

УДОСКОНАЛЕННЯ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН В МОЛОКОПРОДУКТОВОМУ ПІДКОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ

А.Ю. МАРИНЮК, аспірант

В статті розглянуто сучасний стан та перспективи розвитку економічних взаємовідносин на ринку молока України. Обґрунтовано стратегічні напрями удосконалення взаємовідносин між підприємствами-виробниками і підприємствами-переробниками молока, що сприятимуть досягненню конкурентних переваг для всіх учасників ринку.

Сучасна стратегія соціально-економічного розвитку України передбачає нарощування агропромислового потенціалу країни. Молочна галузь на сучасному етапі є провідною в структурі харчової індустрії України. Молочна продукція є одним із основних продуктів харчування та супутнім компонентом при виробництві різноманітних товарів харчової промисловості, зокрема кондитерських виробів, соусів, майонезу.

Існує тісний взаємний зв'язок між виробництвом і переробкою молока, оскільки значна його частина доходить до споживача в переробленому вигляді, а переробна промисловість є головним споживачем молока як сировини. Однак ефективність цього зв'язку залежить від оптимальності та паритетності взаємовідносин між виробниками і переробниками, чого сьогодні не спостерігається.

Необхідність удосконалення економічних взаємовідносин між підприємствами-виробниками і переробниками молока зумовлюється зростаючою неадекватністю цих взаємовідносин, недосконалою системою ціноутворення на молоко як сировину і молочну продукцію, вироблену з цього молока [2], і, як наслідок, тенденцією до згортання виробництва продукції через зниження продуктивності корів і зменшення їх поголів'я. Сьогодні ситуація є настільки критичною, що молочне скотарство в Україні опинилось під загрозою повного занепаду. Вагомою причиною є те, що великі промислові переробні підприємства недостатньо компенсують затрати виробників молока.

Необхідність вирішення проблем економічних взаємовідносин у галузі молочної промисловості з метою забезпечення її ефективного функціонування для задоволення цілей виробників, переробників, споживачів, підвищення рівня конкурентоспроможності як на вітчизняному, так і на зовнішньому ринку роблять актуальним проведення дослідження за цим напрямом. Питанням оцінки стану, функціонування та розвитку взаємовідносин у молокопереробній галузі надають вагомого значення такі вітчизняні вчені: В.М. Бондаренко, М.М. Ільчук, М.П. Коржинська, Л.В. Протасова, П.Т. Саблук, І.М. Топіха, Г.В. Чабан, В.П. Чагаровський та ін.

Однак актуальність питання пошуку шляхів розвитку економічних взаємовідносин у галузі, формування стратегій, які б дозволили не лише утримати ринкову позицію, а й максимізувати конкурентні переваги для кожного учасника ринку, вимагають подальшого наукового пошуку у цій царині.

Метою статті є розробка практичних рекомендацій з удосконалення механізму регулювання економічних взаємовідносин між сферами виробництва та переробки в молокопродуктовому підкомплексі в ринкових умовах господарювання.

Методика досліджень. Теоретичною й методологічною основою проведених досліджень є положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з питань розвитку агропромислової інтеграції. При вирішенні поставлених в статті завдань використано загальноприйняті методи наукового пізнання: абстрактно-логічний — при теоретичних узагальненнях та формулюванні висновків і рекомендацій; економіко-статистичний — при вивченні динаміки розвитку молочної скотарства; економіко-логічні методи: порівняння, групування, табличний, графічний — при аналітичній оцінці техніко-економічних показників розвитку економічних взаємовідносин у молокопродуктовому підкомплексі.

Результати досліджень. До складу молокопродуктового комплексу входить виробництво, заготівля, переробка та реалізація молочної продукції. Молокопереробна галузь включає в себе такі групи виробництва: маслоробна, сироробна, виробництво продукції з незбираного молока (пастеризоване молоко, сметана, кисломолочні продукти тощо) і молококонсервне виробництво.

Основними факторами, які обумовлюють географічне розміщення підприємств молокопереробної галузі, їх ефективне функціонування і розвиток, є наявність сировинної бази та ринку збуту готової продукції [8; С. 263].

Гіперінфляційні процеси на початку 90-х років, скорочення дотацій тваринництву, диспаритет цін на промислову та сільськогосподарську продукцію призвели до того, що виробництво молока стало збитковим [7]. Це спричинило стрімке скорочення поголів'я молочного стада, зниження надоїв, недостатню забезпеченість кормами (табл.1).

1. Виробництво, ресурси та обсяги продажу молока в Україні*

| Показники | 000 р. | 005 р. | 008 р. | 009 р. | 010 р. | 2 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|---|
| Виробництво молока, тис.т. | 2657 | 3714 | 1761 | 1609 | 1248 | 1 |
| Поголів'я корів всього на кінець року, тис.голів | 958 | 635 | 919 | 758 | 494,4 | 4 |
| Середній річний надій молока від корови, кг | 359 | 487 | 793 | 209 | 502,7 | 2 |

| | | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|---|
| Продаж молока молокопереробним господарствам, тис. т. | 335 | 689 | 406 | 5670 | 4637 | 4 |
| Питомий обсяг продажу молока в загальних обсягах його виробництва, % | 6,35 | 1,48 | 5,96 | 2,30 | 6,80 | 4 |

* Розраховано з використанням[1]

Починаючи з другої половини 90-х років суттєво скоротилися обсяги споживання молока та молочних продуктів. Якщо у 1990 році споживання 1 особою становило в середньому 373 л на рік молочних продуктів (у перерахунку на молоко), у 1995 році — 244 л, в 2009 році ця цифра знизилася до 206 л на рік.

Через скорочення поголів'я корів у всіх категоріях господарств та зменшення продуктивності корів у сільськогосподарських підприємствах виробництво молока у 2010 р. скоротилося на 3,1% і склало 11,2 млн.т. Господарства населення зменшили виробництво молока на 3,6%, а сільськогосподарські підприємства на 0,9%.

Виробництво молока у 2010 р. залишилося рентабельним, порівняно з 2009р. прибутковість його помітно підвищилася — з 1,4% до 17,7%. Середня ціна реалізації молока проти 2009р. зросла на 55,6% і склала 2938,7 грн за т.

Обсяги виробництва молочної продукції залежать від обсягів виробництва молока та стану тваринництва в країні. За досліджуваній період 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. У 2010 р. ще більш збитковим стало виробництво м'яса великої рогатої худоби (-35,9% проти

-32,9%) [1]. Випередження темпів скорочення поголів'я над скороченням виробництва молока пов'язано з тим, що ліквідується, у першу чергу, найменш продуктивне стадо.

Основною причиною зазначеної негативної динаміки у тваринництві є збитковість утримання ВРХ, яка зумовлюється ситуацією як на молочному, так і м'ясному ринках (табл.2).

2.Рентабельність (збитковість) виробництва продукції скотарства, %*

| Напрямок | 2005 р. | 2006 р. | 2007 р. | 2008 р. | 2009 р. | 2010 р. |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Продукція скотарства, у т.ч. | 5 | - | - | 0,1 | 5,5 | 4,3 |
| м'ясо ВРХ (реалізація худоби живою вагою) | - | - | - | - | - | - |
| виробництво молока | 2 | 12,3 | 8 | 13,1 | 4,4 | 17,7 |

* Розраховано з використанням[1].

Комбікорми складають більшу частину у структурі витрат на утримання ВРХ. До середини 2008 р. суттєво зростали ціни на зернові культури, що позначалося у подорожчаних комбікормів. При цьому реалізаційні ціни на худобу живою вагою залишалися відносно сталими, оскільки конкуренція продукції тваринницьких ферм складало імпортоване м'ясо. 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 [3]. На відміну від 2007 року, коли на всіх сегментах ринку молочних продуктів в Україні відбувалось збільшення обсягів споживання, у 2008 році темпи приросту місткості на всіх сегментах (за винятком сегменту молочних консервів) були негативними і склали: молоко

-5,4% (у 2007 р. +4,6%); масло і спреди -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. сягала 632 тис. т (430 млн дол.). Середньорічні темпи приросту в натуральному вираженні у 2004-2008 рр. сягали 8,0%. У структурі місткості ринку в натуральному вираженні експорт питного молока в 2008 р. склав 3% [1].

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 р., який характеризувався зменшенням попиту населення на продукцію високого цінового сегменту у зв'язку із зменшенням купівельної спроможності. 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.

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 р., порівняно з 2008 р., закупівельні ціни на молоко суттєво знизилися. Якщо у 2008 р. у сезон (з травня по вересень) молоко придбавалося у середньому по 1,80–2,00 грн за 1 л, то у

2009 р. ціна зменшилася до 1,60–1,70 грн.

У 2010 р. ситуація у молочній галузі дещо стабілізувалася. За даними Державного комітету статистики у 2010 р. на переробні підприємства України надійшло на 51,4 тис. тонн молока більше, ніж у попередньому (5457 тис. тонн). Прибутковість виробництва молока у 2010 р. порівняно з попереднім роком помітно підвищилася — з 1,4% до 17,7%. Середня ціна реалізації молока проти 2009 р. зросла на 55,6% і склала 2938,7 грн за тону.

Одночасно покращились 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% [1].

Сьогодні в Україні функціонує близько 350 підприємств з переробки молока, з яких 11 великих компаній забезпечують близько 60% ринку, на частку ж інших виробників доводиться біля 40%. Серед найбільших компаній

— Lactalis, Юнімільк, Danone, Злагода, Rainford, Галичина та інші (рис. 1).

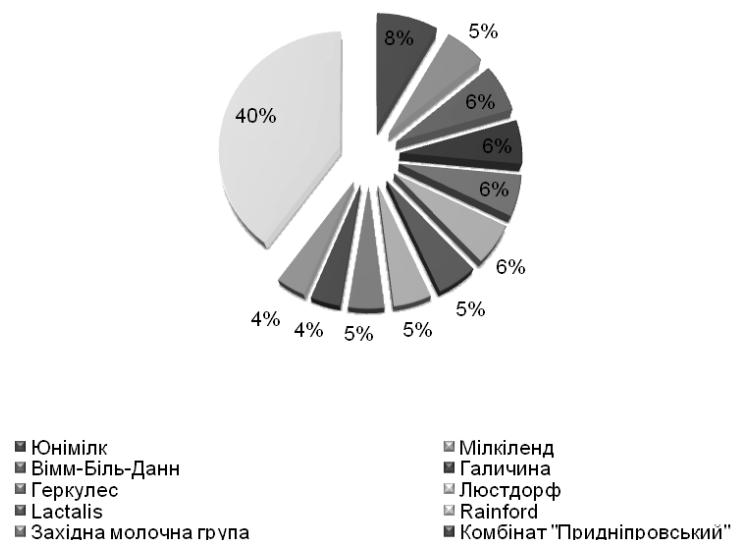


Рис. 1. Структура ринку ціномолочної продукції в 2009 році в натуральному виразі (за виробниками), % [5, С. 64]

Тенденції розвитку галузі в останні роки дозволяють прогнозувати поступове скорочення кількості підприємств і посилення конкуренції на ринку. Великі компанії з іноземним капіталом постійно збільшують контрольовану ними частку ринку, поглинаючи конкурентів. Так, французька група «Lactalis» (ТМ «President») вже володіє Миколаївським молочним комбінатом, компанією

«БілоосвітУмань» і Павлоградським молочним комбінатом (ТМ «Фанні») [6].

Кожне з підприємств має свій асортимент продукції (від традиційного молока, кефіру, сметани, масла до новинок — продуктів з доданою користю, так званих біозбагачених). Не завжди різні підприємства об'єднані одним брендом — звідси широкий спектр брендів, упаковок і цін на молочні продукти. Надзвичайна різноманітність продуктів з великою кількістю упаковок та цін — одна з ключових характеристик ринку. Ринок досить розвинений, насичений і за оцінками експертів не відрізняється від європейських ринків. Проте за даними Держкомстату споживання молочної продукції на душу населення в Україні все ж в декілька раз 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 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 7%), масло з часткою ринку 5% (рис. 2). При цьому важливо відзначити, що за останні п'ять років споживання сиру в Україні зросло в три рази.



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

Показники виробництва основних видів молочних продуктів у 2010 році вказують на поступальний розвиток галузі, не зважаючи на низку 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.

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. Переваги регіональних брендів впливають на формування бізнес-стратегій великих компаній, які розширюються за рахунок поглинання регіональних виробництв. 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 [4].

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

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 взаємовідносин на ринку молочної продукції залежить від обсягів виробництва молока та стану тваринництва в країні. Подальший розвиток вітчизняного ринку молока і молочних продуктів залежить від доходів населення, якісної сировини, можливостей підприємств розв'язувати проблеми оновлення основних засобів, застосування нових прогресивних технологій, а також створення великих інтегрованих структур, що мають власну сировинну базу. Ми вважаємо, що вертикальна організація виробництва, що поєднуватиме виробництво, переробку і реалізацію молока та молокопродуктів стане одним із ключових чинників успішної конкуренції молокопереробних підприємств. Вертикальна інтеграція створює додаткову ринкову владу як у процесі заготівлі сировини, виробництва продуктів, так і на ринку збуту виготовленої продукції. Невеликі господарства, які не будуть залучатись до процесів об'єднання, швидко будуть витіснені більш крупними виробниками. Загострення

конкуренції змушує виробників формувати ефективні стратегії розвитку.

З метою поліпшення стану взаємовідносин у молочній галузі уряду необхідно надавати фінансову підтримку підприємствам через механізм кредитування з мінімальними процентними ставками, лізингових операцій для реконструкції та модернізації виробництва, створення системи управління безпекою молочної продукції та оцінки якості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Державний комітет статистики в Україні [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Лозовик Д. Б. Сучасний стан та перспективи розвитку молочного ринку України [Електронний ресурс] / Д. Б. Лозовик // Ефективна економіка. — Режим доступу: <http://economy.nauka.com.ua>.
3. Момчева А.М. Молочний ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку / А.М. Момчева // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. — 2010. — Вип. 30. — С. 164–168.
4. 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.
5. Сидорченко В. Украина без молока / В. Сидорченко // Еженедельник 2000. — 2009. — №48(487) 27 ноября — 3 декабря.
6. Силивончик А. Кислый приварок / А. Силивончик // Бизнес. — 12.10.2010.

— №44. — С.64.

7. Створення міні-цеху з виробництва молочних продуктів [Електронний ресурс] / — Пропозиція. — 2010. — Режим доступу: <http://propozitsiya.com/>

8. Цар Г.В. Основні тенденції та перспективи розвитку харчової промисловості України / Г.В. Цар // Науковий вісник НЛТУ України. — 2010. — Вип. 20.13.—С.262–267.

Одержано 14.10.11

Стратегическими направлениями усовершенствования взаимоотношений между производителями и переработчиками молока, способствующими достижению конкурентных преимуществ для всех участников рынка, являются: наличие стабильной финансовой и законодательной государственной поддержки, применения новых прогрессивных технологий, а также создание крупных вертикально интегрированных структур, которые имеют собственную сырьевую базу.

Ключевые слова: *молокопродуктовый подкомплекс, молочный рынок, вместимость рынка, экономические взаимоотношения, производство, переработка, цена.*

The strategic directions of improving the relationship between milk producers and processors which assist in the achievement of competitive advantages for all market participants, are the following: availability of stable financial and legislative state support, application of new progressive technologies, and also creation of large vertically-integrated companies which have their own raw materials base.

Key words: *milkproducing subcomplex, milk market, market capacity, economic relationships, production, processing, price.*