

пних та надійних засобів швидкої доставки товарів заважають користуватись цим ринком пересічному громадянину.

ЛІТЕРАТУРА

1. Internet Domain Survey. <http://www.isc.org/ops/ds/reports/2004-01/>
2. The A to Z of B2B. <http://www.economist.com>, 2000
3. Александр Москалюк. Украина теряет привлекательность для электронного бизнеса //Компьютерное Обозрение. – 2001. – №27.
4. Украина не покупает в Интернете. В чем причина? <http://www.eplus.com.ua/eplus/index.php3>

УДК 637.1

ПРОБЛЕМИ ЕЛАСТИЧНОСТІ ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

Н.М.Тошина, викладач

Кіровоградський інститут регіонального управління та економіки

Молочна галузь ніколи не нарікала на відсутність споживчого інтересу. Різноманітні вироби з молока — традиційно звичні для наших співвітчизників. Отож закономірно, що молокопереробна індустрія — один з найдинамічніших видів промисловості в Україні [2].

До недавнього часу на молочному ринку працювало дві стандартні стратегії планування виробництва. Перша полягала в тому, щоб виробляти молоко, сири, кисломолочну продукцію, сметану та масло, а побічні продукти повертати постачальникам сировини для використання в якості корму для худоби. Другий підхід — це спроба більш глибокої переробки молока, тобто максимального використання побічних продуктів із подальшим продажем сухого знежиреного молока та казеїну, в основному на експорт [3].

Дослідженням ринку молока та молочної продукції в Україні займаються такі економісти як Луценко І., Леонова Л., Ільчук Н. та інші.

В зв'язку із цим метою дослідження є уточнення та узагальнення попиту і пропозиції на ринку молока та молочної продукції України.

Основними методами дослідження є методи наукового пізнання (аналізу, синтезу) та економіко-математичних співставлень.

Виробництво молока є базою розвитку промисловості, яка виробляє широкий асортимент молочної продукції, серед якої переважають масло вершкове, незбирана молочна продукція та сир [1].

За статистичними даними, протягом 2001-2002рр. виробництво продукції з незбираного молока в перерахунку на молоко зросло на 20,4%, жирних сирів (включаючи бринзу) – на 23,8%, а тваринного масла – зменшилось на 46,2%. Проте треба відзначити позитивну тенденцію щодо підвищення ефективності функціонування молочної промисловості за червень 2002 – червень 2003р. (табл.1).

Таблиця 1

Виробництво молочної продукції за січень - червень 2003 року, %

Продукція	Вироблено за			Приріст (зниження) червня 2003р. до		Приріст (зниження) січня-червня 2003р. до січня-червня 2002р., %
	січень-червень 2003р.	червень 2003	в середньому за період січень-червень 2003р.	травня 2003р., %	червня 2002р., %	
Тваринне масло	59,7	15,7	9,95	24,7	-0,7	-7,6
Продукція з незбираного молока в перерахунку на молоко, тис.т	609	107	101,5	0,6	20,7	14,4
Сири жирні, включаючи бринзу, тис.т	79,7	16,6	13,2	6	28,5	33,5

Таким чином, тенденція зниження виробництва тваринного масла за період січень – червень 2002 року до січня – червня 2001 року в порівнянні з січнем – червнем 2003року до січня – червня 2002 року набуває менш інтенсивного характеру. Продукція з незбираного молока в перерахунку на молоко за аналізова-

ний період зменшилася на 6 тис.т, сири жирні, включаючи бринзу, збільшилося на 9,7 тис.т.

Але сучасний ринок молочної продукції досить насичений. Це певною мірою пов'язано із збільшенням інтересу споживачів до продуктів як традиційного раціону, так і до десертних. Товарна номенклатура досить широка і наближається до європейських стандартів.

Тому виробники приділяють увагу на створення нових видів молочних виробів, які мали б високу харчову та біологічну цінність, до того ж були порівняно недорогими.

Єдиний шлях зробити продукцію конкурентоздатною — підвищити її якість. З іншого боку, дуже важливим є визначення початкової якості сировини, що дає змогу товаровиробникові правильно визначити її ціну, а також ціну кінцевого продукту і заощадити значні кошти.

Українські виробники молочних продуктів прямують шляхом поступового вдосконалення методів контролю якості. До основних передумов виготовлення якісної продукції відносять:

- вхідний контроль сировини;
- суворе дотримання технологічних параметрів;
- якісна упаковка;
- дотримання умов зберігання й реалізації готової продукції.

Підвищений попит на молочні вироби зумовлений ще й їхньою корисністю. Природний вміст білка, кальцію, збагачення цінними добавками наближає ці вироби за поживністю до основних страв харчового раціону. Водночас подеколи вони можуть замінити й кондитерські ласощі. Тому молокопереробні підприємства охоче впроваджують нові технології, аби урізноманітнити асортимент молочної продукції.

Статистичні дані засвідчують, що з 6,5 мільярдів літрів молока, яке надійшло на переробку торік, 63 відсотки підприємства переробили на вершкове масло, казеїн та сухе молоко; з 19 відсотків — виготовлено сир; близько 11 — перероблено на кислomолочні продукти. І лише трохи більше чотирьох відсотків реалізо-

вано як незбирану продукцію, а з трьох виготовили морозиво [2].

Як зрозуміло, крім жирних продуктів — масла й сиру, котрі можна довго зберігати, значна частка належить кисломолочним виробам, які мають високоякісну консистенцію, стійку до різних несприятливих факторів і стабільну в процесі тривалого зберігання, зберігають свої початкові властивості протягом 14 діб, мають у своєму складі корисну мікрофлору, здатну залишатися “живою” і функціонально активною протягом усього терміну зберігання.

Споживання молока та молочних продуктів збільшується у відповідно до збільшення доходів споживача. Частка витрат на цільне молоко у споживчій корзині домашніх господарств становить 5%, на вершкове масло витрачають близько 3%; на йогурт — 1%; інші молокопродукти — від 5% до 6% .

Звісно, кожне підприємство прагне бути якомога привабливим для покупців. Отож, якщо до пошуку неповторних рецептур додати ще й розробку новітніх технологій, то асортимент смачних і поживних молочних виробів поповниться ще й оригінальними продуктами функціонального призначення [2].

Це є підтвердженням того, що молочна галузь в Україні переймає світовий досвід, який засвідчує, що збільшення товарообороту виробників молочної продукції досягається за рахунок розширення товарного асортименту та удосконалення упаковки.

Видозмінюючи, вдосконалюючи й пропагуючи свою продукцію, українські переробники молока надають споживачам право вибору. І покупці обирають кращих, тих, хто заслуговує на довіру.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ішук Я.В. Підсумки роботи промисловості України за I півріччя 2003р. // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №9 (27). – С. 193.
2. Леонова Л. Малі, отже, неконкурентоспроможні // Харчова і переробна промисловість. – 2004. – №1. – С. 11.
3. Луценко И. Поворот молочных рек // Компаньон.- 2002. – №41. – С.39.