

УДК 338.51:637.14 (477)

РОЗВИТОК І СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ПРОДУКЦІЇ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ АВТОНОМНОЇ РЕСПУБЛІКИ КРИМ

АЛІМОВА А. Е.

Сімферопіль

Стабільне забезпечення населення продуктами харчування стає можливим лише в умовах формування повноцінного цивілізованого ринку продовольства, невід'ємною складовою якого є ринок молока і молочних продуктів. Ринок молока та молочної продукції характеризується зменшенням обсягів виробництва, скороченням поголів'я корів, збитковістю галузі, недостатнім використанням виробничих потужностей переробних підприємств, низькою платоспроможністю населення, скороченням рівня споживання молоч-

них продуктів. Ці явища зумовлюють актуальність дослідження ринку молока та молочної продукції, а саме: необхідність виявлення особливостей і недоліків його формування, аналіз стану та прогноз попиту, конкуренції, кон'юнктури, рівня ефективності функціонування молокопереробного підкомплексу.

Теоретичним і практичним аспектам проблеми збільшення та підвищення ефективності виробництва молока присвячені праці В. В. Радченко, М. Ф. Соловйова, В. І. Бойко, М. П. Коржинського та ін. [2 – 4]. У цих працях розглядаються лише загальні питання збільшення та підвищення ефективності виробництва молока. Відзначена необхідність переорієнтувати розвиток галузі на інтенсивні фактори зростання. Відзначається, що проблеми, які нагромаджувалися роками,

можна подолати лише на основі інтенсифікації галузі. Робиться також висновок, що стратегічним напрямком розвитку галузі є відродження великих спеціалізованих молочних господарств з організацією виробництва молока на промисловій основі. Заслужують уваги дослідження В. І. Бойко, М. П. Коржинського і О. А. Козака, які присвячені актуальним проблемам розвитку молочного скотарства та напрямкам його подальшого.

Метою дослідження є вивчення основних і тенденцій розвитку молокопереробного підкомплексу Автономної республіки Крим, а також дослідження існуючих проблем його подальшого функціонування у сучасних умовах.

Україна має сприятливі умови для виробництва молока та молочних продуктів, але проблему насичення внутрішнього ринку не вдалося вирішити повною мірою навіть в найкращі для розвитку молочного скотарства роки.

Особливого загострення ситуація набула із вступом України до Світової організації торгівлі, що призвело до посилення конкурентної боротьби та підвищення вимог до якості продукції. Зважаючи на це, молокопереробні підприємства опинились перед необхідністю пошуку нових ефективних методів розвитку, які б дозволили підвищити їх конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

На стан ринку молока та молочної продукції впливають: зміна економічної ситуації в країні, добробут населення, недостатність державного регулювання виробництва й реалізації, нові засоби державної підтримки, низька якість сировини і допоміжних матеріалів.

Дослідження ринку молока та молочної продукції базуються на кон'юнктурному аналізі, що дозволяє виявляти й моделювати тенденції та закономірності розвитку товарного ринку. Основними етапами дослідження ринку молока та молочної продукції є вивчення потенціалу сировинних баз, оцінка динаміки виробництва, собівартості і цін реалізації молока та молочної продукції; визначення впливу цих і інших чинників на конкурентоспроможність продукції; вивчення ринків збуту продукції та обсягів платоспроможного попиту.

Сьогодні тривалість життєвого циклу товару вітчизняних молокопереробних підприємств обумовлює пошук ефективного формату діяльності, який забезпечував би повноцінне використання поточних переваг і опанування ринків, що визначатимуть конкурентний профіль в майбутньому.

На початку 1990-х років переробкою молока в Україні займалось 500 підприємств: молочні комбінати, масло- і сиродільні заводи, хладокомбінати. Але на сьогодні чисельність підприємств переробки значно зменшилась.

Ринок молочних продуктів відноситься до висококонкурентних – кількість тільки великих компаній у ньому складає близько двох десятків, незважаючи на численних невеликих локальних виробників, кількість яких перевищує кілька сотен. У 2009 р. в Україні налічувалось 270 – 280 виробників молочної продукції, у 2010 р. – 230. При цьому 30 великих компаній займають 76% ринку, а інші 200 – лише 24%.

На наш погляд, у 2011 році збережеться тенденція зменшення кількості підприємств, які займаються переробкою молока через ріст витрат на виробництво і фінансової кризи. Дослідження показали, що основними гравцями молочного ринку в Україні на сьогодні є компанія «Юнімілк-Україна», Компанія «Вімм-Білл-Данн», ЗАТ «LACTALIS Україна», «Ковель-молоко», ДП «ФудМастер», Злагода, Rainford, Галиччина. Ці лідери ринку, потужність підприємств яких становить понад 150 т молока за добу, конкурують на національному рівні, при цьому середні (50 – 150 т молока за добу) та малі (до 50 т молока за добу) підприємства завойовують обласні, а іноді міські ринки [4].

Особливістю ринку молочної продукції є великий рівень регіональності. Незважаючи на те, що продукція великих гравців дуже добро представлена на національному рівні – у кожному окремо взятому регіоні, як правило, є свій «локальний» лідер. Це пояснюється тим, що для споживачів дуже важливо, щоб продукція була виготовлена в місцевим регіоні. До таких регіональних підприємств АР Крим слід віднести і ВАТ «Криммолоко».

Споживачі віддають перевагу регіональним брендам, що впливає на формування бізнес-стратегій великих компаній, які розширюють свою діяльність через придбання регіональних виробництв. Нерідко великі компанії намагаються створити національний бренд який для споживача був би своєрідним гарантом стабільної і високої якості. Така позиція можлива, через те, що на думку споживача, маленькі локальні виробники іноді грішать не дотриманням стандартів якості. У цей же час, у розподілі впливу на споживача спостерігається зворотний процес – регіональна міграція, коли успішні сильні локальні бренди намагаються вийти за межі регіону.

Свіжа тенденція молочного ринку як Криму, так і України в цілому – це вибір натуральних продуктів. Саме тому успішний бренд повинен забезпечити максимальну природність продукту. Важким для молочних брендів є низький рівень знання цін споживачем. Велика кількість покупців молочної продукції скоріше за все назвуть суму середнього чеку, ніж точну вартість кефіру, яких входить у його споживну кошик. Саме це знижує цінність конкуренції у сегменті вартості. Інформація про виробництво окремих видів молочної продукції в АР Крим представлена в *табл. 1*.

Простежити динаміку виробництва молочної продукції в АР Крим за період 2003 – 2009 рр. можна на *рис. 1*.

Таким чином, можна зазначити, що у промисловості існує занепад виробництва молочної продукції. Значення молочних продуктів для українських споживачів у період кризового спаду ринків залишається високим. Практично для половини населення країни споживання молочних продуктів асоціюється зі здоров'ям, ще для 44% – це смачна і здорова їжа. Факторами вибору молочних продуктів у споживача залишаються такими ж, як і на інших продуктових ринках – це якість, свіжість і ціна [3].

Слід зазначити, що за останні роки на ринку молока та молокопродукції відбулися істотні зміни у його сегментації. Великі підприємства витіснили дрібніші з основних міських ринків. Великі підприємства реалі-

Виробництво окремих видів молочної продукції в АР Крим, т

Продукція	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Молоко оброблене рідке, т	10252,0	8149,0	8441,3	9354,7	10965,0	12101,4	10609,8
Масло вершкове, т	2057,0	2110,0	2016,0	1962,1	2148,0	1612,3	1068,8
Сир свіжий неферментований та сир кисломолочний, т	1875,0	1961,1	1855,1	1771,2	1915,0	2114,3	1729,2
Сири жирні, т	534,0	733,0	1105,0	1371,4	1139,3	1179,8	1137,3
Продукти кисломолочні, т	10407,0	11291,5	11404,9	11811,7	13559,3	12740,5	10517,1

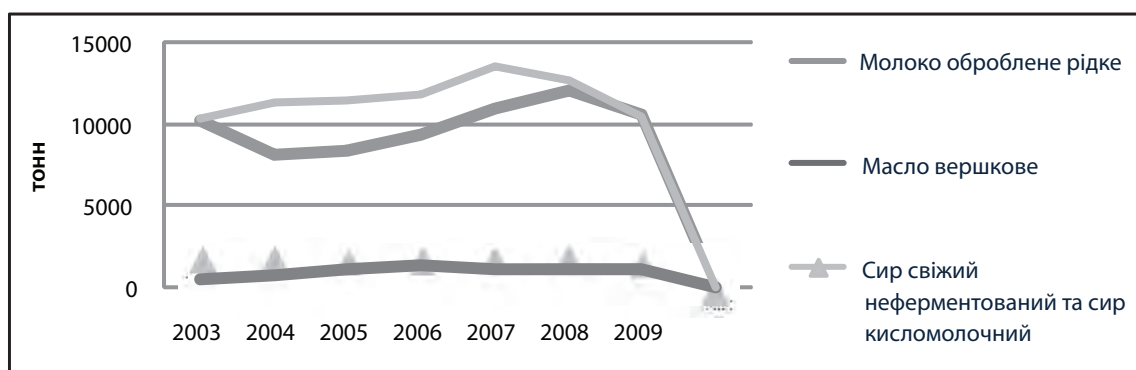


Рис. 1. Обсяг виробництва молочної продукції в АР Крим за 2003 – 2009 рр.

зують в магазинах оптово-роздрібною торгівлі свою молочну та молочно-кислу продукцію за високими цінами і мають високий рівень завантаженості (до 10%) та рентабельності. На молокозаводах з високим рівнем диверсифікації продукції рівень рентабельності виробництва у 5-7 разів вищий, ніж на заводах, що виробляють лише масло і сир. Великі молочні заводи формують свою сировинну зону з відповідно крупних молокозаводів підприємств, при цьому не знижуючи закупівельної ціни. Відповідно, вони мають змогу одержувати якіснішу молочну продукцію й заощаджувати на транспортуванні її для переробки. Це й зумовлює відповідну сегментацію ринку продукції – дрібніші підприємства змушені виробляти низькорентабельну продукцію – сир і масло, оскільки їх сировинна зона не дозволяє виробляти високорентабельної продукції. При цьому і витрати на транспортування їх молокозаводів на переробку також є вищими. Єдиною перевагою їх продукції є дещо вищий рівень її транспортабельності, нижчий рівень її питомої транспортності та довший час зберігання.

Для оцінки ринку та його тенденцій розвитку споживання молока населенням є найважливішим чинником. У даний час населення України споживає близько 65% мінімальної рекомендованої норми споживання молочних продуктів, що становить 341 кг на 1 людину в рік. Такий рівень споживання передбачає виробництво 17 – 18 млн тонн молока на рік. Рівень споживання молочних продуктів населенням переважно залежить від розміру споживчих доходів. В АР Крим споживання молочних продуктів декілька нижче середньоукраїнського показника, що дозволяє говорити про потенціал зростання ринку [2].

Головною причиною спаду виробництва став той факт, що молочне скотарство виявилось збитковим в

Україні. За даними матеріалів господарств усіх форм власності, воно і зараз є збитковим, і в ринкових умовах товаровиробник не вважає за необхідне ним займатися. У зв'язку з цим різко зменшилось поголів'я корів, яких було більше 9 млн, а залишилось тільки 4,9 млн. Крім того, виробники молока і підприємства-переробники сьогодні не зв'язані між собою ніякими, особливо економічними важелями. Кожний працює на себе: виробник старіється виробити більше молока і якнайдорожче реалізувати його з тим, щоб мати якийсь зиск. Переробник навпаки – старіється закупити молоко для переробки по найдешевшій ціні, щоб теж мати відповідний зиск. Як наслідок – непорозуміння між виробником молока і переробником, у зв'язку з чим, по суті, виникла загрозлива ситуація відносно забезпечення населення цими цінними продуктами харчування, тобто конкурентоспроможність продукції знижується. Розглянемо фактори, що впливають на стан і визначають тенденцію розвитку ринку молока і молочної продукції

Яскравим прикладом є сьогоднішнє становище, коли переробні підприємства різко знизили закупівельні ціни на молоко, і виробник починає масово здавати корів на м'ясо, а корова – це ресурс, у першу чергу молока, а оскільки в Україні дуже мало м'ясного скотарства, то ще й ресурс м'яса. Проблема забезпечення населення молоком і молочними продуктами поглиблюється. Так, в АР Крим валове виробництво молока скоротилося на 54,1%, що обумовлено зменшенням поголів'я корів на 55,1% та їх продуктивності на 12,4%. [1]

Основними конкурентами ВАТ «Криммолоко» є молокопереробні підприємства Дніпропетровської, Ніколаєвської і Херсонської областей. Спостерігається значна конкуренція як на ринках сировини, так і на ринках збуту готової продукції. У даному регіоні конкурен-

ція оцінюється як висока. Нами був здійснений прогноз розвитку ринку молочних продуктів АР Крим з урахуванням рівня обсягів поголів'я корів і виробництва молока (рис. 2).

для населення, підвищенні конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників тваринницької продукції. Для цього потрібна поступова реконструкція молочнотоварних ферм і комплексів з використанням нових

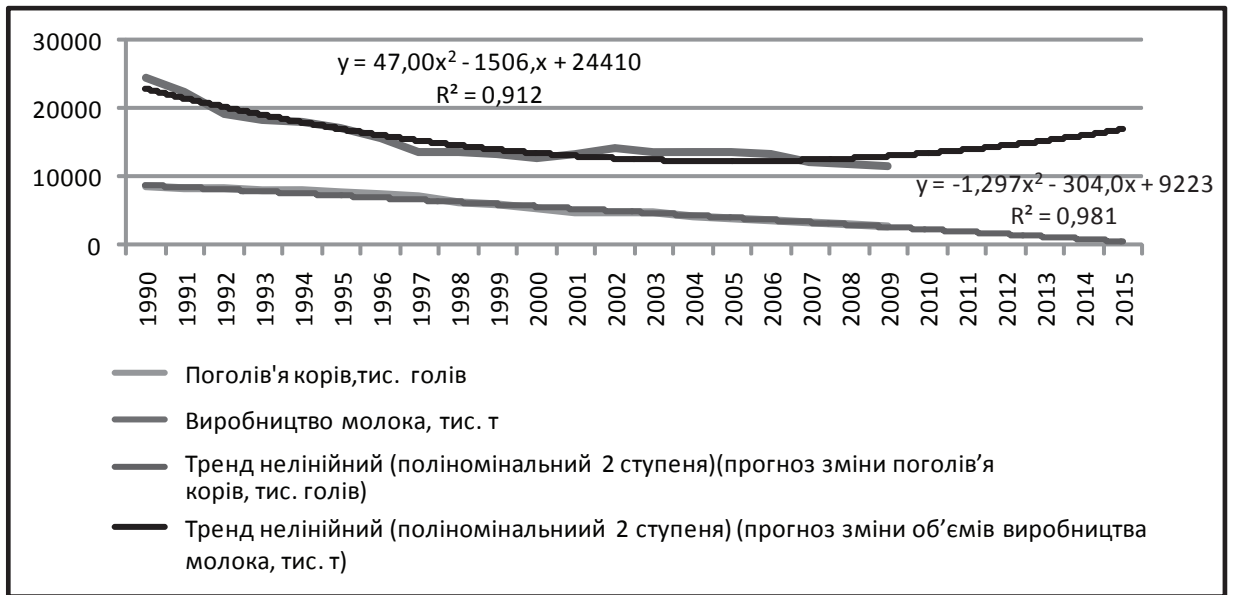


Рис. 2. Можливий варіант прогнозу розвитку молокопереробної галузі АР Крим в перспективі до 2015 рр. [складено автором]

Як не дивно при такому значному зменшенні поголів'я худоби, виробництво молока всіх видів в АР Крим впало не так сильно: за період 1990 – 2009 рр. воно скоротилося лише на 53% (причому за період 1990 – 2000 рр. на 48%, а за період 2000 – 2009 рр. – всього на 8%), за цей же період поголів'я корів – аж на 67%. За даними експертів? до 2015 р. АРК має виробляти 503 тис. т молока і довести чисельність поголів'я корів молочного напрямку продуктивності до 116 тис. голів з продуктивністю 4268 кг на корову. Останніми роками обсяги виробництва молока склали в межах 350 тис. т і забезпечують потребу населення в молоці на рівні 175 кг на людину при рекомендованій медичній нормі 380 кг, що менше норми в 2,2 раза. Крім того, за останні 10 років відзначається щорічне зниження поголів'я корів за всіма категоріями господарств на 46% (з 373,3 тис. гол. до 201,3 тис. гол.), зокрема, в сільгоспідприємствах – майже в 10 разів (з 100,7 тис. гол. до 10,7 тис. гол.). Програмою розвитку молочного скотарства передбачено зростання до рівня 2007 р.: виробництва молока на 154,3 тис. т (на 44%); чисельності поголів'я корів на 23,1 тис. т (на 24,8%); продуктивності корів на 662 кг (на 18%).

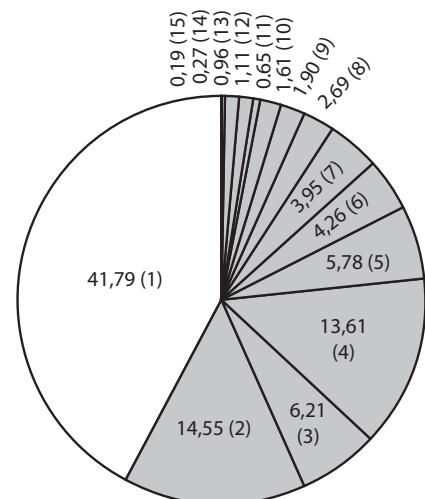
Оцінка долі ринку молочної продукції у населених пунктах АР Крим представлена на рис. 3.

Данні свідчать, що лідируючі позиції на ринку молочних продуктів на території АР Крим займає продукція ВАТ «Криммолоко», що в свою чергу підтверджує факт схиляння місцевих споживачів до продукції регіонального виробника. Таким чином, проведене дослідження сучасного стану молокопереробної галузі Криму свідчить, що завдання галузі полягає не тільки в збільшенні обсягів виробництва молока, а й в зменшенні її собівартості, зростанні цінової доступності молока

технологічних рішень, комплексна механізація та автоматизація виробництва.

ВИСНОВКИ

Пріоритетний розвиток сільського господарства АР Крим, зокрема молочного скотарства, відповідає національним інтересам і є гарантією продовольчої безпеки держави. Аналіз наведених даних не додає оптимізму щодо можливості не тільки виходу вітчизняної молочної продукції на зовнішні ринки, а й утримання за собою суттєвої частки українського ринку молока.



1 – ВАТ «Криммолоко»; 2 – Щодня; 3 – Фанні; 4 – Президент; 5 – Рейнфорд; 6 – Веселий пастушок; 7 – Інші; 8 – Кремез; 9 – Веселий молочник; 10 – Злагода; 11 – ОЛКОМ; 12 – Данон; 13 – Новатор; 14 – Ласуня; 15 – Білосвіт

Рис. 3. Оцінка долі ринку молочної продукції у населених пунктах АР Крим

Сучасний український товаровиробник зменшує обсяги виробництва молока навіть на внутрішньому ринку. А в умовах вступу України до СОТ з такими тенденціями держава взагалі втрачає свого великотоварного виробника.

Отже, виходом з такої ситуації є втручання держави в рішення поставлених завдань, а саме: проведення стабільної макроекономічної політики до сільського господарства в цілому та підтримки виробників молочної продукції дотаціями, як це роблять розвинуті європейські країни. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Сільське господарство України: Статистичний збірник-2009 // Держкомстат України / За ред. Ю. М. Остапчука.– К., 2009.– 368 с.

2. Радченко В. В. Економіка інтенсивного молочного скотарства // Економіка АПК.– 2009.– № 8.– С. 39 – 43.

3. Соловйов М. Ф., Шеметова І. О. Економічний механізм інтенсифікації виробництва молока / Метод. вказівки до розробки рекомендацій проектного розділу магістерської роботи.– Харків: ХНАУ, 2010.– С. 91 – 113.

4. Бойко В. І., Коржинський М. П., Козак О. А. Молочне скотарство: проблеми і напрями його подальшого відродження // Економіка АПК.– 2009.– № 12.– С. 32 – 35.