

# ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА МОЛОКА В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

Шамсов Д.И.<sup>1</sup>, Исматуллои Ш.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Шамсов Джумахон Исаевич – докторант (PhD),  
кафедра финансов, экономический факультет,  
Бохтарский государственный университет им. Носира Хусрава,  
г. Бохтар, Хатлонская область;

<sup>2</sup>Исматуллои Шерхон – соискатель,  
кафедра управления государственными финансами, факультет государственного управления,  
главный специалист магистратуры,  
Академия государственного управления при Президенте Республики Таджикистан, г. Душанбе,  
Республика Таджикистан

**Аннотация:** в статье проанализированы основные направления рынка молока депрессивного региона, проведен анализ региональной инфраструктуры, изучены методологические подходы государственного регулирования рынка молока. Исследованы тенденции развития мелкотоварного производства.

**Ключевые слова:** диверсификация каналов сбыта, монопродуктовые рынки, дехканские (фермерские) хозяйства, мелкотоварного производства региональный рынок молока.

Развитие регионального рынка молока и продуктов его переработки определяется и спецификой данного рынка, и спецификой обрабатываемой на этом рынке продукции. Вся совокупность факторов, оказывающих влияние на развитие данного рынка может быть подразделена на экономические, социальные, научно-технические и природно-климатические.

В настоящее время развитие регионального рынка молока и молочной продукции, как и в целом продовольственного комплекса Таджикистана, характеризуется двумя тенденциями: с одной стороны - это уменьшение производства продукции, а с другой - возникновение новых рыночных структур, формирование новых каналов движения молочной продукции, новых продуктовых цепочек.

Состояние рынка молока характеризуется сокращением объемов закупок в Республике Таджикистан и ее регионах, при этом увеличивается доля продажи продукции по рыночным каналам сбыта - на рынках, через собственную торговую сеть, по бартеру и т.п.

Изменение традиционных связей, трудности сбыта молокопродуктов как у производителей, так и у продавцов заставляет их приспосабливаться к новым экономическим условиям. Получив свободу в выборе покупателя, они расширяют круг своих клиентов. Однако чрезмерная диверсификация каналов сбыта часто приводит к тому, что производители, боясь не найти рынка сбыта своей продукции, продают ее любому покупателю, зачастую на невыгодных для себя условиях.

Отсутствие развитой инфраструктуры на рынке молока и молочной продукции, прочной связи с контрагентами «привязывает» многих производителей к прежним покупателям (особенно при ярко выраженной специфике продукта - молоко), несмотря на потери от реализации продукции за счет низких цен или несвоевременных сроков ее оплаты.

В регионах диверсификация каналов сбыта осуществляется за счет формирования нетрадиционных каналов движения молочной продукции, к которым относятся такие, как реализация через собственную розничную сеть, прямые поставки в общепит, в различные магазины, продажа на ярмарках, на городских рынках и частным посредникам. Доля частных посредников в торговле увеличивается, так как они предлагают в основном более выгодные условия сделок.

Одним из нетрадиционных каналов являются бартерные операции, когда сельскохозяйственные производители предпочитают продавать произведенную продукцию в обмен на поставки топлива, стройматериалов, кормов, средств производства и т.д.

При этом традиционные каналы занимают достаточно значительный удельный вес в движении продукции. Это происходит ввиду того, что традиционные каналы движения гарантируют сбыт этой продукции, что достаточно актуально в настоящее время. Однако финансовое положение, политика многих перерабатывающих предприятий и ценовая политика в регионах делают эти каналы неэффективными на современном этапе.

Следует отметить, что многие традиционные структуры совершенствуют и развивают каналы движения продукции. Так, крупные предприятия молочной промышленности из-за проблемы сырьевой обеспеченности пользуются услугами частных посредников и диверсифицируют каналы сбыта, расширяют ассортимент выпускаемой молочной продукции.

Следующей тенденцией в формировании монопродуктовых рынков является упрощение продуктовых цепочек. Это произошло вследствие исчезновения традиционного посреднического звена на первичном рынке заготовителей и оптового звена на рынке готовой молочной продукции. До периода проведения реформ оптовое звено в регионах Республики Таджикистан представляли государственные заготовительные организации и потребительская кооперация. Молочное сырье, которое не поступало на переработку, реализовывалось через заготовительное звено. В новых условиях хозяйствования значимость заготовительного звена уменьшилась, и возникли короткие цепочки, когда отношения между производителями и потребителями сводятся к прямым поставкам, а иногда и на условиях бартера.

Так, на рынке молочной продукции в последнее время практически исчезло посредническое звено. Раньше оно было представлено молокоприемными пунктами, которые осуществляли функции транспортировки на переработку больших партий молочного сырья, а сейчас практически все молоко поступает на переработку напрямую. Кроме этого, высок удельный вес реализации сырого молока конечному потребителю через розничные торговые точки, то есть сформировались короткие цепочки движения продукции «производитель - конечный потребитель». Получили распространение бартерные операции и натуроплата (расчеты молокозаводов готовой продукцией с поставщиками сырья). Резко сократилось оптовое звено рынка готовой молочной продукции (исключением являются сухое молоко и молочные консервы), готовая продукция поступает на потребительский рынок.

Стремление производителей исключить посредническое звено объясняется экономией на посреднических издержках, так как посредник увеличивает цену продукции. Однако эта экономия достигается только в краткосрочном периоде, а в долгосрочной перспективе оборачивается потерями. Опыт ряда других стран свидетельствует о том, что наличие специализированного посреднического звена на уровне первичных рынков способствует экономии на масштабах закупок (для покупателей) и на объемах транспортировки (для продавцов). Таким образом, основные направления развития рыночных структур на монопродуктовых рынках, в том числе на рынке молока, определились.

Предложение молока и молочной продукции на региональном уровне обеспечивается тремя группами хозяйствующих субъектов рынка, объединенными по отраслевой принадлежности и технологическому признаку:

- сельского хозяйства, которые формируют предложение на рынке молока;
- перерабатывающей молочной промышленности, которые формируют предложение молочных продуктов;
- инфраструктуры рынка молока, которые обеспечивают транспортировку, хранение и реализацию молока и молочных продуктов.

К первой группе субъектов относятся предприятия по производству молока, куда входят коллективные сельскохозяйственные предприятия, дехканские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства населения. Следует отметить, что в связи с трансформацией экономических процессов личное подсобное хозяйство нельзя считать подсобным, поэтому мы полагаем правомерно называть его крестьянским подворьем.

Отечественная и постсоветская экономическая литература содержит богатый аналитический материал относительно определения понятия мясомолочного рынка. Некоторые ученые, говоря о сущности данного рынка, представляют его как комплекс товарного обмена, где происходит фактический обмен и купля-продажа мясомолочных товаров.

Согласно им, «под рынком мясомолочных продуктов следует понимать систему экономических отношений между производителями мясных и молочных продуктов и его покупателями-переработчиками (первичный рынок) и производителями и потребителями продуктов его переработки (вторичный рынок)»

Рыночные отношения проверены временем и уже давно доказали свою эффективность, что подтверждается мировым опытом и отражено в экономической науке. Говоря о рыночных отношениях, мы подразумеваем цивилизованный рынок, являющийся одним из компонентов существующей социально-экономической модели, а не её всеобъемлющую характеристику. Но при этом особо отметим, что без государственного регулирования невозможно сформировать социально ориентированные рыночные отношения и построить экономику, основанную на современных достижениях науки, техники и технологии.

В современной экономической науке существует два основополагающих методологических подхода к проблеме государственного регулирования рыночных отношений:

1) Кейнсианский подход, который предусматривает активную роль государственных органов власти, всестороннее применение в регулировании налоговых и бюджетных инструментов, активные государственные закупки и стимулирование спроса;

2) Монетаристский подход, который основан на пассивной роли государства в регулировании рынка и ориентирован на саморегулирование рыночных отношений.

Следует отметить, что монетаристский подход являлся доминирующим при проведении экономических реформ в Республике Таджикистан. Монетаристский подход к регулированию рынка рассматривается многими отечественными и зарубежными экономистами как реакционный и он эффективно действует только в случае наличия развитого рыночного механизма. Монетаристский подход не всегда эффективно работает и дает сбои, и в этих случаях для оздоровления экономической ситуации государство вынуждено применять элементы жесткой кредитно-денежной политики<sup>1</sup>.

Ускоренный переход к рыночным отношениям не позволил сельскохозяйственным товаропроизводителям быстро адаптироваться к новым условиям хозяйствования. Сочетание высокого уровня инфляции и диспаритета цен на сельскохозяйственную продукцию, машин для животноводства, комбикорма, другие материально-технические ресурсы, энергоносители сделали производство молока в общественном секторе убыточным.

Во многих регионах Республики Таджикистан в ходе аграрной реформы резко выросло значение такой категории производителей как дехканские (фермерские) хозяйство и личного подсобного хозяйство в обеспечении населения продуктами питания на локальном уровне. С одной стороны, это естественная реакция населения на политику государства, которое не способствует устойчивому развитию коллективных

<sup>1</sup> Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. М., 1978. 153 с.

сельскохозяйственных предприятий. Развитие дехканские (фермерские) хозяйство и личного подсобного хозяйство (особенно в «проблемных» регионах) является гарантией выживания, а реализация продукции стимулирует труд в нем, а не в коллективных сельскохозяйственных предприятиях. С другой стороны, после отмены обязательных поставок сельскохозяйственной продукции государству, сельхозпредприятия распределяли большую часть своей продукции между работниками в виде натуральной оплаты или продажи по льготным ценам. Это привело к ослаблению дисциплины и росту воровства в хозяйствах, что опять же способствовало росту потенциала дехканские (фермерские) хозяйство и личного подсобного хозяйство. Вопросы необходимости создания агропромышленного комплекса и его экономической эффективности исследовались в работе Фасихова И.С. Авторы указывают, что в аграрном секторе Республики Таджикистан в последние годы идет спад производства основных видов продовольствия<sup>2</sup>.

Процесс развития данной категории производителей обязан структурным изменениям в общественном секторе и в настоящее время может рассматриваться как недостаток аграрной политики.

Многовековой опыт развития различных форм хозяйствования на селе в нашей стране свидетельствует о том, что дехканские (фермерские) хозяйство и личного подсобного хозяйство всегда развивались во взаимосвязи с другими формами предприятий. При этом степень их развитости коррелирует с экономическим состоянием коллективных сельскохозяйственных предприятий, то есть возрастает в условиях кризиса в сельском хозяйстве и уменьшается в условиях стабильности.

Во многих регионах нашей республики в условиях реформируемой экономики невозможно обойтись без развития крестьянских подворий, так как они являются весомым дополнением продовольственных ресурсов на локальных продуктовых рынках.

Каждая сфера хозяйствования имеет свою нишу, но так как ниша мелкотоварного производства ограничена, то она не может развиваться без поддержки крупнотоварного производства.

В развитии мелкотоварного производства можно выделить две тенденции, которые определяются социально-экономической ситуацией в обществе (регионе):

- если общество «бедное», то наблюдается тенденция развития хозяйств населения в силу необходимости выживания;

- если экономическая ситуация в обществе стабильна, то объективно преобладает тенденция развития крупных коллективных сельскохозяйственных предприятий, отодвигая мелкотоварное производство на второй план.

Следовательно, тенденция развития мелкотоварного производства носит временный характер в отличие от развития крупнотоварного производства, которому присущ постоянный характер. Дехканские (фермерские) хозяйство и личного подсобного хозяйство без крупнотоварного производства не смогут реально обеспечивать население страны продовольствием, а перерабатывающую промышленность - сырьем.

В дореформенный период был достигнут значительный уровень производства молока, но с 1991 по 2018 гг. в Республики Таджикистан среднегодовое производство молока увеличилась в 2 раза.

В 2018 году в молочном скотоводстве наметились позитивные сдвиги в продуктивности коров и замедлились темпы сокращения поголовья. Несмотря на это, на молочное скотоводство оказывают влияние такие негативные факторы, как:

- инфляция, снижение покупательной способности населения;
- действия перерабатывающих предприятий и торговли, которые, используя свое монопольное положение, увеличивают свою долю в цепочке производитель-потребитель;
- недостаточное внимание со стороны местной администрации, которая, как правило, устанавливает низкие ставки дотаций на молоко;
- неудовлетворительная работа коллективных сельскохозяйственных предприятий, которые, не заинтересованы в производстве продукции, приносящей убытки;
- приватизация земли сельскохозяйственных предприятий без учета их интересов, что привело к ослаблению кормовой базы.

Одной из главных причин кризисного состояния молочнопродуктового подкомплекса является монополизм предприятий молочной промышленности, которые относятся ко второй группе субъектов рынка молока.

Отдельно отметим, что экономические методы стимулирования и методы косвенного воздействия на рынок применяются в основном в рыночной экономике со сложившейся инфраструктурой.

В случае переходной и смешанной экономики целесообразнее применять методы прямого и косвенного воздействия в их оптимальном сочетании. Таким образом, административные и экономические методы стимулирования рынка по-разному находят применение в различных сферах и отраслях экономики, но при этом приоритет всегда должен отдаваться экономическим методам.

### *Список литературы*

---

<sup>2</sup>Фасихов И.С. Формирование стратегии экономической безопасности в условиях трансформации национальной экономики (на примере продовольственной безопасности Республики Таджикистан). Монография / И.С. Фасихов. Душанбе: "Ирфон", 2016. 150 с.

1. Закон РТ «О технических регламентах безопасности пищевой продукции, безопасности мяса и мясной продукции, безопасности молока и молочной продукции» от 30 апреля 2016 года. № 190.
2. *Кейнс Дж.* Общая теория занятости, процента и денег. М., 1978. 153 с.
3. *Фасихов И.С.* Формирование стратегии экономической безопасности в условиях трансформации национальной экономики (на примере продовольственной безопасности Республики Таджикистан). Монография / И.С. Фасихов. Душанбе: “Ирфон”, 2016. 150 с.
4. *Кудратов Р.Р.* Проблемы обеспечения продовольственной безопасности в условиях малоземелья и трудоизбыточности. М.: МАКС Пресс, 2005.
5. *Вольский А.* Условия совершенствования государственного управления экономики. // Экономист. № 9, 2007.