

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки

Ефективна ЕКОНОМІКА

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет



№ 12, 2010 [Назад](#) [Головна](#)

УДК 637.1:339.13

*І.В. Антонова,
викладач кафедри маркетингу
Східноєвропейського університету економіки та менеджменту*

РОЗВИТОК МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація. Проведено аналіз розвитку молочної промисловості як частини агропромислового комплексу, а також охарактеризовані можливості для подальшого розвитку на сучасному етапі ринкової економіки.

Охарактеризовано ринок молочної промисловості в Україні як один із напрямів провідних галузей народного господарства, яка забезпечує населення продуктами харчування

Ключові слова: Агропромисловий комплекс; сегментація ринку; сировина; постачальники; конкуренти; монополізація галузі; кон'юнктура ринку; асортимент; молоковиборничий підкомплекс.

Annotation. The analysis of development of suckling industry as parts of agroindustrial complex is conducted, and also possibilities are described for development on the modern stage of market economy.

The market of suckling industry is described in Ukraine as one of directions of leading industries of national economy, which provides the population of feed products

Keywords: Agroindustrial complex; market segmentation; raw material; suppliers; competitors; monopolization of industry; state of affairs of market; assortment.

Вступ

Виробництво молока – один з напрямів спеціалізації сільсько-господарських підприємств центрального регіону України. Незважаючи на збитковість, багато переробних підприємств не відмовляється від нього, оскільки збут молока є джерелом систематичного надходження готівкових коштів протягом календарного року. Це пов'язано з тим, що продукція молочної галузі займає важливе місце у споживанні. Частка витрат на молочні продукти становить 15% від загальних витрат на харчування, але молокопродуктовий підкомплекс АПК України знаходиться в стані кризи.

Ринок молочних продуктів в Україні формується переважно під тиском рівня купівельної спроможності населення. Водночас, головними принципами сегментування ринку молочних продуктів є: вік споживачів молочних продуктів, місце проживання споживачів, рівень доходів споживачів. На поведінку споживачів значно впливає динаміка цін, якість товарів, обсяг та асортимент пропозиції, загальний рівень добробуту населення. [2].

Поряд з цим на ринку молочних продуктів існує певна кількість проблем, до яких можна віднести стан сировинної бази, конкуренція за постачальників, мікробіологічні вдосконалення а також вдосконалення установок і систем.

Постановка завдання

Проаналізувати стан молочної промисловості в Україні. А також виокремити всі позитивні і негативні тенденції, які відбуваються в агропромисловому комплексі України.

Результати

Молочна промисловість – одна з провідних галузей народного господарства, яка забезпечує населення продуктами харчування. Фактичне виробництво молока в Україні значно нижче необхідних обсягів споживання, що позначається на якості харчування населення України. Збільшення ж виробництва молока стримується низькою рентабельністю тваринництва і тим, що більшість населення України не може купувати необхідну кількість молочної продукції через високу його вартість. [3].

Харчова галузь характеризується спадом виробництва, значним зниженням асортименту продукції, тяжким фінансово-економічним станом більшості підприємств, високим коефіцієнтом зносу основних виробничих фондів, особливо їх активної частини.

В умовах становлення ринкової економіки важливим чинником успішного функціонування вітчизняних агропромислових підприємств є їх переорієнтація на засади маркетингу, що дозволить формувати раціональні виробничі програми, оперативно реагувати на ринкову ситуацію та перемагати в умовах конкуренції. В основі маркетингу лежить комплексне дослідження ринку і потреб споживача, організація виробництва та збуту товарів і послуг, здатних задовольнити ці потреби. Для прийняття маркетингових рішень необхідна своєчасна, повна й достовірна інформація про споживачів, їх потреби, про ринок, конкурентів. Саме тому в сучасних умовах зростає значення маркетингового інформаційного забезпечення в цілому та маркетингових досліджень зокрема.

Проведення маркетингових досліджень в значній мірі може допомогти обрати стратегію розвитку переробного підприємства. Залежно від демографічних показників різняться й пріоритети при виборі молочних продуктів, хоча ці відмінності несуттєві.

Таблиця 1. Вибір молочних продуктів залежно від демографічних показників, % [4]

| Продукти | За статтю | | За віком | | | | |
|----------|-----------|-------|-------------|-------|-------|-------|-----------|
| | чоловіки | Жінки | до 18 років | 18-30 | 31-40 | 41-55 | старші 56 |
| Молоко | 30,3 | 34,4 | 27,4 | 34,5 | 33,3 | 33,0 | 41,8 |
| Сметана | 25,7 | 25,8 | 28,4 | 26,8 | 31,4 | 27,3 | 23,6 |
| Кефір | 27,6 | 22,5 | 22,1 | 25,6 | 24,0 | 23,6 | 24,5 |
| Йогурт | 19,7 | 23,5 | 24,2 | 26,5 | 20,8 | 16,5 | 18,2 |
| Сир | 7,0 | 6,8 | 8,4 | 6,7 | 9,0 | 11,2 | 11,0 |
| Ряжанка | 5,8 | 5,7 | 3,2 | 5,8 | 4,8 | 8,8 | 3,6 |

Так у споживанні молочної продукції як чоловіками, так і жінками найвищу питому вагу має молоко (близько 30%). Щодо вікових категорій, то тільки особи до 18 років найбільше полюбують споживати сметану (28,4%), а інші віддають перевагу молоку, причому найвищу питому вагу у споживанні молокопродуктів молоко має у людей старших 56 років, що пов'язано, мабуть, з їх низькою купівельною спроможністю.

Основними споживачами сметани серед різних вікових категорій є особи від 31 до 40 років (31,4%); кефіру та йогурту – віком від 18 до 30 (відповідно 25,6% і 26,5%); сиру – від 41 до 55 років (11,2%); ряжанки – особи від 41 до 55 років (8,8%). [5].

Поступове зростання добробуту населення супроводжується зміною структури споживання, новими вимогами до якості продуктів, які пропонуються ринком, тобто попит поступово займає властиве йому місце чинника, що визначає пропозицію.

Сьогодні в Україні близько 350 підприємств по переробці молока, з яких 80 виготовляють до 90% суцільномолочної продукції. Показники виробництва

основних видів молочних продуктів у 2009 році вказують на стабільність розвитку галузі, не зважаючи на ряд проблем, що виникли на ринку сировини. У зв'язку зі значною конкуренцією на сировинному ринку виробництво готової молочної продукції все більшою мірою концентрується на великих підприємствах, які складають значні кошти в модернізацію виробництва, мобільно реагують на зміни кон'юнктури ринку, постійно збільшують свій асортимент та, щоб не втратити свою нішу ринку за умов сезонного дефіциту сировини, розширюють ринок збуту за рахунок експортних поставок. Середній рівень рентабельності виробництва незбираної молочної продукції на молокопереробних заводах становить 3 - 8%. Виробництво сметани та сиру більш економічно вигідне, ніж виробництво незбираного молока. Найбільш рентабельне виробництво дієтичної продукції: йогурту, ряжанки, кефіру [4]. Стабільний попит на суцільномолочну продукцію в Україні сприяє ритмічній роботі підприємств по її випуску, не зважаючи на жорстку конкуренцію як на ринку сировини, так і на ринку збуту.

Криза української економіки, що торкнулася всіх галузей народного господарства, не оминувала і молочну промисловість. Серед основних проблем молочної галузі можна назвати такі: низький рівень технологічного оснащення молокозаводів, застаріле обладнання; нерозвиненість ринкової інфраструктури; невисокий рівень забезпеченості сировиною та завантаженості потужностей; невисоку якість кінцевої продукції підприємств молочної промисловості; обмеженість можливості широкої диференціації асортименту через низьку якість сировини; зниження попиту на продукти переробки в зв'язку із низькою купівельною спроможністю населення області, зокрема сільських районів; високий рівень конкуренції з боку потужних підприємств, оснащених сучасним обладнанням і технологіями, які випускають молочну продукцію під відомими торговими марками «Президент», «Ласуня», «Баланс», «Кремез», «Фанні», «Danone», «Веселый молочник» та ін. На сировинному ринку підприємствам районного масштабу велику конкуренцію проводять підприємства великих міст, які можуть запропонувати вищі закупівельні ціни сільськогосподарським товаровиробникам. У результаті районні молокозаводи втрачають місцеву сировинну базу і змушені закуповувати сировину за межами району, що призводить до додаткових витрат на транспортування, а отже, підвищує витрати виробництва та відпускні ціни на готову продукцію.

Важливою проблемою розвитку молочного ринку є сировинна база.

Однак, спеціалісти молочної галузі відносяться критично до прийнятого закону "Про молоко та молочні продукти", адже останній дещо не співпадає з об'єктивними законами економіки. До цього часу ціна на сировину в Україні регулювалась ринковим попитом та пропозицією, які також дозволяли регулювати якість молочної сировини (чим вища якість сировинного молока, тим більше переробне підприємство сплачувало за нього виробнику). На сьогоднішній день ціни на молочні продукти визначаються вартістю сировини, упаковки, енергоносіїв та транспортними витратами. Варто відзначити, що практично вся упаковка від українських молочних продуктів виготовлена або закордоном, або з імпортованих матеріалів. Відповідно вартість молочних продуктів в Україні залежить від курсу іноземних валют. Виробникам також доводиться нести додаткові технологічні та організаційні витрати, щоб вивести сировину у ранг відповідної до нормативів. Наприклад, доводиться розшукувати господарства з молоком необхідної якості. Оскільки до 70% необхідної кількості сировинного молока в Україні забезпечують дрібні та підсобні господарства, транспортні витрати зростають адекватно підвищенню якості продукції [4].

Діючий закон про молоко не має механізму забезпечення якості молочної сировини. До його недоліків також можна віднести наступні: не врегульовані можливості використання рослинних жирів у молочній продукції; спірне визначення "національного продукту"; деякі безпідставні вимоги щодо маркування продуктів. Отже, на зміну цього закону має прийти новий, який би більше відповідав інтересам галузі та суспільства

В Україні стрімко падає виробництво молока. Навіть за офіційною статистикою в минулому році надої молока знизились на 8% до 12,2 млн. т. З врахуванням цієї ж статистики, виробництво молока поточному році впаде ще на 4% до рівня біля 11,7 млн. т. Це, звичайно, страшна цифра, якщо зрівнювати її з виробничими показниками часів Радянського Союзу. Але, схоже, ситуація насправді ще гірша, ніж показує Держкомстат. По даних операторів ринку, в окремих регіонах пропозиція молочної сировини в осінні місяці цього року скоротилась навіть на 30% в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Якщо навіть вірити офіційній статистиці, то в Україні залишилось уже менше 3 тисяч корів. При цьому на початок грудня в сільськогосподарських підприємствах залишалось тільки 634 тис. корів, що на 8% менше, ніж рік тому. В господарствах населення поголів'я корів скоротилось на 6% до 2356 тис. корів. На щастя, чи правильніше на біду, ринок так складається в поточному році, що дефіциту сировини не відчувається, незважаючи на істотне скорочення виробництва молока. Враховуючи зниження внутрішнього споживання багатьох молочних продуктів та несприятливу кон'юнктуру світових ринків, виробництво молочних продуктів в Україні значно скоротилося, відповідно сировини молочним заводам потрібно менше. Зокрема в 2009р було закуплено переробними підприємствами понад 6 млн. т молока, за 9 місяців поточного року 4,382 млн. т, що на 5% менше, ніж за аналогічний період минулого року. Закупки молока в четвертому кварталі ще більше скоротяться, в результаті буде перероблено за весь рік тільки близько 5,6 млн. т. По цій причині і закупівельна ціна на молоко в цьому році значно нижча ніж торік. Особливо плачевна ситуація з закупкою молока у населення. Навіть зараз, коли пропозиція молока найменша в сезоні, закупівельна ціна на молоко від населення мало де перевищує рівень в 1,5 грн./л. Необхідно відзначити, що скорочення закупки молока відбулося в основному за рахунок населення. Частка молока від сільськогосподарських підприємств склала по результатах 9 місяців 2009р - 31%, безпосередньо від населення - 63% і через інші господарські структури (фермерські господарства та ін. - 6%). За минулий рік субсидія яка була нарахована за молоко по всіх категоріях господарств склала 1607 тис. грн. (біля 27 коп. на кожен літр купленого молока). За 9 місяців поточного року - 1359 тис. грн. (біля 31 коп. на кожен літр купленого молока).

Ситуація на світових ринках молочних продуктів погіршується. Кризові явища, які відбуваються в українській економіці, спричиняють значне зниження купівельної спроможності населення і, відповідно, вплинуть на зниження споживання молочних продуктів. Це значить що виробництво молочних продуктів в Україні ще більше впаде, а закупівельні ціни на молоко будуть низькими. Отже селянам, навіть якщо субсидування буде залишено, буде дуже важко. Зараз, порівнюючи закупівельні ціни на молоко цієї і минулої зими багато з них уже приходять до висновку, що їх торгівля молоком абсолютно не виправдана. А оскільки багато з них вже втратило роботу і їм терміново потрібні гроші, то вихід з такої ситуації вони можуть знайти продавши на м'ясо хоча б одну із двох корів які є в господарстві.

Нагадує, це навіть при умові якщо субсидії будуть збережені. Ну а якщо цього не станеться, то ситуація взагалі буде виглядати драматично. Зважаючи на ринкові прогнози, населення більшу частину молока в наступному році буде вимушене продавати вже не по 1,2 грн./л, а по ціні біля 1 грн./л. При цьому ця категорія господарств разом з фермерами зможе продати на переробку приблизно на 10% молока менше, ніж в цьому році, тобто біля 3,5 млн. т. Багато переробників буде по можливості уникати закупки товару, який не дає податкового кредиту. Так що в наступному році селяни зможуть менше заробити як за рахунок скорочення обсягів збуту, так і за рахунок втрати субсидій. Теоретично наші жителі сіл через відміну субсидування втрачають біля 1 млрд. гривень. При цьому вони не дуже будуть розбиратися чому так мало їм платять за молоко і звичайно ж будуть звинувачувати в цьому переробників.

Економічна криза колись закінчиться, попит на молочні продукти зросте як з боку українських споживачів, так і з боку імпортерів. Тільки вже нічого буде продавати. 10% зниження виробництва молока в Україні автоматично перетворить її в нетто-імпортера молочних продуктів.

Висновки

Аналіз тенденцій та перспектив розвитку українського ринку молока та молочних продуктів дозволяє зробити висновок, що ця ринкова ніша одна з найбільш динамічних та рентабельних, а отже, і найбільш перспективних. Тому першочергове завдання держави полягає у створенні законодавчої бази, яка б забезпечувала умови для ефективної діяльності молокопереробних підприємств, створення конкурентного середовища у галузі та захист споживачів від неякісної молочної продукції. Увага найвищих владних структур має бути спрямована на вирішення наступних питань:

1. З місцевого бюджету мають надаватися кошти на оновлення виробництва підприємств АПК (за наявності чіткого бізнес-плану технічного переозброєння);
2. Для стабілізації й розвитку молочних підприємств у країні необхідне створення стратегічної державної програми. На основі вертикальної інтеграції аграрних і переробних підприємств. Важливо створити ефективний механізм реалізації та системного контролю за виконанням цієї програми.
3. Галузева Спілка молочних підприємств України не здатна достатнім чином вирішити вищезазначені проблеми. Слід створити власне відомство молочної галузі, яке б координувало розподіл бюджетних коштів та на основі використання різних ринкових факторів забезпечило б ефективність управління розвитком підприємств молочної промисловості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку. Інформаційно-аналітичний збірник (випуск 6) / За ред.П.Т. Саблукатіан. -К.: ІАЕУААН, 2003. -764с.
2. Євчук Л.А. Проблеми ринку молокопродуктів // Економіка АПК, 2002, №12
3. Савицька В. Актуальні проблеми розвитку ринку молока і молочних продуктів // Економіка АПК. – 2002. - № 11. – с. 102-138.
4. Чабан Г.В. Молочна промисловість: стан, проблеми і перспективи // Економіка АПК. – 2003. - № 5. – с. 51-56.
5. Петрович О. Не дождеться! Украинская молочная индустрия сдаваться не собирается // Продукты питания. – 2005. - № 12. – с. 10-18.
6. Бережна А. Состояние мировой молочной промышленности // Молочная промышленность. – 2004. - № 6. – с.12-14.

7. Промышленность Украины: статьи // Бизнес. – 1998. – 14 декабря. - № 50. – с.27-32.

Стаття надійшла до редакції 21.12.2010 р.



ТОВ "ДКС Центр"