

Материалы Всероссийской НПК. Сборник статей под ред. Д.В. Дудни. - 2017. - С. 42-46.

8. Еригорьев В.В. Оценка стоимости бизнеса: основные подходы и методы: учебник. - Москва: Русайнс. - 2015. - 190 с.

9. Тазихина Т.В. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности: учебник / под ред. М.А. Федотовой, О.В. Лосевой. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 352 с.

10. Чеботарев Н.Ф. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 256 с.

11. Официальный сайт Банка Развития Казахстана // <https://www.kdb.kz/>

12. Рекомендации Банка Развития Казахстана по форме и содержанию отчета об оценке в разделе «Банковская экспертиза» на сайте: <https://www.kdb.kz/services/investment-projects/>

13. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 36 «Обесценение активов» - 2015.

14. Сайт: Damodaran online, current. <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>

УДК 339.1

ГРНТИ 06.81.55

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКОЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Коршик Татьяна Сергеевна,

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет пищевых производств»; г.Москва, Волоколамское шоссе, д.11 (Институт управления и агробизнеса); доцент кафедры «Таможенной и товароведческой экспертизы»

Косикова Юлия Адольфовна,

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет пищевых производств»; г.Москва, Волоколамское шоссе, д.11 (Институт управления и агробизнеса); к.э.н., доцент кафедры «Таможенной и товароведческой экспертизы»

Толкачева Светлана Владимировна,

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет пищевых производств»; г.Москва, Волоколамское шоссе, д.11 (Институт управления и агробизнеса); к.э.н., доцент кафедры «Таможенной и товароведческой экспертизы»

Кобяшова Екатерина Алексеевна,

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет пищевых производств»; г.Москва, Волоколамское шоссе, д.11 (Институт управления и агробизнеса); обучающийся кафедры «Таможенной и товароведческой экспертизы»

АННОТАЦИЯ

Целью представленной работы стало изучение вопроса расширения ассортимента рынка молочной продукции благодаря увеличению доли козьего молока в общем объеме производства. Предложены меры по активизации спроса на данные продукты. Результаты проведенных исследований подтвердили целесообразность расширения рынка козьего молока. Было выявлено, что в рацион 36% опрошенных уже входят разные виды молока, отличные от коровьего. Повсеместное распространение товаров из козьего молока, и создание интернет-ресурса по реализации органической продукции на его основе, позволит большую часть населения привлечь к потреблению данного продукта. Для производителей козьего молока ниша органического молока является перспективной, так как затраты на производство коровьего и козьего молока будут сопоставимы.

ABSTRACT

The purpose of the presented work was to study the issue of expanding the range of dairy products market, due to the expansion of the share of goat's milk in the total production volume. Measures to increase the demand for these products are proposed. The results of the conducted research confirmed the expediency of expanding the goat's milk market. It was revealed that the diet of 36% of respondents already includes different types of milk, other than cow's milk. The widespread distribution of products made from goat's milk, and the creation of an Internet resource for the sale of organic products based on goat's milk, will allow most of the population to attract to the consumption of this product. For goat milk producers, the niche of organic milk is promising, where the costs of producing cow's milk and goat's milk will be comparable.

Ключевые слова: козье молоко, органическая продукция, правила производства, ассортимент, торговые предприятия.

Keywords: goat's milk, organic products, production rules, assortment, trading enterprises.

С 1 января 2020 года в Российской Федерации действует закон об органической продукции, устанавливающий требования экологизации сельскохозяйственного производства: –запрет на применение антибиотиков,

стимуляторов роста и откорма животных, гормональных препаратов, за исключением тех, которые разрешены к применению действующими в Российской Федерации национальными, межгосударственными и международными

стандартами в сфере производства органической продукции;

–запрет на применение трансплантации эмбрионов, клонирования и методов генной инженерии, генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов, а также продукции, изготовленной с использованием генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов;

–применение для борьбы болезнями растений и животных средств биологического происхождения;

–подбор пород или видов сельскохозяйственных животных с учетом их адаптивных способностей и устойчивости к болезням, создание условий, способствующих сохранению их здоровья, ветеринарному благополучию, естественному воспроизводству, и обеспечение оптимальных санитарно-гигиенических показателей их содержания[1].

В странах Европы основные производители органической продукции- фермеры. В объемах крупных молочных хозяйств сложнее наладить органическое производство.

Небольшие хозяйства при должной поддержке могли бы претендовать на свободную нишу в образующейся группе органической молочной продукции рынка продуктов питания Российской Федерации. Тем не менее среди преобладающего большинства российских фермеров пока отсутствует четкое понимание, что из себя представляет органическое производство.

Переход на органическое производство связан с большим количеством издержек, при этом не все знают о преимуществах перехода на экологическое производство в соответствии с требованиями данного закона. Неопределенность необходимости перехода связана и с малоизученным спросом потребителей на экологическую продукцию, готовностью рынка потреблять продукцию более высокого ценового диапазона. Согласно данным ГОСТ 33980-2016 «Продукция органического производства. Правила производства, переработки маркировки и реализации» продолжительность переходного периода с традиционных на экологические технологии составляет 12 месяцев для молочных продуктов, получаемых от крупного рогатого скота, 6 месяцев от мелкого рогатого скота.

В законе указано, что продукция может быть промаркирована как органическая лишь после внесения её в Государственный реестр производителей органической продукции. Внесение производителя в данный реестр дает право на применение органической маркировки установленного образца, что позволяет привлечь большее количество потребителей. Кроме того, рассматриваются меры дополнительной государственной поддержки «органических» производителей.

Наличие органической маркировки для потребителя является дополнительным фактором выбора той или иной продукции, а также гарантией

потребления действительно органической продукции, произведенной в соответствии с установленными экологическими рекомендациями.

Основная идея органического производства заключается в улучшении экологической ситуации, сохранении экологических циклов и систем. Распространение ведения органического хозяйства в России позволит более ответственно защитить здоровье и благополучие нынешних и будущих поколений и окружающей среды.

Безусловно, идеи органического производства важный вектор развития молочного производства. Сегодня группа молочных товаров является важным звеном в обеспечении продовольственной безопасности страны[13]. Молочная продукция - одна из важнейших отраслей производства, обеспечивающая людей продуктами первой необходимости. Данная отрасль является приоритетной для правительства Российской Федерации[2].

В этой связи предлагаем в качестве одной из возможностей расширения ассортимента органической молочной продукции увеличение доли молочных продуктов, вырабатываемых из козьего молока.

Рост интереса к данному продукту в последнее время имеет несколько причин. Одной из первых можно назвать актуальность тренда здорового питания и поиск новых продуктов с повышенной пищевой ценностью. Общий рост количества пищевых аллергий, в том числе и на традиционное коровье молоко. Интерес к козьему молоку как перспективному сырью со стороны производителей детского питания[14]. Развитию потребления козьего молока и молочных продуктов способствует и проблема импортозамещения, в частности развитие отрасли сыроделия и как следствие поиск новых сырьевых ресурсов.

В целом по данным аналитиков MegaResearch прогнозируется ежегодное увеличение производства козьего молока на 7-9% до 2024 года. Готовая продукция из козьего молока считается диетической и пользуется спросом как низколактозная и гипоаллергенная молочная продукция [3]. В России козье молоко является элитарным продуктом. В немалой степени такая тенденция присутствует из-за высокой себестоимости козьего молока и недостаточного развития производства по сравнению с коровьим молоком. Принимая во внимание все вышесказанное и исходя из того, что затраты на производство коровьего молока и козьего будут сопоставимы, эта ниша является перспективной для производителей козьего молока.

При переходе на органическое молочное хозяйство у производителей могут возникнуть трудности и издержки, так как требования, которые предъявляются к содержанию, правилам размещения животных должны обеспечить удобство и благополучность всех возрастных групп. ГОСТ 33980-2016 «Продукция органического производства. Правила производства, переработки маркировки и

реализации» регламентирует условия содержания животных. В таблице 1 представлено сравнение условий содержания различных видов дойных

животных. Для сопоставления в таблице указаны показатели на одну особь [6].

Таблица 1

Сравнительные анализ требований содержания дойных животных		
Критерий сравнения	Корова	Коза
Нагрузка животных на 1 га культурных пастбищ, число голов в год	3,3	13,3
Открытые зоны (зоны для прогулок, кроме пастбищ), м ²	4,5	2,5
Нормы закрытых площадей и размеры животноводческих помещений (стойла), м ²	6	1,5
Параметры температуры и относительной влажности воздуха в животноводческих помещениях	10 °С при относительной влажности от 40 до 75%	12 °С при относительной влажности 75%
Норма кормления голов молочного направления, кг	26 (65%- силос, 23%- сено, 7%- солома, 5%- отруби пшеничные)	5 (63%- сено, 11%- солома, 7%- силос, 11%- корнеплоды, 8%- комбикорм)
Средний надой от молочной особи, л	10-15	3-6

Представленные данные свидетельствует о ряде преимуществ в содержании поголовья коз и как следствие более простой выход в органическое производство молочной продукции на основе козьего молока.

В связи с данными, полученными при сравнении, актуальным является расширение производства органического козьего молока и как следствие расширение ассортимента молочной продукции на его основе.

В России потребление козьего молока недостаточно развито, основной ассортимент данной группы составляют сыры, средняя стоимость которых превышает стоимость сыров, производимых из коровьего молока. В Европе потребление сыров, в частности, из козьего молока имеет большую историю, а сама группа товаров занимает лидирующие позиции на рынке.

Согласно ФАО ООН крупнейшим производителем козьего молока является Индия. 75% от общей доли производства приходится на страны Африки и Азии. Основные лидирующие позиции мирового рынка по переработке козьего молока занимают страны Европы. При общем поголовье коз в 10% от мирового Франция производит 19% сыра от доли мирового рынка. Не смотря на явный интерес со стороны производителей в России производство продуктов из козьего молока развивается медленно[11].

В рамках рассмотрения проблемы внедрения в широкое производство редко используемых в промышленности видов молока акцент делается преимущественно на козье молоко, но также могут быть рассмотрены овечьё, буйволиное и др. виды молока. Широкое распространение молока и продуктов, реализуемых из данного вида сырья, не только увеличит общее количество произведенной продукции, но и может повлиять на качество

выпускаемых продукции. Однако интеграцию данного сырья на рынок молочной продукции стоит рассматривать не только с точки зрения промышленной выгоды, но и со стороны потребительского спроса.

В рамках исследования были собраны статистические данные, по результатам которых можно определить основные предпочтения российского потребителя, его принцип выбора молочной продукции, а также отношение и лояльность к внедрению различных видов молока. Данный опрос был создан на сервисе для проведения тестирования и сбора статистики OnlineTestPad.

Динамика выбора молочных продуктов в структуре потребления молочной продукции и молока достаточно сильно взаимосвязана с ценовой категорией молочной продукции, индивидуальными предпочтениями, возрастом и социальным положением. Тем не менее, последнее время фиксируется устойчивый спрос на молоко цельное, что подтверждается и проведенными исследованиями.

Из общего количества участников опроса 56,7 % составили женщины, 43,3 % мужчины. Преимущественная возрастная группа (50%), это от 25 до 45 лет. Выбор возрастных групп коррелируется с статистическими данными по уменьшению потребления молочной продукции к 22-25 годам и увеличению потребления после 45 лет. Результаты опроса подтвердили предрасположенность потребителей к выбору полезных продуктов. По результатам опроса более половины респондентов потребляют молочную продукцию постоянно. Для группы продовольственных продуктов ежедневного спроса доминирующим фактором выбора продукции является цена продукта, тем не менее, все большее

количество потребителей обращает внимание на состав продукта. По результатам приведенных данных 34% потребителей традиционного коровьего молока не готовы пробовать новые виды молочных продуктов, в то время как остальные рассматривают возможность включения других видов молока в свой рацион.

При этом 23 % опрошенных употребляют козье молоко, в то время потребление ими других видов молока незначительно. Потребители готовы к потреблению и других видов молока помимо козьего. Сыр на основе козьего молока готовы употреблять 70% опрошенных. При ответе на вопрос о переносимости коровьего молока, доля таких респондентов, имеющая противопоказания, не превысила 3%, в таком случае чаще всего молоко либо исключается из рациона, либо уже заменено на козье.

На основании собранных данных можно сделать следующие выводы:

– Чаще потребителем молочной продукции выступают женщины.

– Основная возрастная группа респондентов – граждане в возрасте 26-44 лет, их доля составляет 50% на общую долю опрошенных, на втором месте по величине возрастная группа 15-25 лет. Равномерно между собой распределены доли опрошенных в возрастном диапазоне 45-55 лет и 56 и старше.

Преобладающее большинство опрошенных проживают в Центральном округе России (87,6%).

В рацион всех респондентов входит молочная продукция.

Основное предпочтение люди отдают таким видам молочной продукции, как молоко, каждый третий участник опроса; кефир, сыр и йогурт.

Периодичность покупки молочной продукции у большинства респондентов составляет 2-3 раза в неделю, меньшей является группа, совершающая покупку 1 раз в неделю. Есть также доля людей, которые покупают и употребляют молочную продукцию каждый день.

Покупки чаще всего совершаются в универсамах и минимаркетах. Малая доля потребителей выбирают гипермаркеты, как место приобретения молочной продукции.

Основным критерием выбора у респондентов является цена, однако на состав продукта обращает внимание 46,6% опрошенных [12].

В рацион 30% опрошенных уже входят разные виды молока, отличные от коровьего. Самым распространенным из данной группы является козье молоко.

Только четверть потребителей остановили бы свой выбор только на коровьем молоке. Остальные респонденты отнеслись положительно к интеграции новых видов молока на Российский рынок.

Респонденты готовы ввести в свой рацион козье молоко, также рассматривают возможность потребления овечьего, верблюжьего и буйволиного молока, 50% данных респондентов входят в группу 26-44 лет. Чаще всего население именно этой

возрастной группы с наибольшей заинтересованностью относится к новинкам в сфере продовольственных товаров.

Каждый второй респондент употреблял бы в пищу сыры из козьего или овечьего молока, а также 13% потребителей уже потребляют данный продукт на постоянной основе. Всего 3% участников данного опроса имеют непереносимость коровьего молока. Однако 100% опрошенных с данной непереносимостью заменили коровье молоко на козье.

На базе данных, полученных благодаря исследованию потребительского спроса на молочную продукцию, можно сделать один из основных выводов. Широкая масса потребителей, а именно более половины опрошенных проявляют лояльность и заинтересованность во внедрении разных видов молока, а также продуктов его переработки (в основном сыр),

Идея обширной интеграции молока мелкого рогатого скота на потребительский рынок Российской Федерации может быть успешной при правильном донесении основной идеи и пользы данного продукта до потребителя. Продвижение информации о всех полезных потребительских свойствах данного продукта и должный уровень государственной поддержки позволят данной группе товаров увеличить общий объем реализации.

Согласно опросу каждый третий респондент совершает покупку в минимаркете, который находится в шаговой доступности от дома. Внедрение группы товаров, произведенной из молока мелкого рогатого скота, стоит осуществлять благодаря расширению ассортимента магазинов первой необходимости.

Продвижение молочной продукции на основе козьего молока в более распространенных торговых сетях России позволит повсеместно увеличить спрос на данную группу товаров. На сегодняшний день, из-за выборочного предложения ассортимента многих продовольственных сетей часть потребителей не имеет возможность расширить свой рацион.

Также для повсеместного распространения потребления органической продукции на основе козьего молока в центральном регионе России разумно создать единый интернет-ресурс, объединяющий малых производителей козьего молока и продуктов его переработки [15]. Это позволит малым фермерам объединиться и создать конкуренцию монополии крупнейшим молокоперерабатывающим концернам.

Данный интернет-ресурс будет представлять из себя интернет-магазин, реализующий продажу органической молочной продукции на основе козьего молока. Это объединение может увеличить число фермеров, которые решатся перейти на органическое производство, потому что будут уверены в возможности реализации их продукта.

В центральном регионе России с каждым годом становится популярным формат доставки продуктов на дом, в сравнении с посещением

магазина самостоятельно. Это обусловлено большим уровнем занятости населения, отсутствием времени на посещение определенных магазинов. Благодаря созданию интернет-платформы по реализации органической продукции на основе козьего молока, у производителей появляется преимущество перед крупнейшими агрохолдингами.

Вектор развития органической молочной продукции в большинстве будут выбирать фермеры и малые производства. В объемах крупных молочных хозяйств трудоемко наладить органическое производство. Производство козьего молока остается наиболее выгодным при выборе данной стратегии продвижения по многим пунктам: периоду перехода, наименьшей площадью фермы, меньшими затратами на корм и воду, наименьшей площадью пастбища.

Результаты проведенных исследований подтвердили целесообразность расширения рынка козьего молока. А создание интернет-ресурса по реализации органической продукции на основе козьего молока, позволит большую часть населения привлечь к потреблению данного продукта.

Список литературы:

1. Федеральный закон "Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 03.08.2018 N 280-ФЗ
2. Перова Юлия Владимировна Развитие рынка молочной продукции // Вестник СамГУ. 2007. №5-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-rynka-molochnoy-produktsii>.
3. Гетманец Валентина Николаевна Особенности переработки козьего молока // Вестник АГАУ. 2016. №5 (139). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-pererabotki-koziego-moloka>.
4. ГОСТ 31449-2013 Молоко коровье сырое. Технические условия
5. ГОСТ 32940-2014 Молоко козье сырое. Технические условия
6. ГОСТ 33980-2016 «Продукция органического производства. Правила производства, переработки маркировки и

реализации»

7. ГОСТ Р 56104-2014 «Продукты пищевые органические. Термины и определения»
8. ГОСТ Р 57022-2016 «Продукция органического производства. Порядок проведения добровольной сертификации органического производства»
9. Нормы технологического проектирования козоводческих объектов НТП-АПК 1.10.03.002-02
10. Приказ Министерства сельского хозяйства от 13 декабря 2016 г. № 551 "Об утверждении Ветеринарных правил содержания крупного рогатого скота в целях его воспроизводства, выращивания и реализации"
11. Специализированный сайт/Новости и аналитика молочного рынка <https://milknews.ru/longridy/rossiya-kozovodstvo-moloko.html>
12. Маркетинговые исследования рынка молочной продукции Косикова Ю.А. В сборнике: Передовые пищевые технологии: состояние, тренды, точки роста. Сборник научных трудов I научно-практической конференции с международным участием. 2018. С. 194-198.
13. Состояние и перспективы развития отрасли молочной продукции в России Григорян М.Ю., Косикова Ю.А. В книге: Общеуниверситетская студенческая конференция студентов и молодых ученых "День науки". Сборник материалов конференции: в 6 частях. 2017. С. 160-162.
14. Современное состояние и прогноз развития производства детского питания Печеная Л.Т., Коршик Т.С., Цветлюк Л.С., Болдычева А.Г. Health, Food & Biotechnology. 2019. Т. 1. № 1. С. 92-102.
15. Использование кластерного подхода для повышения эффективности регионального молочного подкомплекса Сафронова Ю.В., Толкачева С.В., Столярова О.А. Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2016. № 3. С. 80-89.

УДК 332.132

ЭКОНОМИКА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В 1990-Е ГОДЫ

DOI: 10.31618/ESU.2413-9335.2021.1.86.1360

Судьин Андрей Владимирович

кандидат эконом. наук, старший научный сотрудник,
Институт востоковедения РАН, г. Москва.

ECONOMY OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN IN THE 1990S

Andrey V. Sudyin

PhD (Economics), senior researcher,
Institute of Oriental Studies of the RAS, Moscow