), Краснодарском крае (70,5 тыс. т), Московской области (50,6 тыс. т), Тюменской области (18,3 тыс. т), Ленинградской области (15,8 тыс. т), Оренбургской области (15,3 тыс. т), Ростовской области (0,3 тыс. т).

Таблица 6 – Производство молока по регионам ПФО, тыс. т

| Административно-территориальная единица | Год | | | | Удельный вес в производстве молока по ПФО в 2013 г., % |
|--|---------|---------|-----------------|-------------|---|
| | 2012 | 2013 | (+/-) к 2012 | % к 2012 | |
| РФ | 31830,9 | 30660,7 | -1170,2 | 96,3 | |
| ПФО | 10024,6 | 9610,9 | -413,7 | 95,9 | |
| 1. Республика Татарстан | 1883,0 | 1721,6 | -161,4 | 91,4 | 17,9 |
| 2. Республика Башкортостан | 1710,1 | 1711,8 | 1,7 | 100,1 | 17,8 |
| 3. Саратовская область | 964,4 | 826,2 | -138,2 | 85,7 | 8,6 |
| 4. Оренбургская область | 829,4 | 814,2 | -15,3 | 98,2 | 8,5 |
| 5. Удмуртская Республика | 711,2 | 712,5 | 1,3 | 100,2 | 7,4 |
| 6. Нижегородская область | 611,7 | 611,8 | 0,1 | 100,0 | 6,4 |
| 7. Кировская область | 534,9 | 525,0 | -9,9 | 98,2 | 5,5 |
| 8. Пензенская область | 486,0 | 469,6 | -16,4 | 96,6 | 4,9 |
| 9. Пермский край | 484,9 | 460,1 | -24,9 | 94,9 | 4,8 |
| 10. Республика Мордовия | 467,5 | 452,4 | -15,1 | 96,8 | 4,7 |
| 11. Чувашская Республика | 457,6 | 422,2 | -35,4 | 92,3 | 4,4 |
| 12. Самарская область | 418,8 | 421,4 | 2,6 | 100,6 | 4,4 |
| 13. Ульяновская область | 267,5 | 267,6 | 0,1 | 100,0 | 2,7 |
| 14. Республика Марий Эл | 197,5 | 194,3 | -3,2 | 98,4 | 2,0 |

Из таблицы 6 видно, что из 14 субъектов ПФО, осуществляющих производство молока, в 9 произошло резкое снижение валового производства молока на 413,7 тыс. т, или на 35,4 % от общероссийского спада производства.

Наибольший спад производства молока отмечался в Республике Татарстан и Саратовской области (8,6 и 14,3 % соответственно). Валовое производство молока в Саратовской области в 2013 г. достигло 826,2 тыс. т, что составляет 8,6 % от общего объема производства молока по ПФО [66, 84].



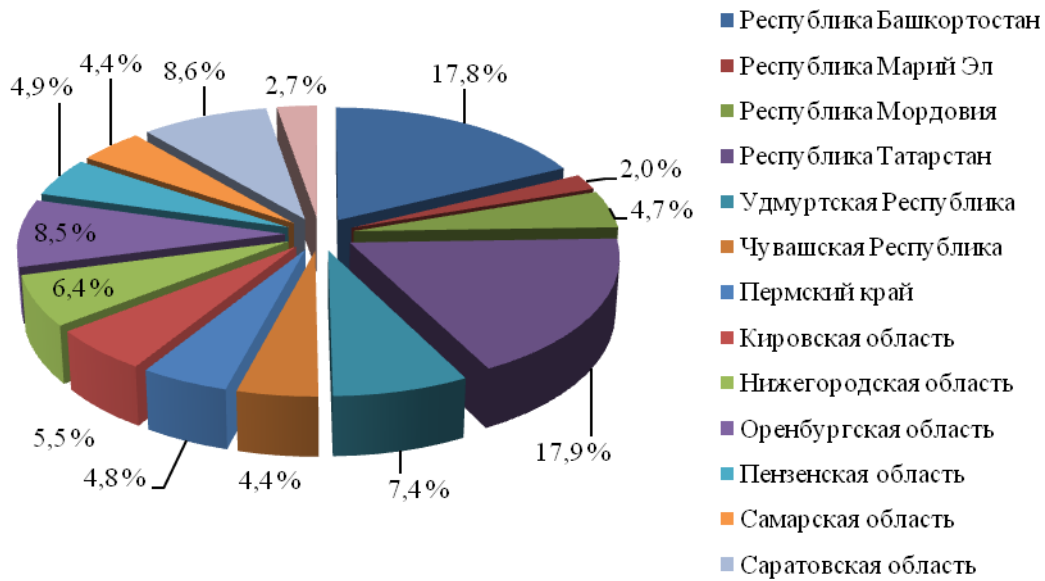


Рисунок 12 – Доля субъектов ПФО в производстве молока в 2013 г.

Основной причиной снижения объемов производства в животноводстве является сокращение поголовья скота в личных подсобных хозяйствах, в которых был произведен пересчет скота. Также на сниженные темпы развития животноводства повлияли аномальные погодные условия (рисунок 13).



Рисунок 13– Производство молока в 2008–2013 гг., тыс. т

Динамика изменения валового производства молока по категориям хозяйств представлена в таблице 7, на рисунке 14.

Из рисунка 14 видно, что основную долю производства молока составляют хозяйства населения (9,4 % всего производства), 14,1 % – сельскохозяйственные организации, 6,5 % – К(Ф)Х и индивидуальные предприниматели [66,84].

Таблица 7 – Производство молока в 2008-2013 гг. по категориям хозяйств, тыс. т

| Показатели | Год | | | | | | |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|----------------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 (план) |
| Все категории хозяйств | 928,1 | 978,1 | 998,8 | 1015,7 | 964,4 | 826,2 | 827,9 |
| Сельхозпредприятия | 126,7 | 127,1 | 127,5 | 130,1 | 130,5 | 116,5 | 117,7 |
| Удельный вес, % | 13,7 | 13,0 | 12,8 | 12,8 | 13,5 | 14,1 | 14,2 |
| Крестьянские (фермерские) хозяйства | 76,8 | 78,9 | 80,0 | 73,3 | 65,8 | 53,6 | 53,6 |
| Удельный вес, % | 8,3 | 8,1 | 8,0 | 7,2 | 6,8 | 6,5 | 6,5 |
| Личные подсобные хозяйства | 724,6 | 772,1 | 791,3 | 812,3 | 768,1 | 656,1 | 656,6 |
| Удельный вес, % | 78,1 | 78,9 | 79,2 | 80,0 | 79,6 | 79,4 | 79,3 |

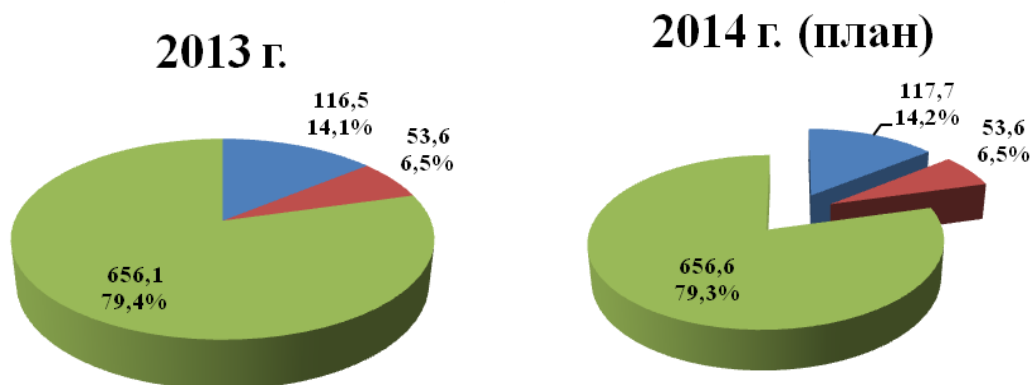


Рисунок 14 – Доля производства молока по категориям хозяйств в 2013–2014 гг., тыс. т

Анализ производства молока по микрорайонам Саратовской области (таблица 8, рисунок 15) показал, что большая часть производства молока приходится на Юго-Восточную (27,1 %), Центральную левобережную (18,4 %), Северную левобережную (17,4 %) микрорайоны. В Южной правобережной микрорайоне производство молока самое низкое и составляет 5,7 % валового производства молока в Саратовской области. Это объясняется особенностями природно-климатических условий, так как молочное скотоводство напрямую зависит от наличия кормовой базы, организации зеленого конвейера.

Таблица 8 – Производство молока по микрорайонам Саратовской области, тыс. тонн

| Микрорайон | Год | | | | Удельный вес к общему производству молока в 2013 г.,% |
|----------------------|-------|-------|--------------|----------|---|
| | 2012 | 2013 | (+/-) к 2012 | % к 2012 | |
| Юго-Восточная | 239,3 | 224,2 | -15,1 | 93,7 | 27,1 |
| Центральная (левая) | 181 | 152,3 | -28,7 | 84,1 | 18,4 |
| Северная (левая) | 163,2 | 143,6 | -19,6 | 88,0 | 17,4 |
| Западная | 126,0 | 103,8 | -22,2 | 82,4 | 12,6 |
| Северная (правая) | 103,3 | 79,2 | -24,1 | 76,7 | 9,6 |
| Центральная (правая) | 85,8 | 68,1 | -17,7 | 79,4 | 8,2 |
| Южная (правая) | 65,8 | 55 | -10,8 | 83,6 | 6,7 |
| ВСЕГО по области | 964,4 | 826,2 | -138,2 | 85,7 | 100,0 |

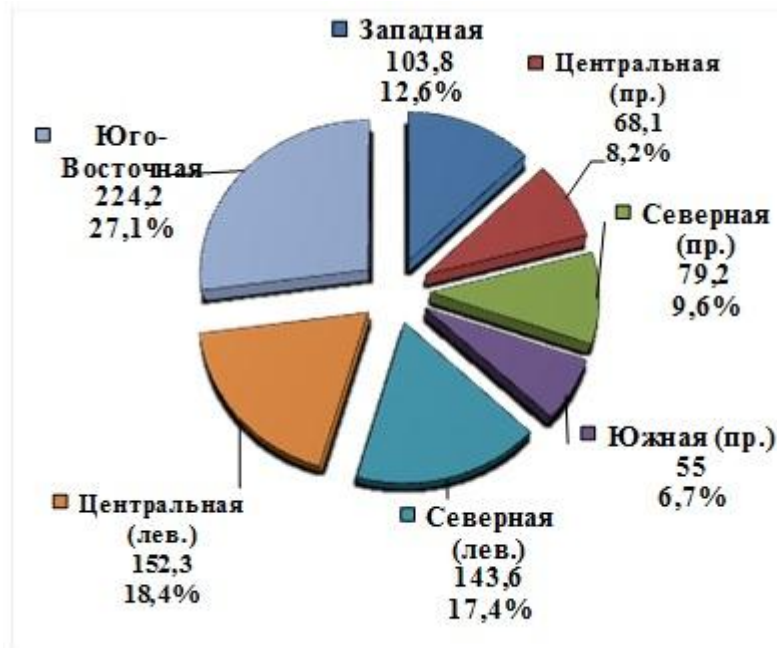


Рисунок 15 - Доля производства молока по микрозонам Саратовской области, тыс. т

При этом лидирующими районами Саратовской области по производству молока с 2008 по 2013 г. остаются Марксовский, Дергачевский, Новоузенский, Питерский, Ершовский, Базарно-Карабулакский районы.

В современном производстве от воспроизводства коров напрямую зависит валовой надой. Вовремя и результативно осемененная корова в дальнейшем при правильном и своевременном запуске, сбалансированном кормлении и условиях содержания и отсутствии мастита является главным производителем молока на последующие 300 дней лактации. Главным фактором создания высокопродуктивных стад, как по очередности, так и по важности, является интенсивное выращивание ремонтных телок.

Для обеспечения прироста молочного производства в Саратовской области имеются все резервы. В регионе функционируют 11 племенных хозяйств по молочному скотоводству, в которых разводят животных 4 пород: черно-пестрой, симментальской, красно-пестрой и голштинской. В хозяйствах содержится 21,1 тыс.голов, в том числе 8,4 тыс.гол. коров.

Племенными хозяйствами области ежегодно реализуется около 1,0 тыс. гол., в 2011 г. реализовано 150 гол. племенного молодняка крупного рогатого скота молочного направления продуктивности.

Для развития молочного скотоводства области, повышения имеющегося генетического потенциала стада, обеспечения роста численности маточного поголовья важное значение имеет приобретение племенного поголовья. Крупные партии молочного скота приобрели ЗАО «Племзавод «Трудовой» и ЗАО «Агрофирма «Волга» (403 и 91 гол. соответственно) Марксовского района, ООО «Колосок» Базарно-Карабулакского района (83 гол.). Хозяйства Балашовского, Вольского и Ртищевского районов в настоящее время не приступили к реализации намеченных заявок по закупке высокопродуктивного племенного поголовья.

С целью повышения генетического потенциала скота и обеспечения ветеринарного благополучия в области работают 85 пунктов искусственного осеменения маточного поголовья. ООО «Адонис» Марксовского района и ООО «Центр репродукции сельскохозяйственных животных» завезли в хозяйства области около 30,0 тыс. доз семени быков-производителей отечественной и зарубежной селекции с Центральной станции искусственного осеменения сельскохозяйственных животных (Москва, Нижний Новгород). Охват искусственным осеменением маточного поголовья составляет 35 %.

Тем не менее, на 1 января 2012 г. поголовье коров составило всего 252,8 тыс. гол., что ниже уровня 1916 г. на 37,3 %, 1946 г. – на 9,7 %. В 2013 г. поголовье коров составило 217,5 тыс. гол., что меньше уровня прошлого года на 35,3 тыс. гол. Вследствие такого резкого снижения поголовья валовое производство молока в Саратовской области снизилось на 14,3 % (рисунок 16).

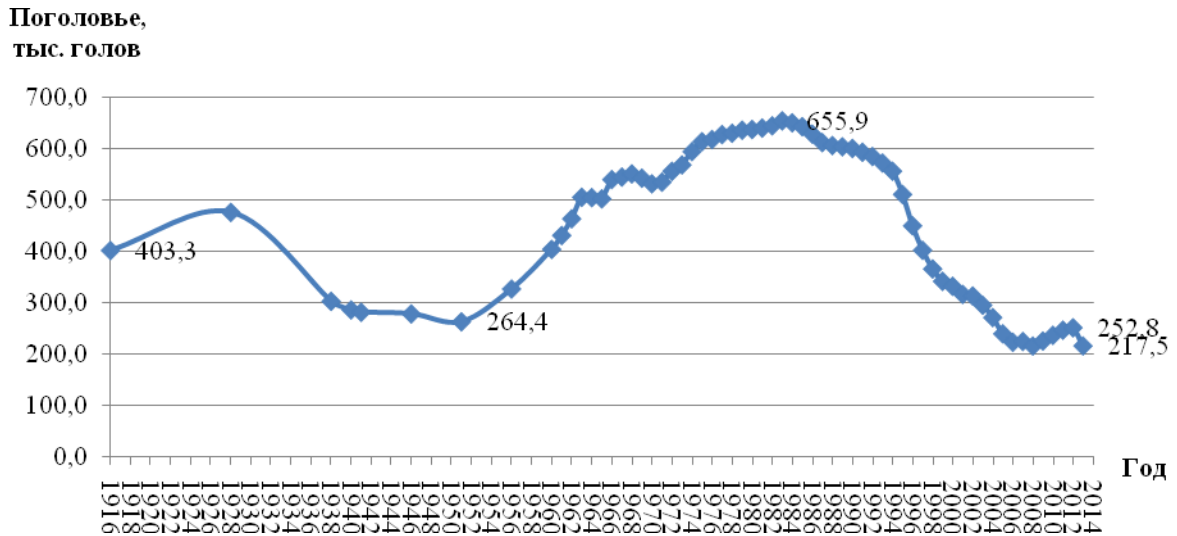


Рисунок 16– Поголовье коров в хозяйствах всех категорий Саратовской области (губернии) на 1 января 1916–2013 гг., тыс. гол.

Другим важнейшим показателем экономической эффективности производства молока является показатель выхода телят на 100 коров (таблица 9). Наибольшее количество телят на 100 маток отмечается в Балаковском районе (91 гол.), а наименьшее – в Краснокутском районе (23 гол.).

Таблица 9 – Районы с наибольшими и наименьшими показателями выхода телят на 100 коров (сельскохозяйственные организации и К(Ф)Х) за 2013 г.

| № | Район | Гол. | № | Район | Гол. |
|---|---------------|------|---|---------------|------|
| 1 | Балаковский | 91 | 1 | Краснокутский | 23 |
| 2 | Аркадакский | 87 | 2 | Ершовский | 29 |
| 3 | Новобурасский | 85 | 3 | Турковский | 33 |
| 4 | Татищевский | 73 | 4 | Озинский | 42 |
| 5 | Марковский | 71 | 5 | Перелюбский | 48 |

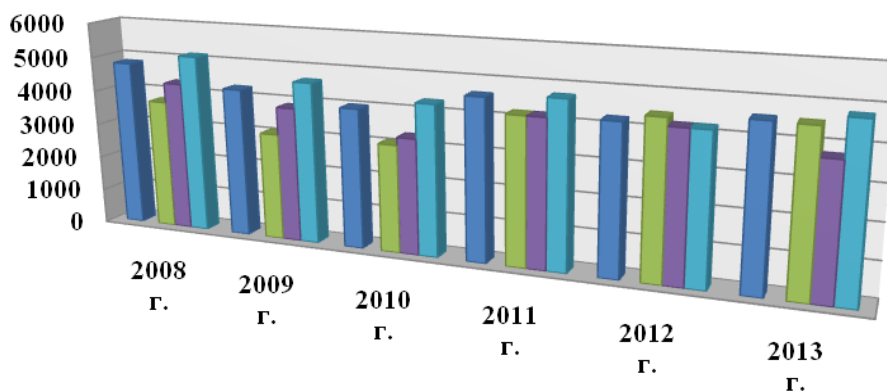
Надой молока на 1 корову, как в РФ, так и в Саратовской области, растут, и в 2013 г. составили 5007 и 4524 кг соответственно, что выше уровня предыдущего года на 10,7 и 2,0 % (рисунок 17) [66, 84].



Рисунок 17 – Надой молока на 1 корову, кг

Данные по надоям по категориям хозяйств Саратовской области в 2013 г. показывают, что на крупных и средних предприятиях надой на 1 корову по сравнению с 2012 г. увеличился на 89 кг, в личных подсобных хозяйствах на 569 кг, а в К(Ф)Х, напротив, надой молока на 1 корову снизился на 467 кг.

В целом, по Саратовской области надой на 1 корову в 2013 г. увеличился на 286 кг за счет обновления породного и возрастного состава животных (рисунок 18).



| | 2008 г. | 2009 г. | 2010 г. | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ■ Все категории хозяйств | 4808 | 4275 | 4000 | 4602 | 4238 | 4549 |
| ■ в т. ч. | | | | | | |
| ■ Сельхозпредприятия (крупные и средние) | 3731 | 3068 | 3080 | 4190 | 4435 | 4524 |
| ■ Крестьянские (фермерские) хозяйства | 4305 | 3863 | 3304 | 4190 | 4209 | 3742 |
| ■ Личные подсобные хозяйства | 5133 | 4626 | 4302 | 4720 | 4209 | 4778 |

Рисунок 18 – Динамика надоя молока на 1 корову по категориям хозяйств Саратовской области, кг

Динамика надоя молока на 1 корову на крупных и средних сельхозпредприятиях представлена в таблице 10. Максимальный надой 7220 кг на 1 корову был достигнут в Ивантеевском районе на предприятии СХПК СХА «Заречье», а также в Калининском районе на предприятии ООО «Сергиевское» Саратовской области.

Таблица 10 – Динамика надоя молока на 1 корову на крупных и средних сельхозпредприятиях, кг

| № п/п | Наименование района | № п/п | Наименование хозяйства | Надой молока на 1 корову, кг |
|-------|-----------------------|-------|--------------------------------|------------------------------|
| 1 | Марксовский | 1 | ЗАО «Племзавод «Мелиоратор» | 5826 |
| 2 | Базарно-Карабулакский | 2 | ЗАО «Гусихинское» | 5779 |
| | Базарно-Карабулакский | 3 | ИП глава КФХ Акимов А.В. | 5528 |
| | Базарно-Карабулакский | 4 | СХПК СХА «Содомская» | 5523 |
| | Базарно-Карабулакский | 5 | СХПК СХА «Вязовская» | 5520 |
| | Базарно-Карабулакский | 6 | СХПК СХА «Дружба» | 5390 |
| | Базарно-Карабулакский | 7 | СХПК СХА «Искра» | 5367 |
| | Базарно-Карабулакский | 8 | СХПК СХА «Алексеевская» | 5193 |
| | Базарно-Карабулакский | 9 | СХА «Старожуковская» | 5078 |
| 3 | Новобурасский | 10 | ООО ФХ «Деметра» Батраева Ю.И. | 5476 |
| 4 | Ртищевский | 11 | ИП глава КФХ Дарсаев М.М. | 5431 |
| 5 | Энгельский | 12 | ООО «Березовское» | 5178 |
| 6 | Лысогорский | 13 | СПК «Колхоз Красавский» | 5064 |

| № п/п | Наименование района | № п/п | Наименование хозяйства | Надой молока на 1 корову, кг |
|-------|-----------------------|-------|---------------------------|------------------------------|
| 1 | Ивантеевский | 1 | СХП СХА «Заречье» | 7270 |
| 2 | Калининский | 2 | ООО «Сергиевское» | 7220 |
| 3 | Марксовский | 3 | ЗАО «Племзавод «Трудовой» | 7060 |
| 4 | Базарно-Карабулакский | 4 | ООО «Колосок» | 6784 |
| 5 | Калининский | 5 | ООО «Степное» | 6733 |
| 6 | Базарно-Карабулакский | 6 | ИП глава КФХ Кудашев М.А. | 6520 |
| | Базарно-Карабулакский | 7 | ООО «Долина» | 6512 |
| | Базарно-Карабулакский | 8 | ООО «Роща» | 6130 |
| 7 | Аткарский | 9 | ИП гл. КФХ «Мочкин В.Н.» | 6121 |
| | Аткарский | 10 | ФГУП «Учхоз «Муммовское» | 6074 |

Немаловажным фактором роста производства молока является установление «справедливой» цены на молоко (справедливая цена несколько

выше равновесной цены, подразумевает возможность расширенного воспроизводства на предприятии). Это значит, что производитель молока (сельскохозяйственная организация, К(Ф)Х или индивидуальный предприниматель) имеет возможность продать молоко по цене, превышающей себестоимость молока, что гарантирует получение необходимой прибыли не только для воспроизводства ресурса (поддержания производства молока на прежнем уровне), но и для расширенного воспроизводства, интенсивного экономического роста молочного скотоводства в целом. Цена 1 т молока в Саратовской области представлена на рисунке 19.

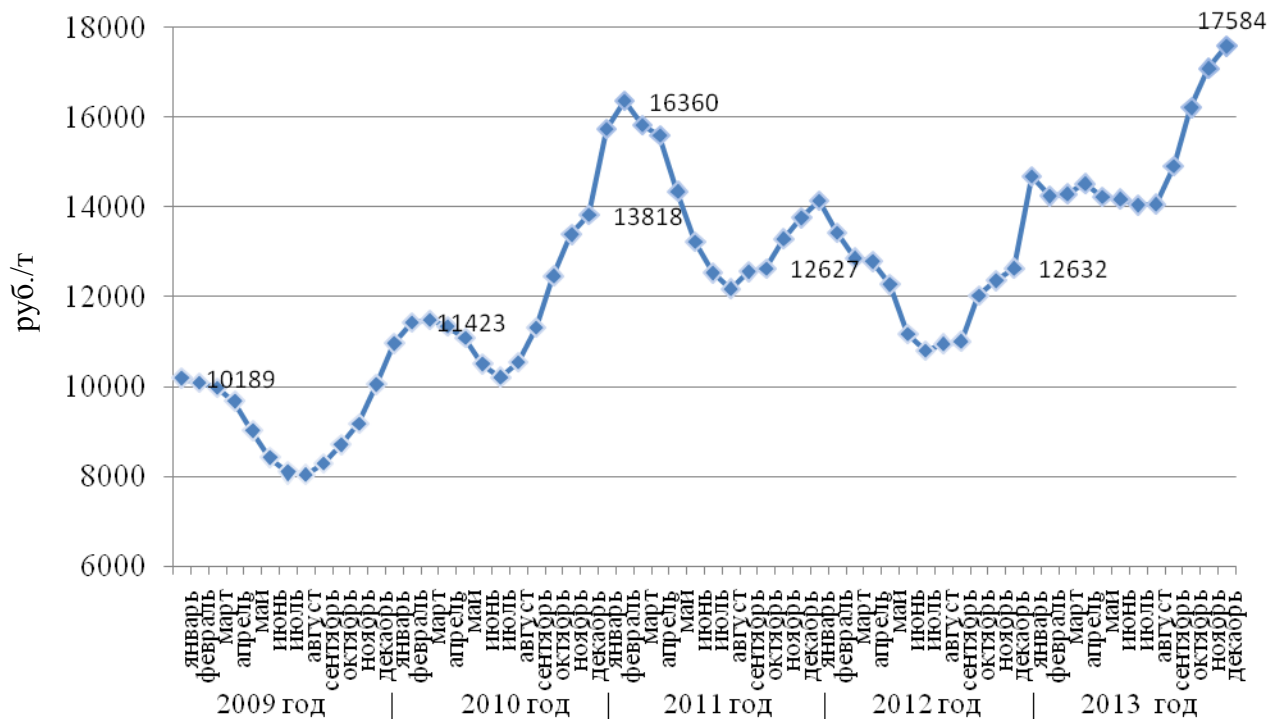


Рисунок 19 –Динамика средних цен от производителей на сырое молоко по Саратовской области в 2009–2013 гг. (по данным Росстата)

Интенсивный путь развития животноводства предполагает рост производимой продукции на базе использования новых, модернизированных, более совершенных и эффективных средств производства. Он связан с дополнительными затратами по их применению, изменению производственной

структуры, совершенствованию организации процесса с целью увеличения выхода продукции на единицу основных фондов.

В животноводстве незаменимым средством производства являются продуктивные животные. Уровень интенсификации отрасли определяется степенью реализации их генетического потенциала, биологических возможностей, которые в свою очередь определяются надоями и приростами. От уровня этих показателей зависит результативность использования средств производства.

Переход к новым прогрессивным технологиям, системам организации производства и труда, способствующим более полному использованию возможностей животных, определяет интенсивный путь развития животноводства. Осуществляется он как при стабилизации поголовья, так и при его росте или сокращении. Все зависит от конкретных условий, наличия материальных и трудовых ресурсов, их соответствия принятому направлению развития и складывающихся между ними пропорций.

Значение интенсификации заключается не только в ускоренном наращивании объемов продукции, но и в повышении эффективности ее производства, с тем, чтобы каждую 1 т молока получать с возможно меньшими затратами труда и материальных средств. Без широкого системного использования достижений зоотехнической и ветеринарной науки, правильной организации кормления, воспроизводства и выращивания более качественного потомства, передовых приемов содержания и ухода, четкого соблюдения технологической дисциплины, рационального использования средств механизации, электрификации и автоматизации производственных процессов и энергетических ресурсов, применения прогрессивных форм организации и оплаты труда не представляется возможным обеспечить реализацию заложенного у животных генетического потенциала. Именно поэтому для перехода к интенсивному пути развития молочного скотоводства в стране и в Саратовской области в частности, необходимо соблюдение «справедливой» цены на молоко,

которая обеспечит предприятия молочного скотоводства необходимыми средствами для осуществления расширенного воспроизводства.

Так, переработчики завезли в 2012 г. огромные объемы сухого молока по цене 5 руб./л. В Молочном союзе России в 2012 г. считали, что оптимальная «справедливая» рыночная цена для предприятий, у которых технология производства молока уже отработана, составляет порядка 12 руб./кг, а для предприятий, которые имеют непогашенные кредиты на осуществление технической модернизации производства, – 13–13,5 руб./кг.

Действительно, проследить монополизацию цен можно легко и в Саратовской области. Сделаем это на примере данных 2012 г. Если проанализировать результаты таблицы 11, то можно утверждать, что и в Саратовской области наблюдалась тенденция снижения закупочных цен переработчиками молока [12].

Таблица 11 – Цена 1 л молока перерабатывающих предприятий
(при базовой жирности 3,4 %) на 16.05. 2012 г.

| Регион | Закупочная цена, руб. | | Отпускная цена (в зависимости от жирности), руб. | | |
|------------------------|-----------------------|------------|---|--|---|
| | у населения | у хозяйств | молокозавода фирмам- посредникам | фирм- посредников розничной сети | розничной сети при продаже населению |
| Саратовская область | 11 | 12 | 15–16 | 18–23 | 19–27 |
| | Наценка | | +50–60 % | +20–50 % | +5–20 % |

Следует отметить, что снижение закупочных цен не улучшает положение потребителей, так как маржа между отпускной ценой заводов и ценой молочных товаров в магазинах достигает 50 % и более.

На сегодняшний день конъюнктурно высокая и рыночно несправедливая цена дает производителям молока шанс совершить серьезный прорыв в развитии производства. В случае распределения прибыли в пользу производителей и переработчиков молока, а не предприятий, осуществляющих транспортирование и реализацию, гарантируется положительный эффект, в противном случае это приведет к неоправданным потерям, что в свою очередь будет препятствовать эффективному развитию молочнопродуктового подкомплекса.

Данная ситуация обусловлена тем, что как только цена на готовые молочные продукты начнет превышать уровень мировых цен, то присутствие импортных товаров будет все более увеличиваться. Невмешательство власти в данные процессы приведет в том числе и к неконкурентоспособности готовой молочной продукции, чего допускать категорически нельзя.

Проведем анализ уровня закупочных цен на молоко, используя метод статистических группировок в исследовании эффективности производства молока в Саратовской области.

Так, имеются данные статистического наблюдения средней цены реализации молока по районам Саратовской области в 2011 г. Воспользуемся данным методом для выделения типических групп районов с различным соотношением этих показателей и установить основные причины этих различий. Для этого составим ранжированный ряд в таблице 12.

Таблица 12– Ранжированный ряд распределения цены реализации молока, руб./т

| № | Район | Цена, руб. за т |
|----|-----------------------|-----------------|
| 1 | Энгельсский | 9779 |
| 2 | Дергачевский | 10185 |
| 3 | Базарно-Карабулакский | 10250 |
| 4 | Балашовский | 10390 |
| 5 | Перелюбский | 11136 |
| 6 | Ртищевский | 11283 |
| 7 | Краснопартизанский | 12756 |
| 8 | Екатериновский | 12789 |
| 9 | Балаковский | 12877 |
| 10 | Пугачевский | 13114 |
| 11 | Ивантеевский | 13237 |
| 12 | Петровский | 13396 |
| 13 | Краснокутский | 13532 |
| 14 | Новобурасский | 13570 |
| 15 | Ершовский | 13712 |
| 16 | Новоузенский | 13730 |
| 17 | Аткарский | 13839 |
| 18 | Красноармейский | 14029 |
| 19 | Лысогорский | 14184 |
| 20 | Марковский | 14245 |
| 21 | Федоровский | 14680 |
| 22 | Вольский | 14937 |
| 23 | Калининский | 15012 |
| 24 | Самойловский | 15482 |
| 25 | Татищевский | 17148 |

Для большей наглядности на рисунке 20 представим ранжированный ряд графически, для чего построим график, в котором на оси абсцисс укажем районы в ранжированном ряду, а на оси ординат – величину группировочного признака.

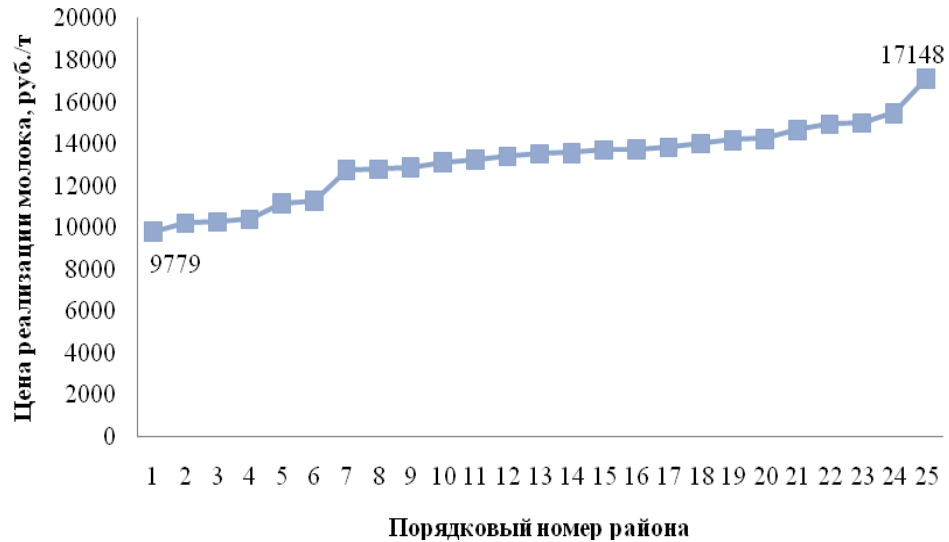


Рисунок 20 – Огива Гальтона распределения цены реализации молока, руб./т

Проанализируем полученные данные. Как видно из графика, существуют явные различия между предприятиями по цене реализации молока. Это можно объяснить тем, что направления производства данных предприятий часто различаются, соответственно, уровень производства и реализации также различен. Кроме того, данный факт можно обосновать различием рынков сбыта продукции и удаленностью их от центра. Размах колебаний составляет от первого до последнего района 7369 руб./т.

Поскольку между районами различия небольшие, выделить их в типические группы на основании анализа ранжированного ряда в нашем случае невозможно. Поэтому далее необходимо построить интервальный ряд распределения районов с достаточно большим числом групп, оценить качественное состояние каждой группы путем промежуточно-аналитической группировки и перейти от нее к типическим группам.

Построим интервальный вариационный ряд распределения районов по цене реализации молока, руб./т. Количество групп N , необходимое для построения группировки, вычислим по формуле Стержесса.

$$N = 1 + 3,32 \cdot \lg n, \quad (3)$$

где n – число групп (районов).

$$N = 1 + 3,32 \cdot \lg 25 = 1 + 3,32 \cdot 1,4 = 5,65 = 6.$$

Разделим всю совокупность районов на 6 групп и найдем величину интервала по формуле

$$H = (X_{\max} - X_{\min})/n, \quad (4)$$

где X_{\max} – максимальное значение признака в изучаемом ранжированном ряду (район 25); $X_{\max} = 17\,148$; X_{\min} – минимальное значение (район 1); $X_{\min} = 9\,779$.

Величина интервала составит:

$$H = (17\,148 - 9\,779) / 6 = 1\,228,2.$$

Построим ряд распределения районов при этой величине интервала, значение $X_{\min} = 9779$, тогда верхняя граница первой группы составит:

$9\,779 + 1\,228,2 = 11\,007,2$; $11\,007,2 + 1228,2 = 12\,235,4$ – верхняя граница второй группы и т.п. Распределим районы Саратовской области по установленным группам и подсчитаем их количество в каждой группе в таблице 13.

Таблица 13– Ряд распределения районов Саратовской области по группам

| № группы | Группы по средней цене реализации молока, руб./т | Количество районов |
|----------|--|--------------------|
| I | До 11007,17 | 4 |
| II | 11007,17–12235,33 | 2 |
| III | 12 235,33–13463,50 | 6 |
| IV | 13,463,50–14691,67 | 9 |
| V | 14691,67–15919,83 | 3 |
| VI | 15919,83–17148,00 | 1 |

Для наглядности на рисунке 21 представим интервальный ряд в виде гистограммы.

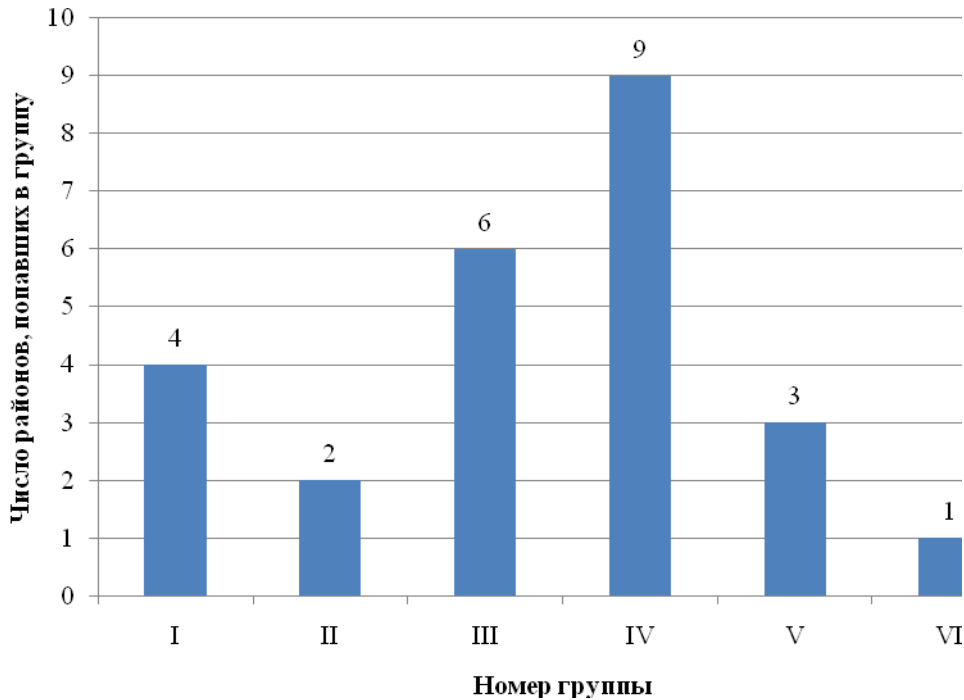


Рисунок 21 – Интервальный ряд распределения

Как видно из таблицы 13 и рисунка 21, распределение районов Саратовской области по группам неравномерно. Преобладают районы области с ценой реализацией молока, находящиеся в III и IV группах, т.е. в интервалах от 12 235,33 до 13 463,50 и от 13 463,5 до 14 691,67 руб./т соответственно. В группы с более высокой ценой реализации молока входит меньше всего районов Саратовской области. И только 4 района Саратовской области входят в самую низкую по цене реализации молока группу (от 9 779 до 11 007,17 руб./т)

В таблице 14 представлено распределение районов Саратовской области по группам цены реализации молока.

Таблица 14– Распределение районов Саратовской области по группам
цены реализации молока

| № | Район | Группа | № | Район | Группа |
|----|-----------------------|--------|----|-----------------|--------|
| 1 | Энгельсский | I | 13 | Краснокутский | VI |
| 2 | Дергачевский | | 14 | Новобурасский | |
| 3 | Базарно-Карабулакский | | 15 | Ершовский | |
| 4 | Балашовский | | 16 | Новоузенский | |
| 5 | Перелюбский | II | 17 | Аткарский | |
| 6 | Ртищевский | | 18 | Красноармейский | |
| 7 | Краснопартизанский | III | 19 | Лысогорский | V |
| 8 | Екатериновский | | 20 | Марксовский | |
| 9 | Балаковский | | 21 | Федоровский | |
| 10 | Пугачевский | | 22 | Вольский | |
| 11 | Ивантеевский | | 23 | Калининский | |
| 12 | Петровский | | 24 | Самойловский | VI |
| | | | 25 | Татищевский | |

Несмотря на то, что в большинстве районов области имеют цена реализации молока не самая низкая, и они входят в III и IV группы, тем не менее, она ниже мировых цен на молоко в 2011 г. Так, цена на молоко на мировых биржах с 1 января по 1 декабря 2011 г. колебалась с 16,16 до 15,25 руб./кг (в Саратовской области средняя цена по всем районам области составила 13,9 руб./кг, а в некоторых районах области была ниже 11 руб./кг).

Что касается основных продуктов, являющихся предметом экспортно-импортных операций (сливочное масло, сухое молоко, сыр), Евросоюз прогнозировал стабилизацию цен. Между тем практика свидетельствует, что цены мировых производителей на основные продукты растут.

В системе реализации сельскохозяйственной продукции за последние годы в Саратовской области произошли принципиальные структурные изменения: ее объемы и формы в значительной степени определяются конъюнктурой рынка, на состояние которого существенно влияет отмена обязательных заданий по продаже продукции государству, перевод отношений товаропроизводителей с государством на договорную основу. Динамика реализации молока всеми товаропроизводителями представлена на рисунке 22.

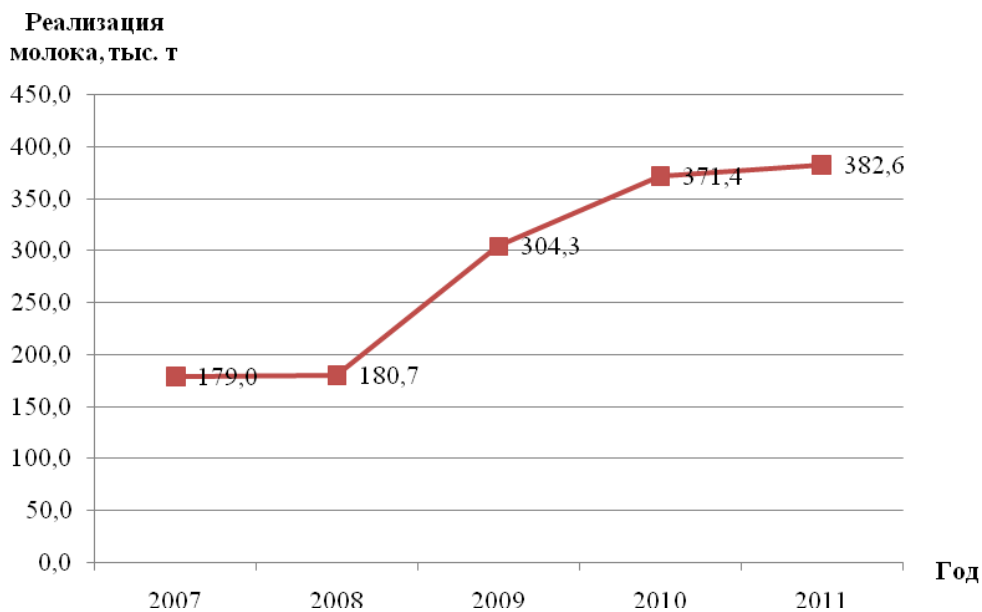


Рисунок 22 – Реализация молока всеми товаропроизводителями, тыс. т

В целях сохранения стабильной ситуации в молочной отрасли Минсельхозом России в 2011 г. прорабатывался вопрос об осуществлении государственных интервенций на рынке сухого молока в объеме до 100 тыс. т на базе «Объединенной зерновой компании». Также был рассмотрен вопрос возможности повышения ставок таможенных пошлин на ряд позиций, в том числе сливочное масло и сыры; проработаны новые механизмы поддержки молочного производства, в том числе прямое субсидирование на 1 л товарного молока высокого качества в рамках подготовки новой Госпрограммы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и

продовольствия на 2013–2020 годы. В целях модернизации отрасли молокоперерабатывающей промышленности Минсельхозом России подготовлена программа по развитию маслоделия и сыроделия. В новой Государственной программе развитие перерабатывающей промышленности выделено отдельным разделом; рассматривается возможность запуска программы социальной рекламы отечественной молочной продукции, направленной на увеличение объемов потребления российского молока [20].

Из рисунка 22 видно, что реализация молока за 5 лет выросла в 2,14 раза, а за последний год на 3 %. Значительный скачок величины реализации молока произошел в 2009 г.: с 180,7 тыс. до 304,3 тыс. т, или в 1,68 раза. Обобщая вышеизложенное, сведем все показатели экономической эффективности молочного скотоводства Саратовской области в таблицу 15 [66, 84].

Таблица 15 – Основные экономические показатели производства и реализации молока в Саратовской области

| Показатель | 2012 г. | 2013 г. (предварительно) |
|--|---------|-----------------------------|
| Общая выручка, млн руб. | 1392,9 | 1463,9 |
| Общая себестоимость, млн руб. | 1174,1 | 1235,9 |
| Общая прибыль (с учетом полученных субсидий), млн руб. | 368,4 | 379,0 |
| Общая прибыль (без учета полученных субсидий), млн руб. | 218,8 | 228,0 |
| Уровень рентабельности от реализации продукции (с учетом субсидий),% | 31,4 | 30,6 |
| Уровень рентабельности от реализации продукции (без учета субсидий),% | 18,6 | 18,4 |
| Уровень рентабельности от реализации молока (без учета субсидий) в РФ, % | 11,8 | |

2.3. Особенности ценообразования на молоко

На наш взгляд, молочный рынок представляет собой систему экономических отношений, складывающихся в процессе производства, обмена и потребления молока и молочных продуктов.

Отметим основные положения по формированию и функционированию рынка молока и молочной продукции как важнейшего продуктового рынка страны.

К специфическим особенностям рынка молока можно отнести следующие.

1. Молоко-сырье имеет высокую биологическую ценность, низкие транспортабельность и пригодность для хранения в переработанном виде, что приводит к локализации рынков некоторых видов молочной продукции.

2. Молоко-продукт, вырабатываемый ежедневно, хранится всего несколько дней, что ограничивает время, необходимое для его переработки и превращения в более стабильную форму с более длительным сроком хранения. Это требует соответствующих каналов реализации и развитой сбытовой инфраструктуры (хранения, транспортирования).

3. Рынку молока, хотя и в меньшей степени, чем другим отдельным рынкам, присуща сезонность производства, что при относительно стабильном спросе определяет необходимость создания запасов сухого молока и других продуктов его переработки.

4. Увеличение производства молока требует вложения значительных средств при длительном сроке их окупаемости. В силу этого большинство производителей медленно приспосабливается к изменению рыночной конъюнктуры, предлагая стандартный набор продукции [163].

5. Специфика производственного процесса в молочном скотоводстве обуславливает значительные колебания цен на него по сезонам года.

6. Продукты молочного скотоводства относятся к товарам первой необходимости, которые должны ежедневно присутствовать в рационе питания,

особенно детей, поэтому задача государства – обеспечить экономическую и физическую доступность данного вида продукции.

7. Производство молока возможно практически во всех регионах страны, что обуславливает сравнительно высокую конкурентоспособность среди его производителей.

8. Достаточно «сильная позиция» крупных перерабатывающих предприятий в процессе переработки молока. Мелкие производители не могут составить им полноценную конкуренцию.

9. Рынок молока характеризуется большой совокупностью реализуемых на нем видов продукции в мелкоштучной расфасовке (особенно цельномолочной), ее сегментацией по потребителям (возрастной), по функциональной направленности (профилактическая, лечебная, диетическая), по потребительским свойствам (различной жирности), что предъявляет особые требования к технологии производства и упаковке продукции.

10. Скоропортящийся характер молока и экологическая незащищенность сферы его производства обуславливают повышенные требования к его качеству. Жесткий ветеринарно-санитарный контроль за производством, переработкой и хранением молока и молочных продуктов, а также контроль за соблюдением стандартов на данную группу продовольствия должны надежно защищать здоровье потребителей, поддерживать качество на высоком уровне и стимулировать потребление.

Рынок молока и молочных продуктов, по мнению Р.И. Мануковского, необходимо рассматривать с позиций видовой, отраслевой, территориальной и организационной структур, которые тесно взаимодействуют между собой и взаимозависимы друг от друга. Видовая структура молочного рынка связывается с различными потребительскими свойствами молокопродуктов. В разрезе видовых характеристик рынок молока и молокопродуктов целесообразно рассматривать как совокупность рынков молока пастеризованного, рынка кефира, рынка творога, рынка творожной массы, рынка масла, сметаны и др. [163].

Отраслевая структура рынка представляет собой совокупность отраслей, вовлеченных в процесс оборота молока и молокопродуктов. Главным системообразующим элементом является молочнопродуктовый подкомплекс АПК (молочное производство и молокопереработка). Кроме того, в структуру рынка входят торговля (оптовая, мелкооптовая, розничная), общественное питание, транспортная отрасль, связь и информационное обеспечение, кондитерская промышленность и др. По территориальному (географическому) признаку рынок молока и молокопродуктов делят на национальный (местный, региональный, межрегиональный), межгосударственный (рынок стран дальнего и ближнего зарубежья) и мировой.

Организационная структура молочного рынка представляет собой совокупность многочисленных участников рынка. Всех субъектов молочнопродуктового рынка следует объединить в четыре группы:

- производители молока (сельскохозяйственные предприятия, крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства);
- первичные сборщики молока (к ним относятся сырьевые цеха хозяйств, сборщики молока по обслуживанию подсобных и крестьянских (фермерских) хозяйств);
- конечные покупатели молочных ресурсов – заводы по переработке молочной продукции;
- покупатели молокопродуктов. В их число входят предприятия оптовой и розничной торговли, потребители, посредники, предприятия общественного питания, государственные заготовительные организации, воинские подразделения, спецпотребители и др.

Ценообразование в сельском хозяйстве связано с особенностями данной отрасли, что отражается в многообразии форм собственности; сочетании экономического процесса воспроизводства с природными факторами; занятости предприятий не в одной, а нескольких отраслях: основных, дополнительных и обслуживающих.

В настоящее время существует несколько видов цен на сельскохозяйственную продукцию: *свободные (рыночные) закупочные цены, целевые цены, гарантированные цены и залоговые ставки* [156, 160].

Основой экономических отношений на рынке сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия являются *рыночные цены*. Они, как и оптовые, состоят из себестоимости и прибыли.

В планово-финансовой работе сельскохозяйственных предприятий себестоимость продукции служит единственным ориентиром для расчета цен на нее. Если исходить из предпосылки, что любая производственная деятельность предполагает затраты, то от любой производственной деятельности в рыночных условиях ожидается получение прибыли. Такой подход к использованию категорий «себестоимость» и «цена» вынуждает все хозяйствующие субъекты исчислять себестоимость продукции сельского хозяйства по единым принципам. Это сделает себестоимость конкретных продуктов предприятий разных форм собственности сопоставимой, сравнимой и не ущемит интересы как предприятий и их партнеров, так и государства. Исходя из теоретических подходов, которые предлагают исчислить себестоимость сельскохозяйственной продукции в зависимости от этапов формирования производственных затрат, выделяют технологическую, производственную и полную себестоимость. Производственная себестоимость представляет собой технологическую себестоимость плюс дополнительные издержки по доведению данного продукта до нужных предприятию потребительских свойств. В состав полной (коммерческой) себестоимости входят производственная себестоимость плюс дополнительные издержки по реализации. Данный вид себестоимости присущ только товарной продукции. Известно, что любая, даже мелкая неточность может привести к искажению подсчета себестоимости продукции. Теоретическая экономическая наука выделяет несколько методов и приемов распределения общих производственных затрат для последующего исчисления себестоимости. Для сельского хозяйства предпочтителен прием единичных коэффициентов [162].

Уровень рыночных цен зависит от уровня оптовых цен на промышленную продукцию, поставляемую сельским хозяйством, и тарифов на услуги, оказываемые ему, налогов, эффективности самих сельских товаропроизводителей, спроса и предложения.

Закупочные цены – это цены, по которым государство закупает продукцию для своих нужд (гарантированные), так как уровень цен и объем реализации устанавливаются заблаговременно и гарантируется государством.

На данный момент гарантированные цены на молоко практически не используются, интервенции по закупкам молока не производятся.

На федеральном уровне создаются ресурсы для удовлетворения федеральных потребностей и потребностей субъектов Федерации, обеспечивая экспорт сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.

На региональном уровне создаются ресурсы для снабжения детских, лечебных учреждений, для экспорта и создания запасов семян. Цены устанавливаются дифференцированно по природно-экономическим зонам, имеют развитую систему надбавок и скидок.

На все виды продукции существуют базовые кондиции (это основная норма качества, установленная ГОСТом) и ограничительные – условия стандарта, ниже границ которых продукция теряет принадлежность к той или иной группе качества.

Так, при продаже кондиционного зерна государством сумма оплачивается полностью и зачисляется в план продаж. Если зерно продается лучшего качества, производитель получает денежную и натуральную надбавку. Если зерно не отвечает требованиям базисных кондиций, при оценке взимаются натуральные и денежные скидки.

Гарантированные цены на сельскохозяйственную продукцию применяются, если средние рыночные цены ниже затрат. Доплаты товаропроизводителям в сфере агропромышленного производства рассчитываются на основе целевой цены и устанавливаются органами государственной власти.

Перечень сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, продающегося по гарантированным ценам, объем реализации, уровень цен и их индексация устанавливаются Правительством РФ [158].

Целевые цены (нормативные индикаторы) устанавливаются Правительством РФ для обеспечения паритетного соотношения цен на сельскохозяйственную продукцию, покрытие расходов, вызванных взиманием налогов и других платежей, уплатой процентов по кредитам, для получения работниками сельскохозяйственных доходов на уровне среднего дохода работников по отраслям экономики и для получения прибыли, достаточной для ведения расширенного производства.

Целевые цены используются в качестве основы для установления гарантированных цен, залоговых ставок, для расчета дотаций и компенсаций сельскохозяйственным товаропроизводителям.

При залоге сельскохозяйственной продукции с участием государства залогодержателями являются юридические лица, уполномоченные правительством, залогодателями – товаропроизводители.

Предметом залога может быть как уже произведенная сельскохозяйственная продукция, так и продукция будущего урожая.

Участие государства в залоге осуществляется в следующей форме:

- выделением бюджетных ресурсов;
- кредитованием;
- кредитованием необходимых для компенсации затрат по хранению и обработке сельскохозяйственной продукции, приобретенной в собственность государства.

Не меньшее значение имеют так называемые **трансфертные, или внутрифирменные цены**. Объективной основой расширения сферы применения внутрифирменной трансфертной цены является развитие производственной кооперации. Их использование обуславливается коммерческими принципами взаимоотношения дочерних предприятий, филиалов, отделений фирм. Как

правило, данные об этих ценах ограничены, составляют коммерческую тайну.

В настоящее время в производственной практике во внутрифирменных расчетах применяются трансфертные цены. Они используются для того, чтобы заинтересовать руководителей структурных подразделений в принятии эффективных управленческих решений, а также служат информационной базой для их принятия. Действия, предпринимаемые для увеличения прибыли отдельных подразделений фирм, должны способствовать увеличению прибыли и улучшению финансового состояния фирмы в целом.

Прибыль, которая рассчитывается на основе трансфертных цен, является показателем эффективности управления внутрифирменным подразделением. Трансфертные цены обеспечивают определенную экономическую самостоятельность структурных подразделений и наделяют руководителя большей автономией при принятии управленческих решений. Отношения купли-продажи проникают во внутрифирменные связи, и трансфертные цены являются механизмом их осуществления. Изделия, передаваемые от одного подразделения предприятия другому, принято называть полуфабрикатом. Изделие, поставляемое на сторону, называют конечным продуктом. Полуфабрикат подвергается дополнительной обработке и составляет часть издержек предыдущей обработки. Руководители фирмы решают, продавать полуфабрикат или подвергать его дальнейшей обработке, включая в состав конечной продукции, используя метод сравнения предельных издержек и доходов, полученных при дальнейшей его обработке. Если считать, что не существует рынка этого полуфабриката, то в данном случае верным решением будет превращение полуфабриката в конечный продукт. Когда изделие передается из одного подразделения в другое, часть выручки подразделения поставщика становится частью издержек принимающего подразделения. Следовательно, цены, по которым передаются изделия, могут влиять на показатели работы каждого подразделения, занятого изготовлением продукции. В этом случае велика вероятность, что неправильно установленные трансфертные цены приведут к искажению показателей работы подразделений.

В некоторых ситуациях при установлении трансфертных цен для разных подразделений фирм могут возникать конфликты. Например, равенство трансфертных цен предельным издержкам может устраивать высшее руководство фирмы, но руководитель подразделения поставщика не имеет стимула передавать свое изделие по предельным издержкам потому, что показатели работы его подразделения при этом равенстве не будут улучшены. Если трансфертные цены устанавливаются для подразделения на уровне предельных издержек, то при этом сужается его автономия. Все это необходимо учитывать при использовании в практике хозяйствования трансфертных цен, а решение конфликтных ситуаций следует рассматривать с точки зрения теории и практики ценообразования.

Внутрифирменные расчеты – это экономические отношения, обусловленные внутренней средой хозяйствующего субъекта под воздействием рынка. Внутрифирменные расчеты можно подразделить на следующие виды:

- расчеты между фирмой, дочерними и зависимыми обществами;
- расчеты между фирмой, ее филиалами, представительствами и обособленными рабочими местами, расположенными на отдельных территориях вне основного местоположения фирмы;
- расчеты между структурными подразделениями фирмы.

Каждый из видов внутрифирменных расчетов имеет свои особенности, принципы, механизм реализации и нормативную базу. Расчеты между фирмой, дочерними и зависимыми обществами следует принимать за расчеты группы взаимодействующих предприятий. Такой вид расчетов обусловлен требованием увеличения доходности оборотного капитала, инвестированного фирмой, выступающей в качестве головной организации.

Расчеты между фирмой, ее филиалами, представительствами и другими обособленными подразделениями связаны в основном с требованиями налогового законодательства, где предусматриваются отдельные виды налоговых платежей по месту нахождения обособленного структурного подразделения.

Расчеты между структурными подразделениями фирмы предназначены для

стимулирования эффективной работы персонала. Они строятся на внутренних документах, разработанных и утвержденных руководством с учетом действующего законодательства. В них могут присутствовать элементы рыночных отношений, в частности осуществление внутривозвратного оборота на возмездной основе, в том числе с использованием трансфертных цен.

Рассмотрим перечисленные выше виды расчетов более подробно.

Расчеты группы взаимодействующих предприятий. Под группой взаимодействующих предприятий понимается группа, в состав которой входит несколько юридических лиц. Сама же группа не имеет статуса юридического лица. Отличительной характеристикой группы предприятий является их внутренняя экономическая зависимость от основной фирмы. Зависимость устанавливается путем участия в уставном капитале дочерних предприятий, либо вложения инвестиций в другие предприятия, либо заключения договоров с целью влияния на принятие стратегических управленческих решений. Таков механизм создания группы взаимодействующих предприятий, состоящей из основной фирмы, дочерних и зависимых обществ.

Расчеты в группе взаимодействующих предприятий осуществляются в соответствии с действующим законодательством и обычаями хозяйственного оборота. За сделками купли-продажи внутри таких групп может устанавливаться контроль со стороны налоговых органов. Суммы средств, переданных между основной фирмой и дочерними предприятиями, относятся к доходам от внереализационных операций и подлежат налогообложению. Наиболее важными с точки зрения интересов материнской фирмы являются расчеты по дивидендам на вложенный капитал в дочерние и зависимые предприятия. Группа формирует сводную информацию о результатах деятельности и финансовом положении как группы в целом (сводная отчетность), так и каждого предприятия, входящего в группу. Сводная отчетность исключает внутренний оборот взаимодействующих предприятий. Информация, по которой можно оценить эффективность вложенного капитала, предоставляется акционерам фирмы.

Расчеты между фирмой, ее филиалами, представительствами и другими обособленными подразделениями. Это расчеты по выделенному имуществу, взаимному отпуску материальных ценностей, продаже продукции (работ, услуг), передаче расходов по общеуправленческой деятельности, оплате труда персонала и другим текущим операциям. Фирма составляет общий баланс, включающий в себя показатели всех структурных подразделений. Обособленные подразделения платят налоги, которые рассчитывает сама фирма, по месту нахождения. К обособленным подразделениям по налоговому законодательству относятся любые территориально обособленные от фирмы подразделения, по месту нахождения которых оборудованы стационарные рабочие места.

Расчеты между структурными подразделениями. В начале 1990-х годов наибольшее развитие и распространение в расчетах между подразделениями предприятия получил хозрасчет как особая форма экономических отношений. Хозрасчет основывался на таких принципах, как хозяйственная инициатива, взаимосвязь вознаграждения за труд с его результатами, режим экономии материальных ресурсов, планирование, контроль, ответственность и др. Принципы хозрасчета реализовывались через механизм, который предполагал функциональное разделение труда внутри предприятия. Механизм строился с учетом взаимодействия структурных подразделений. Информация о взаимных расчетах, обслуживающих внутрифирменный оборот, позволяла разработать перечень показателей и нормативов для планирования и контроля хозрасчетной деятельности структурных подразделений. Механизм внутрифирменного хозрасчета включал в себя систему взаимных претензий, которая предполагала ответственность при взаимных расчетах, обслуживающих внутренний оборот предприятия.

Методы трансфертного ценообразования. Основой установления трансфертных цен могут служить:

- рыночные цены;
- предельные затраты;
- издержки производства;

- договорные цены.

Рыночные цены используются, когда цена полуфабриката на конкретном рынке равна текущей рыночной цене, которая является наиболее подходящим базисом для трансфертной цены. Когда передача полуфабриката осуществляется по рыночной цене, оценка уровня работы структурного подразделения должна учитывать его реальный вклад в общий доход фирмы. Если подразделения-поставщика не существует, то полуфабрикат будет куплен на рынке по текущей цене. В свою очередь, если нет принимающего подразделения, то полуфабрикат будет реализован на внешнем рынке по той же цене.

Когда подразделение-поставщик не имеет ограничений по мощности, трансфертная цена должна быть равна предельным издержкам на тот выпуск, при котором предельные издержки равны сумме чистой предельной выручки принимающего подразделения от использования полуфабрикатов и предельной выручки от их продажи. Когда переменные издержки на единицу продукции не меняются, это, как правило, дает трансфертную цену, равную переменным издержкам подразделения-поставщика.

Трансфертные цены определяются по методу «издержки-плюс», если нет ограничений по мощности, т.е. при определении трансфертных цен используется нормативный уровень себестоимости продукции, и к ней прибавляется тем или иным способом определенная прибыль. Отечественная и зарубежная практика показывает, что многие фирмы используют трансфертные цены по методу «издержки-плюс». Причем в основе трансфертной цены могут лежать как переменные, так и общие издержки и исчисленная тем или иным способом прибыль. Используется этот метод в случае, несовершенства или отсутствия рынка полуфабрикатов. Величина прибыли в цене может быть определена путем распределения прибыли от продаж по изделию пропорционально заработной плате, себестоимости обработки или фондоемкости деталей и узлов, производимых в производственных подразделениях. В случае несовершенства рынка трансфертные цены будут установлены на уровне переменных издержек,

если в расчете на единицу продукции они будут сохраняться на неизменном уровне. В такой ситуации подразделения-поставщики не получают прибыли и возникнет конфликт из-за того, что правильно установленная (с точки зрения менеджмента фирмы) трансфертная цена принесет подразделению-поставщику нулевую прибыль. Разрешение конфликта при установлении трансфертных цен возможно путем распределения прибыли между подразделениями. Результаты, подтверждающие экономическую эффективность развития интеграционных экономических отношений между сельхозтоваропроизводителями молока в Марксовском районе Саратовской области, а также от использования ими трансфертных цен и внутрифирменных расчетов, представлены в таблице 16 (приложение 1 – приложение 2).

Таблица 16 – Результаты развития интеграционных экономических отношений между сельхозтоваропроизводителями молока в Марксовском районе Саратовской области за 2012 г.

| Показатели | Объединение производителей молока в союзы и ассоциации | | Создание минимолокозавода союзом производителей молока на основе потребительского кооператива | | Объединение предприятий в группы компаний, ФАПГ | |
|--|--|-------------------|---|-------------------|---|-------------------|
| | До объединения | После объединения | До объединения | После объединения | До объединения | После объединения |
| Себестоимость молока, руб./кг | 12 | 11 | 11 | 10 | 10 | 9,8 |
| в том числе: | | | | | | |
| - транспортные издержки; | 0,8 | 0,7 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 0,2 |
| - несубсидированные проценты; | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,3 |
| - убыток от производства говядины, выбраковки коров; | 1,5 | 1,3 | 1,3 | 1,1 | 1,1 | 1,0 |
| - затраты на выращивание нетелей и ремонтного молодняка. | 2,2 | 2,2 | 2,2 | 2,0 | 2,0 | 1,5 |
| Доля производства молока высшего сорта, % | 30 | 38 | 38 | 60 | 60 | 75-80 |
| Цена сырого молока, руб./кг | 13 | 14 | 14 | 15 | 15 | 16 |
| Уровень товарности молока, % | 50 | 60 | 60 | 75 | 75 | 85-90 |
| Рентабельность производства молока, % | 8,3 | 30 | 30 | 50 | 50 | 60 |

Часто на рынке молока цена на него значительно снижена, поэтому для формирования так называемой «справедливой» цены необходимо наиболее полное использование трансфертных цен между товаропроизводителями молока. «Справедливая» цена на молоко подразумевает, что производитель молока сможет от вырученных средств постепенно расширить свое производство. Таким образом, «справедливая» цена, по нашему мнению, больше или равна «равновесной» цене на молоко, но должна быть не ниже себестоимости производства молока. А при рентабельности производства молока 30–40 % и выше, заложенной в цену, можно обеспечить равномерное воспроизводство отрасли молочного скотоводства.

Необходимо также отметить, что себестоимость производства молока не полностью отражена в статьях бухгалтерской отчетности, что снижает реальную себестоимость молока, а следовательно, и расчет цены происходит без их учета. Не учтены следующие статьи:

- 1) несубсидированная разница по уплаченным процентам за кредит;
- 2) убыток от реализации выбракованной коровы (выручка от реализации минус остаточная стоимость);
- 3) убыток от производства говядины как побочного неизбежного производства молочного животноводства (от молочных коров бычки не дают высоких привесов и неконкурентны со свининой и курятиной по себестоимости мяса);
- 4) выращивание ремонтного молодняка[155].

Если в себестоимость производства молока включить убытки от выбракованных коров и откорма, то убыточность молочного животноводства может составить 20 % и более. Даже на передовых предприятиях по производству молока Марковского района Саратовской области, если включить в структуру себестоимости все неучтенные статьи затрат, вместо рентабельности на уровне 50–60 % можно получить только 3–11 % (таблица 17, приложение 1 – приложение 2).

Таблица 17 – Структура затрат на производство 1 кг молока за 2012 г. на предприятиях Марксовского района Саратовской области [134, 135, 136]

| Статьи затрат | На 1 кг молока, руб. |
|---|-------------------------|
| 1. Бухгалтерская себестоимость (1.1+1.2+1.3+1.4) | 10–11 |
| 1.1. Прямые затраты | 9,4–10,2 |
| 1.1.1. Корма | 5,8–6,0 |
| 1.1.2. Зарплата с отчислениями | 1,6–1,7 |
| 1.1.3. Транспортные услуги и затраты | 0,7–0,8 |
| 1.1.4. Падеж, выбраковка, вынужденный забой | 0,4–0,5 |
| 1.1.5. Электроэнергия, вода, газ | 0,3–0,4 |
| 1.1.6. Ветеринарные препараты | 0,2–0,3 |
| 1.1.7. Затраты на обслуживание и ремонт оборудования | 0,4–0,5 |
| 1.2. Накладные затраты | 0,2–0,3 |
| 1.3. Амортизация зданий ЖК и оборудования и техники | 0,3–0,4 |
| 1.4. Частичная амортизация скота, которая уменьшается в цену реализации (или платежи за скот) | 0,1 |
| 2. Управленческая себестоимость (1+2.1+2.2+2.3) | 13,5–15,5 |
| 2.1. Несубсидированные проценты | 0,2–0,6 |
| 2.2. Убыток от производства говядины, выбраковки коров | 1,5–1,7 |
| 2.3. Затраты на выращивание нетелей и ремонтного молодняка | 1,8–2,2 |
| 3. Цена реализации | 14–15 |
| 4. Рентабельность из расчета бухгалтерской себестоимости, % | 40–50 |
| 5. Рентабельность из расчета управленческой себестоимости, % | 3,5–10 |
| 6. Бухгалтерская себестоимость + 35 % наценка | 13,5–14,9 |

В результате складывается ситуация, когда по балансу от производства молока получают прибыль, а финансовых средств на платежи нет. Искажение реальной картины эффективности молочного животноводства препятствует принятию оптимальных решений для динамичного развития данной отрасли.

Так, бухгалтерская себестоимость молока в среднем на 30–35 % ниже полной

управленческой себестоимости, а реальная рентабельность производства молока вместо 50–60 % не превышает 3,5–10 %.

Этот факт подтверждают исследования Российской академии сельскохозяйственных наук, показывающие, что уровень рентабельности, при котором обеспечивается расширение производства 5–7 % в год, составляет 30–35 %. Поэтому при расчете «коридора» цен нами были учтены эти исследования для определения минимального уровня цены от производителя.

ГЛАВА 3. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОКА НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕМ

3.1. Моделирование и прогноз эффективности производства молока в Саратовской области

Согласно исследованиям НИИ Экономики и организации АПК (ГНУ ПНИИ ЭО АПК), на экономическую эффективность отраслей животноводства действуют три группы факторов: предложение, спрос и объем, экономическое воздействие государства.

Первая группа факторов подразумевает изыскание внутренних резервов повышения эффективности, она характеризует использование производственного потенциала предприятия, который включает землю, трудовые ресурсы, основные и оборотные средства. Как верно отметил В.А. Добрынин, целью агропромышленного комплекса вообще и сельского хозяйства в частности является удовлетворение потребностей общества в продовольствии и промышленном сырье, однако важно, чтобы интересы общества в получении достаточного количества качественного и недорогого товара сочетались с интересами товаропроизводителей, цель которых не только сбыть свой продукт и возместить расходы по производству, но и получить максимально возможную прибыль от его реализации. В условиях конкуренции добиться этого возможно несколькими путями: повышение качества, переориентация производства и другими способами, но главный путь – это снижение себестоимости единицы продукции [29, 30].

Мировой опыт доказывает, что в условиях рыночной экономики качество произведенной продукции становится основой выживания товаропроизводителей, критерием оценки результативности их хозяйственной деятельности. От качества

поставленной на рынок продукции зависит ее цена, так как нестандартная и некачественная продукция реализуется по более низким ценам или вообще исключается из общего объема проданного товара. Так, зачетным показателем в определении цены на молоко в России является зональная базисная жирность, которая с 1 января 2004 г. она принята на уровне 3,4 %. При повышенном содержании жира увеличивается зачетный вес молока. Поэтому повышение жирности молока является одной из важнейших задач животноводства. Расчеты показывают, что при разведении жирномолочного скота производители получают значительную экономию корма и удешевление производства масла и некоторых других видов молочных продуктов. Молоко с высоким содержанием жира дает возможность вырабатывать из него на 25–30 % больше молочных продуктов, чем из молока с базисной жирностью. Так, из 100 кг молока с содержанием 3 % жира выход масла составляет 3,4 кг, сыра – 9,4 кг, а из молока с 5 % жира – 5,8 и 12,9 кг соответственно [29].

Важным моментом снижения себестоимости продукции является незаслуженно забытый внутрихозяйственный расчет (коммерческий хозяйственный расчет), при котором каждое подразделение коллективного сельскохозяйственного предприятия точно считает и эффективно использует каждый рубль, каждый час труда, каждую тонну продукции. Это метод хозяйствования представляет собой научно разработанную систему организации и менеджмента производством, направленную на рациональное использование материально-денежных средств предприятия в процессе производства. В результате его внедрения, когда все члены коллектива материально заинтересованы в увеличении производства продукции с улучшением ее качества, растет производительность труда, снижается себестоимость производимой продукции.

Для обеспечения эффективности сельскохозяйственного производства необходимо соблюдение пропорциональности в развитии растениеводства и животноводства, связующим звеном между ними является кормопроизводство.

Существует прямая зависимость между ростом потребления кормов и ростом объемов производства продукции животноводства.

Рентабельность скотоводства напрямую зависит от кормопроизводства. Нагул и откорм КРС организуется там, где имеется много дешевых кормов, главным образом пастбищ, сенокосов и отходов пищевой промышленности. При производстве молока учитывается размещение производства кормовых культур на пашне. Ввиду малой транспортабельности и небольших сроков хранения молока молочный скот приходится размещать не только там, где выгодно, а в местах с наибольшей концентрацией населения. Это приводит к удорожанию производства молока в районах с неблагоприятными условиями для развития молочного скотоводства.

Проблема рациональной организации кормовой базы включает большой круг технических, технологических и экономических вопросов.

Основными принципами рациональной организации кормовой базы являются:

- 1) адаптированность к местным условиям хозяйствования, то есть соответствие зональным условиям и специализации предприятия;
- 2) опережающие темпы роста кормовых ресурсов относительно темпов роста поголовья животных, что создает благоприятные условия и материальные предпосылки для развития интенсивного животноводства;
- 3) эффективное использование земли на основе оптимального сочетания полевого и культурного лугопастбищного кормопроизводства с природным кормодобыванием на основе современных экологически чистых технологий;
- 4) максимальная экономичность и оптимальная эргономичность, то есть оптимальное удовлетворение потребностей скота в полноценных кормах при минимальных затратах труда и капитала на их единицу;
- 5) равномерное и бесперебойное обеспечение животных биологически полноценными кормами в течение всего года, что обусловлено круглогодичным характером процесса производства в животноводстве [10].

Вторая группа факторов, влияющих на экономическую эффективность отраслей животноводства, связана с продвижением товара от производителя к потребителю с наибольшей его окупаемостью, чему способствует применение маркетинга, который является главным инструментом повышения эффективности предприятия на рынке.

При этом алгоритм функционирования маркетинговых инструментов должен быть следующим. После того, как руководство предприятия примерно определилось с видом начинаемой или развиваемой производственно-коммерческой деятельности, необходимо провести комплексное маркетинговое исследование внутренней и внешней маркетинговой среды, сложившейся вокруг предприятия, которая представляет собой социально-экономические силы и факторы, воздействующие на предприятие, такие как финансово-экономическое положение предприятия и государства, рыночная конъюнктура и т.д. На основе результатов маркетингового исследования формируется производственная программа, в рамках которой определяют ассортимент и модельные линейки продукции, рассчитываются сметы производственных затрат, плановая себестоимость и делаются другие предварительные подсчеты. После формирования производственной программы выбирают способы распространения и продвижения произведенной продукции, формируют каналы реализации и организационно-экономические отношения с продавцами и посредниками. В процессе формирования ценовой политики разрабатывают тарифную сетку, систему скидок и поощрений для распространителей продукции, методы регулирования конечной цены товара. При этом производственная, сбытовая и ценовая политики нуждаются в содействии и поддержке при помощи маркетинговых коммуникаций посредством системного воздействия на покупателей с целью формирования у них потребности в данном товаре и его приобретении. Замыкается вышеописанная деятельность, опять, на маркетинговых исследованиях как главном механизме налаживания обратной связи с покупателями и повышения, таким образом, интерактивности

производства с целью оперативного реагирования на изменения требований рынка и запросов потребителей.

Третья группа факторов – «экономического взаимодействия с государством» – способствует успешному функционированию сельского хозяйства в силу специфических особенностей его отраслей, однако она не может иметь постоянную позитивную динамику за счет использования первых групп факторов внутреннего воздействия, поэтому требует государственного экономического регулирования.

В современном экономическом словаре Б.А. Райсберг и других авторов регулирование экономики определяется как воздействие на экономику со стороны органов управления с целью поддержания протекающих в ней процессов на определенном уровне или предотвращения, подавления неблагоприятных явлений.

Все применяемые меры по регулированию сельскохозяйственного производства на региональном уровне можно подразделить на две основные группы: экономические и административные методы.

К мерам стимулирования развития сельского хозяйства экономического характера относятся льготные кредитование и налогообложение, дотирование, компенсации, применение гарантированных закупочных цен, льготное страхование, финансирование научных исследований, консультирование, инспектирование, повышение плодородия почвы, развитие социальной и рыночной инфраструктуры и др.

К административным мерам относятся установление квот на производство и реализацию продукции, контроль за качеством продукции, антимонопольное регулирование цен, установление предельного уровня рентабельности перерабатывающей промышленности и торговой наценки, установление верхнего и нижнего предела цен, соотношения между стоимостью сельхозсырья и ценой конечной продукции, применение штрафных санкций, установление контроля за финансово-хозяйственной деятельностью предприятий и др.

Все перечисленные три группы факторов прямо или опосредованно влияют на величину показателей экономической эффективности молочного скотоводства, а значит и на всю систему животноводства в стране, поэтому необходимо установить зависимость и значимость каждого показателя, характеризующего систему. Выделяют следующие основные показатели экономической эффективности молочного скотоводства:

- объем производства валовой продукции, в том числе на 100 га сельскохозяйственных угодий;
- продуктивность животных – среднегодовой надой на 1 корову, среднесуточные и годовые приросты живой массы молодняка, скороспелость, живая и убойная масса откормленного скота;
- выход телят на 100 коров и нетелей;
- оплата корма или его расход на единицу продукции;
- производительность труда или трудоемкость производства продукции;
- себестоимость 1 ц продукции того или иного вида;
- прибыль, уровень рентабельности производства;
- срок окупаемости капитальных вложений [162].

Согласно вышеперечисленным показателям экономической эффективности скотоводства, Федеральная служба по статистике Саратовской области проводит сбор и анализ информации по следующим показателям: среднегодовому надою на 1 корову, выходу телят на 100 коров, расходу кормов на 1 корову в год, валовому производству молока, реализации молока, цене на молоко. Соответственно, исходя из имеющихся показателей экономической эффективности молочного скотоводства, можно составить уравнение регрессии, характеризующее эффективность молочного скотоводства в Саратовской области. Для этого воспользуемся компьютерным обеспечением и на основе Excel построим математическую модель по имеющимся у нас табличным данным.

Полученная нами математическая модель (7) даст возможность прогнозировать состояние моделируемого объекта и выбирать на этой основе

оптимальное управление объектом, в нашем случае управление молочным скотоводством по районам Саратовской области. Зная значения отдельных переменных и подставив их в уравнение регрессии, мы можем прогнозировать результат работы предприятий молочного скотоводства целого района Саратовской области. Для этих целей Excel содержит пакет анализа данных, в который входят: регрессионный анализ, корреляция, дисперсионный анализ и другие средства.

Регрессионный анализ позволяет получить функциональную зависимость между некоторой случайной величиной y и некоторыми влияющими на y величинами x . Такая зависимость получила название уравнения регрессии. В нашем случае уравнение регрессии будет иметь следующий вид:

$$y = m_1x_1 + m_2x_2 + \dots + m_kx_k + b. \quad (5)$$

Для оценки степени связи между величинами используется коэффициент множественной корреляции R Пирсона (корреляционное отношение), который может принимать значения от 0 до 1. $R = 0$, если между величинами нет никакой связи, и $R = 1$, если между величинами имеется функциональная (детерминированная) связь. В большинстве случаев R принимает промежуточные значения от 0 до 1. Величина R^2 называется коэффициентом детерминации.

Для оценки значимости R применяется F -критерий Фишера, вычисляемый по формуле

$$F = \frac{R^2}{(1 - R^2)} \cdot \frac{n - k}{k - 1}, \quad (6)$$

где n – размер выборки (количество экспериментов); k – число коэффициентов модели.

Если F превышает некоторое критическое значение для данных n и k и принятой доверительной вероятности, то величина R считается существенной.

Таким образом, значимость R определяется не только его величиной, но и соотношением между количеством экспериментов и количеством коэффициентов

(параметров) модели. Действительно, корреляционное отношение для $n = 2$ для простой линейной модели равно 1 (через 2 точки на плоскости можно всегда провести единственную прямую). Однако, если экспериментальные данные являются случайными величинами, доверять такому значению R следует с большой осторожностью. Обычно для получения значимого R и достоверной регрессии стремятся к тому, чтобы количество экспериментов существенно превышало количество коэффициентов модели ($n \gg k$).

Предположим, что имеются исходные данные по районам Саратовской области, характеризующие эффективность молочного скотоводства в 2011 г. Необходимо выявить зависимость нескольких переменных x , характеризующих эффективность молочного скотоводства, на результат y – реализацию молока по районам Саратовской области.

В данном случае мы можем использовать множественный регрессионный анализ для оценки реализации молока в заданном районе на основе следующих переменных:

y – реализация молока, тыс. руб.;

x_1 – расход кормов на 1 корову в год, к.ед.;

x_2 – поступление приплода молодняка скота на 100 маток, гол.;

x_3 – поголовье коров, гол.;

x_4 – производство молока в хозяйствах всех категорий, т;

x_5 – цена на молоко, тыс. руб./т.

Предполагается, что существует линейная зависимость между каждой независимой переменной (x_1, x_2, x_3, x_4, x_5) и зависимой переменной y . Исходные данные показаны в таблице 18. Проведем регрессионный и дисперсионный анализ данных.

Таблица 18 – Исходные данные для регрессионного анализа

| Район | y | x ₁ | x ₂ | x ₃ | x ₄ | x ₅ |
|-----------------------|--------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Балашовский | 19880 | 36,6 | 78 | 7841 | 32316 | 10,4 |
| Ртищевский | 5112 | 30,7 | 69 | 5168 | 23494 | 11,3 |
| Самойловский | 345 | 7,9 | 39 | 4682 | 21269 | 15,5 |
| Аткарский | 23342 | 27,9 | 85 | 3538 | 18795 | 13,8 |
| Екатериновский | 17860 | 29 | 105 | 5808 | 26905 | 12,8 |
| Калининский | 69592 | 38,5 | 101 | 5571 | 26330 | 15,0 |
| Петровский | 35984 | 34,9 | 54 | 6015 | 22889 | 13,4 |
| Базарно-Карабулакский | 2239 | 30,1 | 65 | 9613 | 48412 | 10,3 |
| Вольский | 7258 | 31,7 | 72 | 6345 | 24617 | 14,9 |
| Новобурасский | 69305 | 40,1 | 92 | 3104 | 14700 | 13,6 |
| Татищевский | 38547 | 42,1 | 91 | 3887 | 17044 | 17,1 |
| Лысогорский | 24116 | 35,9 | 83 | 3842 | 17295 | 14,2 |
| Красноармейский | 19431 | 19,1 | 62 | 4966 | 20816 | 14,0 |
| Балаковский | 2633 | 25,7 | 100 | 6129 | 24589 | 12,9 |
| Ивантеевский | 48365 | 42,0 | 65 | 5938 | 20056 | 13,2 |
| Марксовский | 508804 | 67,9 | 71 | 16066 | 72656 | 14,2 |
| Пугачевский | 40682 | 29,2 | 58 | 10891 | 38455 | 13,1 |
| Ершовский | 22374 | 37,9 | 59 | 10154 | 40222 | 13,7 |
| Краснокутский | 21208 | 29,8 | 45 | 9642 | 39709 | 13,5 |
| Краснопартизанский | 2822 | 39,8 | 54 | 4874 | 19312 | 12,8 |
| Федоровский | 19901 | 30,2 | 61 | 5866 | 24056 | 14,7 |
| Энгельсский | 13633 | 26,1 | 40 | 7217 | 31543 | 9,8 |
| Дергачевский | 4127 | 47,3 | 41 | 13104 | 54496 | 10,2 |
| Новоузенский | 8043 | 32,7 | 50 | 19244 | 54383 | 13,7 |
| Перелюбский | 466 | 56,9 | 56 | 9900 | 31046 | 11,1 |

После обработки исходных данных с использованием пакета приложений для регрессионного анализа в Excel, получим результаты расчетов, сведенные в три таблицы. Вывод итогов регрессионного анализа представлен на рисунке 23.

| Регрессионная статистика | | | | | | | | |
|--------------------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------|---------------------|--------------------|---------------------|----------------------|
| Множественный R | 0,852874988 | | | | | | | |
| R-квадрат | 0,727395746 | | | | | | | |
| Нормированный R-квадрат | 0,655657784 | | | | | | | |
| Стандартная ошибка | 58327,68105 | | | | | | | |
| Наблюдения | 25 | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| Дисперсионный анализ | | | F критическое = | 0,21892279 | | | | |
| | <i>df</i> | <i>SS</i> | <i>MS</i> | <i>F</i> | <i>Значимость F</i> | | | |
| Регрессия | 5 | 1,72481E+11 | 34496191087 | 10,13962105 | 7,52322E-05 | | | |
| Остаток | 19 | 64640249147 | 3402118376 | | | | | |
| Итого | 24 | 2,37121E+11 | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | <i>Коэффициенты</i> | <i>Стандартная ошибка</i> | <i>t-статистика</i> | <i>P-Значение</i> | <i>Нижние 95%</i> | <i>Верхние 95%</i> | <i>Нижние 95,0%</i> | <i>Верхние 95,0%</i> |
| Y-пересечение | -499547,0461 | 108583,0373 | -4,600599308 | 0,000195199 | -726813,9545 | -272280,14 | -726813,955 | -272280,1377 |
| Переменная X 1 | 3611,069293 | 1202,99363 | 3,001736006 | 0,007333480 | 1093,174694 | 6128,9639 | 1093,17469 | 6128,963892 |
| Переменная X 2 | 175,1649379 | 730,2021081 | 0,239885555 | 0,812987983 | -1353,165636 | 1703,4955 | -1353,16564 | 1703,495511 |
| Переменная X 3 | -22,71780057 | 8,312762657 | -2,732882137 | 0,013216067 | -40,11661274 | -5,3189884 | -40,1166127 | -5,318988413 |
| Переменная X 4 | 9,280895877 | 2,304372431 | 4,027515585 | 0,000719518 | 4,45778896 | 14,104003 | 4,45778896 | 14,10400279 |
| Переменная X 5 | 22,09363131 | 7,125279734 | 3,100738797 | 0,005885421 | 7,180249466 | 37,007013 | 7,18024947 | 37,00701316 |

Рисунок 23 – Вывод итогов регрессионного и дисперсионного анализа

В итоге мы получили следующую математическую модель:

$$y = 3611,07x_1 + 175,16x_2 - 22,72x_3 + 9,20x_4 + 22,09x_5 - 499547,04. \quad (7)$$

В результате мы можем просчитать и тем самым спрогнозировать ожидаемый объем реализации молока в конкретном районе, зная отдельные показатели эффективности молочного скотоводства в нем.

В полученном выше регрессионном анализе наиболее важными результатами являются:

- коэффициенты при переменных и Y-пересечение, являющиеся искомыми параметрами модели;

- множественный R, характеризующий точность модели для имеющихся исходных данных;

В наших расчетах коэффициент детерминации R^2 показывает силу связи факторов x и результата y , он вычислен и равен 0,72. Числовое значение этого коэффициента интерпретируется по шкале Чеддока (таблица 19).

Таблица 19 – Шкала Чеддока

| Количественная мера тесноты связи | Качественная характеристика связи |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 0,1–0,3 | Слабая |
| 0,3–0,5 | Умеренная |
| 0,5–0,7 | Заметная |
| 0,7–0,9 | Высокая |
| 0,9–0,99 | Весьма высокая |

Из данных, приведенных в таблице 19, видно, что коэффициент детерминации, равный 0,72, свидетельствует о высокой корреляционной связи и о точности нашей модели:

- *F*-критерий Фишера, равный 10,14 в рассмотренном примере значительно превосходит критическое значение, равное 0,22;

- *t*-статистика – величины, характеризующие степень значимости отдельных коэффициентов модели.

На *t*-статистике следует остановиться особо. Очень часто при построении регрессионной модели неизвестно, влияет тот или иной фактор *x* на *y*. Включение в модель (7) факторов, которые не влияют на выходную величину, ухудшает качество модели. Вычисление *t*-статистики помогает обнаружить такие факторы. Приближенную оценку можно сделать так: если при $n \gg k$ величина *t*-статистики по абсолютному значению больше трех, соответствующий коэффициент следует считать значимым, а фактор включить в модель, иначе – исключить из модели (7). В нашем случае из модели (7) можно исключить только лишь переменную x_2 (для нее значение *t*-статистика для нее равно 0,24). Однако, так как данная переменная является важнейшим показателем экономической эффективности молочного скотоводства и ее влияние невелико в исследуемом году, мы считаем необходимым ее учитывать и оставить уравнение регрессии (7) неизменным.

Общеизвестно, что на валовое производство молока прямо влияет поголовье коров. Чем больше поголовье коров в хозяйстве, тем больше валовое производство молока на предприятии. Поэтому, используя методы регрессионного анализа и исходные данные таблицы 18, установим величину влияния переменной x – поголовья скота, гол.; на y – производство молока в районе, т, а полученные уравнения регрессии с соответствующим им коэффициентами детерминации сведем в таблицу 20.

Таблица 20 – Трендовые модели производства молока в 2011 г.

| Наименование функции | Уравнение регрессии | Коэффициент детерминации R^2 |
|----------------------|---|--------------------------------|
| Линейная | $y(x) = 3,31x + 5505,82$ | 0,86 |
| Квадратичная | $y(x) = -1,03 \cdot 10^{-4}x^2 + 5,45x - 3145,27$ | 0,88 |
| Степенная | $y(x) = 16,89x^{0,84}$ | 0,91 |
| Показательная | $y(x) = 13619,14 \cdot 1,0000953^x$ | 0,85 |

Из данных по коэффициенту детерминации, приведенных в таблице 20, можно сделать вывод, что наиболее точной является степенная функция вида

$$y(x) = 16,89x^{0,84}. \quad (8)$$

Поскольку надой молока является одним из главных основных показателей эффективности молочного скотоводства, нами была построена модель валового надоя молока в Саратовской области за 2007–2011 гг. Исходными данными послужили показатели, сведенные в таблицу 21. Результаты регрессионного и дисперсионного анализа представлены в таблице 22.

В наших расчетах коэффициент детерминации R^2 равен 0,98, что свидетельствует о высокой корреляционной связи и свидетельствует о точности

нашей модели; при этом рассчитанное значение критерия Фишера превосходит критическое значение, а значит, нулевая гипотеза о несущественности уравнения отвергается.

Таблица 21 – Исходные данные для расчета модели
валового надоя молока в Саратовской области в 2007–2011 гг.

| Год | Валовой надой молока, тыс. т | Надой молока от 1 коровы, кг | Поголовье коров, тыс. гол. | Расход кормов, ц к. ед. на 1 корову |
|------|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--|
| | y | x_1 | x_2 | x_3 |
| 2007 | 914,3 | 4193 | 217,3 | 42,2 |
| 2008 | 928,1 | 4808 | 227,0 | 31,3 |
| 2009 | 978,1 | 4275 | 238,2 | 40,9 |
| 2010 | 998,8 | 4000 | 248,2 | 39,6 |
| 2011 | 1015,7 | 4602 | 252,8 | 40,5 |

Таблица 22 – Вывод итогов регрессионного и дисперсионного анализа

| Уравнение регрессии | Стандартная ошибка | Коэффициент детерминации R^2 |
|--|-----------------------|--------------------------------------|
| $y = 0,004x_1 + 2,887x_2 + 1,655x_3 + 202,318$ | 4,45 | 0,98 |

В результате, мы можем рассчитать, и тем самым спрогнозировать, ожидаемый объем производства молока в Саратовской области в 2014-2016 гг. (таблица 23). Из модели в таблице 22 видно, что наибольшее значение на валовое производство молока оказывает общее поголовье скота, которое продолжает снижаться в Саратовской области, что неизбежно приводит к снижению

производства молока даже при высоких надоях от одной коровы и рационального расхода кормов. Так, при увеличении поголовья коров на 1 тысячу голов произойдет прирост производства молока на 2887 т. Поэтому увеличение поголовья коров – это одна из самых важных задач молочного скотоводства Саратовской области и России в целом.

Таблица 23 – Прогнозируемые объемы производства молока в Саратовской области в 2014-2016 гг.

| Год | Поголовье, тыс. гол. | Производство молока, тыс. т |
|------|----------------------|--------------------------------|
| 2014 | 220 | 920 |
| 2015 | 210 | 892 |
| 2016 | 202 | 868 |

3.2. Развитие интеграционных экономических отношений между сельхозтоваропроизводителями молока

Агропромышленная интеграция – это сложный, многосторонний процесс технологического, экономического и организационного соединения взаимосвязанных этапов производства, хранения, переработки и доведения до потребителя продуктов питания и предметов потребления из сельскохозяйственного сырья. Агропромышленная интеграция может быть горизонтальной, когда объединяются предприятия только одной отрасли и достигается углубление специализации отдельных звеньев единого технологического процесса, и вертикальной, когда объединяются предприятия разных отраслей промышленности, сельского хозяйства, торговли, сбыта, вспомогательных производств для достижения единства и завершенности технологического процесса по производству готового конечного продукта, комплексного использования производственных ресурсов, снижения издержек по производству и доведению до потребителя конечного продукта [2].

Простейшая форма трансформации межотраслевых связей в интеграционное объединение предполагает договорные отношения, однако она не всегда благоприятна для функционирования объединений. Практика показывает, что передовые хозяйства, соблюдающие все требования договора между интеграторами, способствует их эффективному развитию. Однако некоторые инвесторы выстраивают взаимоотношения с сельскохозяйственными предприятиями на неэквивалентной основе, присваивая большую часть произведенной ими продукции.

Существуют интегрированные структуры, объединяющие средства только для создания общего управляющего или координирующего органа и ведущие свою деятельность на основе долгосрочных или краткосрочных договоров. В такой модели все участники межотраслевого объединения имеют статус юридического лица, а их экономическая свобода ограничивается только рамками

договорных обязательств. К таким формированиям относятся союзы и ассоциации. Последние являются более сложной формой, в которой на средства ее участников создается обособленный орган управления, состоящий из общего собрания учредителей, совета директоров, правомочного решать все основополагающие вопросы, и исполнительного органа для оперативного руководства. Регулирование совместной деятельности вошедших в ассоциацию институциональных единиц предполагает согласование их интересов, определение сырьевых зон, установление объемов и сроков поставок сельскохозяйственного сырья на переработку и др. [63].

В настоящее время все интегрированные формирования по различным критериям можно объединить в несколько групп:

1. Формирования, основанные на объединении частной собственности (капитала) юридических и физических лиц. При их создании партнеры агропромышленной интегрированной структуры утрачивают свою экономическую независимость только по отношению к той части капитала, которая передается ими в коллективную собственность. Такие формирования создаются обычно в форме акционерных обществ, основной задачей которых является межотраслевое производство. Как правило, в такой модели один из партнеров является интегратором, функционирующим как юридическое лицо, на его баланс передаются паи, акции и доли остальных субъектов формирования.

2. Интегрированные формирования, образованные в результате полного слияния собственности партнеров приводят к потере юридической и экономической самостоятельности всех участников таких объединений. Они становятся структурными подразделениями организационно-хозяйственной системы. При данной модели возможны два варианта развития. Это создание нового межотраслевого предприятия (любой организационно-правовой формы) с оформлением юридического лица и преобразование в межотраслевое предприятия организации одного из партнеров, зарегистрированного как самостоятельное

юридическое лицо, технологически и экономически связанное с агропромышленным производством.

3. Формирования, создаваемые на основе институциональной единицы при использовании исключительно ее собственности позволяют расширить сферу производственной деятельности хозяйствующего субъекта за счет подключения к нему одного или нескольких звеньев агропромышленного производства в форме внутрихозяйственных подразделений и его дальнейшей диверсификации. Такие формирования могут создаваться на базе сельскохозяйственных, перерабатывающих сервисных предприятий.

4. Ассоциация как форма партнерства может включать в себя сельскохозяйственные, перерабатывающие, обслуживающие и сбытовые предприятия и организации других сфер деятельности. Отношения между участниками строятся на коммерческой основе для аккумуляции средств в целях повышения эффективности производства (Молочный союз России).

5. Отраслевой союз на базе продуктовых подкомплексов предполагает взаимную экономическую заинтересованность производителей и переработчиков сельскохозяйственной продукции, координацию деятельности всех участников интегрированной структуры и распределение конечных результатов по принципу – одинаковые доходы на равновеликие затраты труда и капитала. Отношения участников союза строятся на договорной основе, обеспечивающей оптимальные условия в продвижении продукции от производителей к потребителям и их максимальную заинтересованность в данном процессе. Кредитование и контроль за этим процессом может осуществляться банком, входящим в состав интегрированного формирования. Такие отраслевые союзы регистрируются как закрытые или открытые акционерные общества, сохраняющие все права и обязанности юридического лица. При этом их организация может осуществляться двумя путями: объединением акций сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий или передачей контрольного пакета акций сельскохозяйственным товаропроизводителям или переработчикам. Однако создание вертикально

интегрированной системы, объединяющей производство, переработку и реализацию сельскохозяйственной продукции, может сопровождаться учреждением новой институциональной единицы, организационно обособленной от ее создателей. При этом уставный фонд такого акционерного общества будет складываться из средств каждого из контрагентов.

6. Интегрированные агропромышленные формирования на базе полного слияния собственности (агрофирмы) образуются их участниками с целью избежать ценового давления на хозяйства со стороны перерабатывающих предприятий, торговли и коммерческих посредников. Они позволяют более свободно оперировать трудовыми, материально-техническими и финансовыми ресурсами, упрощать согласование интересов отдельных партнеров. Предприятия и организации, входящие в состав агрофирмы, теряют статус юридического лица и экономическую самостоятельность и становятся хозяйственными подразделениями новой (зарегистрированной) юридической структуры. При этом они могут иметь собственный баланс и текущие счета в расчетном центре агрофирмы, а также заключать договоры между собой.

Финансовые агропромышленные группы (ФАПГ) являются сложными интегрированными формированиями, создаваемыми на основе частичного или полного объединения капитала предприятий и организаций, взаимосвязанных технологически и экономически. Развитие межотраслевых связей в ФАПГ обеспечивает объединение, как сельскохозяйственных предприятий, так и предприятий других отраслей: сбытовых организаций, банков или кредитных учреждений. Центральная компания финансово-промышленной группы выступает юридическим лицом, учрежденным участниками, или являющаяся одним из них, уполномоченным по договору вести дела объединения и распоряжаться денежными и товарными кредитами. ФАПГ могут быть организованы как на кооперативной (доходы распределяются пропорционально доле ресурсов: финансовых, материально-технических активов и трудовых), так и

на акционерной основе (капитал формируется из суммы внесенных акций, а доход используется на расширение производства) [63].

ФАПГ обычно регистрируется в форме акционерного общества открытого типа и формируется путем добровольного объединения производственных и финансовых структур. При этом банки скупают контрольный пакет акций финансово неустойчивых перерабатывающих предприятий. Основная задача таких формирований – привлечение инвестиций для развития агропромышленного производства, так как крупные и стабильные производственные единицы являются более привлекательным объектом для потенциальных инвесторов.

Одним из резервов повышения экономической эффективности предприятий молочного скотоводства может стать открытие миницеха по производству молочной продукции на базе одной из форм интегрированных формирований. Открытие такого миницеха позволит заложить в цену продукта необходимую для расширенного производства молока норму прибыли. В настоящее время в условиях монополизации рынка и диктатуры закупочной цены на молоко компаниями-гигантами, такими как «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания», Campina, Ehrmann, Danone, выходом из сложившейся ситуации может стать бизнес по производству и переработке молока. Например, так называемый минимолокозавод, способный выпускать качественную молочную продукцию только из свежего цельного молока.

Положительной стороной этой идеи является то, что данная продукция будет пользоваться спросом из-за высокого качества при достаточно низкой стоимости, так как минимолокозавод использует сырье местных молочных ферм, т.е. продукция не будет подвергаться длительным транспортировкам.

Идея малого бизнеса по открытию минимолокозавода не требует приобретения больших земельных участков или сооружений. Можно воспользоваться предложением приобретения готового модульного минимолокозавода. Сейчас многие российские фирмы поставляют для таких

предприятий передвижное оборудование. Все, что необходимо сделать для реализации идеи – это доставить его в нужное место, а затем подключить.

Бизнес-идея будет приносить значительную прибыль только в случае широкого ассортимента предлагаемой продукции, например, молоко различной жирности, творог, кефир и ряженка, творожные смеси.

Малый бизнес с открытием минимолокозавода имеет возможность расширения путем приобретения все новых и новых модулей по переработке молока. При открытии минимолокозавода в небольшом городе высока вероятность того, что свое дело быстро превратится в доходный бизнес, так как у предпринимателя, скорее всего, не будет конкурентов.

Стоимость минимолокозавода составляет 1–7 млн руб. в зависимости от ассортимента выпускаемой продукции. Также для минимолокозавода необходимо будет нанять 3–6 человек.

Открытие бизнеса в небольшом городе по изготовлению готовой продукции на минимолокозаводе может полностью обеспечить потребность населения в молочных продуктах, принести производителю молока стабильно высокую прибыль при минимальных транспортных и маркетинговых издержках.

Примером таких минимолокозаводов может стать молочный комплекс КОЛАКС, который в кратчайшие сроки вернет вложенные средства (время окупаемости от 3 до 10 месяцев) и поможет получать стабильную прибыль (таблица 24) [75].

Таблица 24 – Расчет окупаемости молочного цеха КОЛАКС-3002*

| Технико-экономические показатели | |
|--|---|
| Ассортимент и количество продукции, получаемой за 1 сут. | - молоко пастеризованное, фасованное в полиэтиленовые пакеты; - сметана, фасованная в пластиковые стаканчики |
| Объем перерабатываемого молока | 3 000 кг/сут. |
| Количество обслуживающего персонала | 6 чел. |
| Энергопотребление цеха в сутки | 299 кВт·ч |
| Стоимость электроэнергии | |
| 3 руб./кВт·ч · 299 кВт·ч · 0,5 = 449 руб. | 449 руб./сут. |
| Продолжительность месяца | 30 сут. |
| Зарплата одного работника | 500 руб./сут. |
| Стоимость расходных материалов: | 2 707 руб./сут. |
| Стоимость цеха с учетом НДС | 5 195 000 руб. |
| Стоимость монтажных работ | 519 500 руб. |
| Себестоимость молока | 8 руб./кг |
| Цена реализации готовых продуктов: | |
| молоко; | 25 руб./кг |
| сметана | 65 руб./кг |
| Расчет эффективности производства: Расчет затрат на 1 сутки: - стоимость молока – 3 000 кг · 8 руб./кг = 24 000 руб. - стоимость электроэнергии: 449 руб. - зарплата работающих: 6 · 500 руб. = = 3 000 руб. - стоимость расходных материалов 2 707 руб. | Расчет дохода на 1 сут.: стоимость реализации готовой продукции - молоко: 2 910 кг · 25 руб./кг = 72 750 руб. - сметана: 90 кг · 65 руб./кг = 5 850 руб. |
| Всего 30 156 руб. | Всего 78 600 руб. |
| Расчет прибыли (за месяц): (78 600–30 156) · 30 = 1 453 320 руб. | |
| Расчет времени окупаемости: (5 195 000 + 519 500) : 1 453 320 ≈ 3,9 месяца | |

*Средние цены на март 2010 г.

Таким образом, можно констатировать, что, во-первых, время окупаемости цеха составляет 3,9 мес.; во-вторых, производство молочных продуктов на базе цеха КОЛАКС-3002 рентабельно; в-третьих, владелец цеха имеет все

возможности для оптимизации производства за счет минимизации затрат и организации сбыта.

1. Рассчитаем окупаемость молочного цеха на 1000 кг перерабатываемого молока с учетом текущих цен на молоко и сметану, цен на электричество и оплату труда.

Исходные данные:

| | |
|---------------------------------------|-----------------|
| объем перерабатываемого молока: | 1000 кг; |
| стоимость затраченной электроэнергии: | 4,8 руб./кВт·ч; |
| заработная плата одного сотрудника: | 500 руб./сут.; |
| цена закупки молока: | 10 руб./кг; |
| стоимость реализации молока: | 24 руб./кг; |
| стоимость реализации сметаны: | 65 руб./кг. |

Выход продукции:

| | |
|----------|---------|
| молоко: | 970 кг; |
| сметана: | 30 кг. |

Эффективность производства:

затраты за одни 1 сут.:

| | |
|---------------------------------------|-------------------|
| стоимость закупленного молока: | 10000 руб.; |
| стоимость затраченной электроэнергии: | 1168 руб.; |
| количество обслуживающего персонала: | 4 чел.; |
| зарплата работников: | 2000 руб.; |
| стоимость расходных материалов: | 2146 руб. |
| Всего: | 15314 руб. |

Доход за 1 сут.:

выручка от реализации готовой продукции:

| | |
|---------------|-------------------|
| молоко: | 23280 руб.; |
| сметана: | 1950 руб. |
| Всего: | 25230 руб. |

Выручка за месяц: **297480 руб.**

Время окупаемости: 10,08 мес.

2. Рассчитаем окупаемость молочного цеха на 3000 кг перерабатываемого молока.

Исходные данные:

| | |
|---------------------------------------|-----------------|
| объем перерабатываемого молока: | 3000 кг; |
| стоимость затраченной электроэнергии: | 4,8 руб./кВт·ч; |
| заработная плата одного сотрудника: | 500 руб./сут.; |
| цена закупки молока: | 10 руб./кг; |
| стоимость реализации молока: | 24 руб./кг; |
| стоимость реализации сметаны: | 65 руб./кг. |

Выход продукции:

| | |
|----------|----------|
| молоко: | 2910 кг; |
| сметана: | 90 кг. |

Эффективность производства:

затраты за 1 сут.:

| | |
|---------------------------------------|-------------|
| стоимость закупленного молока: | 30000 руб.; |
| стоимость затраченной электроэнергии: | 1196 руб.; |
| количество обслуживающего персонала: | 6 чел. |
| зарплата работников: | 3000 руб.; |
| стоимость расходных материалов: | 4942 руб. |

Всего: **39138 руб.**

Доход за 1 сут.:

выручка от реализации готовой продукции:

молоко: 69840 руб.;

сметана: 5850 руб.

Всего: **75690 руб.**

Выручка за месяц: **1096560 руб.**

Время окупаемости: 4,36 мес.

3. Рассчитаем окупаемость молочного цеха на 5000 кг перерабатываемого молока [20].

Исходные данные:

объем перерабатываемого молока: 5000 кг;

стоимость затраченной электроэнергии: 4,8 руб./кВт·ч;

заработная плата одного сотрудника: 500 руб./сут.;

цена закупки молока: 10 руб./кг;

стоимость реализации молока: 24 руб./кг;

стоимость реализации сметаны: 65 руб./кг;

Выход продукции:

молоко: 4851 кг;

сметана: 149 кг.

Эффективность производства:

затраты за 1сут.:

стоимость закупленного молока: 50000 руб.;

| | |
|---------------------------------------|-------------------|
| стоимость затраченной электроэнергии: | 1668 руб.; |
| количество обслуживающего персонала: | 6 чел.; |
| зарплата работников: | 3000 руб.; |
| стоимость расходных материалов: | 7437 руб. |
| Всего: | 62105 руб. |

Доход за 1сут.:

выручка от реализации готовой продукции:

| | |
|---------------|--------------------|
| молоко: | 116424 руб.; |
| сметана: | 9685 руб.; |
| Всего: | 126109 руб. |

Выручка за месяц: **1920120 руб.**

Время окупаемости: 3,35 мес.

4. Рассчитаем окупаемость молочного цеха на 10000 кг перерабатываемого молока.

Исходные данные:

| | |
|---------------------------------------|-----------------|
| объем перерабатываемого молока: | 10000 кг; |
| стоимость затраченной электроэнергии: | 4,8 руб./кВт·ч; |
| заработная плата одного сотрудника: | 500 руб./сут.; |
| цена закупки молока: | 10 руб./кг; |
| стоимость реализации молока: | 24 руб./кг; |
| стоимость реализации сметаны: | 65 руб./кг. |

Выход продукции:

| | |
|----------|----------|
| молоко: | 9702 кг; |
| сметана: | 298 кг. |

Эффективность производства:

затраты за 1 сут.:

| | |
|---------------------------------------|--------------------|
| стоимость закупленного молока: | 100000 руб.; |
| стоимость затраченной электроэнергии: | 3048 руб.; |
| количество обслуживающего персонала: | 8 чел.; |
| зарплата работников: | 4000 руб.; |
| стоимость расходных материалов: | 14324 руб.; |
| Всего: | 121372 руб. |

Доход за 1сут.:

выручка от реализации готовой продукции:

| | |
|---------------|--------------------|
| молоко: | 232848 руб.; |
| сметана: | 19370 руб. |
| Всего: | 252218 руб. |

Выручка за месяц: **3925380 руб.**

Время окупаемости: 3,06 мес.

5. Рассчитаем окупаемость молочного цеха на 20000 кг перерабатываемого молока.

Исходные данные:

| | |
|---------------------------------------|-----------------|
| объем перерабатываемого молока: | 20000 кг; |
| стоимость затраченной электроэнергии: | 4,8 руб./кВт·ч; |
| заработная плата одного сотрудника: | 500 руб./сут.; |
| цена закупки молока: | 10 руб./кг; |
| стоимость реализации молока: | 24 руб./кг; |
| стоимость реализации сметаны: | 65 руб./кг. |

Выход продукции:

молоко: 19404 кг;

сметана: 596 кг.

Эффективность производства:

затраты за 1сут.:

стоимость закупленного молока: 200000 руб.;

стоимость затраченной электроэнергии: 5096 руб.;

количество обслуживающего персонала: 8 чел.;

зарплата работников: 4000 руб.;

стоимость расходных материалов: 26555 руб.

Всего: 235651 руб.

Доход за одни сутки:

выручка от реализации готовой продукции:

молоко: 465696 руб.;

сметана: 38740 руб.

Всего: 504436 руб.

Выручка за месяц: **8063550 руб.**

Время окупаемости: 2,17 мес.

Таким образом, можно констатировать, что, во-первых, время окупаемости цеха составляет от 10 до 2 мес. в зависимости от объемов перерабатываемого молока и с ростом объемов перерабатываемого молока уменьшается срок окупаемости капитальных вложений (таблица 25), во-вторых, производство молочных продуктов на базе цеха КОЛАКС-3002 рентабельно, в-третьих, владелец цеха имеет все возможности для оптимизации производства за счет минимизации затрат и организации сбыта.

Таблица 25 – Срок окупаемости молочного цеха в зависимости от объема перерабатываемого молока

| Объем перерабатываемого молока, кг/сут. | Срок окупаемости, мес. |
|---|------------------------|
| 1000 | 10,08 |
| 3000 | 4,36 |
| 5000 | 3,35 |
| 10000 | 3,06 |
| 20000 | 2,17 |

В настоящее время на территории Саратовской области выделяют два крупных молочных заводов и 2 крупных торговых дома (таблица 26, рисунок 24), объединение которых в группы компаний помогает реализовывать произведенную продукцию. Успех этих компаний может послужить примером для организации бизнеса в отдельном регионе, цель которого – удовлетворение потребности в молочной продукции у населения посредством использования минимолокозаводов и реализации продукции в торговых сетях магазинов или же фирменных молочных лавках.

Таблица 26 – Крупные молокозаводы и торговые дома Саратовской области по производству и продаже пакетного молока

| Крупные перерабатывающие предприятия Саратовской области | Крупные фирмы-посредники между молочными заводами и розничными сетями |
|--|---|
| ОАО «Молочный комбинат Энгельский» | ООО «Поволжский торговый Дом» |
| ООО «Комбинат Детского питания» | ООО «АгроМолТорг» |



Рисунок 24 – Производство, переработка и реализация молока и молочной продукции в Саратовской области

На сегодняшний день становится все более актуальным вопрос, связанный с недостатком или полным отсутствием рыночных, кооперативных взаимосвязей между предприятиями, осуществляющими производство, переработку и реализацию молочной продукции. В связи с этим происходит и общий упадок молочной отрасли в целом. Таким образом, возникла острая необходимость в том, чтобы наладить кооперационные связи между молочными заводами, торговыми домами и розничными сетями. Удачным примером такого взаимовыгодного сотрудничества, действующего на данный момент, служит Группа компаний «Белая Долина», продукция которой нередко выставляется на специализированных региональных, всероссийских и международных выставках. Удачное функционирование каждого звена группы компаний направлено в конечном итоге на поддержание фундамента молочной отрасли, а именно на производителя и переработчика (рисунок 25).

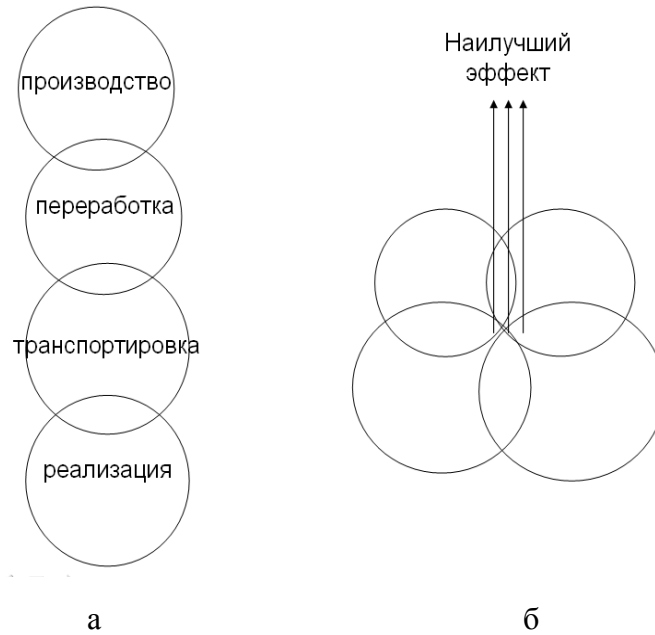


Рисунок 25 – Принципиальная схема: а – движение товара в независимых друг от друга и необъединенных предприятиях; б – движение товара, в котором часть прибыли от реализации возвращается на первое звено, осуществляется взаимосвязь всех предприятий, достигается синергетический эффект

ГК «Белая Долина» — одно из крупнейших в пищевой промышленности Саратовской области объединений с ограниченным производственно-сбытовым циклом от закупки сырья до производства и реализации готового продукта. В состав группы входят ряд перерабатывающих, распределяющих, транспортирующих и реализующих молочную продукцию предприятий, крупнейшие из которых – ОАО «Молочный комбинат Энгельсский», ООО «Поволжский торговый дом», транспортная компания ООО «Алекс», фирменная розничная сеть «Белая Долина» (рисунок 26). Общая численность сотрудников предприятий насчитывает порядка 2000 человек [21].

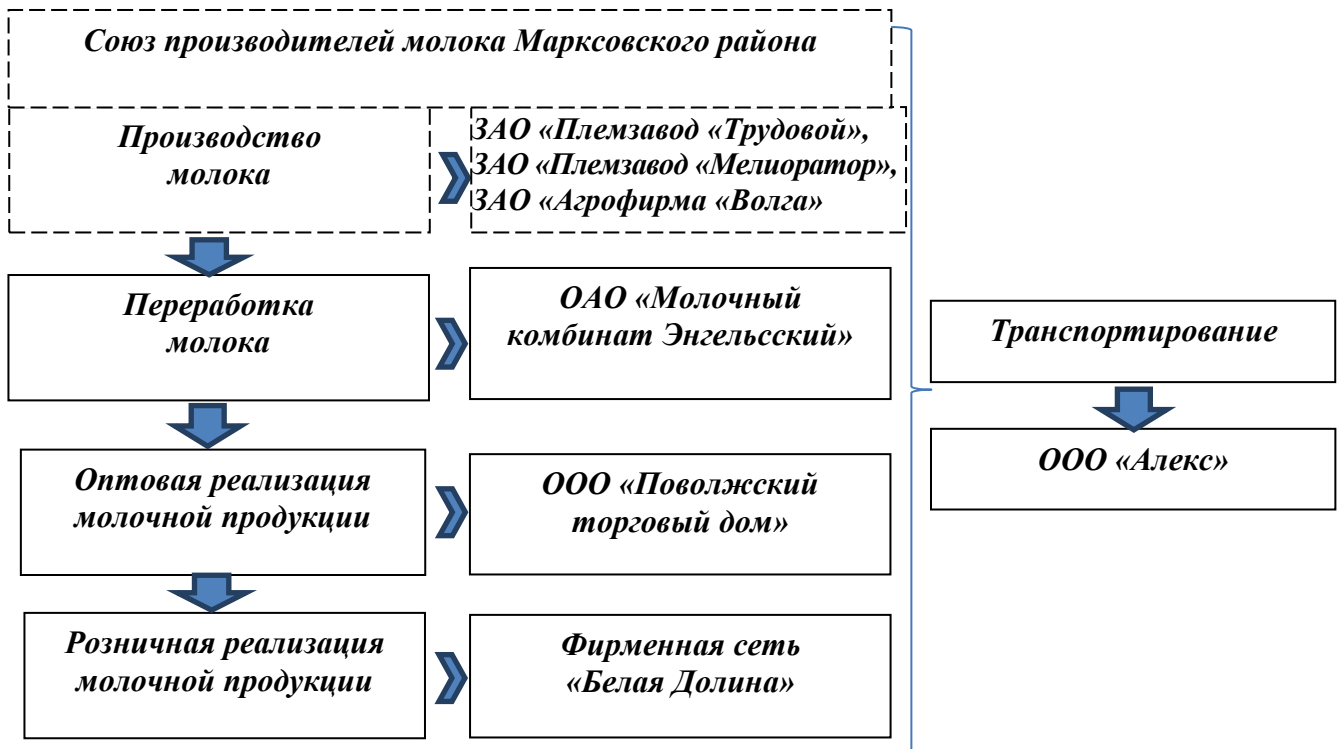


Рисунок 26 – Предлагаемая схема трансформации ограниченного производственно-сбытового цикла в полный цикл обслуживания в ГК «Белая Долина»

«Молочный Комбинат Энгельсский» был основан в 1977 г., и на сегодняшний день является лидером молочной промышленности области. Для производства используется только местное сырье из Энгельсского, Советского, Ершовского, Аткарского, Калининского, Лысогорского, Ровенского районов области и Ставропольского района Волгоградской области. Таким образом, комбинат круглый год обеспечен натуральным высококачественным молоком.

Контроль качества осуществляет аккредитованная лаборатория ОАО «Молочный комбинат Энгельсский». Технологическое оснащение предприятия находится на высочайшем уровне. Предприятие инвестирует средства в основной капитал: в 2008 г. – 4492 тыс. руб., в 2009 г. – 6000 тыс. руб.

Однако имелась и кредитная задолженность в 2008 г. – 23 310 тыс. руб., в 2009 г. – 10 000 тыс. руб., которая уменьшилась по сравнению с 2008 г. в 2,3 раза [19].

В 2010 г. состоялось открытие нового цеха по производству ультрапастеризованной продукции по технологии «Тетра-Пак». Ассортимент насчитывает порядка 100 наименований. Вся продукция выпускается под тремя торговыми марками – «Белая Долина», «Молочное изобилие» и «Молоко из села Долголетово».

ООО «Поволжский торговый дом», осуществляющий продажу брендовых марок, ежегодно показывает стабильный рост объемов продаж и положительную динамику финансовых показателей. За последние два года был значительно расширен рынок сбыта и на сегодняшний день сбытовая сеть торгового дома охватывает не только большую часть Приволжского федерального округа, но и выходит далеко за его пределы. Продажи осуществляются через собственную сеть торговых и региональных представителей, а также ведется работа с независимыми дистрибуторами (рисунок 27).

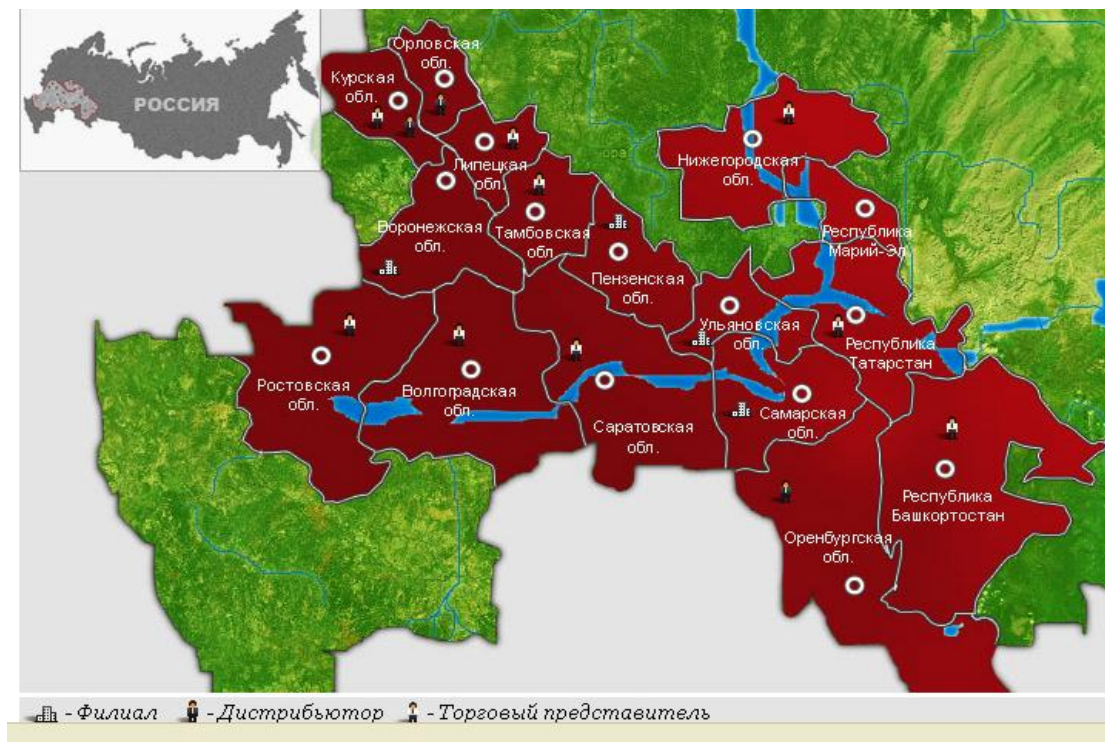


Рисунок 27 – География сбытовой деятельности Торгового дома

В 2012 г. общее количество активных клиентов превысило 6 000.

За несколько лет эффективной работы были налажены партнерские отношения с крупнейшими международными и российскими торговыми сетями, в числе которых «Метро Cash&Carry», «Реал», «Лента», «Перекресток», «Карусель», «Магнит», «Пятерочка», «Spar» и др. [21]. Таким образом, налажены стабильные поставки молочных продуктов и заложена определенная норма прибыли.

Цены, по которым осуществлялась реализация продукции ООО «Поволжский Торговый Дом», указаны в таблице 27, подсчитана средняя торговая наценка и конечная отпускная цена на некоторые наиболее популярные молочные продукты в магазинах города (рисунок 28).

Таблица 27 – Товарная наценка на некоторые молочные продукты, руб. [23]

| Наименование молочного продукта | Цена у фирмы посредника (ООО «Поволжский Торговый Дом») | Конечная розничная цена | Торговая наценка, % |
|---------------------------------|---|-------------------------|---------------------|
| Кефир 2,5 % плен 0,5 кг | 22,0 | 25,0 | 13,6 |
| Ряженка 2,5 % плен 0,5 кг | 20,0 | 23,0 | 15,0 |
| Снежок 2,5 % плен 0,5 кг | 22,0 | 25,0 | 13,6 |
| Кефир 2,5 % п/п 0,5 кг | 21,5 | 25,0 | 16,3 |
| Ряженка 2,5 % п/п 0,5 кг | 23,5 | 27,0 | 14,9 |
| Снежок 2,5 % п/п 0,5 кг | 23,5 | 27,0 | 14,9 |
| Молоко 2,5 % плен 900 г | 23,5 | 26,0 | 10,6 |

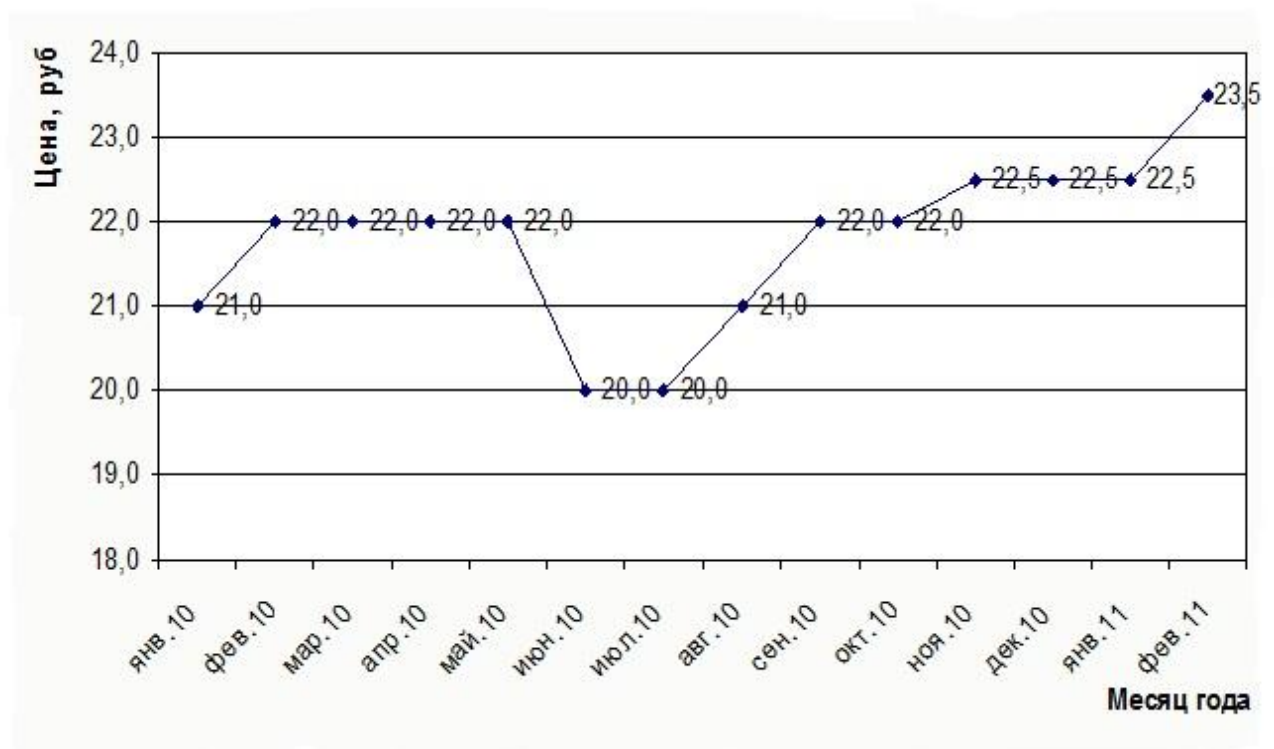


Рисунок 28 – Динамика изменения цены на молоко в течение года на предприятии ООО «Поволжский Торговый Дом»[23]

С июня 2009 г. «Белая Долина» только в городах Энгельсе, Саратове и Марксе открыла более 40 киосков, оформленных в фирменном стиле. В ближайшее время ГК «Белая Долина» планирует открыть фирменные киоски в городах Балаково и Красноармейске.

Таким образом, можно констатировать, что предприятия молочной отрасли сообща работают высокоэффективно, поддерживая тем самым наиболее важные первые два звена цикла воспроизводства – производство и переработку молока.

При этом крайне важно, что вся ГК «Белая Долина» осознает важность и необходимость покупки нового оборудования на молочный завод, централизованных договорных закупок сырья от проверенных производителей, контроля качества молока, транспортной логистики, грамотной реализации товара в фирменных сетях, а также рационального распределения прибыли по всей цепи движения товара.

Другим примером успешного производителя и реализации востребованного товара является объединение предприятий ЗАО «АгроМолТорг» и ООО «Комбинат Детского Питания». ООО «Комбинат Детского Питания» осуществляет переработку молока и производит продукцию детского питания под торговым брендом «Крепыш», «Вкусный день».

Исключительная особенность продуктов «Крепыш» заключается в использовании только высококачественного натурального молока. Особые условия содержания, кормления и ухода за коровами на животноводческих фермах позволили гарантировать устойчивые надои и высокое качество сырья круглый год. Специальное оборудование наряду с новыми методами хозяйствования предоставили возможность животным самостоятельно без принуждения подходить к доильному аппарату и отдавать молоко [22].

Комбинатом был выигран тендер по поставке молока в дошкольные и школьные заведения г. Саратова.

В настоящее время на территории области функционирует 26 молочных кухонь, производящих 1129 т молока, 398 т кисломолочных продуктов, 72 т творога в год, что составляет 30% от необходимого. Потребность удовлетворяется в основном за счет внеобластных поставок сухих молочных смесей. Доля импортного питания в объеме реализации детского питания составляет более 50 %.

Ассортимент, предлагаемый ГУ «Комбинат детского питания», представлен 7 наименованиями, в том числе 3 видами жидких молочных смесей со сроками хранения от 2 дней до 1 мес., 3 видами жидкой кисломолочной продукции со сроками хранения от 6 до 10 дней и 1 видом творога со сроком хранения 10 дней. Отличительная особенность указанных продуктов – отсутствие всякого рода консервантов и натуральные экологически чистые продукты.

Сырье для производства детского питания получают с молокозаводов Правобережья в объемах, необходимых для обеспечения проектной мощности комбината. Объем производства превышает потребности области в молочных

продуктах в расчете на детей до двух лет на 2871 т молока, 1402 т кисломолочных продуктов, 323 т творога. При квалифицированной маркетинговой работе возможно продвижение продукции ГУ «Комбинат детского питания» на рынки соседних регионов: в Пензенскую, Тамбовскую, Волгоградскую и Ульяновскую области.

ООО «АгроМолТорг» является посредником в цепи реализации готовой молочной продукции от комбината детского питания к сетям розничных продаж. Наценка в розничных сетях продаж по различным молочным продуктам составляет 17–23 % (таблица 28).

Таблица 28 – Товарная наценка на некоторые молочные продукты, руб. [23]

| Наименование молочного продукта | Цена ООО «АгроМолТорг» | Конечная розничная цена | Торговая наценка, % |
|---------------------------------|------------------------|-------------------------|---------------------|
| Кефир 3,2% 0,5 кг | 20,5 | 24,0 | 17,1 |
| Ряженка 2,5 % бут 0,5 кг | 21,6 | 26,0 | 20,4 |
| Снежок 2,5 % бут 0,5 кг | 21,0 | 26,0 | 23,8 |
| Йогурт 2,5 % бут 0,5 кг | 21,4 | 26,0 | 21,5 |
| Молоко 3,2 % тетрапак 1 л | 35,9 | 44,0 | 22,6 |
| Молоко 2,5 % тетрапак 1 л | 34,5 | 42,0 | 21,7 |
| Молоко 1,5 % тетрапак 1 л | 32,7 | 40,0 | 22,3 |

Наценка на товар в торговых домах (посредниках между розничными сетями и молокозаводами) и розничных сетях чрезвычайно велика (она не должна превышать 15 %) с учетом того, что молоко является общественно необходимым и стратегически важным товаром, почти столь же важным, как и хлеб.

Необходимо отметить, что рентабельность многих предприятий молочной отрасли Саратовской области чаще всего не превышает 10 %, и это не позволяет предприятиям закупать современное оборудование, вести племенную работу и пр. Поэтому необходимо разработать эффективную «вилку» цен (рисунок 29), подразумевающую заложение соответствующей нормы прибыли для финансового оздоровления предприятий молочной отрасли в пользу производителя. Для этого необходимо учесть рекомендации Молочного союза России, согласно которым «справедливая» рыночная цена для предприятий, у которых технология производства молока уже отработана, находится в плоскости 12 руб./кг, а для предприятий, которые имеют непогашенные кредиты на осуществление технической модернизации производства, оптимальна цена должна составлять 13–13,5 руб., при средней себестоимости на 2011 г. 10 руб./кг. Эти же результаты подтвердились и при осуществлении анкетирования производителей молока Саратовской области, по мнению которых «справедливая» цена за молоко составляет 13–13,5 руб./кг.

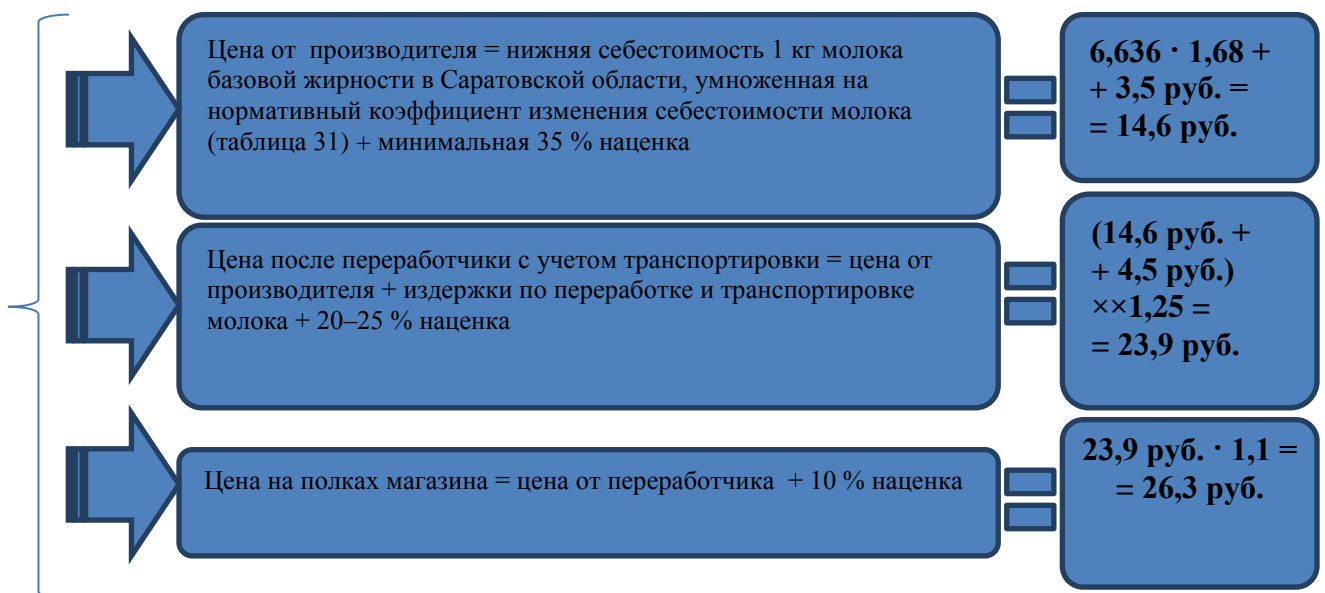


Рисунок 29 – Предлагаемый «коридор» цен компаний с ограниченным или полным циклом обслуживания

Для расчета нормативного коэффициента изменения себестоимости молока по различным районам Саратовской области, необходимо произвести следующие вычисления с учетом данных статистического наблюдения по себестоимости молока, руб./т, по районам и зонам Саратовской области в 2012 г.

Таблица 29 – Данные статистического наблюдения по себестоимости молока, руб./т

| Зона и район | Себестоимость, руб./т |
|---------------------------|-----------------------|
| <i>Западная</i> | 12 792 |
| Аркадакский | 9 870 |
| Балашовский | 13 656 |
| Ртищевский | 12 951 |
| Самойловский | 12 972 |
| Турковский | 17 309 |
| <i>Центральная</i> | 11 717 |
| Аткарский | 10 109 |
| Екатериновский | 11 368 |
| Калининский | 10 644 |
| Петровский | 14 882 |
| <i>Северная (пр.)</i> | 8 749 |
| Базарно-Карабулакский | 6 983 |
| Вольский | 9 579 |
| Новобурасский | 11 394 |
| Хвалынский | 9 437 |
| <i>Южная (пр.)</i> | 8 812 |
| Красноармейский | 6 636 |
| Лысогорский | 8 516 |
| Саратовский | 16 872 |
| Татищевский | 9 776 |
| <i>Северная (лев.)</i> | 12 225 |
| Балаковский | 10 823 |
| Ивантеевский | 11 189 |
| Марковский | 12 551 |
| Пугачевский | 10 656 |
| <i>Центральная (лев.)</i> | 11 356 |
| Ершовский | 10 785 |
| Краснокутский | 10 761 |
| Краснопартизанский | 11 722 |
| Ровенский | 10 143 |
| Советский | 9 449 |
| Федоровский | 11 101 |
| Энгельсский | 12 530 |
| <i>Юго-Восточная</i> | 12 021 |
| Дергачевский | 6 736 |
| Новоузенский | 16 476 |
| Всего по области | 11 156 |

Используя метод статистических группировок, выделим типические группы районов с различным соотношением этих показателей и установим основные причины этих различий. Для этого в таблице 30 составим ранжированный ряд по этому признаку.

Таблица 30 – Ранжированный ряд распределения себестоимости молока, руб./т

| Наименование зон и районов | Себестоимость, руб. за т |
|----------------------------|--------------------------|
| Красноармейский | 6 636 |
| Дергачевский | 6 736 |
| Базарно-Карабулакский | 6 983 |
| Лысогорский | 8 516 |
| Хвалынский | 9 437 |
| Советский | 9 449 |
| Вольский | 9 579 |
| Татищевский | 9 776 |
| Аркадакский | 9 870 |
| Аткарский | 10 109 |
| Ровенский | 10 143 |
| Калининский | 10 644 |
| Пугачевский | 10 656 |
| Краснокутский | 10 761 |
| Ершовский | 10 785 |
| Балаковский | 10 823 |
| Федоровский | 11 101 |
| Ивантеевский | 11 189 |
| Екатериновский | 11 368 |
| Новобурасский | 11 394 |
| Краснопартизанский | 11 722 |
| Энгельсский | 12 530 |
| Марковский | 12 551 |
| Ртищевский | 12 951 |
| Самойловский | 12 972 |
| Балашовский | 13 656 |
| Петровский | 14 882 |
| Новоузенский | 16 476 |
| Саратовский | 16 872 |
| Турковский | 17 309 |

Для большей наглядности на рисунке 30 изобразим ранжированный ряд графически, для этого построим график, в котором на оси абсцисс укажем районы в ранжированном ряду, а на оси ординат – величину группировочного признака.

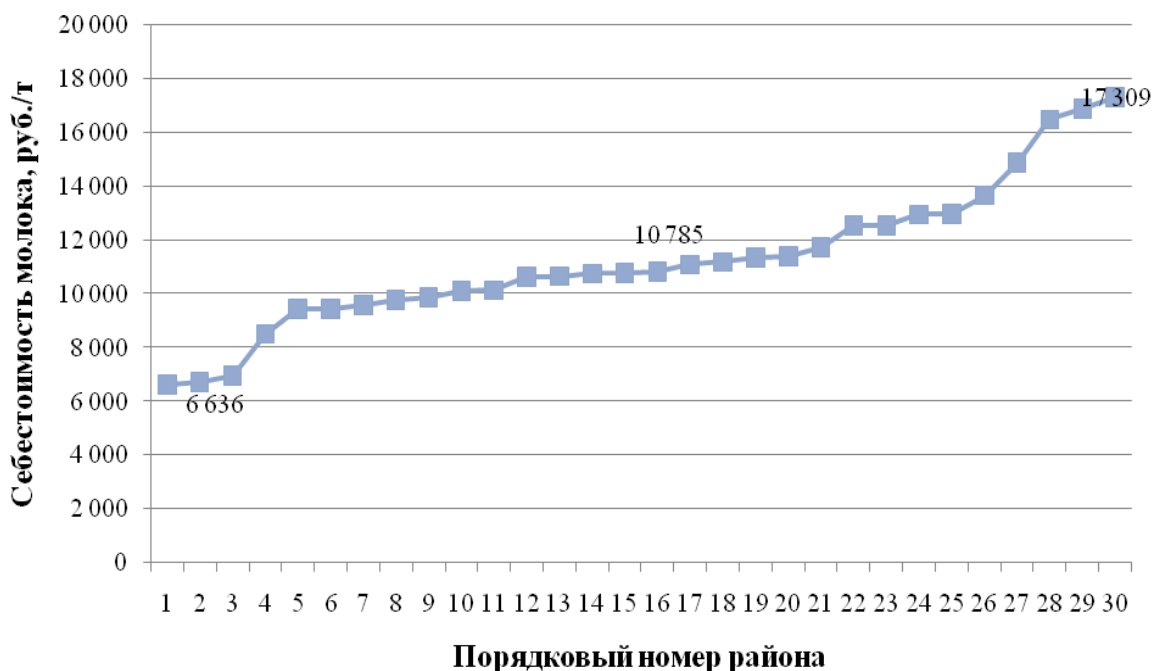


Рисунок 30 – Огива Гальтона распределения себестоимости молока, руб./т

Проанализируем полученные данные. Как видно из графика, существуют явные различия между предприятиями в соответствии с себестоимостью производимого молока, что можно объяснить тем, что направления производства данных предприятий часто различаются, соответственно, уровень производства и оснащенность соответствующим оборудованием, техникой, технологиями, а также продуктивным поголовьем различен. Размах колебаний составляет от первого до последнего района 10 673 руб./т.

Для дальнейшего анализа необходимо построить интервальный ряд распределения районов с достаточно большим числом групп, оценить качественное состояние каждой группы путем построения промежуточно-аналитической группировки и перейти от нее к типическим группам.

Построим интервальный вариационный ряд распределения районов по цене реализации молока, руб./т. Количество групп N , необходимых для построения группировки, вычислим по формуле Стержесса:

$$N = 1 + 3,32 \lg n,$$

где n – число групп (районов).

$$N = 1 + 3,32 \lg 30 = 1 + 3,32 \cdot 1,5 = 5,95 = 6.$$

Разделим всю совокупность районов на 6 групп и найдем величину интервала по формуле

$$H = (X_{\max} - X_{\min})/n,$$

где X_{\max} – максимальное значение признака в изучаемом ранжированном ряду (район 25); $X_{\max} = 17\,309$; X_{\min} – минимальное значение (район 1); $X_{\min} = 6\,636$.

Величина интервала составит:

$$H = (17\,309 - 6\,636) / 6 = 1\,778,8.$$

Построим ряд распределения районов при этой величине интервала, значение $X_{\min} = 6\,636$, тогда верхняя граница первой группы составит:

$6\,636 + 1\,778,8 = 8\,414,8$; $8\,414,8 + 1\,778,8 = 10\,193,6$ – верхняя граница второй группы и т.п. Распределим районы Саратовской области по установленным группам и подсчитаем их количество в каждой группе в таблице 31.

Таблица 31 – Ряд распределения районов Саратовской области по группам

| № группы | Группы по средней цене реализации молока, руб./т | Количество районов |
|----------|--|--------------------|
| I | До 8 414,8 | 3 |
| II | 8 414,8–10 193,6 | 8 |
| III | 10 193,6–11 972,4 | 10 |
| IV | 11 972,4–13 751,2 | 5 |
| V | 13 751,2–15 530,0 | 1 |
| VI | 15 530,0–17 309,0 | 3 |

Для наглядности изобразим на рисунке 31 интервальный ряд в виде гистограммы.

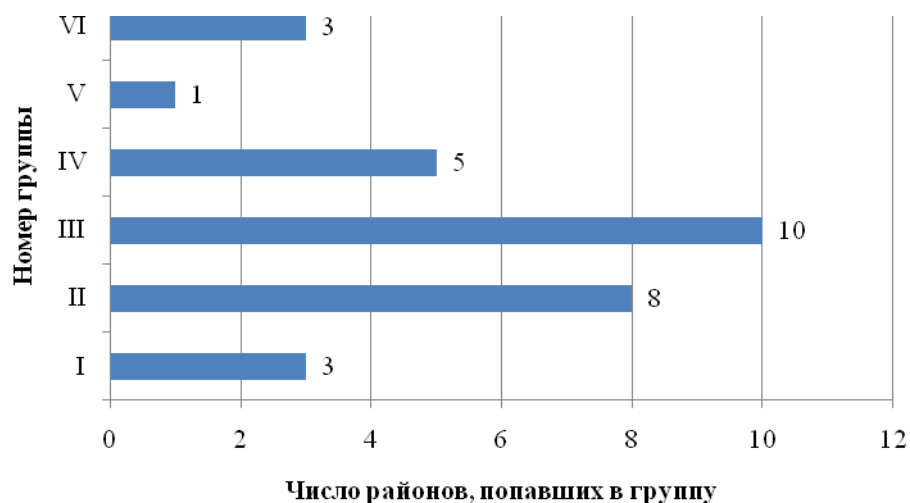


Рисунок 31 – Интервальный ряд распределения

Как видно из данных таблицы 31 и рисунка 31, распределение районов Саратовской области по группам неравномерное. Преобладают районы области с себестоимостью молока, находящиеся в II, III и IV группах, т.е. в интервалах от 8 414,8 до 10 193,6; от 10 193,6 до 11 972,4; от 11 972,4 до 13 751,2 руб./т (77 %). В группы с более высокой себестоимостью молока входит меньше всего районов Саратовской области (4, или 13 %). И только 3 района Саратовской области входят в группу с самой низкой себестоимостью молока (от 6 636 до 8 414,8 руб./т – 10 %)

В таблице 32 представлено распределение районов Саратовской области по группам по себестоимости молока, рассчитаем среднеарифметическую себестоимость молока в каждой группе, а также выведем нормативный коэффициент, на величину которого изменяется себестоимость в каждой группе. Для расчета этого коэффициента необходимо знать самую низкую себестоимость молока в области и среднее арифметическое значение себестоимости в группе. Так, в первой группе этот коэффициент будет равен $6785/6\ 636 = 1,02$; $9\ 610/6\ 636 = 1,45$ – во второй группе и т.д.

Таблица 32 – Распределение районов Саратовской области по группам
по себестоимости молока

| № | Район | Средняя себестоимость в группе, руб./т | Коэффициент изменения себестоимости молока по группам |
|----------------------------|-----------------------|--|---|
| I | Красноармейский | 6 785,00 | 1,02 |
| | Дергачевский | | |
| | Базарно-Карабулакский | | |
| II | Лысогорский | 9 609,90 | 1,45 |
| | Хвалынский | | |
| | Советский | | |
| | Вольский | | |
| | Татищевский | | |
| | Аркадакский | | |
| | Аткарский | | |
| | Ровенский | | |
| III | Калининский | 11 044,00 | 1,66 |
| | Пугачевский | | |
| | Краснокутский | | |
| | Ершовский | | |
| | Балаковский | | |
| | Федоровский | | |
| | Ивантеевский | | |
| | Екатериновский | | |
| | Новобурасский | | |
| | Краснопартизанский | | |
| IV | Энгельсский | 12 932,00 | 1,94 |
| | Марковский | | |
| | Ртищевский | | |
| | Самойловский | | |
| | Балашовский | | |
| V | Петровский | 14 882,00 | 2,24 |
| VI | Новоузенский | 16 885,70 | 2,54 |
| | Саратовский | | |
| | Турковский | | |
| Саратовская область | | 11 156,0 | 1,68 |

Если провести данные расчеты за 2008–2012 гг., видно, что выведенные коэффициенты изменения себестоимости молока в Саратовской области колеблются в тех же пределах. Таким образом, зная наименьшую себестоимость

молока в Саратовской области, мы можем рассчитать себестоимость молока на будущий период в других районах Саратовской области, в которых ведется производство молока. Данный коэффициент изменения себестоимости молока учитывает все факторы, которые сложились на производстве, и были нами систематизированы в первой главе диссертации. Этот коэффициент может несомненно участвовать в расчете ожидаемой себестоимости и «справедливой» цены на молоко в последующие годы, а также позволит получать плановые показатели экономической эффективности производства молока.

3.3 Государственное регулирование ценообразования на молоко в условиях ВТО

В условиях членства России в ВТО и значительной открытости национального продовольственного рынка для зарубежных стран усилилось внимание на ценовую ситуацию мировых цен на продовольствие. Это относится и к ценам на молоко. В этих условиях необходимо совершенствовать систему государственного регулирования рынка молока, трансформировать формы и методы государственной поддержки молочного скотоводства в направлении повышения экономической эффективности мероприятий «желтой» корзины; увеличить объем средств на финансирование мероприятий «зеленой» корзины, объем субсидирования которой не ограничивается. Следует трансформировать систему субсидирования АПК под требования ВТО с выходом на наиболее эффективные направления использования бюджетных средств. При этом важно учитывать и социальную значимость этого продукта в структуре питания населения, определить «справедливую» цену на молоко, отражающую как интересы производителя, так и потребителя.

С целью выявления основных трудностей в развитии рынка молока и молочной отрасли в целом, в 2011-2012 гг. нами было проведено анкетирование покупателей и производителей молочной продукции (приложение 3).

Приведенные ниже результаты анкетирования выявили мнение потребителей о качественной и ценовой составляющей молочной продукции. Результаты проведенного анкетирования могут стать рекомендацией как для производителей и переработчиков молока, так и для составления соответствующих программ господдержки.

В анкетировании участвовало 100 покупателей молочной продукции. Итак, проанализируем результаты анкетирования:

1. Как Вы считаете, молоко является важным продуктом питания?

По мнению 98 % опрошенных молоко является важным продуктом питания, остальные 2 % респондентов не согласны с этим мнением, мотивируя это тем, что не употребляют молоко. Тем не менее, необходимо учесть и тот факт, что многие продукты питания, например масло, творог, сыр, йогурт, сметана и др. являются продуктом переработки именно молока.

2. Являются ли доступными для Вас цены на молоко?

Согласно результатам анкетирования, молоко является доступным по цене для 89 % респондентов, а для 11 % респондентов цены на молоко высоки. Это можно объяснить тем, что в анкетировании участвовали студенты, пенсионеры, т.е. слои населения, имеющие невысокий материальный уровень.

3. Как вы считаете, завышена ли конечная цена на молоко?

Согласно анкетированию, 77 % опрошенных считают, что цена на молоко значительно завышена, и только лишь 23 % респондентов утверждают обратное. И действительно, если посмотреть за какую цену куплено молоко изначально у производителя и по какой цене продается самое обычное молоко в магазинах, то можно проследить рост цены в 2 – 2,8 раза.

Снижение закупочных цен не улучшает положение потребителей, так как маржа между отпускной ценой заводов и ценой молочных товаров на полке магазинов достигает 50 %, а то и более. Таким образом, возникает вопрос «справедливой» цены на молоко.

4. Какова по вашему «справедливая» цена за литр молока от производителя?

Для 9 % респондентов это цена в 8–9 руб., для 22 % опрошенных – 9–10 руб. В то время как средняя себестоимость молока по Саратовской области составляет 8–9 руб. за литр, из этого следует, что рентабельность молока чаще не превышает 10 %. Таким образом, уровень рентабельности молочной отрасли не позволяет обновлять технику, использовать новые технологии, поддерживать племенной состав животных.

Остальные 69 % опрошенных считают, что цена за литр молока должна быть выше 10 руб., в частности 21 % из них уверены, что эта цена должна быть выше 14 руб. И действительно, в Молочном союзе России утверждают, что сегодня «справедливая» рыночная цена для предприятий, у которых технология производства молока уже отработана – 12 руб. за литр, а для предприятий, которые имеют непогашенные кредиты на осуществление технической модернизации производства – 13–13,5 руб., т.е. выше существующей закупочной цены на 20–35 %. Это позволит осуществить техническое и технологическое переоснащение, улучшить племенной состав коров, даст возможность осуществления расширенного производства.

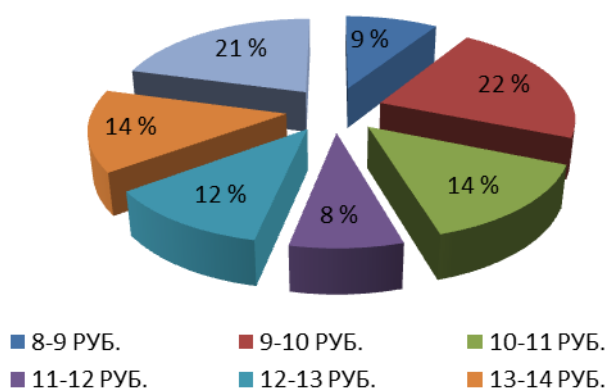


Рисунок 32 - «Справедливая» цена за литр молока от производителя
(по результатам анкетирования)

И действительно, закупочные цены на молоко в нашем регионе, ниже цен закупки сырого молока по России, которая на начало 2012 г. составляла 15 руб. 69 коп. (рисунок 33).



Рисунок 33 - Цены закупки сырого молока у производителей в 2010–2012 гг., руб./кг [1]

5. Какова по вашему «справедливая» цена за литр после переработки молока на молочном заводе?

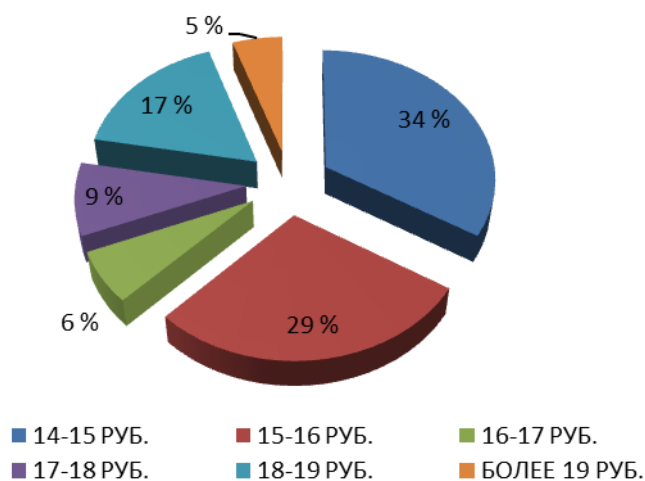


Рисунок 34 - «Справедливая» цена за литр молока после переработки (по результатам анкетирования)

На начало 2012 г. цена за литр молока после переработки составляла в среднем 15–16 руб., что по мнению 29 % опрошенных «справедливая» и достаточная цена (рисунок 34), а 34 % опрошенных напротив считают, что цена

несколько завышена и должна составлять 14–15 руб. Такое мнение потребителей молока можно объяснить продажей перерабатывающими предприятиями фальсифицированного молока и молочных продуктов.

Рассмотрим основные виды фальсификации:

- Ассортиментная фальсификация - подмена одного вида молока другим; подмена цельного молока нормализованным или даже обезжиренным. Поскольку в натуральном молоке содержание жира может достигать 4,5 и даже 6,0 %, то подмена его нормализованным 2,5 % молоком дает солидный доход фальсификатору. Отличить нормализованное молоко можно только по содержанию жира и более грубо по цвету, а точнее по желтому оттенку, молока. Нормализованное молоко имеет зачастую синеватый оттенок.

- Молоко разбавляют водой. Снижение содержания молочного жира заключается в продаже «снятого» молока как цельного. «Снятое» молоко имеет синеватый оттенок, водянистость, капля его оставляет на ногте почти незаметный водянистый след. Такое молоко почти безвкусно, и его легко можно узнать. В настоящее время молоко вместо 2,5 % жирности имеет 2,2–2,3 %.

б. Какова по вашему «справедливая» цена на прилавках магазина за литр молока? 35 % респондентов считают «справедливой» ценой на молоко на уровне 18–19 руб., 29 % – на уровне 19–20 руб., 18 % – на уровне 20–21 руб., вместо существующих 25 руб. за литр молока (рисунок 35). Такие «справедливые» цены на молоко возможно получить, если торговые дома, осуществляющие доставку молока от перерабатывающих заводов на прилавки магазинов, будут закладывать меньшую норму прибыли или, если осуществлять функцию доставки молока для оптовой и розничной торговли, будут сами перерабатывающие заводы, открывая соответствующие отделы по сбыту. Зачастую именно торговые дома, осуществляя продвижение товара, получают большую прибыль от продажи молока, при этом, не производя молоко и не перерабатывая его, а лишь только доставляя его адресату. Так, цена в 15–16 руб. на перерабатывающем заводе вырастает до 21–23 руб. при доставке этой продукции на прилавки магазинов. Зачастую, это связано с

высоким уровнем нормы прибыли, заложенной в отпускной цене. А также в связи с расширением оптовой сети в рамках уже не региона, а всего ПФО. Таким образом, происходит увеличение цены продукции, затем и усреднение цены по всему ПФО, что приводит к росту цены на молоко в родном регионе.

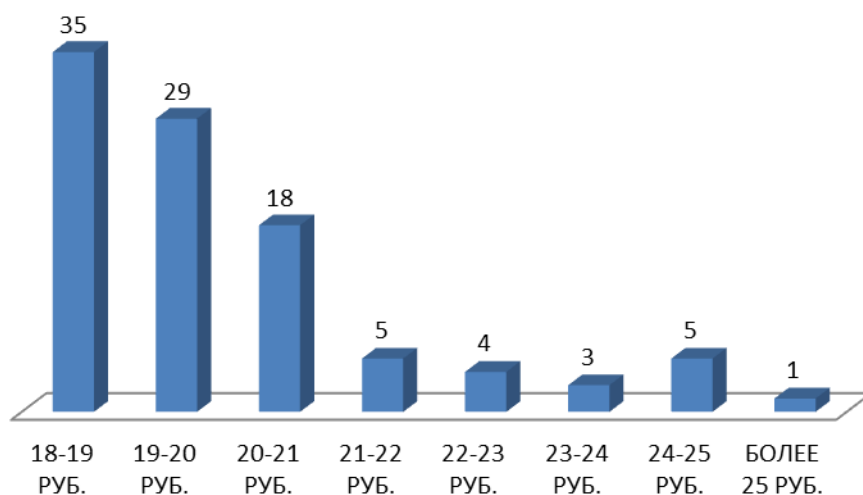


Рисунок 35 - «Справедливая» цена за литр молока на прилавках магазинов

7. Что сдерживает развитие молочного скотоводства в России?

По результатам опроса, потребители молочной продукции считают, что сдерживающими факторами являются:

- во-первых, слабая материальная поддержка государства;
- во-вторых, слабая материальная база предприятий;
- в-третьих, наличие «перекупщиков» на рынке;
- в-четвертых, недостаточное использование передового опыта, технологий;
- в-пятых, недостаток квалифицированных кадров на селе;
- в-шестых, недостаток отечественного племенного материала (семена быков-производителей с высоким генетическим потенциалом, племенного молодняка крупного рогатого скота и т.п.).

8. Как Вы считаете, достаточна ли помощь государства сельскохозяйственным производителям?

Ответ на этот вопрос иллюстрирует рисунок 36.

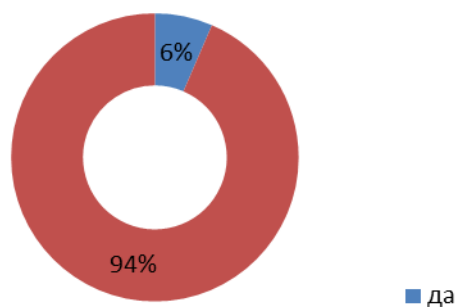


Рисунок 36 - Результаты анкетирования потребителей молочных продуктов по вопросу необходимости и достаточности государственной помощи

94 % респондентов убеждены, что существующая госпомощь крайне мала и недостаточна.

9. В чем государство может посодействовать хозяйствам, производящим молочную продукцию?

По результатам анкетирования по степени важности респонденты выделяют:

во-первых, такую меру как уменьшение объемов импорта иностранного молока;

во-вторых, субсидии, дотации, программы поддержки производителей;

в-третьих, помощь в реализации молока, свободного выхода на рынок;

в-четвертых, установление фиксированного минимума и максимума цены на молоко по России;

в-пятых, устранение «перекупщиков» молока для поддержки производителей;

в-шестых, помощь в объединении производителей, переработчиков и предприятий по реализации молока в группы компаний, с целью поддержки отрасли;

в-седьмых, ежегодный расчет цены экспертами Молочного союза России и закуп молока по «справедливой» цене.

На современном этапе весьма актуальными являются следующие проблемы на российском рынке молока:

во-первых, стремительно возрастающий объем импорта молочной продукции, прежде всего из Беларуси, а также из Украины и других стран;

во-вторых, резко возрастающий объем использования растительных жиров тропического происхождения при производстве молочной продукции, а также существенное увеличение доли фальсифицированной молочной продукции на рынке;

в-третьих, неконкурентоспособность российских производителей сырого молока и переработчиков молока на мировом рынке [24].

10. На что государство должно выделять субсидии, дотации, льготное кредитование? Как поддержать отрасль?

Респонденты сошлись на мнении, что определяющим фактором роста производства молока является наличие у предприятия свободных денежных средств на покупку современного оборудования, техники и технологий, поддержку молодых специалистов, а также повышение средней зарплаты на селе.

Отвечая на этот же вопрос, эксперты в области рынка молока отмечают, что российская молочная отрасль гораздо меньше поддерживается со стороны государства по сравнению с Белоруссией, а сама господдержка должна быть в первую очередь сфокусирована на развитии инфраструктуры молочного животноводства, на массовое техническое перевооружение.

Учитывая мнение респондентов об уровне цены на молоко, нельзя не учитывать следующие требования Соглашения ВТО по сельскому хозяйству:

1) Прохождение товара через границу должно происходить без изменения цены. Так, номинальные коэффициенты защиты производителей и потребителей, вычисленные как отношение мировых цен к ценам внутри страны должны приравниваться к единице, т.е. внутренние и внешние цены в этих странах одинаковы. В России ситуация другая: продукция молочного скотоводства резко дорожают при ввозе, номинальный коэффициент защиты

производителей молока равен 1,5-2. Соответственно, потребители за продукцию молочного скотоводства переплачивают по сравнению с потребителями США и ЕС. Поэтому Россия установила квоты и высокие импортные пошлины на ввоз молока. Если это не делать, то отечественные производители будут неконкурентноспособны и их вытеснят с рынка, внутреннее производство сократится, а импорт увеличится.

2) Субсидии по мероприятиям, оказывающим неблагоприятное воздействие на торговлю должны сокращаться («желтая корзина»). К «желтой корзине» относится поддержка рыночных цен производителей, независимо от того, осуществляется ли она за счет потребителей продукции сельского хозяйства или за счет бюджета. Россия в рамках ВТО приняла обязательство о привлечении объема мер государственной поддержки на уровне 9 млрд долл. США на период до 2013 г. (в 1,5 раза больше, чем запланировано на 2012 г. – 5,6 млрд долларов или 170 млрд рублей) и поэтапное его снижение до 4,4 млрд долл. США к началу 2018 г.: в 2012-2013 гг. объем господдержки – 9 млрд долл. США; в 2014 г. – 8,1 млрд долл. США; в 2015 г. – 7,2 млрд долл. США; в 2016 г. – 6,3 млрд долл. США; в 2017 г. – 5,4 млрд долл. США; в 2018 г. – 4,4 млрд долл. США [1].

Меры государственной поддержки структурированы по корзинам. 9 млрд долл. США – возможный объем поддержки в рамках «желтой» корзины. В рамках «зеленой» корзины эти меры не ограничены. Поэтому, решить часть проблем молочного скотоводства призваны меры именно «зеленой» корзины. В отличие от мер «желтой» корзины, оказывающей прямое воздействие на торговлю, меры «зеленой» корзины не оказывают искажающее воздействие на торговлю и могут применяться без ограничений, так называемая разрешенная поддержка. Тем не менее, даже наиболее развитые страны в подавляющем большинстве практикуют очень жесткий аграрный протекционизм; показательно, что в благополучных западноевропейских странах уровень таможенного обложения ввозимых сельскохозяйственных товаров сейчас выше, чем в России. По нашему мнению, молочная отрасль должна попасть под протекционистские меры государства в

первые годы существования в рамках ВТО, чтобы улучшить финансовое состояние предприятий производителей молока для воспроизводства стада и покупки дорогостоящего оборудования. Не стоит забывать и тот факт, что молоко является продуктом первой необходимости и поэтому цена на этот продукт прямо или опосредованно всегда должна находиться под контролем государства.

При вступлении любой страны в ВТО оговаривается тот факт, что размер «желтой» корзины, т.е. прямой господдержки со временем будет снижаться, а размер «зеленой» корзины не ограничен. Тем не менее, если проанализировать структуру внутренней поддержки сельского хозяйства самых развитых стран, видно, что даже в ЕС-15 и Японии размер «желтой» корзины составлял более 50 % (таблица 33), поэтому в первые годы будет иметься возможность вложения денежных средств в молочное скотоводство России как прямо через субсидии и дотации, так и опосредованно при помощи системы мер «зеленой» корзины ВТО.

Таблица 33 - Структура внутренней поддержки сельского хозяйства, %

| Поддержка | Страна | | | |
|-------------------|-----------|-------|-----|--------|
| | Австралия | ЕС-15 | США | Япония |
| «Желтая корзина» | 12 | 54 | 10 | 53 |
| «Зеленая корзина» | 88 | 22 | 84 | 46 |
| «Голубая корзина» | 0 | 23 | 4 | 0 |
| Другое | 0 | 1 | 2 | 1 |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 |

3) Субсидии по мерам, отнесенным к «зеленой» корзине ВТО не ограничиваются. К мерам «зеленой» корзины согласно Соглашению ВТО по сельскому хозяйству можно отнести 11 групп мероприятий:

1 группа: Услуги общего характера: научные исследования, борьба с болезнями, подготовка кадров, консультационные услуги, инспекционные услуги (санэпидемслужб и др.), услуги по маркетингу и продвижению продукции на рынок, обеспечению доступа к электросетям, системам водоснабжения, дорогам, плотинам, дренажным системам общего пользования и др. В России на меры

общего характера расходуется около 15% совокупной поддержки сельского хозяйства, а в США, например 52%.

2 группа: Создание государственных резервов для обеспечения продовольственной безопасности. Затраты на эти цели относят к «зеленой корзине», если закупки продовольствия и его реализация правительством осуществляются по текущим рыночным ценам. Так, например, проведение государственных закупочных интервенций по ультрапастеризованному молоку может стать системной мерой поддержки как производителей, так и переработчиков молока.

3 группа: Внутренняя продовольственная помощь. Расходы (не востребованные доходы) на предоставление внутренней продовольственной помощи нуждающейся части населения относят к «зеленой корзине» при соблюдении следующих условий: помощь предоставляется с целью обеспечения питанием; реципиенты получают непосредственно продовольствие или средства, позволяющие купить продовольствие по рыночным или субсидируемым ценам; правительство покупает продовольствие по текущим рыночным ценам. Предоставление внутренней продовольственной помощи способствует расширению спроса на сельхозпродукцию и увеличению ее производства. В США в 2010 г. было израсходовано 56 млрд долл. на продовольственные талоны, что стало мерой поддержки потребителей, причем самых бедных. Россия потребителей не поддерживает. В США этим занимается Минсельхоз.

4 группа: Прямые выплаты производителям. Они относятся к «зеленой корзине», если осуществляются за счет госбюджета, а не потребителей; не имеют следствием поддержание цен; соответствуют требованиям, изложенным ниже в пп. 5—12 (основные виды прямых выплат); другие виды прямых выплат (кроме основных) могут быть включены в «зеленую корзину», если при их выделении соблюдаются условия, указанные в данном пункте и п. 5.

5 группа: «Несвязанная» поддержка доходов. Поддержка считается «несвязанной» и относится к «зеленой корзине», если выплаты определяются четко установленными критериями, которые рассчитываются по данным базового

периода; сумма выплат не зависит от объемов производства, внутренних и мировых цен, использования факторов производства в послебазовом периоде; для получения выплат производство не требуется. В Госпрограмме на 2013—2020 гг. впервые предпринята попытка ввести меру несвязной поддержки (раздел «Поддержка доходов сельскохозяйственных товаропроизводителей в области растениеводства»). На это мероприятие планируется выделить в 2013 — 2020 гг. 266,7 млрд руб. Субсидии на 1 га в 2013 г. невелики — 200—300 руб. Но в Госпрограмме предусмотрено увеличение такой поддержки по годам, и в 2020 г. она будет в несколько раз выше.

6 группа: Поддержка страхования доходов. Средства на поддержку страхования относятся к «зеленой корзине», если право на такие выплаты определяется потерями доходов, полученных от сельскохозяйственной деятельности, а не из-за падежа скота и т.п.; любой производитель, у которого валовой доход снизился более чем на 30% по сравнению с предыдущим трехлетним периодом (или пятилетним, но с исключением лучшего и худшего годов), имеет право на получение выплат; сумма выплат отдельному производителю не превышает 70% потерь валового дохода за год.

7 группа: Помощь при стихийных бедствиях относится к «зеленой корзине» при следующих условиях: правительственными органами официально признано, что стихийное бедствие имело место; потери от стихийного бедствия превышают 30% (по сравнению с показателями за предшествующие 3 года); выплаты производятся только для компенсации дохода, поголовья, земли или других факторов производства; выплаты компенсируют не более 100% потерь и не обусловлены требованием или предписанием по производству конкретных видов продукции в будущем.

8 группа: Субсидирование хозяйств, прекративших производство товарной продукции. Цель этого мероприятия — побуждение к прекращению производства в хозяйствах, где производство товарной продукции неэффективно, высоки затраты или низкое качество продукции. Субсидии предназначены для

компенсации потерь и перехода к другим видам деятельности. Право на такие выплаты определено критериями в рамках программ прекращения деятельности лиц, занятых производством товарной сельхозпродукции, или их перемещения в секторы деятельности, не относящиеся к сельскому хозяйству; выплаты производятся при полном и непрерывном прекращении производства товарной сельхозпродукции. В России и таких программ нет. Предлагая данную меру, ВТО преследует цель — вывести из бизнеса неэффективных производителей. Эта мера могла стать очень актуальной для предприятий молочного скотоводства, имеющих за последние несколько лет имеют отрицательную рентабельность, дать возможность переспециализироваться и вновь начать производство, но уже другой сельскохозяйственной продукцией.

9 группа: Субсидирование прекращения использования ресурсов. Цель мероприятия — уменьшение поголовья скота в хозяйствах с низкой отдачей и имеющих экологические проблемы и т.д. Расходы по таким программам не ограничиваются ВТО, если они соответствуют следующим условиям: право на выплаты четко определено критериями в рамках программ, направленных на прекращение использования скота и других ресурсов для целей производства товарной сельхозпродукции; выплаты производятся при убойе скота. В России такие мероприятия в систему государственной поддержки не включались никогда, но есть прямо противоположные мероприятия — по вовлечению дополнительных ресурсов в сельхозпроизводство.

10 группа: Субсидирование структурных изменений посредством стимулирования инвестиций. Цель данной меры — содействие структурным изменениям путем компенсации инвестиций, связанных с переходом на новую структуру. Российская программа господдержки содержит мероприятия, связанные со стимулированием инвестиций. В нее включена подпрограмма по технической и технологической модернизации, инновационному развитию, а также субсидированию процентной ставки по долгосрочным кредитам. Последняя мера входит во многие подпрограммы.

11 группа: Платежи по программам охраны окружающей среды. Их цель — компенсация потерь сельхозпроизводителей. Расходы по данному мероприятию относятся к «зеленой корзине» при соблюдении следующих условий: право на выплаты определяется правительственной программой и зависит от выполнения конкретных ее условий, включая условия, относящиеся к методам производства и затратам; сумма выплат ограничивается дополнительными расходами или потерей доходов, связанных с выполнением требований правительственной программы.

Тем не менее, требования Соглашения ВТО по сельскому хозяйству в настоящее время оказывают сдерживающее воздействие на прямую государственную поддержку, вследствие чего существующие меры государственной поддержки должны быть доработаны и претерпеть серьезные изменения (трансформированы из мер «желтой корзины» в «зеленую»).

В частности, в Саратовской области в 2013 г. вступила в действие Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, рассчитанная на восемь лет. В этом масштабном документе нашла свое отражение система господдержки аграриев нашей страны, включающая в себя и испытанные временем, и новые формы поддержки.

Предусмотрено финансирование программ по развитию племенного животноводства, молочного и мясного скотоводства. Вводится новый вид федеральной поддержки: «субсидии на 1 килограмм реализованного товарного молока». Наряду с этим останутся такие виды поддержки, как возмещение процентных ставок по кредитам и займам.

На данный момент действуют следующие государственные программы, способствующие повышению экономической эффективности производства и реализации молока:

- государственная программа «Развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия

на 2013 - 2020 годы» (задача программы обеспечение молока в объеме – 994,0 тыс. тонн, удельного веса племенного скота в общем поголовье - 13,1 %). Государственной программой развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013—2020 годы запланировано повышение удельного веса российской продукции в общих ресурсах продовольственных товаров молока и молокопродуктов до 90,2%. К сожалению, Россия продолжает пока оставаться крупнейшим импортером молочной продукции. Импорт молока, по данным ФТС России (без учета Беларуси и Казахстана), превышает более 60 тыс. т;

- ведомственная целевая программа «Развитие переработки продукции животноводства в Саратовской области» на 2013-2015 годы;

- ведомственная целевая программа «Развитие молочного скотоводства и увеличение производства молока в Саратовской области» на 2013 - 2015 годы [67].

В 2013 г. на субсидирование производства молока из федерального бюджета было выделено 12,7 млрд руб., в 2014 г. - 8,4 млрд руб. В 2013 г. данный вид поддержки не дал результата, отрасль снизила производство, в результате субсидии на 1 литр молока составили по 50 копеек. В то же время в Минсельхозе подсчитали, что изменение механизма субсидирования молока в 2014 г. позволит повысить субсидии до 5 рублей на 1 литр. Но в этом случае их будут получать только те производители, которые реализуют инвестпроекты.

Данный вид субсидии предоставляются в целях софинансирования расходных обязательств субъектов Российской Федерации, связанных с реализацией региональных и (или) муниципальных программ развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, путем возмещения части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей:

- на 1 литр (килограмм) молока высшего сорта;

- на 1 литр (килограмм) молока первого сорта (в течение 2013 - 2014 годов).

Размер субсидии, предоставляемой бюджету i -го субъекта Российской Федерации в текущем финансовом году (W_i), определяется по формуле:

$$W_i = W_{HSi} + W_{FSi}, \quad (8)$$

где:

W_{HSi} - размер субсидии в отношении молока высшего сорта, предоставляемой бюджету i -го субъекта Российской Федерации в текущем финансовом году;

W_{FSi} - размер субсидии в отношении молока первого сорта, предоставляемой бюджету i -го субъекта Российской Федерации в текущем финансовом году.

Размер субсидии в отношении молока высшего сорта, предоставляемой бюджету i -го субъекта Российской Федерации в текущем финансовом году (W_{HSi}), определяется по формуле:

$$W_{HSi} = \frac{3}{4} W \times \frac{D_{HSi} / РБО_i}{\sum_i^n D_{HSi} / РБО_i}, \quad (9)$$

где:

W - размер субсидий, предусмотренных в федеральном бюджете на текущий финансовый год;

n - количество субъектов Российской Федерации, отвечающих требованиям и условиям предоставления субсидии;

D_{HSi} - доля реализации молока высшего сорта на территории i -го субъекта Российской Федерации в общем объеме реализации молока высшего сорта в субъектах Российской Федерации, соответствующих требованиям и условиям предоставления субсидии;

- уровень расчетной бюджетной обеспеченности i -го субъекта Российской Федерации на текущий финансовый год, рассчитанный в соответствии с методикой распределения дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности

субъектов Российской Федерации, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 22 ноября 2004 г. N 670.

. Размер субсидии в отношении молока первого сорта, предоставляемой бюджету i -го субъекта Российской Федерации в текущем финансовом году (W_{FSi}), определяется по формуле:

$$W_{FSi} = \frac{1}{4} W \times \frac{D_{FSi} / РБО_i}{\sum_i^n D_{FSi} / РБО_i}, \quad (10)$$

где D_{FSi} - доля реализации молока первого сорта на территории i -го субъекта Российской Федерации в общем объеме реализации молока первого сорта в субъектах Российской Федерации, соответствующих требованиям и условиям, соответствующих требованиям и условиям предоставления субсидии.

Также существует методика по поддержке производителей молока опосредованно за счет субсидий в 2014 г. на оказание несвязанной поддержки сельскохозяйственным товаропроизводителям в области растениеводства. Согласно методике одну голову КРС принимают в нашем регионе на 1 усл. га пашни и возмещают часть упущенной прибыли от выращивания менее рентабельных культур, требуемых для организации зеленого конвейера.

Субсидии предоставляются в расчете на 1 гектар условной посевной площади сельскохозяйственных культур за 2013 год по ставкам, рассчитанным с применением коэффициентов дифференциации на основании методики, утвержденной Правительством области от 21 марта 2013 года № 139-П «Об утверждении методики расчета коэффициентов дифференциации по природно-климатическим микроразонам Саратовской области», в соответствии с Законом Саратовской области от 6 декабря 2012 года № 187-ЗСО «О механизме дифференцированного распределения государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей в Саратовской области», и индексов интенсивности использования посевных площадей за счет средств областного бюджета.

Вместе с тем, в отрасли остаются серьезные проблемы, требующие оперативного решения. Коротко остановимся на основных из них:

1. Поставки белорусского молока, которые оказывают значительное влияние на конъюнктуру внутреннего рынка. Тем не менее, для управления ситуацией на молочном рынке, между Белоруссией и Россией есть договоренность в случае необходимости переносить поставки молочной продукции с летнего периода перепроизводства на осенний и зимний период, сохраняя, таким образом, стабильность молочного рынка [144].

2. Таможенно-тарифное регулирование. В соответствии с Доктриной продовольственной безопасности, доля отечественного молока и молочной продукции на рынке должна составлять не менее 90 %. В 2010 г. этот показатель составил 81%. С целью защиты внутреннего рынка Министерство сельского хозяйства рассматривает возможности повышения ставок таможенных пошлин на ряд позиций, в том числе, сливочное масло и сыры. Благодаря подобным мерам господдержки в целом в 2011 г. цены на молочные продукты в России, удалось удержать на уровне, не превышающем прогнозную 10-процентную продовольственную инфляцию.

3. Интервенции. Для эффективного регулирования рынка и снятия излишков в период высокого молока, Министерство сельского хозяйства РФ прорабатывает вопрос о проведении в этом году на базе «Объединенной зерновой компании» интервенций по сухому молоку. Их объем может составить до 100 тыс. т. Данная мера способствует эффективному регулированию рынка и снятию излишков в летний период так называемого «высокого молока».

4. Неправомерное использование тропических масел. Производителям необходимо жестко следовать положениям техрегламента и размещать на упаковке информацию об использовании данных продуктов. Необходимо проведение регулярного мониторинга со стороны всех заинтересованных ведомств с участием СОЮЗМОЛОКО. По официальным данным, общий объем импорта растительных жиров тропического происхождения в России составил

более 700 тыс. тонн, из них порядка 150 тыс. тонн используется при производстве заменителя молочного жира (ЗМЖ), который является разрешенным компонентом в соответствии с техническим регламентом на молоко и молочную продукцию. Вместе с тем, свыше 80 тыс. тонн растительных жиров тропического происхождения незаконно применяется при производстве низкокачественных суррогатов, используемых при фальсификации молочной продукции. По оценкам экспертов СОЮЗМОЛОКО, при общем объеме производства товарного молока для промышленной переработки в объеме 14 млн. тонн в год, порядка 4 млн. тонн в пересчете на молоко заменяются ЗМЖ. Ежегодные убытки молочной отрасли в результате присутствия на рынке фальсификата оцениваются в 50 млрд. рублей. При этом недополученная прибыль производителей сырого молока составляет около 7,5 млрд. руб [20].

5. Модернизация молокоперерабатывающей промышленности. Износ основных фондов в отрасли высок. Для решения этой проблемы министерством подготовлена программа по развитию маслоделия и сыроделия, предусматривающая, в том числе субсидирование процентных ставок по кредитам на реконструкцию старых и строительство новых мощностей. В целом, в новой Государственной программе до 2020 г. развитие перерабатывающей промышленности будет выделено отдельным разделом. Это безусловный приоритет.

6. В ходе подготовки новой Госпрограммы министерством прорабатываются новые механизмы поддержки молочного производства, в том числе прямое субсидирование на литр товарного молока высокого качества.

7. Министерство также рассматривает возможность запуска программы социальной рекламы отечественной молочной продукции, направленной на увеличение объемов потребления российского молока.

В 2013 году от вступления во Всемирную торговую организацию в нашей стране выиграли только оптовики-импортёры, для которых существенно снизились ввозные таможенные пошлины на ключевую молочную продукцию

(сухое молоко, сыр и масло), тем самым увеличивая их прибыль на 10–15 %. Поэтому государство должно быть готово компенсировать отрасли потери из-за неравной конкуренции. Такую поддержку оказывают все государства мира. По самым предварительным расчетам ассоциации производителей «СОЮЗМОЛОКО», отрасли потребуется удвоение господдержки с существующих 27 млрд руб. до 54 млрд руб [67].

С целью поддержки производителей сырого молока, устранения диспаритета цен, по инициативе СОЮЗМОЛОКО заключены Соглашения о базовых индикативных ценах между производителями и переработчиками. Это позволило стабилизировать цены на приемлемом для всех участников рынка уровне (в 2013 г. это около 16 руб. за кг). Это обеспечит необходимую для развития отрасли рентабельность и позволит не допустить значительного снижения поголовья крупного рогатого скота.

Обобщая вышеизложенное, считаем целесообразным выделить следующие основные направления совершенствования системы господдержки в условиях адаптации аграрного сектора Саратовской области к ВТО [1]:

1. В корректировке нуждается как Госпрограмма развития отрасли на 2012-2020 гг., так и региональная целевая программа. В принятых к исполнению вариантах госпрограмм не выяснены принципы и механизмы, на которых будет развиваться отечественное сельское хозяйство после вступления в ВТО. Также серьезным недостатком этих программных документов является отсутствие четкого разграничения планируемых мероприятий на разрешенные и запрещенные в соответствии с правилами ВТО.

Необходимо четко разграничить по корзинам все виды материальной поддержки, предусмотренные в Госпрограмме «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции сырья и продовольствия на 2013-2020 годы». Так же необходимо поступить и с направлениями региональной поддержки АПК.

2. Диверсификация форм, методов и направлений государственной поддержки, использование как традиционных (переходящих) форм и методов, так и принципиально новых в соответствии с правилами ВТО.

В рамках данного направления весьма актуальным является «переформатирование» целого ряда мер «желтой корзины» в меры «зеленой корзины». Это особенно касается животноводческой отрасли, доля мер из «желтой корзины» в господдержке которой в Долгосрочной областной программе составляет в среднем на 2013-2020 гг. - 54,5 %. Среди ученых уже сформировалось мнение о необходимости «конвертации» целого ряда мер поддержки «желтой корзины» животноводческой отрасли на основе расчетов в меры «зеленой корзины». Изменив формулировку и методологию предоставления средств возможно получить государственную поддержку в рамках «зеленой корзины» без ограничения.

Так, Васильченко М.Я. предлагает часть субсидий на содержание племенного маточного поголовья КРС (попадающие очевидно в «желтую корзину» ВТО) представить в виде субсидии на приобретение племенных телок на внутреннем рынке и импорту [18].

Еще одним важным направлением является субсидии на развитие молочного животноводства (в частности субсидии на молоко) до 2013 г., предоставляемые из средств региональных бюджетов. Правила предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов РФ на 1 л реализованного (товарного) молока утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 22 декабря 2012 г. Новый порядок господдержки, введенный в 2013 г. предусматривает выделение субсидий на 1 л реализованного (товарного) молока с учетом его сортности и физико-химических свойств. Тем не менее, размер субсидий не всегда увязан с качеством молока. В целесообразности именно такого суммарного объема этой меры поддержки сомневается В.В. Козлов. Действительно, субсидирование 1 л реализованного молока относится к «желтой корзине» и приводит к значительному отвлечению бюджетных средств

для оплаты неэффективной цепочки в производстве молочной продукции, в которой производитель молока продолжает терять в цене [1].

Преобразование мер государственной поддержки возможно и в направлении повышения уровня субсидирования страхования урожая кормовых культур и мер по охране окружающей среды (например, в рамках программы сохранения плодородия почв возможно сохранение государственной поддержки на приобретение горюче-смазочных материалов; в рамках Программы развития производства биопродуктов возможно сохранение субсидии за реализацию сельскохозяйственной продукции собственного производства, превышающей 5 % от стоимости реализованной продукции, а также субсидии на поддержку племенного животноводства).

3. Еще одним важным направлением совершенствования системы господдержки на региональном уровне является оптимизация применяемых мер «желтой корзины», наиболее эффективное использование лимита прямой поддержки.

В Саратовской области был разработан механизм дифференцированной государственной поддержки сельхозтоваропроизводителей в растениеводстве - субсидирование затрат на повышение доходов сельскохозяйственных товаропроизводителей. Это также является важным направлением опосредованной поддержки молочного скотоводства, так как в себестоимость молока входит до 50-60 % затрат на корма, а эффективность молочного скотоводства неразделимо связано с грамотной организацией кормовой базы и зеленого конвейера. Размеры субсидий будут определяться по ставке на 1 га, рассчитанной с применением индекса, учитывающего плодородие почв, биоклиматический потенциал территории, размер предприятия, уровень оснащенности сельскохозяйственной техникой, доходность за определенный период, количество работников и другие показатели. Погектарные субсидии вводятся с 2013 г. Постановлением Правительства РФ от 27 декабря 2012 г. № 1431 как одна из форм несвязанной поддержки растениеводства [67].

В среднем по России суммарная поддержка в расчете на 1 га пашни ниже в 13 раз, чем в странах ЕС, в 41 раз ниже, чем в Норвегии, в 7,6 раз ниже, чем в США. Согласно данным Министерства сельского хозяйства РФ, Саратовская область в 2012 г. входила в группу регионов с минимальным уровнем поддержки (2-5 коп. на 1 руб. выручки от реализации сельскохозяйственной продукции) . Анализ свидетельствует о крайне заниженном уровне субсидирования на 1 га по сравнению с другими регионами. Размер господдержки сельхозпроизводителей на 1 га в Саратовской области в 2011 г. составил 735 руб. и этот уровень явно ниже, чем в других регионах [1].

Размер погектарных субсидий должен быть увеличен в разы, несмотря на то, что эта мера господдержки и относится к «желтой корзине».

4. Еще одним важным направлением модернизации системы господдержки с учетом правил ВТО является введение раздельного учета объемов поддержки сельскохозяйственных производителей в зависимости от их организационно-правовых форм, исходя из того, что по условиям ВТО поддержка отдельных хозяйств и мелкотоварных сельскохозяйственных производителей не ограничивается.

Это направление является весьма перспективным, т.к. около 50-60 % валовой продукции сельского хозяйства России и ее регионов проводят малые формы хозяйствования (ЛПХ, КФХ, ИП). И эта многочисленная группа сельхозтоваропроизводителей является наиболее уязвимой в условиях ВТО. Так, 80 % валового производства молока в Саратовской области, приходится именно на малые формы хозяйствования [1].

5. Успешное ведение сельского хозяйства области с учетом требований ВТО невозможно без технической и технологической модернизации отрасли и перехода к инновационному развитию. В этой связи необходимо усиление инновационной и инвестиционной составляющей системы господдержки, стимулирование инвестиционно-инновационной деятельности в аграрном секторе региона. В Саратовской области продолжается техническое переоснащение сель-

ского хозяйства. За 2012 г. машинно-тракторный парк обновлен на 585 тракторов и другой техникой на сумму 3,8 млрд руб. Но пока темпы обновления машинно-тракторного парка не компенсируют убыль техники и не позволяют преодолеть общую тенденцию опережающего старения основных фондов в отрасли.

В качестве одного из направлений промежуточного этапа решения этой исключительно сложной проблемы можно было бы задействовать долгосрочную аренду и возможность оборота сельскохозяйственных земель с применением залогового (ипотечного) механизма. Оба механизма нуждаются в детальном законодательном и правоприменительном обеспечении. Необходимо изменение направлений и характера бюджетной поддержки сельского хозяйства. За последнее десятилетие на фоне общего сокращения доли бюджетных расходов на сельское хозяйство в совокупных бюджетных расходах (примерно с 12 до 1%), 90 % расходов приходится на текущую поддержку хозяйств. Такая структура поддержки резко отличается от подавляющего большинства стран - членов ВТО, где значительная доля затрат на сельское хозяйство приходится на развитие и поддержку рыночной инфраструктуры, аграрной науки, служб консалтинга, внедрения и др [1, 42, 43].

В таблице 34 представлены отчетные данные о фактических объемах финансирования мероприятий Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы (далее - Государственная программа) за счет средств федерального бюджета по состоянию на 1 октября 2013 г [1].

Таблица 34 - Финансирование мероприятий Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы за счет средств федерального бюджета за январь-сентябрь 2013 г.

| Мероприятие | Израсходовано, млн. руб. | в % от запланиро- ванного за год |
|--|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| Всего профинансировано в том числе: | 107836,29 | 66,0 |
| на оказание несвязанной поддержки сельскохозяйственным товаропроизводителям в области растениеводства (опосредованно) | 22642,66 | 89,9 |
| на поддержку племенного животноводства | 3360,56 | 96,0 |
| на субсидии на 1 литр реализованного товарного молока | 9598,1 | 75,2 |
| на поддержку экономически значимых региональных программ в области животноводства | 330,42 | 4,1 |
| на возмещение части процентной ставки по краткосрочным кредитам (займам) на развитие животноводства, переработки и реализации продукции животноводства | 3887,59 | 94,9 |
| на возмещение части процентной ставки по инвестиционным кредитам (займам) на развитие животноводства, переработки и развитие инфраструктуры и логистического обеспечения рынков продукции животноводства | 24809,68 | 86,3 |
| на возмещение части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей на уплату страховой премии, начисленной по договору сельскохозяйственного страхования, в области животноводства | 196,4 | 19,6 |
| на поддержку начинающих фермеров | 1796,6 | 89,8 |
| на развитие семейных животноводческих ферм | 1368,7 | 91,2 |
| на возмещение части процентной ставки по долгосрочным, среднесрочным и краткосрочным кредитам, взятым малыми формами хозяйствования | 4230,22 | 84,6 |
| на субсидии сельскохозяйственным товаропроизводителям на возмещение части затрат на обеспечение технической и технологической модернизации сельскохозяйственного производства | предусмотрено 5000,0 млн. руб. | финансирование не открыто |
| на федеральную целевую программу «Социальное развитие села до 2013 года» | 7268,2 | 80,6 |
| из них НИОКР | 0,3 | 0,3 |

Существующий механизм поддержки аграрных инвестиционных проектов требует совершенствования за счет реализации следующих мер, направленных на повышение доступности и эффективности использования кредитных ресурсов, упрощения предоставления сельхозтоваропроизводителям средств господдержки, повышения ответственности государства за эффективное использование инвестиционных ресурсов: увеличение минимальных сроков инвестиционного кредитования для инвестиционных проектов в животноводстве - до 10-12 лет;

сокращение и отраслевая дифференциация процентных ставок по инвестиционным кредитам; упрощение схемы субсидирования государством государственных процентных ставок по инвестиционным кредитам для сельскохозяйственных производителей; совершенствование системы государственного страхования производственных и коммерческих рисков инвестиционных проектов в сельском хозяйстве; создание государственного аграрного инвестиционного фонда или наделение функциями инвестиционных фондов банков для финансирования инновационных инвестиционных проектов.

Кроме того, необходимо развивать частное и государственное партнерство в регионе: стимулировать частных инвесторов (например, с помощью снижения уровня налоговых выплат в областной бюджет) инвестировать средства в производство сельскохозяйственной продукции на основе совместного участия государства и частного бизнеса (приложение 4).

В качестве направлений для развития инновационного сектора АПК Саратовской области можно назвать следующие, гарантированно представляющие «зеленую корзину» ВТО:

- 1) развитие научного потенциала АПК,
- 2) реализация мер, предотвращающих утечку научных кадров,
- 3) структурно-технологическая модернизация АПК,
- 4) воспроизводство экономического потенциала Саратовской области,
- 5) развитие системы подготовки и повышения квалификации кадров, реализующих задачи инновационного развития АПК [1, 43].

5. Трансформация системы государственной поддержки сельского хозяйства региона невозможна без стимулирования развития товаропроводящей инфраструктуры и логистических цепочек, обеспечивающих прозрачные обратные связи между конечным потребителем продуктов питания, производителем и переработчиком сырья. Отсутствие эффективной обратной связи нарушает взаимодействие всех участников рынка, исключает возможность влияния на процесс ценообразования и не позволяет осуществлять контроль качества по всем пара-

метрам во всех критических, с точки зрения безопасности точках. Причем необходимо отметить, что эти меры поддержки также гарантированно относятся к «зеленой корзине» и предполагают совершенствование инфраструктуры сельского хозяйства.

Развитие логистических товаропроводящих систем, обеспечивающих технологические продовольственные цепочки должно быть достигнуто по каждому виду продукции молочного скотоводства (производство - переработка - логистика - рынок). Особенно актуальным является развитие логистических систем в молокопродуктовом подкомплексе и формирование товаропроводящей системы сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на внутреннем рынке страны. Слабость в развитии инфраструктурной составляющей российского и регионального рынка молока проявляется в высокой доле инфраструктурных издержек в экспортной цене отечественной сельскохозяйственной продукции, которая в разы превышает аналогичный уровень аграрных развитых стран. Инфраструктурное несовершенство системы молочнопродуктового подкомплекса могут быть ликвидированы за счет мер «зеленой корзины», которые никто не требует ограничивать в соответствии с Соглашениями по сельскому хозяйству ВТО. Подобными мерами могут быть:

- закупочные и товарные интервенции на рынке молока, разработка технических регламентов на продукцию;
- субсидии на развитие производства и товаропроводящей инфраструктуры, системы социального питания;
- субсидии на создание логистических центров по переработке, хранению и сбыту молочной продукции;
- содействие организации выставочно-ярмарочной, конгрессной и издательской деятельности Саратовской области.
- формирование и проведение системы комплексного мониторинга и анализа международных и межрегиональных рынков товаров, услуг, капиталов для информационного обеспечения продвижения интересов области на этих рынках.

6. Адаптация управления маркетингом АПК Саратовской области в условиях членства в ВТО.

В условиях членства в ВТО производственная, финансовая, сбытовая деятельность и кадровая политика в АПК подвергается существенным изменениям, приобретает новые формы взаимодействия между производителями и рынком.

В период реформирования аграрного сектора подавляющее большинство агроформирований России оставило без изменений организацию снабжения и сбыта, у них отсутствует маркетинговая стратегия, наблюдается слабая адаптация процесса производства продукции к требованиям рынка, что в конечном итоге приводит к ухудшению экономических показателей.

Первостепенные мероприятия при адаптации регионального агробизнеса к условиям ВТО должны включать:

1. выявление тенденций и приоритетных форм развития механизмов управления маркетингом;
2. анализ конкурентоспособности региональной сельскохозяйственной продукции, продовольствия, услуг агросервиса на внутреннем рынке и на открытых рынках стран-членов ВТО.

Развитие маркетинга будет способствовать оптимизации товарного ассортимента, изучению передового отечественного и мирового опыта, внедрению инновационных технологий в производство и реализацию продукции. В этом направлении необходимо развивать одно из важнейших направлений маркетинга - брендинг, т.е. выпуск различных товаров под узнаваемой покупателями маркой «Сделано в Саратовской области». Данный приоритет не получил еще надлежащего отражения в товарной, ассортиментной, сбытовой и коммуникационной политике агропредприятий. Реализация комплекса мер по стимулированию продвижения региональных торговых марок на внутреннем и внешнем продовольственных рынках с учетом нормативно-правовых актов и правил ВТО будет способствовать выходу саратовских предприятий производителей и переработчиков молока на всероссийский и мировой рынки.

Организация маркетингового управления регионального АПК предполагает также рациональный выбор структуры ее функционирования, качественный подбор кадров и управление персоналом, позволяющие оптимально реализовать указанные мероприятия и проводить эффективную сбытовую политику, предполагающую комплекс мер по обновлению ассортимента выпускаемой регионально агропродовольственной продукции и расширению каналов дистрибуции, объединению в единый управленческий процесс производства и маркетинга с целью выявления на нулевой стадии жизненного цикла товара потребностей в том или ином продукте, осуществления научно-исследовательских работ по разработке товаров рыночной новизны, гибкого ценообразования, индикативного планирования и прогнозирования спроса, привлечения в агробизнес финансовых и инвестиционных ресурсов, организации эффективного товародвижения и сбыта, пропаганды и рекламирования товарных марок в соответствующем месте и в оптимальное время [43].

В настоящее время главная задача России состоит не только в том, чтобы повысить уровень государственных расходов на молочнопродуктовый подкомплекс, но и увеличить эффективность этих расходов. Таким образом, основной упор в поддержке сельского хозяйства должен делаться именно на развитие институтов в агропродовольственном комплексе. В интересах страны переориентировать нерационально расходуемые средства из мер «желтой корзины» в меры «зеленой корзины», в которых в данный момент нуждается Россия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Анализ регионального и российского рынков молока показал, что уровень цен на молоко в Саратовской области существенно занижен по сравнению с общероссийскими ценами (цена на российском рынке молока – 15 руб./кг, а в Саратовской области лишь 13 руб./кг), а субсидии не полностью покрывают такие статьи затрат в структуре себестоимости молока как несубсидированные проценты, убыток от производства говядины, выбраковки коров, затраты на выращивание нетелей и ремонтного молодняка. Таким образом, рентабельность от реализации молока без учета субсидий в регионе не превышает в 2012 г. – 11,8 %, что не может способствовать устойчивому развитию предприятий, специализирующихся на производстве молока, и требует разработки практических рекомендаций по совершенствованию ценообразования на молоко как на уровне предприятия, так и в масштабах страны.

2. На основе применения системного анализа уточнены теоретико-методические основы управления ценообразованием, выявлены внешние факторы роста эффективности производства и реализации продукции, основные из которых:

- использование господдержки в рамках корзин ВТО,
- углубление интеграционных процессов (объединение в группы компаний, союзы, ассоциации производителей молока и пр.),
- совершенствование экономических отношений со сторонними организациями в части сбытовой и ценовой политики.

3. Обоснованы следующие резервы повышения экономической эффективности на основе процесса управления ценообразованием:

- создание вертикальных и горизонтальных маркетинговых систем (например, объединение в группы компаний с полным циклом обслуживания; использование минимолокозаводов, находящихся под руководством головного предприятия);

- государственное регулирование ценообразования на молоко (установление «коридора» цен: максимальной и минимальной, рекомендованной цены)

- наиболее полное использование надбавок (скидок) при расчетах за молоко с учетом массовой доли белка и базисной нормы массовой доли жира (т.е. взаимосвязь цены и качества продукта).

4. Проведенное анкетирование выявило не только недостаточную государственную поддержку молочному скотоводству, но и острую необходимость в налаживании кооперационных связей между молочными заводами, торговыми домами и розничными сетями (сотрудничеством производителей и посредников в каналах товародвижения). В качестве примера вертикальной интеграции предложена трансформация взаимоотношений внутри Группы компаний «Белая Долина»: из компании с ограниченным производственно-сбытовым циклом в компанию с полным циклом обслуживания. Расчеты показывают, что это может обеспечить снижение себестоимости производства молока на 1 руб./кг (за счет использования внутрифирменных трансфертных цен на предприятиях группы компаний), а также повысить цену реализации сырого молока до 15 руб./кг (за счет снижения транспортных издержек). Создание таких интеграционных систем, с одной стороны, позволит материнской компании получать регулярные поставки молока в необходимом количестве и качестве, снизить издержки на транспортирование и сбор сырого молока, с другой – непосредственному производителю сырого молока получить гарантированную цену на молоко, повысить эффективность функционирования за счет инвестирования средств в технику и технологии, а также улучшение породного и возрастного состава коров.

5. Для более мелких предприятий-производителей молока рекомендовано создание союзов производителей молока с полным производственных циклов обслуживания посредством создания минимолокозаводов. Стоимость минимолокозавода составляет 1–7 млн руб. в зависимости от ассортимента выпускаемой продукции. Время окупаемости такого цеха составляет от 10 до 2

месяцев, в зависимости от объемов перерабатываемого молока (1000 кг/сут. – 10,08 мес., 3000 кг/сут. – 4,36 мес., 5000 кг/сут. – 3,35 мес., 10000 кг/сут. – 3,06 мес., 20000 кг/сут. – 2,17 мес.).

6. Предложенные резервы повышения экономической эффективности производства молока на предприятиях Марксовского района позволило повысить уровень товарности продукции до 85 %, рентабельность производства молока до 50–60 %.

7. Следует трансформировать систему субсидирования АПК под требования ВТО с выходом на наиболее эффективные направления использования бюджетных средств в области молочного скотоводства (использование субсидий на 1 кг реализованного товарного молока, «несвязанной» поддержки доходов, поддержки страхования доходов, создания государственных резервов для обеспечения продовольственной безопасности и др.).

Рекомендации:

- в первую очередь необходимо рассчитывать не полную бухгалтерскую себестоимость молока, а полную управленческую себестоимость молока, включающую в себя неучтенные статьи затрат, позволяющую в конечном счете сформировать «справедливую» цену на молоко от производителя;

- наиболее полно использовать резервы повышения экономической эффективности производства и реализации молока на основе управления ценообразованием такие как: создание горизонтальных и вертикальных интеграционных систем (использование трансфертных цен), совершенствование форм и методов государственного регулирования ценообразования на молоко, формирование системы надбавок и скидок при расчетах за молоко;

- группе компаний «Белая Долина» использовать предлагаемую схему трансформации производства продукции из ограниченного производственно-сбытового цикла в полный цикл обслуживания.

Перспективы дальнейшей разработки темы:

- необходимо распространить разработанные методические подходы к определению «коридора» цен на молоко (максимальной и минимальной цен), основанные на использовании расчетных коэффициентов изменения себестоимости молока в других регионах РФ;
- предполагается распространить создание минимолокозаводов в других субъектах Приволжского федерального округа и регионах страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агропродовольственный комплекс региона в условиях глобализации / И. Ф. Суханова [и др.]; под общ. ред. И. Ф. Сухановой. – Саратов: Саратовский источник, 2013. – 431 с.
2. Агрохолдинги: организационное построение и механизм функционирования: метод. пособие / О. А. Родионова [и др.]. – М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2003. – 276 с.
3. *Амосов, А. И.* Последствия сверхускорения эволюции экономики и общества в последние столетия / А. И. Амосов; Российская акад. наук, Ин-т экономики. – М., 2009. – 312 с.
4. *Аничкин, В. Л.* Методика ценообразования на молоко / В. Л. Аничкин // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2011. – № 5. – С. 65–66.
5. *Арыбаев, Р. К.* Государственное регулирование цен в условиях рыночной трансформации экономики (опыт Астраханской области) / Р. К. Арыбаев. – Астрахань: ИПК «Волга», 2001. – 36 с.
6. *Архипов, А. И.* Экономический словарь / А.И. Архипов; отв. ред. А. И. Архипов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2010. – 672 с.
7. *Бабкина, А.* Обоснование мероприятий антикризисной программы в молочном скотоводстве / А. Бабкина // Экономика сельского хозяйства России. – 2011. – № 2. – С. 50–53.
8. *Базылев, Н. И.* Экономическая теория: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / Н. И. Базылев, А. В. Бондарь, С. П. Гурко; под ред. Н. И. Базылева, С. П. Гурка. – Минск: БГЭУ, 2005. – 550 с.
9. *Балыбердина, Г. Р.* Внутривзаводские экономические отношения в условиях совершенствования сельскохозяйственного механизма: учеб. пособие / Г. Р. Балыбердина. – М.: ГРЭА им. Г.В. Плеханова, 1994. – 195 с.

10. *Бегучев, А. П.* Скотоводство / А. П. Бегучев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Агропромиздат, 1992. – 542 с.
11. *Бедрина, Е. Б.* Введение в экономическую теорию: учеб. пособие / Е. Б. Бедрина, О. А. Козлова, Т. А. Саламатова. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009. – 210 с.
12. *Белов, Н. Г.* Контроль и ревизия в сельском хозяйстве: учебник / Н. Г. Белов. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 392 с.
13. Белая долина: группа компаний [Электронный ресурс] / Официальный сайт // О группе компаний. – 2012. – Режим доступа: <http://www.beldolina.com>.
14. *Белых, В. С.* Правовое регулирование цен и ценообразования в Российской Федерации: учеб.- практ. пособие / В. С. Белых, С. И. Виниченко. – М.: НОРМА : ИНФРА-М, 2002. – 214 с.
15. *Боков, О. Г.* Экономика рыночного ценообразования: учеб. пособие для студ. высш. учеб. завед. по агроном. спец. / О. Г. Боков; М-во сельского хозяйства и продовольствия РФ. – Саратов, 2000. – 432 с.
16. Борьба с фальсификацией [Электронный ресурс] / Dairy News // Новости молочного рынка каждый день. – 2012. – Режим доступа: <http://www.upakovano.ru/articles/399183>.
17. *Бутырин, В. В.* Совершенствование государственной поддержки инновационно-инвестиционной деятельности в сельском хозяйстве / В. В. Бутырин, А. Н. Милованов, В. В. Невзгодов // Вестник Саратовского госагроуниверситета имени Н.И. Вавилова. – 2012. – № 6. – С. 62–69.
18. *Васильченко, М. Я.* Животноводческий сектор в современной агросистеме: ресурсы развития и траектория роста: монография / М. Я. Васильченко. – Саратов: Наука, 2011. – 220 с.
19. *Вальрас, Л.* Элементы чистой политической экономии / Л. Вальрас. – М.: Изограф, 2000. – 448 с.
20. В России могут провести интервенции на рынке молока / Вести.Ru // Агробизнес: экономика – оборудование – технологии. – 2011. – № 6. – С. 13–14.

21. Высокопродуктивное молочное скотоводство / Э. К. Вальдман [и др.]. – М.: Колос, 1982. – 270 с.
22. *Голубев, А. В.* Экономическое моделирование эффективного аграрного производства / А. В. Голубев. – М.: Колос, 2006. – 252 с.
23. *Горощенко, Л. Г.* Импорт и экспорт молочной продукции / Л. Г. Горощенко // Молочная промышленность. – 2011. – № 12. – С. 5–7.
24. *Глазунов, В. И.* Мониторинг и анализ состояния экономики АПК и регионов Поволжья: монография / В. И. Глазунов, Л. Ю. Ададимова. – Саратов: Саратовский источник, 2007. – 105 с.
25. *Глебов, И. П.* В помощь руководителю / И. П. Глебов // Губернские Вести. – 2013. – № 26, январь. – С. 10.
26. *Глебов, И. П.* Повышение эффективности сельскохозяйственного производства в условиях рынка / И. П. Глебов, В. В. Бутырин, Ю. А. Бутырина; ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2003. – 165 с.
27. Глобальные тенденции в потреблении жидких молочных продуктов / компания «Тетра Пак» // Молочная промышленность. – 2010. – № 1. – С. 4–7.
28. *Дамм, Т.* Агентство Агрофакт. ВТО: Куда же все-таки вступила Россия / Т. Дамм, И. Недошивина, О. Оли. – Режим доступа: <http://www.lenagro.org/stati/2096-vto-kuda-zhe-vse-taki-vstupila-rossiya.html>.
29. *Добрынин, В. А.* Актуальные проблемы экономики агропромышленного комплекса / В. А. Добрынин. – М.: Моск. с.-х. акад. им. К.А. Тимирязева, 2001. – 401 с.
30. *Добрынин, В. А.* Государственное регулирование агропромышленного производства / В. А. Добрынин. – М.: Моск. с.-х. акад. им. К.А. Тимирязева, 2000. – 129 с.
31. Животноводство России в 2010 году / Статистический обзор: по материалам Росстата // Экономика сельского хозяйства России. – 2011. – № 3. – С. 91–93.

32. *Иванова, Н. В.* Адаптация управления маркетингом АПК Волгоградской области к условиям членства России в ВТО / Н. В. Иванова, А. Н. Цепляев, Е. Ф. Абрамова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2013. – № 3. – С. 32–37.
33. Интенсивная технология производства молока: научно-популярная литература. – Минск: Ураджай, 1991. – 142 с.
34. Информация о предоставлении документов на выплату субсидий пострадавшим от засухи хозяйствам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://minagro.saratov.gov.ru/government/info^hp?ELENffiOT_II>=4267.
35. *Кандус, В. А.* Экономика АПК: учеб. пособие / В. А. Кандус. – Барнаул: Изд-во АГАУ, 2007. – 669 с.
36. Капустина, Е. И. Экономическая эффективность информационного обеспечения управления технологическими процессами производства молока / Е. И. Капустина // Вестник АПК Ставрополя. – 2011. – № 4. – С. 76–79.
37. *Кизуб, Н. Л.* Снижение цен: миф или реальность? / Н. Л. Кизуб // Сборник статей. – М.: Финансы и статистика, 1990. – 221 с.
38. *Клюкач, В. А.* Рекомендации по совершенствованию механизма экономических отношений между сельскохозяйственными товаропроизводителями и системой заготовок, переработки и реализации продукции / В. А. Клюкач, М. А. Бабков, Л. Н. Ключко. – М.: Всероссийский НИИ Экономики сельского хозяйства, 2001. – 123 с.
39. *Князев, В. Г.* Цена, финансы, хозрасчет: научно-популярная литература / В. Г. Князев. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 110 с.
40. *Коваленко, Е.* Планирование затрат в молочном скотоводстве и определение размера субсидий / Е. Коваленко, Л. Овсянко // Экономика сельского хозяйства России. – 2011. – № 3. – С. 59–65.
41. *Козлов, В. В.* Комментарий. В ВТО мы вступили, а как получится с сельским хозяйством? / В. В. Козлов. – Режим доступа: <http://www.agronews.ru/neys/detail/119024>.

42. *Козлов, В. В.* Условия ВТО: как они влияют на российских граждан и аграриев / В. В. Козлов // Вестник Саратовского госагроуниверситета имени Н.И. Вавилова. – 2012. – № 7. – С. 75–80.

43. *Козлов, В. В.* Какой видится стратегия инновационного развития российского сельского хозяйства / В. В. Козлов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2010. – № 4. – С. 23–26.

44. *Козлов, В. В.* Готовы ли кадры сельского хозяйства к вызовам ВТО? / В. В. Козлов, Б. П. Панков // АПК: экономика, управление. – 2012. – № 7. – С. 18–23.

45. *Коган, А. М.* Деньги, цена и теория трудовой стоимости: Новая парадигма теории трудовой стоимости: научно-популярная литература / А. М. Коган. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 223 с.

46. *Комышев, А. Л.* О совершенствовании системы управления производством молока / А. Л. Комышев, А. В. Атаев, С. А. Комышева // Экономика сельского хозяйства России. – 2011. – № 10. – С. 24–27.

47. *Конончук, А. Я.* Цены и эффективность производства / А. Я. Конончук. – Минск: Беларусь, 1989. – 125 с.

48. *Красота, В. Ф.* Разведение сельскохозяйственных животных / В. Ф. Красота, В. Т. Лобанов, Т. Г. Джапаридзе. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Агропромиздат, 1990. – 462 с.

49. *Красота, В. Ф.* Животноводство: учеб. пособие / В. Ф. Красота, В. П. Потокин, Ю. В. Лебедев. – М.: Агропромиздат, 1991. – 399 с.

50. *Кручок, С. И.* Ценовой механизм и распределительные отношения в АПК / С. И. Кручок. – Киев: Изд-во УСХА, 1991. – 183 с.

51. *Куликов, А.* Ущерб саратовских сельчан от засухи превысил полмиллиарда рублей / А. Куликов // Российская газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/08/21/reg-pfo/uscherb-anons.html>.

52. *Кубайтов, Г. Х.* Инновационные модели модернизации аграрного производства (на примере ЗАО «АФ Волга» Марксовского района Саратовской

области) / Г. Х. Кубайтов, В. В. Козленков, А. В. Шибайкин; под ред. Н. И. Кузнецова; ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2012. – 248 с.

53. *Кузнецова, Е.* Проблемы государственного регулирования рынка молока РФ / Е. Кузнецова // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2009. – № 3. – С. 41–42.

54. *Лабинов, В. В.* Текущая ситуация в молочной отрасли мира и России / В. В. Лабинов // Молочная промышленность. – 2011. – № 9. – С. 66–68.

55. *Лавренов, С. М.* Excel: Сборник примеров и задач / С. М. Лавренов; рец.: О. А. Козлов, Р. А. Подбельская. – М.: Финансы и статистика, 2003 – 336 с.

56. *Липсиц, И. В.* Коммерческое ценообразование: учебник для вузов / И. В. Липсиц; Высшая школа экономики Мин. экономики и Мин. общего и проф. образования РФ. – М.: Бек, 1997. – 368 с.

57. *Лысова, Н.А.* Управление ценами: учеб. пособие / Н. А. Лысова, Л. Ф. Чернева. – М.: Кнорус, 2006. – 197 с.

58. *Магомедов, М. Д.* Экономика и организация производства. Пищевая промышленность: учеб. пособие / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, И. И. Чайкина. – СПб.: РАПП, 2008. – 312 с.

59. *Маркс, К.* Заработная плата, цена и прибыль / Маркс К., Энгельс Ф. // Соч. – 2-е изд. – Т. 16. – М.: Политиздат, 1960. – 839 с.

60. *Меркулов, Ю.А.* Экономика сельского хозяйства: учеб. пособие / Ю. А. Меркулов, В. Н. Мишин; ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2003. – 120 с.

61. Мероприятия по эффективному ведению сельскохозяйственного производства в условиях кризиса: рекомендации. – 3-е изд., испр. и доп. / под общ. ред. А. В. Голубева; ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2009. – 124 с.

62. *Минаков, И. А.* Экономика сельского хозяйства / И. А. Минаков. – М.: Колосс, 2002. – 328 с.

63. *Минаков, И. А.* Кооперация и агропромышленная интеграция в АПК / И. А. Минаков. – М., 2007. – 264 с.

64. *Минаков, И. А.* Организационно-экономический механизм функционирования сельскохозяйственных кооперативов и агропромышленных формирований / И. А. Минаков, Н. И. Куликов; Объед. ун-т им. В. И. Вернадского. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2005. – 129 с.
65. *Минаков, И. А.* Формирование эффективного механизма государственной поддержки сельского хозяйства / И. А. Минаков, В. А. Кувшинов; М-во сел. хоз-ва Рос. Федерации, Мичурин. гос. аграр. ун-т. – Мичуринск: МичГАУ, 2009. – 158 с.
66. Мировой молочный рынок / Агентство «Агрофакт» // Экономика сельского хозяйства России. – 2011. – № 5. – С. 85–87.
67. Министерство сельского хозяйства Саратовской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minagro.saratov.gov.ru>.
68. *Моляков, Д. С.* Финансы предприятий отраслей народного хозяйства: учеб. пособие / Д. С. Моляков. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 201 с.
69. Моделирование эффективной работы сельскохозяйственного предприятия / под ред. А. В. Голубева; ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2003. – 288 с.
70. *Мурусидзе, Д. Н.* Технология производства продукции животноводства: учебник / Д. Н. Мурусидзе, А. Б. Левин. – М.: Агропромиздат, 1992. – 222 с.
71. *Мюллер, Г. Г.* Учет: международная перспектива / Г. Г. Мюллер, Х. Гернон, Г. Миик; пер. с англ. В. В. Ковалева. – 2-е изд. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 135 с.
72. *Назаров, А. В.* Состояние, проблемы и направления повышения эффективности животноводства в Российской Федерации / А. В. Назаров // Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации. – 2005. – № 11(95). – Режим доступа: <http://www.ach.gov.ru/ru/bulletin/597>.
73. *Наумкин, А. В.* Стратегия развития животноводства России на период 2013–2020 гг. / А. В. Наумкин, Н. И. Оксанич // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2011. – № 6. – С. 29–33.

74. *Нечаев, В. И.* Тенденции и особенности развития рынка сырого молока / В. И. Нечаев, Е. И. Артемова, И. А. Бурса // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2010 – № 7. – С. 54–57.

75. Новости союза производителей молока [Электронный ресурс]: Официальный сайт национального союза производителей молока. – Режим доступа: <http://www.souzmoloko.ru/> (дата обновления: 12.02.2012).

76. *Октябрьский, П. Я.* Статистико-экономическое исследование эффективности промышленного производства / П. Я. Октябрьский, Т. С. Баталина, Н. А. Смирнова. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1983. – 168 с.

77. *Ожерельев, В.* Территориальный аспект конкуренции на московском рынке молока / В. Ожерельев, М. Ожерельева, Я. Яловенко // Экономика сельского хозяйства России. – 2011. – № 4. – С. 65–72.

78. Организация производства молока и ее совершенствование в условиях рыночных отношений: метод. указания к выполнению дипломного проекта/сост.: А. С. Торопыгин, Л. А. Пимонова. – Саратов: ГСХА, 1994. – 44 с.

79. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных организаций Саратовской области за 2007 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2008. – 41 с.

80. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных организаций Саратовской области за 2008 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2009. – 41 с.

81. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных организаций Саратовской области за 2009 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2010. – 41 с.

82. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных организаций Саратовской области за 2010 г.: Стат. сборник /

Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2011. – 41 с.

83. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных организаций Саратовской области за 2011 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2012. – 41 с.

84. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных организаций Саратовской области за 2012 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2013. – 44 с.

85. Отечественный молочный рынок и ценообразование на сырое молоко: состояние и перспективы / Росстат, Минсельхоз России // Молочная промышленность. – 2011. – №3. – С. 26–27.

86. *Петровская, Е. Н.* Совершенствование государственной поддержки молочного скотоводства на основе достижения «справедливой» цены на молоко / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Вестник Саратовского гоагроуниверситета имени Н.И. Вавилова. – 2012. – № 9. – С. 66–71. – ISSN 1998-6548.

87. *Петровская, Е. Н.* Установление «справедливой» цены на молочную продукцию с учетом анализа результатов анкетирования потребителей / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2012. – № 2. – С. 11–14. – ISSN 2073-0462.

88. *Петровская, Е. Н.* «Справедливая» цена на молоко / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Вестник Саратовского гоагроуниверситета имени Н.И. Вавилова. – 2011. – № 6. – С. 57–59. – ISSN 1998-6548.

89. *Петровская, Е. Н.* Диверсификация производства молочной продукции / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Проблемы и перспективы развития сельского хозяйства и сельских территорий: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Саратов: КУБиК, 2012. – С. 3–4.

90. *Петровская, Е. Н.* Повышение продуктивности коров за счет выбора оптимального рациона кормления / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Аграрная наука в XXI веке: проблемы и перспективы: материалы V Всерос. науч.-практ. конф. – Саратов: КУБиК, 2011. – С. 3–5. – ISBN 978-5-91818-128-7.

91. *Петровская, Е. Н.* Реализация маркетинговых программ лидерами рынка молочных продуктов в России / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков// Инновационный маркетинг и менеджмент: теория и практика: материалы II Всерос. науч.-практ. конф. – Саратов: КУБиК, 2011. – С. 55–58. – ISBN 978-5-91818-176-8.

92. *Петровская, Е. Н.* ЗАО «Племзавод «Трудовой» как одно из лидирующих предприятий молочной отрасли в Саратовской области / Е. Н. Петровская // Научное обеспечение АПК: материалы науч.-практ. конф. 2-й специализированной агропромышленной выставки «САРАТОВ-АГРО.2011». – Саратов, 2011. – С. 47–49.

93. *Петровская, Е. Н.* Организация бизнеса по переработке молока на территории крупных и мелких населенных пунктов / Е. Н. Петровская // Инновации – молодой взгляд в будущее: сборник науч. трудов по материалам конкурса научных работ молодых ученых. – Саратов, 2011. – С. 290–293.

94. *Петровская, Е. Н.* Экономическая эффективность производства продукции скотоводства в Саратовской области / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Социально-экономические и экологические проблемы сельского и водного хозяйства: материалы Междунар. конф.– Ч. 5. Экономика сельского и водного хозяйства. – М.: Московский ГУП, 2010. – С. 8–13.

95. *Петровская, Е. Н.* Эффективность производства молока / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Инновации, наука и образование XXI века: Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 60-летию кафедры «ОУиР». – Саратов: КУБиК, 2010. – С. 25–27.

96. *Петровская, Е.Н.* Комплекс мер по повышению эффективности молочной отрасли / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Сборник науч. трудов

по материалам III этапа Всерос. конкурса на лучшую научную работу среди студентов, аспирантов и молодых ученых высших учебных заведений Министерства сельского хозяйства России (номинации «Менеджмент», «Экономика», «Экономические науки»). – Ярославль: ФГОУ ВПО «Ярославская ГСХА», 2010. – С. 216–221. – ISBN 978-5-98914-086-2.

97. *Петровская, Е. Н.* Комплекс мер по повышению эффективности молочной отрасли / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Бюлетень Міжнародного економічного форуму. – 2011. – № 1(4). – С. 313–318. – ISSN2074-5370.

98. *Петровская, Е. Н.* Рынок молока: состояние и прогнозы / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Проблемы и перспективы инновационного развития мирового сельского хозяйства: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. – Саратов: КУБиК, 2011. – С. 5–8. – ISBN 978-5-91818-172-0.

99. *Петровская, Е. Н.* Повышение экономической эффективности предприятий молочной отрасли за счет управления их сбытовой деятельностью / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Наука и молодежь: новые идеи и решения: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. молодых исследователей. – Волгоград: Волгоградская ГСХА, 2011. – С. 210–212. – ISBN 978-5-85536-564-1.

100. *Петровская, Е. Н.* Перспективы объединений предприятий молочной отрасли в группы компаний / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Безопасность и качество товаров: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. – Саратов: КУБиК, 2011. – С. 3–7. – ISBN 978-5-91818-161-4.

101. *Петровская, Е. Н.* Направления повышения экономической эффективности производства продукции скотоводства в Саратовской области / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Научное обозрение. – 2010. – № 1. – С. 54–55.

102. *Петровская, Е. Н.* Современное состояние и проблемы функционирования агропромышленного комплекса / Е. Н. Петровская // Молодые ученые – агропромышленному комплексу Поволжского региона: сборник науч. работ; ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2007. – Вып. 4. – С. 116–120.

103. *Петровская, Е. Н.* Мировой рынок молока / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков / Проблемы и перспективы инновационного развития мирового сельского хозяйства // Материалы III Междунар. науч.-практ. конф. – Саратов: КУБиК, 2012. – С. 3–6. – ISBN 978-5-91818-291-8.
104. *Петровская, Е. Н.* О полезных свойствах молочных продуктов питания / Е. Н. Петровская, Ф. К. Абдразаков // Технология и продукты здорового питания: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. – Саратов: КУБиК, 2011. – С. 3–5. – ISBN 978-5-91818-184-3.
105. Поголовье скота в Российской Федерации в 2012 году / Росстат. – М., 2013. – 145 с.
106. *Поляков, И. И.* Основы животноводства: учебник / И. И. Поляков, Г. Г. Антиох. – М.: Колос, 1986. – 288 с.
107. *Попов, Н. А.* Экономика сельского хозяйства: учебник / Н. А. Попов. – М.: Дело и Сервис, 2001. – 368 с.
108. Потребление продуктов питания в России в 2000–2010 годах / Статистический обзор: по материалам заседания Президиума Правительства РФ // Экономика сельского хозяйства России. – 2011. – № 5. – С. 71–73.
109. Преодоление финансового кризиса перерабатывающими предприятиями АПК Саратовской области: рекомендации. – 3-е изд., испр. и доп. / Н. И. Кузнецов [и др.]; ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2009. – 84 с.
110. Проблемы повышения эффективности сельскохозяйственного производства / под ред. В. А. Добрынина. – М.: Агропромиздат, 1986. – 335 с.
111. Прогрессивные технологии производства молока, мяса, шерсти в Поволжье: Сборник науч. тр. / Поволжский НИИ животноводства и кормопроизводства. – Саратов, 1992. – 183 с.
112. Продажа молока через автоматы / Статистический обзор // Молочная промышленность. – 2011. – № 11. – С. 36–38.
113. Производство продукции животноводства в хозяйствах всех категорий за 2007 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной

службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2008. – 31 с.

114. Производство продукции животноводства в хозяйствах всех категорий за 2008 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2009. – 31 с.

115. Производство продукции животноводства в хозяйствах всех категорий за 2009 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2010. – 47 с.

116. Производство продукции животноводства в хозяйствах всех категорий за 2010 г.: Статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2011. – 47 с.

117. Производство продукции животноводства в хозяйствах всех категорий за 2011 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2012. – 47 с.

118. Производство продукции животноводства в хозяйствах всех категорий за 2012 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2013. – 47 с.

119. *Проходина, Н. В.* Правовое регулирование общей организации продовольственного рынка молока и молочных продуктов в Европейском Союзе / Н. В. Проходина // *Аграрное и земельное право.* – 2007. – № 9. – С. 23–32.

120. *Пунин, Е. И.* Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятиях в условиях рыночной экономики / Е. И. Пунин; под ред. Э. Е. Обминского. – М.: Международные отношения, 1993. – 111 с.

121. Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Саратовской области на 2008–2012 годы: Закон Саратовской области об областной целевой программе от 31 октября 2007 г. // СПС «Консультант Плюс».

122. Реализация сельскохозяйственной продукции хозяйствами всех категорий за 2007 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2008. – 83 с.

123. Реализация сельскохозяйственной продукции хозяйствами всех категорий за 2008 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2009. – 83 с.

124. Реализация сельскохозяйственной продукции хозяйствами всех категорий за 2009 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2010. – 83 с.

125. Рекомендации по проведению экономико-статистического анализа и прогнозирования развития сельскохозяйственного предприятия (на примере ЗАО «АФ Волга» Марковского района Саратовской области) / А.В. Шибайкин [и др.]; под ред. Н. И. Кузнецова. – Саратов, 2011. – 218 с.

126. Саймон, Д. Анализ данных в Excel = ExcelDataFnalysis: Наглядный курс создания отчетов, диаграмм и свободных таблиц / Д. Саймон; пер. с англ. И. В. Константинова; под ред. И. В. Василенко. – М.; СПб.; Киев: Диалектика, 2004. – 517 с.

127. Сергеев, И. В. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие / И. В. Сергеев. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 304 с.

128. Скрынник, Е. Б. Стратегия развития животноводства в России / Е. Б. Скрынник // Экономика сельского хозяйства России. – 2011. – № 5. – С. 19–23.

129. Слепнева, Т. А. Цены и ценообразование: учеб.пособие / Т. А. Слепнева, Е. В. Яркин. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 237 с.

130. Смирнов, Е. Р. Мировой молочный рынок в 2009-2010 гг./ Е. Р. Смирнов // Молочная промышленность. – 2011. – № 2. – С. 10–11.

131. Современное состояние молочного скотоводства [Электронный ресурс] / Новости TreeLand.ru. – Режим доступа://www.treeland.ru/article/koroba/tado/covremennoe_coctoanie_molo4nogo_cktovodctva.htm.– 2012.

132. Соловьев, А. А. Сколько корова дает молока? / А. А. Соловьев // Губернские Вести. – 2013. – № 26, январь. – С. 4.

133. Состояние животноводства в сельскохозяйственных организациях Саратовской области за 2007 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2008. – 82 с.

134. Состояние животноводства в сельскохозяйственных организациях Саратовской области за 2008 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2009. – 82 с.

135. Состояние животноводства в сельскохозяйственных организациях Саратовской области за 2009 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2010. – 82 с.

136. Состояние животноводства в сельскохозяйственных организациях Саратовской области за 2010 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2011. – 82 с.

137. Состояние животноводства в сельскохозяйственных организациях Саратовской области за 2011 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2012. – 82 с.

138. Состояние животноводства в сельскохозяйственных организациях Саратовской области за 2012 г.: Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. – Саратов, 2013. – 82 с.

139. *Степанов, В. И.* Экономико-математическое моделирование : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Математические методы в экономике» и другим экономическим специальностям / В. И. Степанов, А. Ф. Терпугов. – М.: Академия, 2009. – 112 с.

140. *Сулейманова, А. А.* Состояние и основные резервы повышения экономической эффективности производства молока в Дагестане / А. А. Сулейманова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2011. – № 10. – С. 49–52.

141. *Тарасевич, В. М.* Ценовая политика предприятия: учебник / В. М. Тарасевич. – СПб.: Питер, 2001. – 271 с.

142. *Тарасевич, В. М.* Экономико-математические методы и модели в ценообразовании: учебник / В. М. Тарасевич; Ленингр. фин.-экон. ин-т им. Н. А. Вознесенского. – Л.: Изд-во Ленингр.фин.-экон.ин-та, 1991. – 144 с.

143. Теория и практика управления ценами / Т. Г. Евдокимова [и др.]; под общ. ред. Т. Г. Евдокимовой. – СПб.: Нева, 2004. – 206 с.

144. *Тепляков, Н. Е.* Молочная промышленность Республики Беларусь / Н. Е. Тепляков // Молочная промышленность. – 2012. – № 1. – С. 38–40.

145. *Трафимов, А.* Значение инновационной стратегии в формировании конкурентоспособной сельскохозяйственной организации / А. Трафимов // АПК: Экономика, Управление. – 2013. – № 12. – С. 3–23.

146. *Трацевский, И. П.* Ценообразование: учеб. пособие для студ. экон. спец. высш. учеб. завед. / И. П. Трацевский, И. Н. Грекова. – Минск: Новое знание, 2000. – 158 с.

147. *Трухачев, В. И.* Какой вариант кормления молочного скота лучше / В. И. Трухачев, В. И. Кириаков, Н. З. Злытнев // *Животноводство России*. – 2009. – № 9 – С. 55.

148. *Уткин, Э. А.* Цены. Ценообразование. Ценовая политика: учебник / Э. А. Уткин. – М. : Тандем, 1997. – 222 с.

149. *Ушачев, И.* Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции и продовольствия России в условиях присоединения к ВТО / И. Ушачев, А. Серов, С. Сиктиц // *АПК: экономика, управление*. – 2012. – № 6. – С. 3–14.

150. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru>.

151. Формы отчетности о финансово-экономическом состоянии товаропроизводителей агропромышленного комплекса за 2004–2012 гг. предприятия ЗАО «Агрофирма «Волга» Марковского района Саратовской области. – Режим доступа: k-agent.ru?mod=obj&id=541691.

152. Формы отчетности о финансово-экономическом состоянии товаропроизводителей агропромышленного комплекса за 2004–2012 гг. предприятия ЗАО «Племзавод «Трудовой» Марковского района Саратовской области. – Режим доступа: k-agent.ru?mod=obj&id=541693.

153. Формы отчетности о финансово-экономическом состоянии товаропроизводителей агропромышленного комплекса за 2004–2012 гг. предприятия СХА «Михайловское» Марковского района Саратовской области. – Режим доступа: rusprofile.ru?id/2740785.

154. Формы отчетности о финансово-экономическом состоянии товаропроизводителей агропромышленного комплекса за 2005–2009 гг. предприятия ОАО «Молочный комбинат «Энгельский». – Режим доступа: beldolina.com/holding/enterprise/milk_komb_engels.

155. *Хайруллин, А. Н.* Основные проблемы молочного животноводства России: пути решения / А. Н. Хайруллин // *Молочная промышленность*. – 2012. – № 15. – С. 75–80.

156. Ценообразование на рынках сельскохозяйственной продукции и продовольствия: анализ факторов продовольственной инфляции: монография / Д. А. Сюсюра [и др.]. – Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2010. – 132 с.
157. Цены и ценообразование: учеб. пособие для бакалавров / А. С. Баздникин [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2012. – 370 с.
158. Ценообразование: учеб. пособие / под ред. Г.А. Тактарова. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 176 с.
159. Ценовая политика фирмы: научно-популярная литература / В. В. Герасименко [и др.]. – М.: Финстатинформ, 1995. – 185 с.
160. Цены и ценообразование: учебник / И. К. Салимжанов [и др.]; под ред. И. К. Салимжанова. – М.: ТК Вебли, Проспект, 2003. – 360 с.
161. Цены и ценообразование: учебник для вузов / под ред. В. Е. Есипова. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб.: Питер, 2001. – 464 с.
162. *Черняев, А. А.* Направления повышения экономической эффективности производства продукции животноводства в Поволжье (вопросы теории, практики, перспективы): монография / А. А. Черняев, В. И. Глазунов, А. Н. Лукьянов. – Саратов: ГНУ НИИ Экономики и организации АПК, 2007.
163. *Черняев, А. А.* Региональный молочнопродуктовый рынок: проблемы формирования и развития / А. А. Черняев, И. В. Павленко; ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2006. – 132 с.
164. *Шакиров, Ф. К.* Организация сельскохозяйственного производства: учеб. пособие / Ф. К. Шакиров, В. А. Удалов, С. И. Грядов. – М.: Колосс, 2002 – 504 с.
165. *Шичкин, Г. И.* Молочное животноводство России: состояние, проблемы, перспективы развития / Г. И. Шичкин, И. М. Дунин // Молочная промышленность. – 2011. – № 6. – С. 38–40.
166. *Шкваря, Л. В.* Международная экономическая интеграция в мировом хозяйстве / Л. В. Шкваря. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 315 с.

167. *Шляхтунов, В. И.* Скотоводство и технология производства молока и говядины: учебник / В. И. Шляхтунов. – Минск: Ураджай, 1997. – 464 с.
168. *Шуляк, П. Н.* Ценообразование: учеб.-практ. пособие / П. Н. Шуляк. – 11-е изд., доп. и перераб. – М.: Дашков и К, 2008. – 196 с.
169. Экономика сельского хозяйства: учебник / И. А. Минаков [и др.]; ред. И. А. Минаков. – М. : КолосС, 2006. – 288 с.
170. Экономика сельского хозяйства: учеб. пособие / Н. И. Кузнецов [и др.]; ред. Ю. А. Меркулов; ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2011. – 176 с.
171. Экономика организации (предприятия): учебник / Е. В. Арсенова [и др.]; под ред. Н. А. Сафронова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономист, 2006. – 620 с.
172. Экономика сельского хозяйства: учебник / Л. А. Сабетова [и др.]. – М.: Колос, 2000.
173. Экономика предприятия: учеб. пособие / Т. А. Симунина[и др.]. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: Кнорус, 2008. – 256 с.
174. Экономическая эффективность инвестиционных проектов в АПК: метод. указания к выполнению научных и дипломных работ: Для студентов экономических, технологических и технических специальностей / сост.: В. С. Баландин, Е. Н. Киселева; ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2003. – 12 с.
175. Экспорт и импорт продукции агропромышленного комплекса в 2005–2010 годах: статистический обзор // Экономика сельского хозяйства России. – 2011. – № 10. – С. 60–62.
176. *Яхнюк, С.* Бюджетная поддержка сельского хозяйства региона в связи с вступлением России в ВТО / С. Яхнюк // АПК: экономика, управление. – 2012. – № 3. – С. 85.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Россия
 Закрытое акционерное общество
 «Агрофирма «ВОЛГА»
 413063, Саратовская область,
 Марксовский район
 с. Звонаревка
 21.11.2013 № 268
 На № _____

В диссертационный совет Д 220.061.02
 на базе ФГБОУ ВПО «Саратовский
 ГАУ им. Н.И. Вавилова»

СПРАВКА

об использовании результатов исследований кандидатской диссертации
 «Повышение экономической эффективности производства и реализации
 молока на основе совершенствования ценообразования (на примере
 Саратовской области)» Петровской Евгении Николаевны

Результаты диссертационного исследования Петровской Е.Н., посвященные проблемам повышения экономической эффективности производства молока на основе совершенствования ценообразования, были рассмотрены и одобрены на заседании трудового коллектива ЗАО «Агрофирма «Волга». Разработанные автором методологические подходы к определению «коридора» цен на молоко, основанные на использовании расчетных коэффициентов изменения себестоимости молока по районам Саратовской области, заслуживают должного внимания и имеют высокую степень практической значимости. Внедрение результатов научного исследования в 2011-2013 гг., основанных на укреплении интеграционных экономических отношений между сельхозтоваропроизводителями, позволило снизить себестоимость молока на 5-7 %, повысить уровень товарности молока на 15 %, рентабельность производства молока на 10 %.



Директор ЗАО «Агрофирма «Волга»

Н.С. Кубайтов

ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
«ПЛЕМЗАВОД «ТРУДОВОЙ»
САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ,
МАРКОВСКИЙ РАЙОН

В диссертационный совет
Д 220.061.02 на базе ФГБОУ ВПО
«Саратовский государственный
аграрный университет им. Н. И. Вавилова»

СПРАВКА

об использовании результатов исследований кандидатской диссертации
«Повышение экономической эффективности производства
и реализации молока на основе совершенствования ценообразования
(на примере Саратовской области)»
Петровской Евгении Николаевны

Разработанные соискателем резервы повышения экономической эффективности производства молока на основе управления ценообразованием нашли свое применение в ЗАО «Племзавод «Трудовой» Марковского района Саратовской области в 2012 гг.

Рекомендации по совершенствованию интеграционных экономических взаимоотношений с перерабатывающим предприятием ОАО «Саратовский молочный комбинат» позволили повысить уровень товарности молока на 10 %, рентабельность производства молока на 12 %, цену реализации сырого молока на 10 % (16 руб. за килограмм при базовой жирности – 3,4%, белке – 3,0).

Предлагаемые автором методологические подходы по определению максимальной и минимальной цены на молоко имеют большую практическую значимость и могут применяться в условиях предприятий молочнопродуктового подкомплекса Саратовской области.

Генеральный директор
ЗАО «Племзавод «Трудовой»



А.С. Байзульдинов

Анкета предприятия

Проводимое анкетирование необходимо для того, чтобы услышать мнение сельскохозяйственного производителя и довести до региональных властей реальную информацию о состоянии молочного скотоводства

Дата заполнения: _____

I Общая информация о предприятии:

- 1.1. Название предприятия: _____
- 1.2. Адрес предприятия: _____
- 1.3. Руководитель предприятия (Ф.И.О.): _____
- 1.4. Специализация предприятия (растениеводство, животноводство) _____
- 1.5. Наличие поголовья скота (да/нет) _____
- 1.6. Численность поголовья КРС _____
- 1.7. Надой на одну корову в год _____
- 1.8. Себестоимость литра молока _____
- 1.9. Отпускная цена литра молока _____
- 1.10. Техника, используемая для доения _____
- 1.11. Наличие собственной кормовой базы _____

II Общая информация о рынке:

2.1. Опишите деятельность предприятия и продукцию, которая производится (молоко, ряженка, сметана, сыр и т.п.)

2.2. Кто является основным покупателем продукции или услуг (в %)?

- государство _____
- частный бизнес _____
- магазины розничной торговли _____
- население _____
- другие _____

2.3. Какова по вашему «справедливая» цена за литр молока?

2.4. Укажите сильные стороны компании по сравнению с конкурентами (например - компания является ведущей в данном регионе или обладает новейшей технологией, техникой, и т.п.): _____

2.5. Укажите слабые стороны компании по сравнению с конкурентами:

2.6. Что сдерживает развитие молочного скотоводства по Вашему мнению _____

2.7. Осуществляются ли на предприятии рекламные компании продукции (услуг), если да, то какие?

III Взаимодействие с государством:

3.1. Как Вы считаете, достаточна ли помощь государства сельскохозяйственным производителям?

(да/нет) _____

3.2. В чем государство может посодействовать хозяйствам, производящим молочную продукцию? _____

3.3. На что государство должно выделять субсидии, дотации, льготное кредитование? _____

Благодарим за проделанную работу!!!

В 2012 году на территории Саратовской области завершены 3 инвестпроекта по молочному животноводству. Это КФХ во главе с М.Р. Тугушевым (Самойловский район) и В.П. Быковым (Марксовский район), ЗАО ПЗ «Мелиоратор» (Марксовский район). Завершаются еще 5 инвестпроектов по молочному животноводству - ЗАО ПЗ «Трудовой» (Марксовский район), ООО «Любицкое» (Пугачевский район), ООО «Долина» (Базарнокарабулакский район), КФХ «Агрос» (Ртищевский район) и КФХ индивидуального предпринимателя С.Р. Илларионова (Петровский район).

В 2013 г. планируется строительство 13 молочно-товарных ферм и на двух - реконструкция и модернизация. Наиболее крупный из запланированных к строительству инвестпроектов - это строительство двух помещений по 600 голов каждое и помещения на 400 скотомест с производством 8000 тонн молока в год, которое будет проводить ООО «Агро-Нива» Базарнокарабулакского района.

Динамично развивается балашовская компания «Котоврас», которая построила первый в регионе минимолокозавод модульного типа. А в прошлом 2012 году дочерней компанией «Котовраса», ООО «Ярило», создано новое производство в селе Сторожовка, где начат выпуск конкурентной продукции под маркой «Млечный путь». Стоит отметить, что именно агрофирма «Котоврас» первой в области получила свидетельство о соответствии качества производимого молока всем требованиям нового технического регламента.

В целом в 2012 году велась модернизация 10 предприятий молочной промышленности, введено в эксплуатацию два молокоперерабатывающих завода: ООО «Ярило» (Татищевский район), а также ЗАО ПЗ «Мелиоратор». Устанавливается оборудование по переработке молока в кооперативе «Яковлевский» (Базарнокарабулакский район).

В 2012 г. на территории Саратовской области реализовывались 15 инвестпроектов по строительству, реконструкции и модернизации молочных

комплексов (ферм). Построен и запущен в эксплуатацию современный высокотехнологичный молочный комплекс на 4000 коров в ЗАО ПЗ «Трудовой» Марксовского района. Завершено строительство современного молочного комплекса на 600 коров в ЗАО ПЗ «Мелиоратор» Марксовского района, в 2013 году предприятие планирует приступить к реализации аналогичного проекта. Построена 1 очередь молочного комплекса на 500 коров ООО «Колосок» Базарнокарабулакского районов. В КФХ «Агрос» Ртищевского района на завершающей стадии находится строительство молочно-товарной фермы на 200 коров. Завершены работы по реконструкции животноводческих объектов и модернизации технологического оборудования в СПК СХА «Старожуковская» Базарнокарабулакского района, ИП глава КФХ Илларионов С.Р. Петровского района, ИП глава КФХ Тугушев М.П. Самойловского района.

Введено в эксплуатацию 8 объектов, в них 2,4 тыс. скотомест. реализация этих проектов позволит в 2015 году произвести 14,9 тыс. тонн молока.

В 2013 году продолжено строительство молочных комплексов, начатое в 2012 году, ООО «Агрофирма «Золотая степь» Пугачевского, ООО «Гуно» Вольского и в СХА (колхозе) «Михайловское» Марксовского районов.

Планируется строительство молочных комплексов на 1200 коров в ООО «Агро-Нива» и на 600 коров в КФХ «Спирлиев С.В.» Базарно-Карабулакского района, строительство двух коровников для беспривязного содержания молочных коров на 400 голов каждый с доильными залами в СПК «Колхоз Красавский» Лысогорского района.

В то же время на некоторых из них (в Саратовской области имеется 26 предприятий молочной промышленности и 10 цехов, перерабатывающих молоко непосредственно в сельхозорганизациях) износ основных фондов достаточно высок и составляет 50-65 %. Таким предприятиям непросто тягаться с зарубежной молочной продукцией по качеству, а зачастую и по цене. Например, с

белорусской, где государство устанавливает цену на сырое молоко на уровне 11 рублей за литр (у нас себестоимость выше -13-15), сливочное масло колеблется в пределах 108 рублей за килограмм (наши производители вынуждены предлагать масло за 170 рублей) [25].

В целях повышения конкурентоспособности и качества молочной продукции на предприятиях Саратовской области ведется модернизация оборудования по производству цельномолочной продукции, частично обновляется оборудование по производству творога, идет замена холодильного оборудования. В 2008 г. введены производственные линии по выработке сыра мягкого «Моцарелла». В то же время имеющееся в области оборудование по производству твердых сыров, масла животного и сухих молочных продуктов практически не обновлялось. В итоге дешевые сыры, сухое молоко и масло везут к нам из той же Белоруссии, Украины и стран Западной Европы, в то время как на территории Саратовской области производство твердых сыров снизилось до 2 тыс. тонн, а сухого молока - до 5 тыс. тонн в год.

Методика оформления документов на получение субсидий по инновационным проектам в молочном скотоводстве

Для получения субсидий по инвестиционному проекту необходимо осуществить следующие действия:

I. Составить бизнес-план инвестиционного проекта.

II. В случае привлечения кредитных средств для реализации инвестиционного проекта необходимо получить письменное предварительное согласие банка предоставить кредит.

III. Затем необходимо обратиться в Министерство сельского хозяйства Саратовской области для участия в отборе.

Для участия в отборе необходимы:

1. Заявление по форме.
2. Бизнес-план инвестиционного проекта.
3. Выписка из Единого государственного реестра юридических лиц - для юридического лица, выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей - для индивидуального предпринимателя.
4. График ежемесячного выполнения работ, составленный в соответствии с проектной документацией, по форме.
5. Гарантийное письмо от Заявителя по форме.
6. Сведения о наличии утвержденной проектной документации.
7. Сведения о наличии положительного заключения государственной экспертизы проектной документации и результатов инженерных изысканий (в случаях, установленных градостроительным законодательством).
8. Копия письменного предварительного согласия банка предоставить кредит Заявителю или копия кредитного договора, заверенная Заявителем (в случае привлечения заемных средств для реализации инвестиционного проекта).
9. Копии разрешений на строительство (реконструкцию) объектов в рамках инвестиционного проекта в случае их выдачи в соответствии с градостроительным законодательством.
10. Сведения о том, что в отношении Заявителя не инициированы процедуры, предусмотренные законодательством о несостоятельности (банкротстве).
11. Сведения о том, что деятельность Заявителя не приостановлена в порядке, предусмотренном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Документы, предусмотренные пунктами первым, вторым, четвертым, пятым, шестым, восьмым, а именно: заявление, бизнес-план инвестиционного

проекта, гарантийное письмо от Заявителя, график ежемесячного выполнения работ, составленный в соответствии с проектной документацией, сведения о наличии утвержденной проектной документации и положительного заключения государственной экспертизы проектной документации и результатов инженерных изысканий (в случаях, установленных градостроительным законодательством), письменное предварительное согласие банка предоставить кредит Заявителю (в случае привлечения заемных средств для реализации инвестиционного проекта) - представляются в министерство сельского хозяйства области Заявителем.

Министерство сельского хозяйства Саратовской области в соответствии с законодательством запрашивает сведения, содержащиеся в документах, предусмотренных пунктами третьим, девятым, десятым, одиннадцатым, в государственных органах, организациях, в распоряжении которых они находятся, если Заявитель не представил указанные документы (сведения) по собственной инициативе.

Документы, которые собирает сам Заявитель, принимаются от него министерством сельского хозяйства области в течение текущего года, а на последующий год - с ноября текущего года.

IV. Министерство сельского хозяйства Саратовской области в течение 10 календарных дней со дня подачи и регистрации заявления проверяет соответствие представленных документов требованиям их оформления.

В случае, если соответствующие документы неправильно оформлены или представлены не всех документы, Заявитель в течение 10 календарных дней извещается о причинах отказа в представлении документов на рассмотрение Комиссии.

V. Работниками министерства сельского хозяйства Саратовской области заключение на инвестиционный проект направляется членам Комиссии по электронной почте на электронный адрес, указанный членом Комиссии, не позднее чем за 1 рабочий день до дня ее заседания.

VI. Комиссия рассматривает документы по инвестиционным проектам при непосредственном участии Заявителя либо уполномоченного им лица.

Для допуска к отбору необходимо выполнение следующих условий:

- уровень обеспеченности земельными ресурсами для формирования кормовой базы не менее 75%. Требуется наличие правоустанавливающего документа на собственность, либо долгосрочную аренду, либо пользование;

- рост среднего надоя молока на 1 корову для предприятий с фактическим уровнем продуктивности:

 - менее 3500 кг - не менее 7% ежегодно;

 - 3500-4000 кг - не менее 5% ежегодно;

 - 4000-4500 кг - не менее 3% ежегодно;

 - свыше 4500 кг - не менее 2% ежегодно.

- доля собственных средств в стоимости проекта - не менее 40%.

При оценке инвестиционных проектов Комиссия руководствуется следующими критериями отбора:

- темпы прироста объемов производства (переработки) молока на предприятии, обеспечиваемые реализацией проекта;

- уровень инновационности проекта (не имеющий аналогов в Саратовской области, передовые технологии, энерго- и ресурсосберегающие технологии, традиционные технологии);

- достижение положительных социальных эффектов, связанных с реализацией указанного инвестиционного проекта: создание (сохранение) рабочих мест и улучшение жилищных условий привлекаемых специалистов, увеличение налоговых поступлений в областной бюджет, рост заработной платы;

- достижение положительных экологических эффектов, связанных с реализацией инвестиционного проекта;

- показатели экономической эффективности проекта: рентабельность инвестиционного проекта (индекс рентабельности инвестиций, характеризующий уровень доходов на единицу затрат, то есть эффективность вложений, должен быть больше или равен единице), срок окупаемости (не более 10 лет);

- увеличение качественных и количественных показателей выпуска конкурентоспособной, экспортоориентированной и импортозамещающей продукции.

По итогам заседания Комиссии формируется Реестр инвестиционных проектов.

VII. Заявители извещаются об итогах отбора в течение 10 календарных дней с момента вынесения решения Комиссии посредством размещения протокола заседания Комиссии на официальном сайте министерства сельского хозяйства области (www.minagro.saratov.gov.ru) в разделе «Инвестору».

VIII. Физические и юридические лица, включенные в Реестр, ежемесячно до 10 числа месяца, следующего за отчетным, представляют в министерство сельского хозяйства области отчет о реализации инвестиционного проекта по форме.

IX. При принятии Заявителем решения об изменении инвестиционного проекта, включенного в Реестр, Заявитель в течение 30 календарных дней со дня принятия решения письменно уведомляет об этом решении Министерство сельского хозяйства области.

К письменному уведомлению прилагаются копии документов, в которые внесены изменения.

Министерство сельского хозяйства области готовит информацию об изменениях и включает вопрос об одобрении изменений в повестку ближайшего заседания Комиссии.

В случае принятия Комиссией решения об отказе в одобрении изменений инвестиционного проекта инвестиционный проект исключается из Реестра.

Имеющийся опыт сельскохозяйственных организаций Саратовской области по реализации инновационных проектов свидетельствует о том, что внедрение инноваций в молочное скотоводство в малых фермах рекомендуется проводить по малоресурсоемкому сценарию. Эталоном реализации такой стратегии является СХПК «Штурм» Новобурасского района. Подобную стратегию могли бы взять за основу многие сельскохозяйственные предприятия Саратовской области, не имеющие большого количества свободных денежных средств.

В целях расширения масштабов внедрения инновационных проектов как в сельском хозяйстве в целом, так и в молочном скотоводстве Саратовской области наука и практика настоятельно рекомендуют совершенствовать механизм государственно-частного партнерства, в частности руководители многих сельскохозяйственных организаций предлагают хозяйствам, занимающимся молочным скотоводством, производить субсидирование ГСМ, затрачиваемых на производство кормов. Это могло бы в большей мере мотивировать сельскохозяйственных товаропроизводителей к применению инноваций.

*И.П. Глебов, д-р экон. наук, профессор, заслуженный экономист РФ

Газета «Губернские Вести», №26, январь 2013 года