

ОПТИМИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛЫХ И КРУПНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

OPTIMIZATION OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMICAL MECHANISM BETWEEN SMALL AND LARGE COMPANIES IN THE PRODUCTION AND SALE OF DAIRY PRODUCTS SPHERE

К. Б. Доброва, доктор экономических наук, профессор

О. Н. Уланова, аспирант

В статье проведен анализ современного организационно-экономического механизма взаимодействия крупных и малых предпринимательских структур сферы производства и реализации молочной продукции в Российской практике, определены возможности для оптимизации.

This paper analyzes the main directions to optimize the organizational and economical mechanism between small and large companies in the production and sale of dairy products sphere in the Russian practice.

Ключевые слова: Агропромышленный комплекс, сфера производства и реализации молочной продукции, малый бизнес, крупный бизнес, потребительские свойства продукции.

Key words: agro-industrial complex, dairy industry, small business, big business, consumer product properties.

Экономика России представляет собой сложную систему, включающую множество отраслей как производственной, так и непроизводственной сферы. Возрастающая конкуренция подталкивает субъектов экономики к поиску более эффективных форм сотрудничества, стимулирует появление интеграционных образований, различающихся способами взаимосвязи и управления.

Одной из значимых проблем АПК в настоящее время является увеличение неопределенности в процессе ведения производственно-хозяйственной деятельности, обусловленное повышением темпов изменения состояния внешней среды, активного формирования мирового продовольственного рынка и включение предприятий в деятельность на данном рынке. Общеизвестными способами противодействия негативному влиянию неопределенности являются формирование эффективной системы управления стратегическим развитием предприятия на основе обеспечения конкурентоспособности продукции.

Указанные проблемы позволяют определить цель исследования направлений оптимизации управленческих процессов, которая состоит в обосновании теоретических положений и практических рекомендаций, направленных на оптимизацию организационно-экономического механизма взаимодействия малых и крупных предприятий в сфере производства и реализации молочной продукции.

Достижение указанной цели потребовало решения следующих задач:

- сформулировать основные критерии и параметры определения современного механизма взаимодействия малых и крупных предпринимательских структур в сфере производства и реализации молочной продукции;
- проанализировать состояние взаимодействия крупных и малых предприятий сферы производства и реализации молочной продукции в современных условиях;
- на основе проведенного анализа выявить возможности совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия крупных и малых предприятий сферы производства и реализации молочной продукции.

Объектная направленность исследований в области оптимизации управления малыми предприятиями определяется системой взаимодействия крупных и малых предпринимательских структур сферы производства и реализации молочной продукции.

Задача стратегии агропромышленного комплекса РФ состоит в создании продовольственной продукции, обладающей конкретными преимуществами на национальном и мировом продовольственных рынках. В настоящее время значительная часть предприятий АПК начинает выходить из затянувшегося экономического кризиса и решать проблемы стратегического развития. Разработка стратегий развития является составной частью стратегического управления, отсюда возрастает значимость выбора варианта стратегического развития предприятия, т.е. выбора одной или не-

скольких «эталонных» корпоративных стратегий, однако их разработка и успешная реализация возможна только в том случае, когда предприятие выпускает конкурентоспособную продукцию.

Молочное производство – особая отрасль народного хозяйства, призванная обеспечить население незаменимыми продуктами питания. На молочном рынке России присутствует большое количество участников, однако основная доля принадлежит нескольким крупнейшим компаниям. Несмотря на серьёзные риски и жёсткую конкуренцию со стороны «гигантов», в молочной отрасли постоянно появляются новые, небольшие фирмы. При выходе на российский молочный рынок субъекты малого предпринимательства сталкиваются с большим количеством трудностей.

На рынке молока и молочных продуктов продавцами и покупателями являются владельцы подсобных хозяйств, сельскохозяйственные организации, фермерские хозяйства, заводы и комбинаты по переработке сырья.

На предприятиях отрасли постоянно обогащается ассортимент, улучшаются вкусовые и питательные свойства продукции. Постоянно увеличивается выпуск молочных продуктов, пользующихся повышенным спросом у населения. Ежегодно осваивается производство новых видов продуктов.

Предприятия молочной промышленности оснащены большим количеством перерабатывающей техники. При использовании современного технологического оборудования важно сохранить в максимальной степени пищевую и биологическую ценность компонентов сырья в вырабатываемых молочных продуктах. Усилия научно-исследовательских организаций должны быть направлены на решения задач комплексного использования сырья, создания принципиально новых безотходных, малоотходных и энергосберегающих технологий и оборудования, позволяющих существенно повысить производительность труда, сократить долю ручных операций, максимально снизить потери сырья при переработке, повысить качество продукции. Одним из определяющих факторов развития отрасли, необходимым для решения поставленных задач, и в первую очередь, увеличения объёмов производства и переработки молока, является научно-технический прогресс, основное направление которого – создание малоотходных и безотходных технологий (МБТ), составная и неотъемлемая часть которых – охрана окружающей среды.

Сегодня в условиях возрастающей конкуренции на рынке большим спросом пользуется молочная продукция стабильно высокого качества и с длительным сроком хранения. Поэтому выпуск про-

дукции, отвечающей этим требованиям, является приоритетной задачей для предприятий молочной промышленности.

От механизма взаимодействия предприятий крупного и малого предпринимательства зависят их доходы, объём производства и продаж продукции, степень удовлетворения потребностей населения в молочных продуктах, а также размеры налоговых поступлений в разные уровни бюджетов, занятость населения.

Ценовая дискриминация, проводимая заводами по закупке молока, определяется многими обстоятельствами. Так, закупка молока в отдельных хозяйствах и районах требует дополнительных транспортных затрат. Их компенсация проводится за счет низких реализационных цен на молоко. Отдаленные и слабые хозяйства не располагают ресурсами для вывоза молока собственным транспортом. Заводы, пользуясь этой ситуацией, устанавливают низкие цены.

Чтобы ограничить господствующую роль монополий на рынке молока и молочных продуктов, необходимо на региональном уровне устанавливать пределы роста цен на молоко, а на федеральном уровне определять пределы роста цен на ресурсы, необходимые для его производства. В случае снижения заводами цен на молоко в летний период следует увеличивать налоговые платежи, перечислять их сельскохозяйственным организациям.

В целях противостояния монополии, правительство может выделять в бюджете средства на закупку молока, изготовляя из него продукты для военнослужащих, закрытых учреждений, социальных групп населения, крайне нуждающихся в помощи. Надо поощрять кооперацию сельскохозяйственных организаций и хозяйств населения в первичной переработке молока и реализацию молочных продуктов в кооперативных магазинах непосредственно населению.

По данным Молочного союза России, рынок молочной продукции ежегодно растет на 4–5%. Сегодня в молочной промышленности складывается довольно сложная для отечественных производителей молока ситуация. Крупнейшие российские производители теряют свою независимость. Концерн «Danone» поглотил ООО «Юнимилк», Компания «PepsiCo» в феврале 2011 г. Приобрела 66% акций ОАО «Вимм Билль Данн» и теперь владеет 77% акций этого предприятия.

Кроме того, присутствует постоянный риск, связанный с деятельностью комплементарных организаций, а так же с различными внешними условиями (сезонность, закупочные цены на сырьё, наличие надёжных партнёров).

В таких условиях очень трудно вывести на рынок новый продукт, а, тем более, новую фирму. Поэтому вновь появляющиеся игроки рынка молочной продукции сталкиваются с огромными трудностями, такими как: невысокие объёмы производства и, как следствие, нежелание крупных компаний сотрудничать с новыми фирмами; наличие на рынке

сильных конкурентов, нежелающих расставаться с долей прибыли; отсутствие серьёзной государственной поддержки и другими.

Проведем SWOT-анализ малого предпринимательства в сфере производства и реализации молочной продукции (табл. 1).

Таблица 1

SWOT-анализ малого предпринимательства в сфере производства и реализации молочной продукции

		Возможности малого предпринимательства	Угрозы существованию малого предпринимательства
		Рост до уровня крупного предпринимательства	Быстрота полного разорения
		Сбалансированное развитие	Быстрое достижение «потолка» роста
		Прочная ниша на «своем» рынке	Легкость проникновения конкурента в эту нишу
		Творческая самореализация	Уязвимость к попыткам силового давления «сильных мира сего»
Сильные стороны малого предпринимательства	Небольшой стартовый капитал	При небольших затратах на начальном этапе нет никаких ограничений для развития. Занимая прочную позицию на рынке, малое предпринимательство часто не зависит от каких-либо «глобальных» экономических показателей и не подвергается влиянию отрицательных факторов. Малые предприятия являются самостоятельными и свободными в выборе направления развития	При небольшом стартовом капитале велика вероятность быстрого разорения (отсутствие «страховки» на случай непредвиденных финансовых проблем). В виду недостаточного финансирования бизнеса возможно быстрое достижение «потолка» возможностей. Высока вероятность появления большого количества конкурентов, развивающихся более быстрыми темпами. Отсутствие принадлежности каким-либо объединениям повышает вероятность давления со стороны развитых компаний при несовпадении интересов
	Высокая эффективность		
	Гибкость		
	Самостоятельность		
Слабые стороны малого бизнеса	Ограниченный (локально) рынок	Ограниченность рынка позволяет оградить компанию от влияния большого количества потенциально опасных организаций в отрасли. Высокая зависимость от конъюнктуры рынка компенсируется сбалансированным развитием и возможностью быстрой творческой реализации. Важной проблемой является отсутствие влиятельной поддержки, однако отсутствие связей с крупными сильными организациями даёт свободу в выборе направления развития	В силу ограниченности рынка вероятно быстрое достижение «потолка» роста. Ограниченные перспективы роста в сочетании с возможностью быстрого разорения делают малое предпринимательство рискованным. Малое предприятие подвержено резкому влиянию изменений конъюнктуры рынка. при этом ситуация усугубляется постоянным появлением новых фирм в отрасли, вследствие чего постоянно возрастает уровень конкуренции. Отсутствие поддержки резко увеличивает уровень уязвимости к воздействию влиятельных организаций.
	Ограниченные перспективы роста		
	Высокая зависимость от превратностей конъюнктуры		
	Отсутствие влиятельной поддержки		

Мы придерживаемся мнения о целесообразности формирования региональных и межрегиональных связей предприятий малого бизнеса в сфере производства и реализации молочной продукции, основанных на взаимодействии крупных, средних и малых предприятий регионов. Для развития малых предприятий в сфере производства и реализации молочной продукции следует привлекать их к реализации приоритетных задач социально-экономического развития регионов и высокоэффективных проектов в области передовых технологий, требующих небольших ма-

териальных и финансовых ресурсов и окупающихся в течение одного-двух лет. Важным стимулом в этом случае могут стать гарантийные фонды, создаваемые в рамках региональных фондов поддержки малого предпринимательства для финансирования инвестиционных проектов (рис. 1).

Стремление финансировать меры поддержки малого и среднего предпринимательства только через государственные институты, малая вовлеченность в реализацию государственных программ ассоциаций оборачивается низкой эффективностью.



Рис. 1. Предлагаемая схема взаимодействия предприятий крупного и малого предпринимательства в сфере производства и реализации молочной продукции

Для решения задач модернизации экономики необходимо уделить особое внимание поддержке малых и средних предприятий с высоким потенциалом роста – инновационных «старт-апов» и быстро растущих средних предприятий.

Целевые программы содействия развитию малого предпринимательства молочной отрасли должны быть структурированы, адресованы важнейшим целевым группам (стартовое предпринимательство, инновационное предпринимательство, растущий средний бизнес), содержать конкретные критерии оценки результативности, а выполнение программ – сопровождаться независимым мониторингом и завершаться оценением эффективности расходования бюджетных средств.

Федеральная политика в отношении малого предпринимательства молочной отрасли России должна стать более прозрачной – включая публикацию проектов программ поддержки, создание обратной связи с предпринимательским сообществом.

Рост тарифов на коммунальные платежи, существенно опережающий темпы инфляции – является очень большой проблемой для развивающихся малых предприятий. В молочной сфере затраты на горюче-

смазочные материалы и электроэнергию зачастую составляют до половины себестоимости продукции. Необходимо ввести на региональном уровне процедуру трехсторонних соглашений по тарифам на основные виды коммунальных услуг для малых и средних предприятий молочной отрасли.

Следует развивать инструменты и механизмы передачи технологий – через центры трансфера технологий и другие институты содействия развитию малого предпринимательства. В молочной сфере необходимо постоянно совершенствовать техническое оснащение предприятий, а так же подход к формированию стратегий производства и продвижения продукции. Следует разработать и реализовать систему мер по интеграции российского рынка высоких технологий и венчурного капитала с мировым рынком. В частности, должно быть предусмотрено снятие всех ограничений на трансфер российских технологий и разработок, на привлечение зарубежного венчурного финансирования.

Выводы: Необходима консолидация малого и среднего предпринимательства в молочной сфере через развитие сетевых структур, поддерживаемых предпринимательскими объединениями. Эти организации призваны сыграть важную роль в обмене лучшим опытом, согласовании позиций в отношении важнейших вопросов социально-экономического развития, напрямую затрагивающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства молочной отрасли России.

Библиографический список

1. Дегтярев В.В. Современное состояние малого предпринимательства в молочной отрасли Российской Федерации // Вестник РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева. – 2011. – №2.
2. Кузнецова Ю.В. Организация продвижения молочной продукции на российский и региональные рынки Региональные проблемы науки и образования // Регионология. – 2008. – № 4.
3. Семенов А.А. Управление кооперацией в интегрированных промышленных структурах. Государственное управление // Электронный вестник. – Выпуск № 27. – Июнь 2011.

Доброва К. Б. – доктор экономических наук, профессор, Московский авиационный институт

Уланова О. Н. – аспирант, Российская академия предпринимательства

e-mail: kdobrova@mail.ru