

УДК 338.012

Д. Б. Лозовик,
асистент кафедри економіки,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто сучасний стан та перспективи розвитку молочного ринку України. Обґрунтовано стратегічні напрямки розвитку молокопереробних підприємств, що сприятимуть досягненню конкурентних переваг на ринку молока.

Ключові слова: молочний ринок, місткість ринку; сегментація ринку; сировина; постачальники; конкуренти; кон'юнктура ринку.

Annotation. The modern state and prospects of suckling market of Ukraine development are considered. Strategic directions of development of molokopererabatyvayuschiy enterprises which will assist achievement of competitive edges at the market of milk are reasonable.

Keywords: suckling market, market capacity; market segmentation; raw material; suppliers; competitors; state of affairs of market.

Вступ

Молоко і молокопродукти необхідні для підтримання життєдіяльності людини, вони є важливим джерелом білку, вітамінів та мінералів, а також кальцію, що є обов'язковим для здоров'я населення. В Україні це не лише один з основних продуктів харчування, а й окремий компонент виробництва багатьох товарів харчової промисловості (кондитерські вироби, майонез, соуси та ін.). Забезпечення населення молоком та молокопродуктами, тісно пов'язане з розвитком молочного ринку, функціонування якого залежить від якісної сировинної бази, стану виробництва, ринкової інфраструктури, платоспроможності споживачів. Це свідчить про важливість стабільного розвитку їх виробництва і збуту, ефективного функціонування переробних підприємств, підвищення конкурентоспроможності. Для цього необхідно володіти достовірною інформацією про стан та стратегічні напрямки майбутнього розвитку молочного ринку. Оскільки кон'юнктура на ринку молока постійно змінюється, виникає потреба періодично аналізувати поточну ситуацію та перспективи його розвитку.

Значення молочної промисловості в господарському комплексі України та вагомість молочних продуктів в системі харчування пояснюють підвищену увагу науковців до питань їх подальшого розвитку. Особливості та основні проблеми функціонування молочного ринку розглядали такі вчені як Н.С. Белінська, П.С. Березівський, С.В. Васильчак, П.І. Гайдуцький, Т.Г. Дудар, В.О. Рибінцев, П.Т. Саблук, В.Б. Смолінський та інші. Зокрема Н.С. Белінська описує проблеми ціноутворення на ринку молока за відсутності державного регулювання, проблеми нарощування обсягів виробництва, удосконалення роботи зі створеною новою сировинною зоною. Т.Г. Дудар вивчає раціональне розміщення й розвиток виробництва молока і молочної продукції з метою максимального завантаження виробничих потужностей молокопереробної промисловості та ефективного використання природного й економічного потенціалів кожного регіону. Смолінський обґрунтовує напрями державної політики щодо регулювання ринку молока. Однак недостатньо розглянуте питання подальших шляхів розвитку галузі, формування стратегій, які б дозволили не лише утримати ринкову позицію, а й максимізувати конкурентні переваги.

Постановка завдання. Проаналізувати стан молочної промисловості в Україні. А також виокремити всі позитивні і негативні тенденції, які відбуваються на молочному ринку.

Результати. Молочна промисловість – одна з провідних галузей народного господарства, яка забезпечує населення продуктами харчування.

Починаючи з другої половини 90-хрр. суттєво скоротилися обсяги споживання молока та молочних продуктів. Якщо у 1990 році середнє споживання 1 особою становило 373 л/рік молочних продуктів (у перерахунку на молоко), у 1995 році – 244 л/рік, в 2009 році ця цифра знизилася до 206 л/рік, що можна пояснити скороченням вмісту молока, у продукції, яка виробляється.

Обсяги виробництва молочної продукції залежать від обсягів виробництва молока та стану тваринництва в країні. За 2005-2009 рр. виробництво молока скоротилося на 18%, до 11,2 млн.тонн, поголів'я ВРХ – на 31%, до 4,5 млн.голів, у т.ч. корів – на 27,6%, до 2,6 млн.голів. Випередження темпів скорочення поголів'я над скороченням виробництва молока пов'язано з тим, що ліквідується у першу чергу найменш продуктивне стадо.

Таблиця 1.

Основні показники ринку молока та молочних продуктів в Україні у 2005-2010 рр.

Показник	Од. виміру	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Поголів'я ВРХ	тис. голів	6 514	6 175	5 491	5 079	4826,7	4494,4
у т.ч. корови	тис. голів	3 635	3 347	3 096	2 856	2736,5	2631,2
Виробництво молока всіх видів	тис. тонн	13 714	13 287	12 262	11761	11609	11248
у т.ч. частка населення	%	84,3	80,9	81,5	82,2	82,2	80,7
Надійшло на переробні підприємства	тис. тонн	5 237	5 689	5 607	6 039	5 406	5457
Виробництво молочних продуктів							
Молоко оброблене рідке	тис. тонн	864	820	863	808	770	822,3
Масло вершкове	тис. тонн	120	104	100	85	75	92,3
Спреди та суміші	тис. тонн	80	71	84	82	72	79,7
Сир свіжий неферментований та сир кисломолочний	тис. тонн	84	93	93	92	85	87,2
Сирі жирні	тис. тонн	274	217	246	236	228	224
Продукти кисломолочні	тис. тонн	499	524	533	532	492	497
Споживання молока та молочних продуктів:							

на 1 особу	л/рік.	232	227	221	216	210	206
на 1 особу у перерахунку на молоко	л/рік.	223	217	213	208	202	200

Джерело: Державний комітет статистики України [1]

Основною причиною зазначеної негативної динаміки у тваринництві є збитковість утримання ВРХ, яка зумовлюється ситуацією як на молочному, так і м'ясному ринках.

Таблиця 2.
Рентабельність утримання ВРХ у 2004-2009рр., %

Напрямок	2005	2006	2007	2008	2009
Продукція тваринництва, у т.ч.	5,0	(-11,0)	(-13,4)	0,1	5,5
м'ясо ВРХ (реалізація худоби живою вагою)	(-25,0)	(-38,4)	(-41,0)	(-24,1)	(-32,9)
виробництво молока	12,2	(-3,7)	13,8	4,1	1,4

Джерело: Державний комітет статистики України

До середини 2008 року суттєво зростали ціни на зернові культури, що позначалося у подорожчаних комбикормах, витрати на які переважають у структурі витрат на утримання ВРХ. При цьому реалізаційні ціни на худобу живою вагою залишалися на постійному рівні, оскільки конкуренцію продукції тваринницьких ферм складало імпортоване м'ясо.

У вкладанні коштів у розвиток власного стада більшість підприємств була незацікавлена. Варто зауважити, що темпи нарощення основних засобів не відповідали динаміці розвитку підприємств, а отже, інвестиції здійснювалися переважно за рахунок запозичених коштів.

В результаті такої політики тривала тенденція до скорочення поголів'я ВРХ, а вже у 2008 році молокозаводи відчули суттєвий дефіцит сировини. Так, у 2008 році, на переробні підприємства надійшло 6,0 млн. тонн молока, що на 10,5% менше, ніж у 2007 році.

Відповідно скоротилися обсяги виробництва молочної продукції. Місткість ринку молокопродуктів в Україні в 2008 р. складала 1 902 тис. т (готової продукції), 3 565 млн. дол. (у цінах готової продукції), що на 5,3% менше в натуральному вираженні та на 4,9% більше в грошовому вираженні, ніж у 2007 р. (2 009 тис. т; 3 398 млн. дол.) [2]. Найбільш місткими сегментами ринку молочних продуктів в Україні, як в натуральному вираженні, так і в грошовому традиційно є сегменти цільномолочної продукції і сирів, на долю яких в 2008 р. припало 67% і 9,4% у натуральному вираженні і 43,2% і 34,9% в грошовому відповідно.

На відміну від 2007 року, коли на всіх сегментах ринку молочних продуктів в Україні відбувалося збільшення обсягів споживання, у 2008 році темпи приросту місткості на всіх сегментах (за винятком сегменту молочних консервів) були негативними і склали: ЦМП -5,4% (у 2007 р. +4,6%); масло і спреді -10,9% (у 2007 р. +11,4%); сири -4,8% (у 2007 р. +8,7%); морозиво -1,9% (у 2007 р. +6,7%); молочні консерви +6,9% (у 2007 р. +12,3%); сухі молокопродукти -13,0% (у 2007 р. +62,8%). Місткість ринку питного молока в Україні в 2008 р. складала 632 тис. т (430 млн. дол.). Середньорічні темпи приросту в натуральному вираженні у 2004-2008 рр. склали 8,0%. У структурі місткості ринку в натуральному вираженні експорт питного молока в 2008 році склав 3%.

Таким чином, напередодні кризи більшість молокопереробних підприємств мала суттєвий обсяг боргів при недостатньому рівні завантаженості потужностей, спричиненому дефіцитом молока.

Вплив кризових явищ молокозаводи відчули на початку 2009 року, який характеризувався зменшенням попиту населення на продукцію високого цінового сегменту у зв'язку із зменшенням купівельної спроможності населення. У виробництві молочних продуктів це позначилося на споживанні окремих видів кисломолочної продукції та сирів, виробництво яких у передкризовий період було найвигіднішим. Виробниче обладнання підприємств дозволяло переорієнтуватися на виробництво більш дешевої молочної продукції, попит на яку, як продукцію першої необхідності, зберігся. Проте прибутків, отриманих від реалізації такої продукції, не вистачало для обслуговування наявних боргових зобов'язань.

Крім того, навесні з початком сезонних надобів виникла необхідність у додаткових обігових коштах для здійснення закупівель сировини. В умовах ускладненого доступу до фінансових ресурсів і високого рівня боргового навантаження за одночасного зменшення операційних надходжень молокопереробні підприємства удавалися до двох основних заходів: реструктуризації боргових зобов'язань та утримання закупівельних цін на молоко на мінімально можливому рівні. Таким чином, у 2009 році, порівняно з 2008 роком, закупівельні ціни на молоко суттєво знизилися. Якщо у 2008 році у сезон (з травня по вересень) молоко придбавалося у середньому по 1,80-2,00 грн./л, то у 2009 році ціна зменшилася до 1,60-1,70 грн./л. Промислові молокопереробні підприємства реалізували на внутрішньому ринку товарного молока приблизно 514 тис. т - 10,8 л в перерахунку на одного жителя. Кисломолочних продуктів - 492 тис. т, або 8,9 л на душу населення, сиру - 85 тис. т (1,8 кг на людину), сирів жирних - 228 тис. т (3,7 кг), вершкового масла - 75 тис. т, спредів - 72 тис. т, молочних консервів - 195 млн. умовних банок.

У 2010 році ситуація у молочному напрямі дещо стабілізувалася. За даними Державного комітету статистики, у 2010 році молока на переробні підприємства України надійшло на 51,4 тис. тонн більше, ніж у попередньому - 5457 тис. тонн. Виробництво молока у 2010 р. залишилося рентабельним, порівняно з 2009 р., прибутковість його помітно підвищилася - з 1,4% до 17,7%. Середня ціна реалізації молока проти 2009 р. зросла на 55,6% і складала 2938,7 грн. за т.

Разом з тим підвищилися показники виробництва молочної продукції: збільшилось виробництво вершків на 23%, молочних продуктів із вмістом рослинних жирів - на 22,3%, молока обробленого рідкого - на 6,8%, морозива - на 6,3%, масла вершкового - на 6,2%, молока і вершків сухих - на 2%.

Сьогодні в Україні близько 350 підприємств по переробці молока, з яких 15-18 підприємств виготовляють до 70% цільномолочної продукції (рисунок 1). Така кількість підприємств призводить до того, що ринок досить "подроблений", у числі найбільших компаній - Мілкланд, ВіммБільДанн, Lactalis, Юнімілк, Danone, Злагода, Rainford, Галичина і інші.

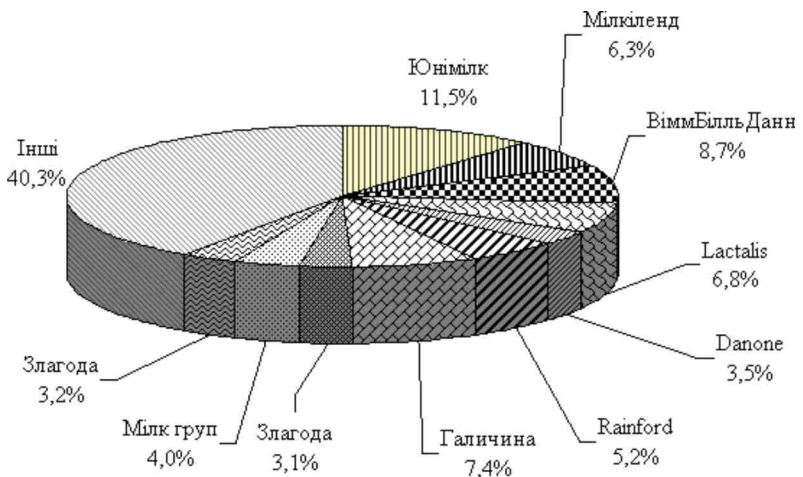


Рис. 1 Ринкові частки основних виробників на ринку цільномолочної продукції

Кожне з підприємств має у своєму портфелі декілька категорій (від традиційного молока, кефіру, сметани, масла до новинок - продуктів з доданою користю, так званих біозбагачених). Не завжди різні категорії об'єднані одним брендом - звідси широкий спектр брендів, упаковок і цін на молочні продукти. Величезна

«продуктова/пакувальна/цінова» варіативна - одна з ключових характеристик ринку. Ринок досить розвинений, насичений і за оцінками експертів не відрізняється від європейських ринків. Проте не слід забувати, що за даними Держкомстату споживання молочної продукції на душу населення в Україні все ж в рази нижче, ніж в європейських країнах. Для виробників це показник наявності потенціалу ринку, у тому числі і за рахунок зміни культури споживання

Сегментація ринку за видами молочної продукції за даними Міністерства сільського господарства свідчить, що серед основних груп молочної продукції найбільш значна частка ринку припадає на незбиране молоко, кисломолочні продукти, йогурти, сметану, сир і вершки. Частка незбираного молока на ринку становить близько 84% у кількісному вираженні. Наступними за значущістю для споживання видами молочної продукції є сир, займана частка ринку близько 8%, потім масло з часткою ринку 5%. При цьому важливо відзначити, що за останні п'ять років споживання сиру в Україні зросла в три рази.

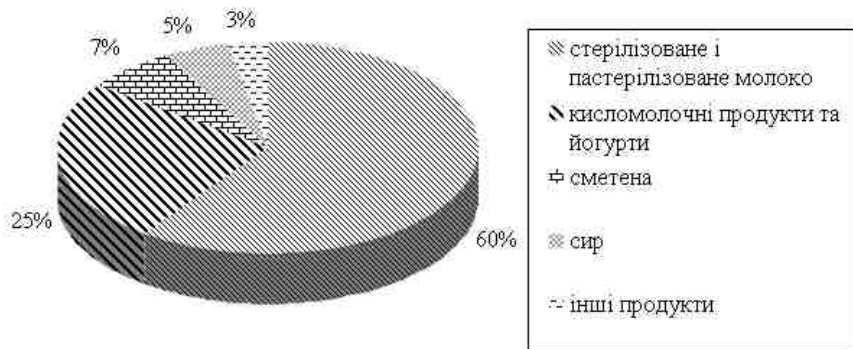


Рис. 2 Сегментація ринку за видами продукції з молока (частка на ринку,%)

Український споживач сприймає традиційні молокопродукти (молоко, сметану, кефір) як базову їжу, тоді як сучасну кисломолочну категорію (йогурти, сирки з наповнювачами) досі розглядає в деякій мірі як «балоці». Експерти відмічають специфіку культури споживання молочної продукції українцями, для яких кефір - це передусім корисний продукт, який нормалізує функціонування шлунку та і взагалі «для усього». Фрукти і ягоди у складі питних йогуртів вважаються додатковим доказом корисності продукту. Густі йогурти цінуються за те, що ними можна наїстися. Ряжанка, навпаки, споживається для «настрою»: покупцям подобається її специфічний смак. Популярність сметани пояснюється кулінарними традиціями, згідно з якими, наприклад, «борщ без сметани - не справжній борщ».

Показники виробництва основних видів молочних продуктів у 2010 році вказують на розвиток 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 вкладають 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. Стабільний попит на сучасномолочну продукцію в Україні сприяє ритмічній роботі підприємств по її випуску, не зважаючи на жорстку конкуренцію як на ринку сировини, так і на ринку збуту.

Крім того, слід відмітити той факт, що специфікою ринку є високий рівень регіональності. Не дивлячись на те, що продукція великих підприємств добре представлена на національному рівні - в окремо взятому регіоні є свій «локальний» лідер. Для споживача надзвичайно важливо, щоб молочна продукція була «вироблена тут, в цьому регіоні» («своя», «рідна»). Переваги споживачами регіональних брендів впливає на формування бізнес-стратегій великих компаній, які розширюються за рахунок поглинання регіональних виробництв. Так локальні виробники потрапляють під національну «парасольку». Нерідкі спроби великих компаній створити національний бренд, який був би для споживача гарантом стабільної високої якості, оскільки дрібні локальні виробники іноді, на думку споживача, грішать недотриманням стандартів якості. В той же час, спостерігається регіональна міграція - успішні сильні локальні бренди прагнуть вийти за межі регіону.

Підприємства повинні розширювати свої портфелі, виводячи нові продукти з молочною або кисломолочною основою плюс додана корисність продукту. Споживчий тренд - здорове споживання - успішно використовують багато брендів і актуальність теми здорової їжі не знижується. Також, незважаючи на велику кількість новинок на молочному ринку, значний оборот компаніям може дати продаж традиційних молочних продуктів. Інноваційні продукти можуть забезпечити зростання категорії. Окрім відповіді на споживчі потреби, нові продукти забезпечать унікальність позиції бренду на ринку.

На молочному ринку також сильна тенденція вибору натуральних продуктів, тому успішний бренд повинен забезпечити максимальну природність продукту. Звідси переорієнтація в смакових добавках - відхід від екзотичних смаків (десертів йогуртів) на користь традиційних смаків. Споживча орієнтація на вибір натуральних продуктів примушує виробників звернутися до продукції без ароматизаторів і добавок.

Додаткова складність для молочних брендів - низький рівень знання цін споживачем. Усе більша кількість покупців молочної продукції швидше назве суму на чеку, чим точну вартість йогурту, який входить в його споживчий кошук.

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.

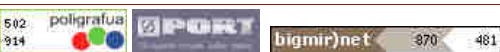
Але розвиток ринку молочної продукції залежить від обсягів виробництва молока та стану тваринництва в країні. Подальший розвиток молокопереробних підприємств залежатиме від можливості розплатитися за наявними зобов'язаннями та утворити ферми, що будуть забезпечувати виробництво власною сировиною. Необхідним є перехід взаємовідносин із виробниками молока на якісно новий рівень, створення та обладнання в населених пунктах молокоприймальних пунктів, поліпшення системи взаєморозрахунків.

У зв'язку зі значною конкуренцією на сировинному ринку виробникам готової молочної продукції необхідно створювати об'єднання, які вкладатимуть значні кошти в модернізацію виробництва, мобільно реагуватимуть на зміни кон'юнктури ринку, постійно збільшуватимуть свій асортимент та, щоб не втратити свою нішу ринку за умов сезонного дефіциту сировини, розширюватимуть ринок збуту за рахунок експортних поставок.

Література:

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
2. Момчева А.М. Молочний ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. — 2010. — Вип. 30. — С. 164-168.
3. Постернікова О.О. Розвиток ринку молока та молочних продуктів в Україні / О.О.Постернікова // Придніпровський науковий вісник. (Серія: Економічні науки: маркетинг і менеджмент). – 2008. - №11. – С. 98-101.

Стаття надійшла до редакції 03.06.2011 р.



ТОВ "ДКС Центр"