

Реализация механизма является эффективной формой поддержки сельхозпроизводителя. Она не требует выделения из бюджета «живых» денег, процесс компенсации растянут во времени, что является наименее безболезненным для дефицитных бюджетов. С другой стороны, оказывается существенная поддержка сельхозпроизводителю, включаются меха-

низмы экономического стимулирования вложений в развитие сельского хозяйства.

Комплексная реализация предложенных в статье основных направлений государственного регулирования в одной из ключевых сфер АПК – сфере земельных отношений – будет способствовать стабилизации и развитию агропромышленного производства, повышению интенсивности и эффективности хозяйствования.



УДК 336.14:352

**Н.М. Баранова,
О.В. Борисова**

ВЛИЯНИЕ АССОРТИМЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СЫРОДЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Введение

Развитие продовольственного рынка Российской Федерации характеризуется значительным ростом объёмов реализации молочной продукции, в частности, сыров. Алтайские предприятия изготавливают около 42 тыс. т сыров в год, что составляет 10% от общего количества сыров, производимых в стране. Наряду с устойчивым приростом собственного производства (от 6 до 14% ежегодно) опережающими темпами растет и импорт сыров. По данным Минсельхоза РФ, в 2007 г. импорт сыра к его внутреннему производству составил 80%, поскольку действующие в настоящее время импортные пошлины на сыр не обеспечивают конкурентоспособность отечественной продукции. В связи с этим наблюдается острая конкуренция среди предприятий

сыродельной промышленности, причем значительное влияние на формирование потребительских предпочтений оказывают зарубежные товаропроизводители. Основными конкурентами российских сыроделов являются белорусские, литовские и украинские предприятия. В этих условиях возрастает роль ассортиментных стратегий, направленных на повышение конкурентоспособности предприятий отрасли за счет удовлетворения спроса населения в высококачественной, разнообразной продукции.

Целью проводимого исследования является разработка рекомендаций по формированию ассортиментных стратегий предприятиями сыродельной промышленности Алтайского края.

Теоретической и методологической основой выполнения данного исследования

явились работы современных ученых-экономистов и ученых-технологов в области сыроделия. Информационной базой исследования послужили данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации и Алтайского края; фактический материал, собранный авторами для изучения на предприятиях сыродельной промышленности региона. Исследование проводилось в 2007-2008 гг.

В процессе исследования использовались следующие методы: монографический, абстрактно-логический, сравнительного анализа статистических данных по России, Алтайскому краю и др.

Объектом исследования являются ассортиментные стратегии, применяемые предприятиями сыродельной промышленности. В качестве предмета исследования выбраны факторы, тенденции, закономерности, определяющие выбор ассортиментной стратегии в управлении предприятиями сыродельной промышленности Алтайского края.

Основные результаты исследования

Разработка и планирование ассортимента являются основой формирования товарной политики предприятия, при этом под ассортиментом понимают совокупность продукции предприятия, выпускаемой в конкретный период времени.

Производственный ассортимент – совокупность товарных линий и отдельных товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными предприятиями, а также другими предприятиями-производителями, исходя из их производственных возможностей [1, с. 245]. При разработке производственного ассортимента необходимо учитывать ряд его основных характеристик: широту, глубину, новизну, насыщенность и структуру.

Основными специфическими факторами формирования производственного ассортимента являются: сырьевые возможности производственных предприятий; состояние материально-технической базы производственных предприятий; использование предприятиями достижений научно-технического прогресса [2, с. 42-43]. При насыщенном товарном рынке, когда предложение превышает спрос и растет конкурентная борьба за покупателя, производственные предприятия идут на расширение ассортимента [3, с. 15-17].

Глубокий ассортимент может удовлетворять потребности различных покупательских сегментов по одному товару;

максимизировать использование места в торговых точках; препятствовать появлению конкурентов; предлагать диапазон цен и стимулировать поддержку дилеров. Однако он также увеличивает расходы на поддержание запасов, модификацию продукции и выполнение заказов [4, с. 76-78].

Ассортимент предприятия может иметь довольно сложную структуру, состоящую из нескольких иерархических уровней. На первом уровне выделяют виды товаров, в свою очередь, каждый из таких видов подразделяется на ассортиментные группы в соответствии с функциональными характеристиками товара [5, с. 328-329].

Для определения целесообразности расширения (или сужения) ассортимента сыродельной промышленности надо определить фазу жизненного цикла и насыщенность товарного рынка. Сыроделие – одна из древнейших отраслей пищевого производства в мире, следовательно, в настоящее время это стадия зрелости жизненного цикла большей части сыров. На товарном рынке наблюдается насыщенность, характерен высокий уровень конкуренции (производством сыров в Алтайском крае занимается 50 малых и крупных предприятий из 102 молокоперерабатывающих организаций, кроме этого, в розничной торговле края находится 10-15% сыров импортных). Поэтому в качестве ассортиментной стратегии можно выбрать два направления: расширение и углубление ассортимента.

Проведение исследований в области определения конкурентоспособности продукции способствует дальнейшему совершенствованию ассортиментной политики предприятия. Главная цель алтайских сыроделов – стать лидером на российском рынке. Рассмотрим факторы, положительно влияющие на конкурентоспособность предприятий отрасли:

- природно-климатические особенности края, позволяющие получать сырье высокого уровня качества и производить элитные сыры;

- уникальность «Швейцарского» сыра, называемого во всем мире королем сыров, который вырабатывается лишь в трех точках планеты – в Швейцарии, Армении и на Алтае;

- Алтайский край славится на всю Россию своими сырами, занимая почетное 1-е место по производству сычужных сыров;

- более 30 тыс. т сыра ежегодно вывозится за пределы края – на Дальний Восток, в города Сибири и Москву;

- рост объемов производства молока; вовлечение в переработку молока, получаемого в частном секторе;

- заинтересованность производителей в выработке сыра как продукта с высокой рентабельностью;

- возможность транспортирования продукта на дальние расстояния.

Положительное воздействие на развитие сыроделия оказывает наличие в крае мощного отраслевого института – Сибирского НИИ сыроделия Сибирского отделения Россельхозакадемии. Научные, инновационные наработки ученых позволяют в настоящее время алтайским предприятиям повышать качество сырья и продуктов молокопереработки, улучшать экономические показатели работы за счет роста выхода продукции из единицы сырья, осуществлять грамотное, научно обоснованное техническое перевооружение производства.

Основные проблемы алтайских сыроделов:

- предприятия сыродельной отрасли Алтайского края относятся в большинстве к предприятиям малого и среднего бизнеса, что существенно снижает их возможности в самостоятельной работе на российском и зарубежных продовольственных рынках;

- активные действия по завоеванию продовольственного рынка европейской части РФ со стороны производителей из Украины и Беларуси; их бизнес расширяется и дифференцируется;

- географическая отдаленность от рынков сбыта с высоким покупательским потенциалом;

- недостаточное количество сырья высокого уровня качества;

- часть предприятий нуждается в технической модернизации.

Предприятиям сыродельной отрасли Алтайского края необходимо консолидировать свои усилия в совершенствовании коммерческой деятельности по сбыту продукции. Наиболее приемлемой формой является сбытовая кооперация, а именно – ассоциация, главной целью деятельности которой станет продвижение алтайского сыра на российском рынке [7].

В ходе исследования авторами был проведен анализ существующей ассортиментной политики сыродельных предприятий Алтайского края.

Ассортимент вырабатываемых в крае сыров достаточно обширен – ежегодно

он составляет около 30 наименований. Темпы роста производства жирных сыров в последние годы стабильны, хорошие показатели достигнуты за счет выпуска плавящихся сыров, доля которых в 2006 г. составила 20,2% объема производства сыров жирных (табл.).

Алтайский край наиболее известен сырами с высокой температурой второго нагревания, их ассортимент в 2000–2006 гг. в крае остался неизменным и включает девять видов: «Швейцарский» (26% от краевого объема производства), «Алтайский» (11%), «Советский» (26%), «Горный» (20%), «Бийский» (1%), «Славянский» (7%), «Катунский» (4) и др. Обладая яркими органолептическими показателями и высокой биологической ценностью, эти продукты пользуются высоким спросом потребителей. На Алтае большую часть крупных сыров выпускают 12 предприятий. Основными причинами сдерживания темпов роста производства сыров этой группы являются недостаточное качество заготавливаемого молока (повышенная бактериальная обсемененность), длительные сроки созревания, нестабильность качества сыров, сезонность производства, недостаточная финансово-экономическая база заводов. Новые подходы к организации коммерческой деятельности по сбыту готовой продукции будут способствовать росту объемов производства крупных сыров.

Большую долю в объеме производства сыров занимает производство сыров с низкой температурой второго нагревания: «Голландский», «Костромской», «Пошехонский». Устойчивым покупательским спросом пользуются сыры с высоким уровнем молочнокислого брожения: «Российский», «Витязь» и другие. Ассортимент сыров этой группы расширяется за счет освоения новых видов.

Доля производства мягких сыров в Алтайском крае составляет 5%. В основном это сыры «Адыгейский», «Алтайский кудесник», «Легенда Алтая» и другие. Сыр «Хоттабыч» несколько расширил российский рынок мягких сычужных сыров и нашел своего потребителя в Белгородской, Воронежской областях, в республике Марий Эл и Мордовии.

Широта ассортимента у сыродельных предприятий края невелика, она колеблется от 8 (Быстрянский маслосырзавод) до 3 видов сыра (Топчихинский, Усть-Калманский и другие).

Таблица

Производство жирных сыров в Алтайском крае за 2004-2006 гг.

Жирные сыры	2004 г.		2005 г.		2006 г.	
	объем производства, т	% к итогу	объем производства, т	% к итогу	объем производства, т	% к итогу
Всего	33742	100	44781	100	54479	100
Сычужные	29875	88,5	36106	80,6	43475	79,8
Плавленые	3867	11,5	8674	19,4	11004	20,2

Алтайские предприятия начали выпуск сыров новых видов, имеющих большие технологические сходства с традиционными, но носящих иные названия: «Заринский», «Сибирский», «Покровский» и др. Как правило, объемы производства этих сыров незначительные. Считаем, что здесь на потребительские предпочтения влияет отсутствие информации, рекламы.

Технологической новинкой является сыр «Ламбер», его технология разработана и освоена ЗАО «Рубцовский молочный завод». Это сыр нового поколения. Производственный процесс получения продукта полностью механизирован, а большинство операций автоматизировано. Сыр «Ламбер» созревает в полимерной пленке в течение 21 суток.

В сыродельной промышленности могут внедрять следующие *инновационные технологии*:

- блочное производство сыра, которое снижает трудоемкость процесса за счет повышения уровня механизации, автоматизации по всей технологической схеме;

- выпуск тертых сыров, используемых для приготовления горячих блюд, в том числе на предприятиях общественного питания;

- выпуск сыров с растительными жирами. Их производство позволяет увеличить выпуск продукции, расширить ассортимент;

- выпуск сушеных видов сыра. Данная группа сыров очень устойчива в хранении. Расчёты показали, что чрезвычайно высокие цены на сушеные сыры в торговле нивелируют затраты и делают их рентабельными. В России данный вид сыра не вырабатывают по причине отсутствия технического оснащения технологического процесса. Хотя данный технологический процесс освоен во Франции [8];

- использовать вкусо-ароматические натуральные пищевые добавки, в том числе уникальные по биологической ценности – пищевые хлопья кедрового ореха (жмых);

- введение в состав сыра рыбных и мясных продуктов;

- использование современных упаковочных материалов и технологий позволяет увеличить продолжительность реализации сыров;

- выпуск сыров с плесенью, весьма популярных у покупателей разных доходов и разного возраста. Проблема заключается в том, что это направление сыроделия нашими производителями утрачено, хотя раньше выпускали «Рокфор» и «Русский Камамбер», но эти сорта были сняты с производства. Такие сыры сейчас ввозятся в основном из Франции, Германии.

Для расширения ассортимента выпускаемых сыров, повышения их качества алтайские молокоперерабатывающие предприятия активно проводят модернизацию мощностей.

Выводы

1. Ассортиментные стратегии являются неотъемлемой частью товарной политики предприятия. В связи с высоким уровнем конкурентной борьбы и насыщенностью регионального продовольственного рынка сырами рекомендуемыми ассортиментными стратегиями для местных предприятий сыродельной промышленности являются расширение и углубление ассортимента.

2. Имеется ряд положительных факторов, способствующих повышению конкурентоспособности продукции алтайских сыроделов. Главной задачей в этой связи считаем объединение предприятий сыродельной промышленности края для совместного продвижения своей продукции на российском рынке, так как затраты на это столь велики, что в одиночку предприятиям малого и среднего бизнеса не справиться.

3. Необходим дифференцированный подход к ассортиментной стратегии. Со стороны производителя эта дифференциация должна проявляться в действиях, направленных на создание достаточно большой глубины ассортимента за счет внедрения современных видов фасовки и упаковки сыра, разработки алтайского бренда.

4. По товарной классификации сыры относятся к продукции широкого потреб-

ления, поэтому представляются в розничной торговле как товары массового спроса. Выкладка на полках обыкновенная, предприятия-товаропроизводители не показаны. В целях лучшего продвижения продукции товаропроизводителям необходимо разработать программу по позиционированию сыров как товаров особого спроса, обладающих уникальными потребительскими характеристиками. Это можно сделать за счёт применения рекламы, мерчандайзинга, а главное – за счёт применения особых методов продажи алтайских сыров в собственной фирменной торговой сети: магазинах, сырных ресторанах и кафе (здесь могут быть представлены блюда европейской кухни, например, знаменитое французское фондю). Сеть фирменной торговли может создать предлагаемый сбытовой кооператив предприятий сыродельной промышленности Алтайского края. Вместе с международным фестивалем сыра это может стать особым стилем Алтайского края – стилем продажи сыра как товара мирового лидера. Использовать для этого целесообразно все туркомплексы и курортные зоны Алтайского края начиная с Бирюзово-Катуни и Белокурихи.

Библиографический список

1. Маркетинг: учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников

и др.; под ред. А.Н. Романова. М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1996. 560 с.

2. Киселев В. Стратегия управления ассортиментом продовольственных товаров / В. Киселев, А. Захаров // Пищевая промышленность. 2004. № 12. С. 42-43.

3. Товарная политика фирмы / А.А. Литвинов, А.Д. Аксенова // Практический маркетинг. 2005. № 2. С. 15-18.

4. Барахов В.И. Исследование жизненного цикла товара / В.И. Барахов, В.Н. Самочкин // Маркетинг в России и за рубежом. 2002. № 3. С. 76-86.

5. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. М.: КНОРУС, 2005. 672 с.

6. Кустов Н.П. Состояние и перспективы развития производства сыра в Алтайском крае / Н.П. Кустов, Л.А. Остроумов // Сыроделие и маслоделие. 2004. № 4. С. 8-9.

7. Борисова О.В. Применение маркетинговых стратегий сбыта в сыродельной отрасли / О.В. Борисова // Актуальные проблемы техники и технологии переработки молока: сб. науч. тр. с межд. участием. Барнаул, 2007. № 4. С. 239-248.

8. Юркин А. О, сыр! Ты – мир! / А. Юркин, Т. Казачкова // СФЕРА – молоко. 2006. № 2. С. 2-6.

9. Шергина И.А. Перспективы развития ассортимента сыров в России / И.А. Шергина // Сыроделие и маслоделие. 2006. № 4. С. 19-20.



УДК 338.242.2

**И.Ф. Рау,
О.В. Борисова**

**ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Введение

Говоря о продовольственном комплексе России, нельзя не подчеркнуть той особой роли, которую играет пищевая промышленность в формировании продовольственного рынка, от неё в значительной степени зависит удовлетворение спроса населения на жизненно необходимые товары. Цель проводимого исследо-

вания заключается в разработке рекомендаций по организации коммерческой деятельности на продовольственном рынке, что особенно актуально в рыночных условиях жесточайшей конкуренции.

Теоретической и методологической основой выполнения данного исследования явились труды классиков экономической науки, работы современных ученых-