

УДК 637.1(470)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ЮЖНЫХ РЕГИОНАХ РОССИИ

Кислик Е. А.

*Белгородский университет кооперации, экономики и права, Белгород, Российская Федерация
E-mail: no.pasaran@mail.ru*

Рассматривается значение пищевой промышленности в общей экономике страны. Освещается её роль в формировании пищевого рынка, продовольственной и экономической безопасности государства. Обозначено место производства молочных продуктов и сыроделия среди основных отраслей пищевой промышленности. Названы различные виды собственности молочноперерабатывающего производства. Исследуются особенности развития предприятий по переработке молока в Южных регионах России. Отмечена помощь государства в виде финансовых субсидий предприятиям Юга. Указана важность развития экономических связей и товарооборота молочной продукции с Белоруссией. Показаны результаты финансовой помощи и других государственных мер в развитии молочноперерабатывающих предприятий. Анализируется экономическая деятельность ООО «Нальчикский молочный комбинат». Выделены инновационные факторы развития комбината. Определены проблемы производства в молочноперерабатывающей промышленности Юга России.

Ключевые слова: пищевая промышленность, продовольственная и экономическая безопасность, молочная отрасль, молочноперерабатывающее производство, государственная помощь, финансовые субсидии, переработка молока на Юге, связи с Белоруссией, экономическая деятельность ООО «НМК», проблемы молочного производства.

ВВЕДЕНИЕ

Пищевая промышленность России – крупная отрасль российской промышленности, занимающаяся производством готовых пищевых продуктов или полуфабрикатов, безалкогольных напитков и ликеро-водочной продукции. Пищевая и перерабатывающая промышленность рассматривается как системообразующая сфера экономики страны, формирующая агропродовольственный рынок, продовольственную и экономическую безопасность. Пищевая промышленность включает в себя около 30 различных отраслей и подотраслей.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Одной из наиболее крупных отраслей пищевой промышленности является производство молочных продуктов и сыроделие. В ней заняты 17 % работников из 1,19 млн чел., относящихся к пищевой промышленности. Молочная и маслосыродельная отрасль включает в себя предприятия по производству цельного молока, молочных и кисломолочных продуктов, сливочного масла, сыра, сухого молока, молочных консервов. Производство молочной продукции в стране осуществляют более 1500 организаций различной формы собственности, из них около 500 средних и крупных. Наиболее крупные – в Москве и Санкт-Петербурге.

Данную отрасль в большой части представляют предприятия по переработке продовольственного сырья. Для этого она располагает разными видами небольших производственных учреждений. Это позволяет ей приблизить свою деятельность к местным продуктовым источникам и сельским потребителям, что даёт возможность разнообразить продукцию. Молочнопродуктовая промышленность имеет необходимые предпосылки для дальнейшего развития: наличие производственных предприятий; приближенность предприятий к производителям сельскохозяйственной продукции и сырья; отработанные технологии по производству многих видов продовольственных товаров; обеспеченность кадрами; государственная поддержка. Поэтому в настоящее время молочнопродуктовая промышленность является одной из самых конкурентоспособных отраслей сельского хозяйства.

По проблеме статьи имеются аналогичные или смежные работы ученых Белгородского университета кооперации, экономики и права. В частности, Л. Е. Теплова рассматривает значение и особенности развития кооперативной промышленности [9, с. 117–121]. Л. В. Уколова освещает деятельность сельскохозяйственных кооперативов России [11, с. 87–110]. В. В. Невлев рассказывает об исторической заслуге Н. В. Верещагина в становлении российской молочнопромышленной кооперации [7, с. 62–69]. Е. В. Исаенко, А. В. Исаенко, Е. Е. Тарасова исследуют особенности деятельности кооперативных предприятий общественного питания [1, с. 9–21]. Е. В. Токарь, И. А. Гашо, О. В. Иовлева изучают процесс формирования и развития трудового потенциала предприятия [10, с. 158–171]. Р. В. Кононенко, И. В. Каплунова анализируют экономику сельскохозяйственных кооперативов [5]. Имеются многие другие работы, а также публикации автора по различным аспектам деятельности молочноперерабатывающего производства [2–4].

Государство уделяет большое внимание развитию молочноперерабатывающей промышленности, в т. ч. в Южных регионах России. Для этого выделяются значительные объемы финансовых субсидий. Так, в рамках государственной помощи оказались многие крупные предприятия Юга. ГК «Прогресс Агро» – один из крупнейших агропромышленных холдингов России, который занимается в 8 районах Краснодарского края животноводством и другими направлениями сельского хозяйства. Объем выделенных средств по программе Минсельхоза России составил приблизительно 30,6 млрд руб. При господдержке в агропромышленном комплексе появилось ещё 655 личных подсобных хозяйств.

В рамках программы «Пищевик» финансирование получило предприятие «ПротекМ Фид», специализирующееся на производстве кормов для сельскохозяйственных животных. Господдержка оказана также компании «Кубаночка» в Октябрьском, ООО «Стоев-Кубанский продукт» в Краснодаре, ТП «Амбарель» в Черкеске и многим другим. Компания ООО «Зодчий» из Ставропольского края вложит более 250 млн руб. в строительство животноводческого комплекса в Кировском округе. По планам, инвестиционный проект будет завершен в 2026 г. Об этом сообщает «Интерфакс» со ссылкой на администрацию округа. Проект будет реализован в два этапа. На втором этапе

планируется закупка скота молочного направления, переработка молочной продукции и строительство производственных помещений. В ходе реализации проекта по строительству комплекса уже завершена реконструкция площадки для производства кормов [12].

Развиваются экономические связи внутри Союзного государства. Товарооборот между Астраханской областью и Белоруссией вырос на 60 % в полугодии. Объем сельхозтоваров в текущем году составил около 5 тыс. т. Кроме того, активно развивается молочнопромышленное сотрудничество. Так, экспорт молочной продукции из Ростовской области к середине октября составил 489 тыс. т, а это больше в 2,3 раза, чем годом ранее. География поставок молока и молокопродуктов следующая: ОАЭ, Китай, Либерия, Абхазия, Грузия, Саудовская Аравия, Ангола, Азербайджан и Таджикистан. Установление межгосударственных связей существенно влияет на интеграцию пищевой промышленности. Оказание финансовой помощи и другие государственные меры по развитию молочного животноводства дали весомые результаты. В Кабардино-Балкарии за первые 9 месяцев 2024 г. существенно увеличилось производство молока. Оно составило 407,7 тыс. т., что на 2,2 % больше, чем за 9 месяцев 2023 г.

Автором в сентябре 2024 г. непосредственно был изучен в Нальчике опыт работы местного молочного комбината. В практической части статьи использованы материалы этого исследования и статьи А. Бакеева «Молоко из Приэльбрусья разгоняется по России», опубликованной в «Эксперте ЮГ. Бизнес в регионе» от 8 октября 2019 г. [13].

Нальчикский молочный комбинат (ООО «НМК») – одна из динамично растущих компаний России. Созданное в 1998 г. практически с нуля, сегодня ООО «НМК» входит в число крупнейших в РФ производителей молочной продукции, перерабатывая до 700 т сырья в сутки. Производственные площади занимают 70 тыс. кв. м. Продукты под флагманским брендом «Чабан» представлены в большинстве торговых федеральных и местных сетей в 20 регионах страны. По мнению гендиректора и учредителя ООО «Нальчикский молочный комбинат» Ш. Якубова, основные факторы роста – инвестиции в производство и расширение мощностей, применение самых современных российских и европейских технологий в производстве молочной продукции. На сегодняшний день балансовая стоимость имущества предприятия составляет около 2,1 млрд руб. Её увеличение, согласно данным ИАС Seldon.Basis, произошло за счёт вложений в активы, что привело к социально ориентированному экономическому росту. Так, за 5 лет выборочно выручка компании выросла почти в 16 раз: с 278,8 млн руб. в 2014 г. до свыше 4,4 млрд руб. – в 2018.

В 2024 г. заводу исполнилось 26 лет. Его историю сложно разбить на отдельные этапы. В 1998 г. начинали работать на отечественном оборудовании. Однако довольно быстро стало понятно, что оно не всегда позволяло выпускать качественные молочные продукты, что работа на таком оборудовании нерентабельна. Поэтому было принято решение о создании высокотехнологичного производства. Проект подготовили в сотрудничестве с немецкой фирмой Trubates – одной из ведущих в Европе компаний по проектированию молочных заводов. Постепенно

производились закупка, монтаж и запуск новых линий, приобретенные у передовых зарубежных поставщиков. В итоге, на территории предприятия было создано шесть производственных цехов, оснащенных современным оборудованием из Германии, Франции, Италии, США, Дании, Голландии и России. В 2016–2017 гг. были получены для упаковки молока две японские машины Shikoku, использующие технологию Ultra Clean. Это позволило увеличивать срок хранения продукции без потери вкуса и качества, получать натуральную продукцию без консервантов.

На комбинате считают достаточным уровень государственной поддержки, существующей в молочной отрасли, и он весьма ощутим. Сегодня действует много рациональных программ. Современные мощности завода позволяют работать с большим объемом молока. НМК выпускает более 200 наименований продукции, линейка которой состоит из 8 торговых марок. Наиболее известные из них – «Чабан», «Горянка» и «Новая деревня». В ассортименте – традиционные продукты (молоко, кефир, масло, сметана, йогурты) и уникальный, в частности, соленый творог «Къалд» (продукт вайнахского происхождения). Это – популярный на Северном Кавказе солоноватый обезжиренный творог с мягким вкусом, который широко применяется в кулинарии при приготовлении национальных блюд, но также «Къалд» можно употреблять и как аналог привычного всем рассыпчатого творога. Нальчикский молочный комбинат – единственное предприятие в России, которое выпускает «Къалд».

Сегодня, согласно стратегическим приоритетам, комбинат регулирует свою пространственную организацию. Сейчас продукты торговой марки «Чабан» реализуют более 20 тыс. торговых точек по всей России: от Кабардино-Балкарии и Дагестана до Сургута и Челябинска. На Юге, кроме названных регионов, товары представлены практически во всех остальных (в Чеченской республике, на Ставрополье, Кубани, Крыму, в Ростовской и Волгоградской областях). Комбинат сотрудничает с федеральными и локальными торговыми сетями, крупными оптовиками, поддерживает развитие розничных «точек» и интернет-магазина «чабан.рф».

ООО «Нальчикский молочный комбинат» начал выпускать продукцию под брендом «Чабан» почти 9 лет назад. В начале название марки вызывало определенное недоверие у сотрудников отдела продаж и кавказских торговых домов. Многие считали, что это слово неподходящее и были уверены, что молочная продукция с таким названием будет отталкивать покупателей. Слово «чабан» ассоциируется, прежде всего, с горами, природой. Этим названием хотели сказать потребителю: вы покупаете настоящую, экологичную продукцию с кавказских гор. В итоге, надежды оправдались: потребителям название и продукция пришлись по вкусу, особенно в Москве. Последние годы, особенно с конца 2013 г., комбинат динамично развивался. Например, по выручке средний прирост год от года был на уровне 35–40 %. За исключением 2016 г., когда, согласно данным из системы «СПАРК», выручка предприятия выросла более чем в 10 раз: до 3,6 млрд руб., против 348,5 млн руб. годом ранее.

Факторов роста несколько. Во-первых, это – высокая инвестиционная активность. Работая на таком непростом, высококонкурентном рынке, отечественная

практика показала, что надо быть в постоянной технологической форме. Поэтому много лет назад было принято решение, что часть прибыли будет направляться на инвестиционные цели: приобретение оборудования, техники, расширение мощностей. Во-вторых, расширение географии продаж, активный поиск новых рынков сбыта. Используются эффективные маркетинговые инструменты, расширение экономической зоны, где активно продвигается продукция комбината. Инновационная система позволяет продукцию под брендами «Чабан», «Новая деревня», другим маркам НМК продавать более чем в 20 регионах России. В-третьих, и это, пожалуй, самый главный фактор, – команда. Здесь работают опытные технологи, благодаря которым выпускается не просто качественная молочная продукция, а уникальная по своим свойствам и вкусу. Всё это вместе (инвестиции, маркетинг, команда) позволяют комбинату увеличивать продажи, выручку.

За эти годы было вложено значительное количество средств в развитие производства, и эта тенденция сохраняется и в настоящее время. Так, закупается дорогостоящие линии, оборудование, инновации от таких известных в мире поставщиков, как GEA, Bekum, Elorack, Thimonier, Shikoku. Есть план дальнейшего развития предприятия, выработана стратегия, по которой определено сколько, когда и на какие цели намерены инвестировать в производство. Это, по сути, детальный план перспективного развития комбината на ближайшие пять лет, который будет реализовываться вместе с партнерами из компании Trubatec GmbH, направленный на дальнейшее расширение производства.

Проследим, насколько существенно изменился впоследствии план развития бизнеса по сравнению с первоначальным замыслом. С первых дней планировалось производить качественную молочную продукцию, которой в конце 90-х гг. не хватало в нашей стране, и обеспечить такой продукцией ближайшие северокавказские республики. Задача выполнена и теперь решают её в масштабах России. Производство развивается, совершенствуется качество, расширяется ассортимент, определяются новые рынки сбыта. Высокая потребность в продукции не только на Северном Кавказе, но и в дальних регионах России, в ряде зарубежных стран. Комбинат участвует во многих крупных российских и некоторых зарубежных выставках. В 2018 г. принимал участие в Дубайской выставке Gulfood с целью презентации своей продукции местному рынку и обсуждения будущих поставок в ОАЭ.

В связи с этим определилась новая задача – насколько важной для компании является экспортная активность. Руководство осознавало, насколько необходим экспорт для дальнейшего успешного развития комбината. Но в настоящее время такая задача не является ключевой, поскольку есть ещё довольно много неохваченных региональных рынков в России и существует высокий потенциал для развития бизнеса внутри страны. Тем не менее, руководство комбината активно прорабатывает шаги по возможному расширению экспорта.

За время работы постепенно вырабатывались конкурентные факторы компании. На предприятии очень требовательно подходят к вопросам качества на всех звеньях производственной цепи: от выбора поставщиков и закупки сырья до отправки готовой продукции потребителям. На заводе имеется аккредитованная лаборатория,

которая обязательно проверяет все поступающее молоко на предмет отсутствия содержания в нем антибиотиков, вредных примесей и болезнетворных бактерий.

Завод работает по международной системе менеджмента качества ХАССП. Более того, завод ежегодно проходит аудит Международного центра стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России на соответствие стандарту Халяль продукции «Чабан». Недавно продукция «Чабан» прошла международный аудит «Халяль» от агентства по сертификации RACS, расположенное в Дубаи (ОАЭ). Он стал первым российским молочным комбинатом, прошедшим аудит столь авторитетного агентства. Это дает возможность поставлять продукты как минимум во все страны Персидского залива, уже не говоря о том, что еще раз было подтверждено качество производства и выпускаемой продукции на международном уровне. Таким образом, была дана институциональная оценка деятельности.

Продукция комбината реализуется через торговые дома в 17 регионах России. Продукция доставляется напрямую с завода и далее уже развозится по магазинам и в HoReCa.

Кроме того, серьёзным преимуществом является место расположения завода. Местная природа благоприятна для развития АПК, в частности животноводства. Молоко здесь очень высокого качества потому, что Приэльбрусье – это территория, которая получила в России статус экозоны. Именно это молоко даёт продуктам неповторимый вкус.

В приоритетах коллектива – рынки и инновации. В решении таких актуальных задач важное значение отводится роли современной корпорации в развитии производства. Это поиски новых направлений, расширение географии и каналов сбыта, что должно привести к росту объёмов производства, продаж, росту выручки. Есть намерение усилить позиции в Москве и в Подмосковье. Помимо этого, готовятся к внедрению в те регионы России, где продукция ещё не представлена. Таких на сегодня большинство.

Для динамичного развития ООО «Нальчикский молочный комбинат» нужна квалифицированная рабочая сила, дефицит которой ощущается в настоящее время. Тем не менее, такой дефицит не является критичным. На предприятии существуют система подготовки персонала, проводится обучение. Регулярно специалисты выезжают на стажировку на предприятия Европы, посещают российские и зарубежные заводы, обучаются на образовательных курсах, изучают материалы выставок, тем самым, повышают свою квалификацию и уровень компетенций. По мере роста завода привлекаются специалисты на новые технологические направления и проекты. Открыто отдельное подразделение в Москве, где многие технические задачи решаются там. Комбинат – развивающаяся компания, поэтому многие хотят работать в ней или с ними сотрудничать.

Одной из основных составляющих качественного производства является инновационность, которая играет важную роль в молочной отрасли. Это означает внедрять всё самое передовое и не бояться быть первыми. Так, НМК стал первым в России заводом, который стал разливать молоко в специальные пластиковые канистры, внедрил самую современную фасовку. На тот момент подобные канистры можно было увидеть в США, Великобритании и других зарубежных странах. ООО

«Нальчикский молочный комбинат» в России первым применил подобную технологию.

С конца 2018 г. под брендом «Чабан» выпускается два продукта – биокефир и биойогурт, в состав которых вошли пробиотики LGG, эффективность которых для здоровья человека подтверждена многолетними исследованиями. Выбор самого клинически исследуемого пробиотика в мире (LGG) объясняется не только стремлением к инновациям, но и подчеркивает особенное отношение к здоровью и правильному образу жизни. Это показательный пример гармоничного содружества: аутентичность бренда и достижения науки.

Наряду с достижениями в молокоперерабатывающей промышленности есть и проблемы. Так, осенью 2024 г. внимание общественности привлёк резкий скачок цен на масло, которое дорожает вслед за молоком. Чиновники и экспертное сообщество предполагают рост цен картельным сговором или возросшим спросом, а производители – ростом стоимости сырья из-за инфляции и неурожая кормов. Одним из решений данной проблемы могут стать наращивание импорта (например, из Турции), а также борьба с фальсификатом и поддержка отечественных производителей.

Следует отметить, что в южных регионах России рост цен на сливочное масло привел к распространению подделок через интернет. Об этом сообщает «РБК Краснодар» со ссылкой на генерального директора Южного молочного союза Константина Синецкого [12]. Сейчас, на пике цен на сливочное масло, появляется очень много суррогатов под видом промышленной выработки, которые продаются нелегально в 2–4 раза дешевле. По словам К. Синецкого, это давняя тенденция, но она сейчас может масштабироваться, так как сливочное масло является одним из самых легких продуктов для фальсификации. «Ситуация перегрелась и нужно просто теперь дать рынку время охладиться. С высокой долей вероятности дальнейшее подорожание вряд ли возможно на какую-то значимую величину» [12].

Среди основных вызовов, с которыми компании сталкиваются сегодня и на которые они должны реагировать, можно выделить следующие. Это повсеместная фальсификация, низкая покупательская компетенция и не всегда эффективные меры надзорных органов. В последнее время тревожен негатив, возникший в обществе по отношению к молочной продукции, связанный с вредными добавками, которые в ней находят. Несмотря на то, что с недобросовестными производителями ведётся борьба Россельхознадзором и Роспотребнадзором, она не всегда эффективна [13].

ВЫВОДЫ

Сегодня уровня государственной поддержки недостаточно для полноценной деятельности. Особо в ней нуждаются производители молока – ощущается нехватка качественного молочного сырья. Государству следует уделять больше внимание развитию предприятий, способных качественно и в необходимых объемах производить сырое молоко. Также необходимо стимулировать развитие специализированных предприятий (фермерских хозяйств, семейных ферм) при помощи различных грантов, субсидий, компенсаций, затрат и тому подобны мер, что позволит улучшить их работу [6].

Важнейшее значение молочнопродуктовой отрасли заключается в том, что она выступает как источник товарных ресурсов для розничной торговли и предприятий общественного питания, осуществляет переработку закупленного сельскохозяйственного сырья, способствует более полному удовлетворению потребностей обслуживаемого населения в продуктовых товарах самого широкого ассортимента.

Список литературы

1. Исаенко Е. В., Шаенко А. В., Тарасова Е. Е. Адаптация предприятий общественного питания к факторам внешней среды // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2024. № 5 (108). С. 9–21.
2. Кислик Е. А. Социально-экономическая эффективность инновационной деятельности молочнопромышленной компании // Проблемы и перспективы разработки и внедрения передовых технологий: сборник статей междунар. науч.-практ. конф., 1 ноября 2024 г., Магнитогорск. Уфа: науч.-изд. центр «Аэтерна», 2024. С. 61–66.
3. Кислик Е. А. Историко-экономические аспекты развития молочноконсервного комбината // Проблемы теории и практики современной науки: материалы междунар. (заочной) науч.-практ. конф., 19 ноября 2024 г. Нефтекамск / под общ. ред. А. И. Вострецова. Нефтекамск, Башкортостан: науч.-изд. центр «Мир науки», 2024. С. 62–67.
4. Кислик Е. А. Экономическая природа традиционного производства молочной продукции в сибирском городе Тюкалинск // Взаимодействие науки и общества – путь к модернизации и инновационному развитию: сборник статей междунар. науч.-практ. конф., 5 декабря 2024 г. Тюмень. Уфа: науч.-изд. центр «Аэтерна», 2024. С. 95–98.
5. Кононенко Р. В., Каплунова И. В. Экономика сельскохозяйственных кооперативов: учебное пособие. Белгород: Изд-во БУКЭП, 2018. 204 с.
6. Михайлова А. В. Методические подходы к оценке деятельности предприятия // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12–9. С. 1681–1685.
7. Невлев В. В. Историческая заслуга морского офицера Н. В. Верещагина в организационно-правовом становлении российской молочнопромышленной кооперации // История государства и права. 2019. № 6. С. 62–69.
8. Соловьёва Л. В. Рынок услуг в транзитивной экономике: сущность, особенности, формирование и развитие: монография. Белгород: Изд-во БУПК, 2005. 204 с.
9. Теплова Л. Е. Основы потребительской кооперации: учебное пособие. М.: Вита–Пресс, 2005, 160 с.
10. Токарь Е. В., Гашо И. А., Иовлева О. В. Особенности формирования и развития трудового потенциала предприятия // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2021. № 1 (86). С. 158–171.
11. Уколова Л. В. Кооперативы современной России: учебное пособие. Белгород: Изд-во БУПК, 1998. 148 с.
12. Эксперт ЮГ. Бизнес в регионе [Электронный ресурс]. URL: <https://expertsouth.ru/>
13. Бакеев А. Молоко из Приэльбрусья разгоняется по России // Эксперт ЮГ. Бизнес в регионе. 8 октября 2019. [Электронный ресурс]. URL.: <https://expertsouth.ru/news/moloko-iz-prielbrusya-razgonyayetsya-po-rossii/>.

Статья поступила в редакцию 23.12.2024