

УДК 338.436

***ФОРМИРОВАНИЕ ОТРАСЛЕВОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ
ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПЕРЕРАБОТЧИКОВ МОЛОКА***

Хорунжин М.Г.

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО Алтайский ГАУ

Барнаул, Россия

Аннотация. В статье рассмотрено формирование производителей и переработчиков молока, определены его цели и задачи. Отмечено создание молочного кластера позволяющего объединить интересы всех его участников. Выделены территории и предприятия при создании союза. Выделены структуры союза (сервисные, научно-инновационные, кадровые, управления и координации). Обозначены задачи, которые при поддержке союза будут реализованы администрацией края.

Ключевые слова: союз, торговая сеть, производитель, переработчик, кластер, структуры, финансовый результат.

***FORMATION OF THE INDUSTRIAL REGIONAL TRADE NETWORK OF
MILK MANUFACTURERS AND PROCESSORS***

Khorunzhin M.G.

Cand. econ. sciences, associate professor

FSBEI HE Altai GAU

Barnaul, Russia

Annotation. The article considers the union of the formation of producers and processors of milk, defines its goals and objectives. The creation of a dairy cluster has been noted, which allows combining the interests of all its participants. Territories and enterprises are highlighted when creating the union. The union structures (service, scientific and innovative, personnel, management and

coordination) are highlighted. The tasks that, with the support of the union, will be implemented by the regional administration are outlined.

Keywords: union, trading network, producer, processor, cluster, structure, financial result.

Отраслевая региональная торговая сеть создается в форме некоммерческой организации – объединения (союза) производителей и переработчиков молока – «Алтайсоюзмолоко» [1]. Ее цель – содействие ее членам в осуществлении коммерческой деятельности на региональном, общероссийском и международных рынках молока и молочных продуктов, задачи:

- развитие предприятий, занимающихся производством молока и переработкой молочной продукции;
- обобщение и распространение передового опыта;
- координация усилий на внутреннем и внешнем рынках по маркетингу продукции;
- выработка предложений в законопроекты и другие нормативные правовые акты федеральных и региональных органов власти;
- представление участников Союза в федеральных и региональных органах власти;
- координация усилий научно-исследовательских работ в молочном скотоводстве;
- организация мероприятий и акций, направленных на популяризацию и распространение информации о деятельности Союза;
- вхождение в Национальный Союз производителей молока России.

В соответствии с поставленными задачами функции Союза предполагают:

- выработку на основе общественного мнения предложений в органы государственной власти по жизненно важным аспектам деятельности Союза;

- обобщение и распространение передового опыта, организацию научно-технических разработок, внедрение современных технологий по переработке молочной продукции, организацию выставок – демонстраций, симпозиумов, семинаров, рекламы по различным вопросам научного прогресса и передового опыта;
- информационное обеспечение деятельности российских и зарубежных предприятий и фирм в области производства и переработки молочной продукции;
- работу по укреплению экономики членов Союза, разработку предложений по использованию финансовых ресурсов и инвестиций;
- содействие в подготовке и повышение квалификации специалистов и кадров массовых профессий для молочного скотоводства и молокопереработки;
- организация единой цепочки коммерческих взаимоотношений для формирования цепочки ценообразования, адекватно отражающей вклад каждой отрасли в полную коммерческую себестоимость товара;
- включение членов Союза во внешнеэкономическую деятельность, оказание участникам практической помощи в разработке и осуществлении мероприятий, направленных на расширение ассортимента и увеличение производства, повышение качества и конкурентоспособности всех видов производимой, развитие ее экспорта, создание совместных предприятий, производственной и научно-исследовательской кооперации, расширение круга партнеров;
- организацию соответствующей рекламы продукции, услуг, условий их реализации на внешнем рынке, а также импорта технологий, оборудования, техники, материалов и изделий, лицензий и сырья для развития и модернизации производства переработки молочной продукции;
- разработку мотивационных мероприятий по привлечению в единый механизм коммерческой деятельности крупных региональных торговых сетей.

В состав Союза необходимо ввести хозяйствующие субъекты нескольких природно-климатических зон края, что позволит расширить географию исследования факторов и закономерностей формирования коммерческих взаимоотношений на рынке молока и молочных продуктов [5].

В Алтайском крае в рамках «Стратегии социально-экономического развития Алтайского края на период до 2025 года» [4] планируется создание молочного кластера, включающего в себя производителей молока, предприятия по его переработке, оптовую и розничную торговую сеть. В связи с этим некоммерческое объединение (союз) производителей и переработчиков молока «Алтайсоюзмолоко» может стать координирующим звеном ядра молочного кластера – т. е. элементом структуры управления и координации.

На основе сложившихся тенденций развития агропромышленного комплекса края и наличия крупных производителей молочной продукции в нескольких природно-климатических зонах основными районами, представляющими интересы участников Союза в крае по территориальной близости к крупнейшим переработчикам молочного сырья, могут быть города Барнаул, Рубцовск, Бийск, Заринский, Кулундинский, Благовещенский, Славгородский, Алейский, Зональный, Топчихинский районы.

Союз может быть образован на основе крупных предприятий, таких, как: ЗАО «Барнаулский молочный комбинат» (ТМ «Молочная сказка»), ОАО «Лакт» (ТМ «Коровкино молоко», «Бабушкина крынка»), ООО «Холод» г. Заринска (ТМ «Белый замок»), ОАО «Алейский маслосыркомбинат», ОАО «Кипринский МСЗ», ОАО «Комбинат молочных продуктов», ОАО «Кулундаконсервмолоко», ОАО «Славгородский МК», ООО «Алтайская буренка» Зонального района (ТМ «Алтайская буренка»), г. Бийск (ТМ сыров «Радонежский», «Витязь», «Советский», «Алтайский», «Горный», др.).

Таким образом, именно «Алтайсоюзмолоко» может стать ядром кластера, стимулирующим деятельность перерабатывающих предприятий, с одной

стороны, производящих конечную продукцию молочного подкомплекса, с другой – формирующих свою сырьевую зону, а, значит, стимулирующих развитие сельхозтоваропроизводителей – поставщиков молока [2]. Они работают по коммерческим заказам и договорам с предприятиями-участниками, входящими в ядро кластера. Именно здесь существуют условия и возможности организации вертикальной структуры совместной коммерческой деятельности с получением доходов от конечного коммерческого результата [6].

Сервисные структуры обеспечивают хозяйственную деятельность участников Союза (кластера). Они непосредственно не связаны с производством и сбытом продукции кластера, но Союз (кластер) становится для них основным заказчиком, дает возможность использования их инфраструктур и получения прибыли.

Научно-инновационные структуры выполняют заказы участников Союза на научно-исследовательские, опытно-конструкторские разработки, занимаются разработкой, модернизацией, отбором, отладкой новых видов продукции и технологий [3].

Кадровые структуры обеспечивают системную подготовку, переподготовку и повышение квалификации необходимых для Союза кадров. Функционируют, исходя, прежде всего из заказов и потребностей участников Союза (кластера).

Структуры управления и координации (учреждаются участниками Союза для организации и координации совместной деятельности и развития общих инфраструктур). Авторы предлагают создать координационный совет из руководителей сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий и представителей (по одному) от Главного управления сельского хозяйства края, Управления пищевой, перерабатывающей и фармацевтической промышленности края и отделов по управлению АПК администраций основных молокопроизводящих муниципальных районов. Такое

представительство, с одной стороны, создаёт возможность учёта интересов всех участников рынка, с другой – позволяет привлечь к решению проблем отрасли органы государственного управления без нарушений федерального и регионального законодательства.

Внешний контур Союза (кластера) образуют структуры, участвующие в его коммерческой деятельности на основе договоров, выполнения определенных функций и заказов. Для них «цепочка» создания добавленной стоимости не является определяющей. Это – не участники, а партнеры.

Региональные администрации и их подразделения присутствуют во внешнем контуре Союза (кластера) прежде всего в качестве органов управления. Но наряду с этим они являются партнерами при решении задач и вопросов, связанных с целевым финансированием, развитием инфраструктуры, институциональными изменениями, представлении интересов на федеральном уровне и т.д.

Внешний контур Союза будет постоянно расширяться на межрегиональном, общероссийском и международных рынках молока и молочных продуктов за счет содействия своим членам в осуществлении коммерческой деятельности.

Администрации края при содействии деятельности Союза необходимо осуществить:

- работу по заключению соглашений между участниками Союза об экономическом сотрудничестве;
- вхождение товаропроизводителей различных видов деятельности и организационно-правовых форм в Союз;
- разработку мотивационных мероприятий по привлечению региональных торговых сетей в единый механизм коммерческой деятельности;

- формирование комплексной современной системы коммерческой деятельности по сбыту и продвижению конечной продукции региональных брендов через торговые сети.

Библиографический список:

1. Гриценко Г.М. Современное состояние и проблемы использования потенциала сельскохозяйственных предприятий / Гриценко Г.М., Миненко А.В. // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. - 2005. - № 1 (17). - С. 126-132.
2. Гриценко, М.П. Организация коммерческой деятельности в системе потребительской кооперации. Монография. / К. А. Морозова, М. П. Гриценко, О. В. Борисова – РАСХН. Сиб. отд-ние. СибНИИЭСХ. – Барнаул, ООО «Полиграфист», 2005. – 249 с.
3. Миненко А.В. Проблемы моделирования инфраструктуры развития малого предпринимательства сельского муниципального образования / Миненко А.В. // Вектор экономики. - 2018.- № 10 [Электронный ресурс]. <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2018/10/regionaleconomy/Minenko.pdf> (дата обращения: 06.12.2019).
4. О стратегии социально-экономического развития Алтайского края на период до 2025 года / Постановление Администрации Алтайского края от 28.12.2007 № 622 // Справочно-информационная система «Гарант».
5. Осипова, Л. В. Основы коммерческой деятельности: учебник для вузов / Л. В. Осипова, И. М. Синяев – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 623 с.
6. Хорунжин М.Г. Методические положения по стратегическому управлению коммерческой деятельностью сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий / Хорунжин М.Г. // Вектор экономики. - 2019. - № 6 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2019/6/regionaleconomy/Khorunzhin.pdf> (дата обращения: 01.06.2019).

Оригинальность 76%