

Н.В. Киреенко, к.э.н., доцент

Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, Минск, Республика Беларусь

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТОВОЙ СИСТЕМЫ НА РЫНКАХ МОЛОЧНОЙ И МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ БЕЛАРУСИ

N. Kireyenka

*Institute of System Research in Agroindustrial Complex of the National Academy of Sciences of Belarus,
Minsk, Republic of Belarus*

AREAS OF IMPROVEMENT OF SALES SYSTEMS IN THE MARKET OF DAIRY AND MEAT PRODUCTS OF BELARUS

e-mail: natallia_kireenko@mail.ru

В статье проведен анализ эффективности функционирования рынка молока и молокопродуктов, рынка мяса и мясопродуктов; изучена структура каналов сбыта продукции на внутреннем и внешнем рынках; разработаны направления совершенствования сбытовой системы применительно к продуктовым рынкам; проведен расчет объемов производства и спроса по видам продукции до 2020 года с учетом изменения розничной цены и коэффициента эластичности.

The article analyzes the functioning of the market of milk and dairy products, meat and meat products market; the sales structure is studied in the domestic and foreign markets; ways of improving distribution systems developed in relation to product markets; the calculation of output and demand by product to 2020 taking into account the changes in the retail price and the coefficient of elasticity was conducted.

Ключевые слова: рынок; система сбыта; молочная продукция; мясная продукция; эффективность.

Keywords: market; sales system; dairy products; meat products; efficiency.

Введение. Рынки молока и молокопродуктов, мяса и мясопродуктов являются важнейшими сегментами продовольственного рынка Беларуси по емкости и числу участников. Их роль определяется не только объемами производства и потребления данных товарных групп в республике, но и значимостью, поскольку эти продукты являются основным источником белков животного происхождения в рационе питания человека.

При этом производство молока и молочных продуктов, мяса и мясных продуктов представляет собой одну из важнейших экспортноориентированных отраслей Беларуси. Страна полностью обеспечивает внутренние потребности в данных продуктах, а также располагает значительными возможностями для их поставок на внешние рынки.

Цель исследований. В связи с этим целью исследования является разработка перспективных направлений совершенствования сбытовой системы на основе комплексного анализа эффективности функционирования действующих каналов продвижения молока и мяса, а также продуктов их переработки на внутренний и внешний рынки.

Материалы и методы исследований. Информационной базой послужили данные отчетов сельскохозяйственных организаций, входящие в систему Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь, а также данные Национального статистического комитета Республики Беларусь.

В процессе исследования использованы различные методы: абстрактно-логический, сравнительного анализа, монографический, экономико-статистический, корреляционно-регрессивный, экономико-математический.

Результаты и их обсуждение.

Рынок молока и молокопродуктов. На протяжении 2005–2014 гг. объем производства сырого молока в республике увеличивался ежегодно в среднем на 2%, несмотря на незначительное падение в 2011 и 2013 гг. В 2015 г. прирост валового надоя молока составил рекордные 5,1% (+344 тыс. т), экспортировано 4 180,3 млн т молока и молокопродуктов (55,7% от располагаемых ресурсов).

В республике 71–75% сырого молока производится в сельскохозяйственных организациях, которые в 2015 г. получили прибыль от реализации данного вида продукции почти 2,6 трлн руб. С 2010 г. по 2015 г. построено около 500 молочнотоварных комплексов, более 1000 молочнотоварных ферм. Повысилось качество производимой продукции: доля молока сорта «экстра» увеличилась с 13,3% в 2010 г. до 37,6% в 2015 г. Реализационная цена молока в среднем по республике составила 4 351 тыс. руб./т, что в 5 раз выше уровня 2010 г. и на 1,7% – по отношению к 2014 г. В региональном разрезе цена реализации колебалась от 4 000 тыс. руб./т в Могилевской области до 4 578 тыс. руб./т в Гомельской. Реализация молочной продукции является наиболее рентабельной среди продукции животноводства. В 2011 г. уровень рентабельности составил 21,4% – наивысшее значение за последние 12 лет. В 2014 г. рентабельность молока составила 15,0% [2].

Выполненные нами исследования показывают, что эффективное функционирование рынка молока в значительной степени зависит от наличия в местах непосредственного производства современных мощностей для его первичной переработки и хранения. Молоко является сырьем для производства широкого ассортимента молочных продуктов. Небольшой срок хранения свежего молока определяет необходимость его быстрого передвижения в места переработки. Определяющую роль при этом играет обеспечение налаженных поставок и своевременной доставки молока в сферу переработки, поэтому выбор каналов реализации производителями молока значительно ограничен [1, 3].

Основная доля сырого молока (около 95%) поставляется на молокоперерабатывающие предприятия. При этом организации сотрудничают с близлежащим перерабатывающим предприятием, формируя, таким образом, его сырьевую зону. Реализация молока осуществляется на основании государственных закупок. Посредством таких путей товародвижения, как поставки на нужды общественного питания и внутривозрастная продажа работникам хозяйства и социальной сферы АПК, реализуется незначительное количество молока (0,7% от общей реализации).

На рынке молока практически исчезло посредническое заготовительное звено. Ранее оно было представлено молокозборными пунктами, которые осуществляли функции сбора и транспортировки на переработку больших партий сырья. Теперь практически все молоко поступает прямо на переработку. Получает распространение и мини-переработка в хозяйствах, но ее значение невелико.

Переработанные молочные продукты имеют более широкий спектр каналов реализации: сеть фирменных магазинов, торгово-закупочные и другие посреднические организации, розничная торговля, а также товаропроводящая система на внешние рынки. Оптовое звено внутреннего рынка готовой продукции резко сократилось. Молочная продукция напрямую поступает на потребительский рынок. Переработчики расширили поставки своей продукции в места продажи, оказывая собственные транспортные услуги. Молочная продукция является также основным биржевым товаром, на долю различных видов которой приходится (структура реализации на биржевых торгах в 2015 г.): 12,73% – сухое молоко, сыворотка и творог (внутренний рынок, экспорт); 5,78% – масло сливочное (внутренний рынок, экспорт); 5,33% – сыры сычужные (экспорт).

Рынок мяса и мясопродуктов является одним из крупнейших сегментов продовольственного рынка Беларуси. В 2010–2013 гг. наблюдался стабильный рост

производства мяса и мясопродуктов и поставок на внешние рынки, в 2014 г. значения данных показателей уменьшились, а в 2015 г. вновь возросли, однако не превысили уровень 2013 г.: объем производства составил 1 150,3 тыс. т, экспорта – 321 тыс. т.

Лидером по реализации КРС (в живом весе) в 2015 г. была Брестская область (94,8 тыс. т), поставив на рынок почти четверть республиканских объемов. Сельскохозяйственные предприятия Гродненской области поставили 86,5 тыс. т КРС (в живом весе), 75,2 – Минской. Менее всего реализовали хозяйства Могилевской области (43,0 тыс. т). В последние годы меняется ценовая конъюнктура на отечественном рынке мяса: наблюдается сдерживание роста цен на КРС (2015 г. – 17 351 тыс. руб./т), которые с 2012 г. стали ниже цен на 1 т живого веса свиней (2015 г. – 23 645 тыс. руб.) [2].

В отношении мясной продукции и живого скота к настоящему времени на внутреннем рынке сформировались следующие формы распределения: продажа заготовительным предприятиям, потребительской кооперации и перерабатывающим предприятиям; рыночная торговля и внутрихозяйственная реализация работникам. Так, в структуре сбыта скота, за исключением птицы, в 2015 г. основная доля продукции поступила на перерабатывающие предприятия и хладокомбинаты (62,0%). Немалый удельный вес в переработке занимают подсобные производства хозяйств (16,9%). Организационными потребительской кооперации закуплено 6,4 % от всего реализуемого скота. Работникам и населению, включая расход на общественное питание, было реализовано 3,7%, на рынках (городские и сельские) – 1,2% [1, 3].

В разрезе регионов особых изменений в структуре каналов сбыта в последние годы не наблюдается. Сельскохозяйственные организации Витебской, Минской и Могилевской областей поставляют на перерабатывающие предприятия половину реализуемых КРС и свиней, остальных регионов – около 70%. На переработку в собственных цехах направляется 12–20% продукции, в организации потребительской кооперации – 4–10%.

В отличие от мясного сырья, основная часть мясной продукции реализуется через косвенные каналы. Доля сбыта по прямому (нулевого уровня) каналу товародвижения, которым выступает фирменная торговля и реже собственные организации общепита (столовые, кафе, рестораны) у предприятий не превышает в среднем 25%. Посредниками в реализации мяса и мясопродуктов выступают оптовые и розничные организации, а также хладокомбинаты, заготовительные предприятия. Это обусловлено тем, что использование посреднических структур в сфере обращения сокращает круг заинтересованных лиц по реализации продукции, обеспечивает широкую доступность товара при движении его непосредственно до рынка сбыта, сокращает количество прямых контактов производителей с потребителями.

Наибольший удельный вес в общем объеме реализации мясной продукции занимают организации розничной торговли (70–78%). Более 20% продаж приходится на другие каналы товародвижения, среди которых индивидуальные предприниматели. В структуре реализации на биржевых торгах в 2015 г. свинина и мясо птицы составили 1,04 % (внутренний рынок, импорт) [4, 6].

В данном контексте, учитывая особенности рассматриваемых продовольственных товаров, нами предлагаются направления совершенствования сбытовой системы применительно к продуктовым рынкам. Проведенный расчет основывался на построении регрессионных моделей прогноза спроса по видам продукции как функций от объемов потребления продукции и их розничной цены; корреляционной матрицы объемов производства и потребления продукции на душу населения; расчете коэффициента эластичности по видам продукции.

Молоко и молокопродукты. В качестве основных направлений развития сбытовой деятельности на рынке молока и молочной продукции можно выделить следующие [1, 4]:

– расширение взаимоотношений по поставке молочной продукции и развитие торговли по поставке продукции длительного хранения и др.;

– осуществление закупки молока посредством системы районных и городских молокозаводов по схеме прямых договоров с сельскими товаропроизводителями, а также через оптово-розничные рынки;

– формирование системы организационно-экономических рычагов, тесно увязывающей экономические интересы поставщиков и потребителей, а также процессов производства и сбыта продукции;

– организация системы сбыта молочной продукции с учетом сезонности ее производства.

Мясо и мясопродукты. Совершенствование сбытовой инфраструктуры рынка мясной продукции и живого скота должно быть основано на [1, 3]:

– наличию открытой системы продаж, включающей биржу, ярмарки, аукционы, оптовые базы и рынки, а также прямые поставки в магазины;

– формировании и развитии коротких сбытовых цепочек, когда товаропроизводитель имеет переработку (беря на себя данную функцию) и поставляет мясо на рынок, в розничную сеть или организации общественного питания;

– обеспечении преимущества мясной продукции на зарубежных рынках за счет повышения ее конкурентоспособности.

В таблице 1 представлены прогнозные объемы производства (точечный и интервальный прогнозы) продукции животноводства.

Таблица 1 – Объемы точечного и интервального прогноза производства продукции животноводства до 2020 года, тыс. т

Наименование продукции	Вид прогноза	Год				
		2016	2017	2018	2019	2020
Молоко и молокопродукты	точечный	1615,859	1935,726	1965,106	1768,132	1639,076
	интервальный	[1348,14; 1883,58]	[1652,63; 2218,82]	[1680,58; 2249,63]	[1495,22; 2041,04]	[1371,14; 1907,01]
Мясо и пищевые мясные продукты	точечный	945,30	960,14	968,13	952,70	953,73
	интервальный	[831,28; 1059,31]	[847,0; 1073,27]	[855,30; 1080,97]	[837,83; 1067,57]	[838,19; 1069,26]
Говядина	точечный	230,3018	246,1453	239,8503	235,1579	230,7263
	интервальный	[195,55; 265,04]	[210,50; 281,78]	[204,82; 274,88]	[200,28; 270,03]	[195,78; 265,67]
Свинина	точечный	228,40	266,03	257,66	244,23	227,70
	интервальный	[189,628; 267,18]	[224,60; 307,45]	[217,02; 298,30]	[204,64; 283,83]	[188,79; 266,61]
Мясо птицы	точечный	379,6817	387,1284	353,2511	346,4678	362,7529
	интервальный	[331,41; 427,96]	[338,61; 435,64]	[304,06; 402,44]	[296,53; 396,41]	[314,12; 411,39]
Колбасные изделия	точечный	278,1984	316,3342	271,1991	244,9661	252,5584
	интервальный	[224,58; 331,82]	[261,87; 370,80]	[217,724; 324,68]	[190,91; 299,02]	[198,38; 306,74]

Примечание: таблица составлена автором по данным источников [5, 6].

Учитывая, что мясные и молочные продукты составляют основные товарные позиции экспорта сельскохозяйственных и продовольственных товаров Беларуси, то в качестве перспективных каналов продвижения продукции на внешние рынки, по нашим исследованиям, должны стать: прямые поставки непосредственно потребителям; развитие аграрной ТПС (включая дилеров и дистрибьюторов), в том числе собственных субъектов с участием белорусского капитала; биржевые торги. При этом приоритетными рынками сбыта данной продукции нами предлагается рассматривать такие страны и регионы, как:

– страны СНГ, и особенно ЕАЭС, где экспортеры Беларуси имеют наиболее

преференциальные условия доступа;

– рынки потенциальных партнеров по региональной торгово-экономической интеграции, включая: Республику Сербию (дополнительно проводятся переговоры по унификации торгового режима между ЕАЭС и Сербией); Израиль (в 2015 г. государствами-членами ЕАЭС принято решение о начале переговоров по заключению соглашения); Социалистическую Республику Вьетнам и др.;

– страны, испытывающие дефицит мясо-молочной продукции и применяющие в отношении государств-членов ЕАЭС не менее преференциальный режим доступа на рынок, чем для основных поставщиков (Алжир, Сингапур).

Заключение.

В целом реализация разработанных направлений в разрезе рынка молока и молокопродуктов, рынка мяса и мясопродуктов будет способствовать созданию эффективной системы сбыта, основывающейся на свободном движении товаров, конкуренции и механизме ценообразования. Фактором и условием ее совершенствования является механизм формирования эффективной маркетинговой политики аграрных предприятий на внутреннем и внешнем рынке, обеспечивающий создание конкурентной среды.

Список использованных источников

1. Киреенко, Н.В. Система сбыта продукции АПК на основе маркетингового подхода: теория, методология, практика / Н.В. Киреенко, под ред. В.Г. Гусакова; В 2-х ч. – Минск : Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2015. – 267 с.

Kireyenka, N.V. Marketing system of agricultural products on the basis of the marketing approach: the theory, methodology, practice / N.V. Kireyenka, pod red. V.G. Gusakova; 2 part. – Minsk: Institut sistemnyh issledovaniy v APK NAN Belarusi, 2015. – 267 p.

2. Продовольственная безопасность Республики Беларусь в условиях функционирования Евразийского экономического союза. Мониторинг–2015 / В.Г. Гусаков и [др.]; В 2 ч. – Минск: Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2016. – 205 с.

Food security of Republic of Belarus in the conditions of functioning of the Eurasian Economic Union. Monitoring 2015 / V.G. Gusakov and [other]; 2 part. – Minsk: Institut sistemnyh issledovaniy v APK NAN Belarusi, 2016. – 205 p.

3. Киреенко, Н.В. Маркетинговый анализ рынка мяса и мясопродуктов Беларуси / Н.В. Киреенко // Аграрная экономика. – 2013. – № 11. – С.16–29.

Kireyenka, N.V. Marketing analysis of the market of meat and meat products Belarus / N.V. Kireyenka // Agrarian economics. – 2013. – № 11. – С.16–29.

4. Киреенко, Н.В. Товаропроводящая сеть Беларуси на зарубежных продовольственных рынках / Н.В. Киреенко // Вес. Нац. акад. навук Беларусі. Сер. аграр. навук. – 2015. – № 1. – С. 10–21.

Kireyenka, N.V. Commodity distribution network of Belarus on foreign food markets / N.V. Kireyenka // Vesci NAN Belarusi. Ser.agr.navuk. – 2015. – № 1. – P. 10–21.

5. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2016. – 230 с.

Agriculture of the Republic of Belarus: stat.sb. / Nas.stat. committee Rep. Belarus. – Minsk, 2016. – 230 p.

6. Розничная торговля и общественное питание в Республике Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2016. – 69 с.

Retail trade and public catering in the Republic of Belarus / Nas.stat. committee Resp. Belarus. – Minsk, 2016. – 69 p.