

## МАРКЕТИНГ МОЛОКА

*Долгова Р.А., студентка 4 курса,  
Идрисова А.А., студентка 5 курса  
экономического факультета  
Научный руководитель – Долгова И.М.,  
кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

**Ключевые слова:** молоко, емкость рынка, доли хозяйствующих субъектов, маркетинг-микс

*Работа посвящена анализу эффективности производства и элементов комплекса маркетинга в ЗАО «Тетюшское». Авторами анализируется структура и эффективность реализации молока по каналам сбыта, рассмотрены внутренние резервы предприятия в сочетании с мерами государственной поддержки для повышения эффективности производства и реализации молока.*

Молочное скотоводство в ЗАО «Тетюшское» Ульяновского района Ульяновской области занимает одно из ведущих положений. В удельном весе выручки реализация молока в 2012г. составляет 36,6%. Предприятие имеет молочно-зерновую специализацию. Скотоводство – трудоемкая отрасль. В структуре прямых затрат живого труда на молоко приходится 46,7 %, а в структуре производственных затрат – 19,0 %.

Экономическая эффективность показывает конечный полезный эффект от применения средств производства и живого труда, отдачу совокупных вложений [2, с. 74]. Производство молока в хозяйстве является экономически эффективным в 2010г. и 2012г. (табл. 1). Себестоимость 1 ц молока за анализируемый период возросла незначительно всего на 0,2% и составила в 2012 г. 1155 руб. Производство молока имеет тенденцию к снижению за анализируемый период времени на 27,8%, что связано

с уменьшением валового производства молока (площадь сельскохозяйственных угодий не изменилась). Затраты труда на 1 ц молока в 2012 г. сокращаются на 24,6%, что связано со снижением поголовья коров и повышением их продуктивности по сравнению с 2010 г.

Таблица 1 – Эффективность производства молока в ЗАО «Тетюшское»

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. в % к 2010 г.
Среднегодовой удой на 1 корову, кг	2832	2275	3038	107,3
Производство молока в расчете на 100 га сельхозугодий, ц	238,4	185,6	172,2	72,2
Выход телят в расчете на 100 коров, гол	96	63	101	105,2
Затраты труда на 1 ц молока, чел.- час	6,5	5,8	4,9	75,4
Себестоимость производства 1 ц молока, руб.	1153,0	1331,7	1155,0	100,2
Рентабельность (убыточность) производства молока, %	+7,4	-0,9	+9,2	+1,8 п.п.

Уровень рентабельности производства молока за 2010-2012 гг. возрос на 1,8 процентных пункта.

Расчет доли хозяйствующего субъекта (ЗАО «Тетюшское») на рынке молока в 2012 г. представлен в таблице 2 и на рисунке 1. Учитывая тот факт, что в центральной зоне преобладают сельскохозяйственные товаропроизводители, специализирующиеся на выращивании аналогичной ЗАО «Тетюшское» продукции, можно утверждать, что хозяйство находится в выгодном положении. ЗАО «Тетюшское» занимает долю на рынке равную – 14,3%. Основным конкурентом является СПК им. Гая (14,6%). Все остальные товаропроизводители занимают незначительные доли по производству и реализации молока – сырья перерабатывающим предприятиям Ульяновской области.

Таблица 2 – Расчет доли хозяйствующего субъекта на рынке (центральная зона) в 2012 г.

Хозяйствующий субъект	Выручка от реализации молока, тыс. руб.		Прирост, %	Доля на рынке, %
	2011г.	2012г.		
<b>Ульяновский район</b>				
ООО СХП «Волжанка»	12212	11722	96,0	7,0
ООО «Стройпластмасс-Агропродукт»	19918	11499	57,7	6,8
ЗАО «Тетюшское»	26105	24066	92,2	14,3
ЗАО «Семеноводческое хозяйство «Тимирязевское»	3845	8462	2,2 раза	5,0
ООО кооператив «Курортный»	4526	4299	95,0	2,6
ООО «Хлебороб»	8172	4447	54,4	2,6
<b>Сенгилеевский район</b>				
СПК им.ГАЯ	24384	24641	101,0	14,6
СПК «Шиловский»	6448	7570	117,4	4,5
ООО «Возрождение»	4350	5315	122,2	3,2
<b>Майнский район</b>				
ООО «Колос»	6870	6716	97,8	4,0
ООО «Полбино»	2604	3594	138,0	2,1
ОНО ОПХ «Новоанненковское»	1869	1808	96,7	1,1
ООО «Лава-1»	921	1173	127,4	0,7
ООО «Росагро»	2820	2919	103,5	1,7
ООО «Надежда»	5011	5062	101,0	3,0
ООО «Гимово»	4461	4895	109,7	2,9
СПК «Карлинское»	10411	10606	101,9	6,3
ООО «Весна»	5026	7729	153,8	4,6
<b>Кузоватовский район</b>				
ООО «Чертановский»	1023	1387	135,6	0,8
СПК «Киватский»	3059	2512	82,1	1,5
ООО «Агрофирма «Агро-Инвест»	1292	1370	105,8	0,4
СПК «Балтийски»	17789	14492	81,5	8,6
Общий объем рынка	234202	168514	72,0	100,0

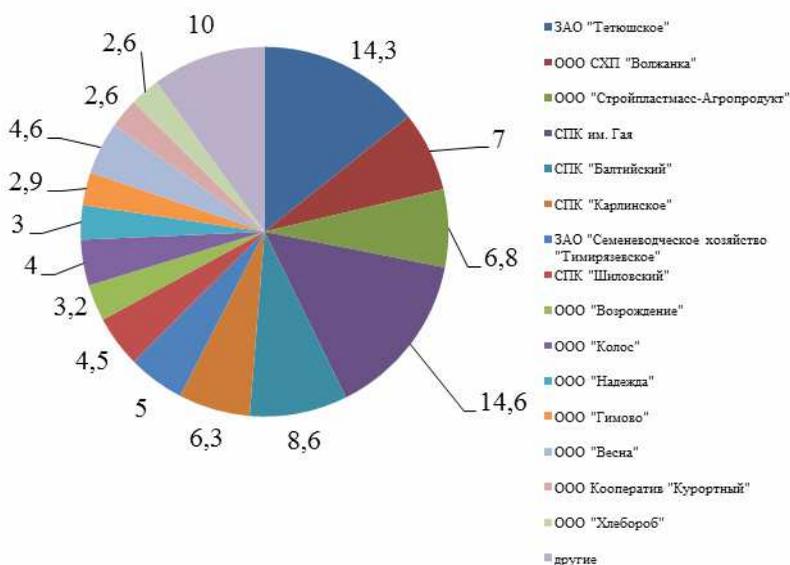


Рисунок 1 – Доли хозяйствующих субъектов на рынке молока

Ценовая политика является важным элементом комплекса маркетинга. Она формируется в тесной увязке с планированием товара и услуг, выявлением потребностей, запросов потребителей, организацией сбыта, стимулированием продаж [1, с. 16].

Ценовая политика ЗАО «Тетюшское» формируется под воздействием динамики рыночных цен на аналогичную продукцию соответствующего качества. Предприятие действует в условиях так называемой условно чистой конкуренции. Чистая конкуренция – это такая рыночная ситуация, когда существует много покупателей и продавцов однородного продукта и при этом никто из них не в состоянии повлиять на его цену. Механизм функционирования такого рынка можно проиллюстрировать следующим примером. Если цена на молоко возрастает в результате увеличения спроса, предприятие реагирует на это расширением поголовья коров или повышением продуктивности в следующем году. Также могут поступить и другие сельхозтоваропроизводи-

тели. В результате возрастает предложение молока на рынке, что может привести к падению рыночной цены. То есть чистая конкуренция на практике имеет условный характер, поскольку увеличение объёмов производства продукции однородного вида отразится на величине цены продаж.

Тенденция изменения цены реализации молока-сырья показана в таблице 3.

Таблица 3 – Динамика средних цен на 1 ц молока в ЗАО «Гетюшское»

Вид продукции	Годы			2012 г. от 2010 г.	
	2010г.	2011г.	2012г.	(+;-)	%
Молоко	1248,8	1319,2	1272,0	+23,2	101,9

Цены на реализуемое молоко хозяйства в основном имеют тенденцию к росту.

В 2011 г. средняя цена на молоко составила 1127 руб. за 1 ц, что на 63,8 % больше уровня 2009 г. Увеличение рыночной цены на 1 ц молока составило за три г. 439 руб. Динамика изменения цены реализации и полной себестоимости 1 ц молока изображена на рисунке 2.

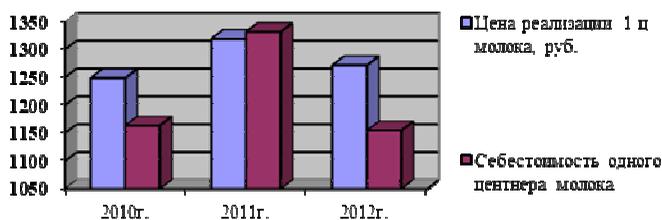


Рисунок 2 – Динамика изменения цены реализации и полной себестоимости 1 ц молока

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод, что в настоящее время наибольшее влияние на конечный результат оказывают уровень себестоимости произведенной продукции и цена реализации. Дальнейшая рационализация организации труда, замена устаревших средств производства на новые позволят более полно использовать ресурсный потенциал хозяйства, повысить производительность труда, снизить себестоимость продукции молочного скотоводства и повысить его эффективность.

Для эффективной работы сельских товаропроизводителей большое значение имеет сбыт продукции, выбор каналов реализации

Уровень товарности за анализируемый период снижается на 3,5 процентных пункта. Необходимо отметить, что количество реализованного молока снизилось в 2012г. по сравнению с 2010г. почти на 30%. Снижение количества реализованного молока-сырья напрямую связано с сокращением валового надоя и сокращением поголовья коров почти на 33%.

При невозможности увеличить производство предприятию необходимо направить усилия на поиск наиболее выгодных каналов реализации. Каналы реализации являются одним из элементов системы сбыта от производителя к торгово-закупочным организациям и непосредственно потребителям. Рассмотрим состав и структуру каналов реализации молока в таблице 4.

Таблица 4 – Состав и структура реализации молока в ЗАО «Тетюшское»

Каналы продаж	2010 г.		2011 г.		2012 г.		2012 г. к 2010 г., %
	ц	% к итогу	ц	% к итогу	ц	% к итогу	
Продано всего, в том числе:	27232	100,0	19789	100,0	18919	100,0	69,5
ОАО «Майнский сыродельный»	14596	53,6	10540	53,3	9756	51,6	66,8
ОАО «Ульяновскмолпром»	12636	46,4	9249	46,7	-	-	-
ОАО «Ульяновсккурорт»	-	-	-	-	9163	48,4	в 5 раз

Анализируя динамику реализации молока в ЗАО «Тетюшское», можно увидеть, что за весь анализируемый период времени ОАО «Майнский сыродельный» являлся основным каналом и занимал долю от 53,6% в 2010г. до 51,6% в 2012г. в структуре продаж. На молочный комбинат ОАО «Ульяновскмолпром» хозяйство поставляло свою продукцию (молоко-сырье) в 2010 – 2011 гг.

Экономическая эффективность реализации молока по разным каналам сбыта показана в таблице 5. В 2012г. в виду отсутствия договора реализация молока в ОАО «Ульяновскмолпром» не производилась.

Таблица 5 – Эффективность реализации 1 ц молока предприятиям молочной промышленности в ЗАО «Тетюшское»

Показатели	2011 г.		2012 г.	
	ОАО «Майнский сыродельный»	ОАО «Ульяновскмолпром»	ОАО «Майнский сыродельный»	ОАО «Ульяновсккурорт»
Полная себестоимость реализованного молока, руб.	1334,5	1329,0	1153,8	1156,0
Цена реализации, руб.	1321,0	1318,0	1267,0	1277,0
Прибыль, убыток, руб.	-13,5	-11,0	+113,2	+121,0
Рентабельность, %	-1,02	-0,83	+8,90	+9,47

Однако хозяйство стало поставлять молоко-сырье для молочного завода ОАО «Ульяновсккурорт», который стал функционировать с 2012г. ОАО «Ульяновсккурорт» занимается экологически чистым растениеводством и животноводством. Компания поставляет в магазины города экологически чистый продукт (без применения ГМО). Это единственная компания в России (работающая с Бакулевским центром). Завод по переработке молока приобретен в Израиле, технология приготовления молочных продуктов так же принадлежит высококлассным израильским специалистам. Все молочные продукты с этого завода

поставляются в розничные магазины г. Ульяновска, в частности в «Гулливер».

Для достижения требуемого уровня качества молока в ЗАО «Тетюшское» первый резерв – это прочная кормовая база, в то же время дешевая. Устойчивая кормовая база позволяет добиться высокого надоя молока с наименьшими затратами кормов на единицу продукции. Этого можно достичь только на базе высокоинтенсивного кормопроизводства. Однако даже самое полноценное кормление не может обеспечить необходимого уровня качества молока при невысоком качестве коров. Поэтому, наряду с организацией прочной кормовой базы необходимо содержать высокопродуктивное стадо, можно его пополнить за счет приобретения племенных телок. Прежде всего, они должны быть пригодными к машинному двукратному доению. Это является вторым главным резервом увеличения надоев молока. Третий резерв в изучаемом хозяйстве – это улучшение условий, системы и способов содержания животных. Цель – увеличение валового надоя молока высокого качества на сравнительно дешевых летних кормах, получаемых с пастбищ.

В соответствии с Госпрограммой рост продукции сельского хозяйства в большей степени будет обеспечен за счет роста объемов производства в животноводстве на основе создания принципиально новой технологической базы, использования современного технологического оборудования для модернизации животноводческих ферм, а также за счет наращивания генетического потенциала продуктивности российского животноводства и ускоренного создания соответствующей кормовой базы [4, с. 71-78].

Наряду с поддержкой из федерального бюджета существенное влияние на эффективность отрасли окажет целенаправленная региональная поддержка в виде субсидий и целого ряда других льгот, таких как освобождение от налога на имущество организаций, а также создание залогового фонда для реализации инвестиционных проектов. Сочетание государственной поддержки, а также встречных обязательств субъектов Российской Федерации через региональные программы обеспечат достижение поставленной цели и решение задач Программы по разви-

тию молочного животноводства.

Таким образом, необходимо сочетание мер государственной поддержки молочного скотоводства и внутренних резервов предприятия для повышения эффективности производства и реализации молока. Это позволит более рационально использовать имеющиеся в распоряжении организации ресурсы, и, следовательно, повысить результативность деятельности, как отрасли молочного производства, так и предприятия в целом.

### **Библиографический список:**

1. Долгова, И.М. Маркетинг: Учебно-методический комплекс / И.М. Долгова – Ульяновск: УГХА, 2008. – 198 с.
2. Долгова, И.М. Экономическая эффективность прогрессивной технологии в молочном скотоводстве / И.М. Долгова // АПК: Экономика, управление. – 2005. – № 2. – С.74 – 77.
3. Долгова, И.М. Основные тенденции развития отрасли животноводства в Ульяновской области / И.М. Долгова // Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения: материалы IV Международной научно-практической конференции. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2012. – Т. 3. – С. 64 – 70.
4. Долгова, И.М. Эффективность производства молока как фактор продовольственного обеспечения / И.М. Долгова, М.С. Арбузова // Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения: материалы IV Международной научно-практической конференции. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2012. – Т. 3. – С. 71 – 78.
5. Обеспечение регионов страны продовольствием на основе территориального разделения труда в АПК / А.И. Алтухов [и др.]. – М.: ГНУ ВНИИЭСХ, 2005. – 120 с.

### **MARKETING OF MILK**

*Dolgova R.A., Idrissova A.A., Dolgova I.M.*

**Keywords:** *milk, market size, shares of economic sub-projects,*

*the marketing mix*

*This paper analyzes the efficiency of production and the elements of the marketing mix in the JSC «Tetyushskoe». The authors analyze the structure and efficiency of milk sales by distribution channels, desired internal reserves of the company in conjunction with measures of the state-government support to improve production efficiency and impletion of milk.*

УДК 631.15

## **ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Еланский Р.А., студент 4 курса экономического факультета  
Научный руководитель – Челнокова С.В.,  
кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

**Ключевые слова:** *основные средства, поступление, выбытие, износ, годность, срок службы, срок обновления, сельскохозяйственные организации, Ульяновская область*

*Работа посвящена оценке состояния и движения основных средств в сельскохозяйственных организациях Ульяновской области. Авторами выявлена и проанализирована динамика соответствующих показателей за 2009 – 2013 гг.*

Каждое сельскохозяйственное предприятие ориентируется на получение максимальной прибыли. Эта цель достижима лишь при максимально эффективном формировании и использовании основных средств (зданий, сооружений, оборудования, транспорта и т. д.) [1, 2]. До последнего времени рынок отечественной сельскохозяйственной продукции был практически свернут, что стало главной причиной сокращения производства в аграр-