

РОЗВИТОК МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Селіна Лілія

здобувач вищої освіти групи ТМ 2/2

Миколаївський національний аграрний університет

Виробництво молока є одним із основних напрямів діяльності сільськогосподарських підприємств у центральному регіоні України.

Навіть не дивлячись на те, що воно не завжди приносить прибуток, багато переробних підприємств не припиняють його виробництво. Це пов'язано з тим, що продаж молока є стійким джерелом грошових надходжень протягом року. Це стає можливим завдяки тому, що молочна продукція має важливе значення в харчуванні населення. Приблизно 15% загальних витрат на харчування споживачів припадає на молочні товари. Проте, галузь молокопродуктів в Україні переживає складнощі [1].

Ринок молочних продуктів в Україні визначається, в основному, рівнем платоспроможності населення. Одночасно, основними критеріями для сегментації цього ринку є вік споживачів, їхнє місце проживання та доходи. Поведінку споживачів значно впливають динаміка цін, якість продуктів, асортимент, який пропонується, загальний рівень життя населення [2].

Сфера харчової промисловості стикнулася зі спадом виробництва та значним скороченням асортименту продукції. Багато підприємств зазнають фінансові труднощі, існує високий рівень зносу основних виробничих фондів, особливо їх активної частини [3].

Проведення маркетингових досліджень може суттєво вплинути на вибір стратегії розвитку підприємства у сфері переробки. Різні демографічні показники визначають, які молочні продукти вважаються пріоритетними для різних груп споживачів, хоча ці різниці не завжди є суттєвими.

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%).

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. Найбільш рентабельне виробництво дієтичної продукції: йогурту, ряжанки, кефіру [4].

Серед основних проблем у молочній галузі можна виділити наступні аспекти: недостатньо високий рівень технічного обладнання молокозаводів, які використовують застаріле обладнання; обмежена розвиненість інфраструктури ринку; низький рівень доступності сировини та недостатня завантаженість виробничих потужностей; низька якість кінцевої продукції, що виробляється підприємствами молочної промисловості; обмежена можливість розширеного асортименту через низьку якість вихідної сировини; знижений попит на молочні продукти через низьку споживчу спроможність населення, включаючи сільські райони; високий рівень конкуренції з боку потужних підприємств, що володіють сучасним обладнанням і технологіями і виготовляють молочну продукцію під відомими торговими марками, такими як "Президент", "Ласуня", "Баланс", "Кремез", "Фанні", "Danone", "Веселый молочник" і інші. Місцеві молокозаводи в районах зазнають високого тиску з боку провідних підприємств великих міст, які можуть запропонувати вищі ціни за сировину для сільськогосподарських виробників.

В Україні стрімко падає виробництво молока. Навіть за офіційною статистикою в минулому році надої молока знизились на 8% до 12,2 млн. т.

Світові ринки молочних продуктів погіршуються, і кризові явища в українській економіці призводять до значного зниження купівельної спроможності населення, що, в свою чергу, спричиняє зменшення споживання молочних продуктів. Це означає, що виробництво молочних товарів в Україні

подальше падає, і ціни на закупівлю молока залишаються низькими. Отже, для селян, навіть за наявності субсидій, стає дуже важко.

Отже найвищим державним органам слід приділити увагу наступним питанням. Надавати фінансову підтримку з місцевих бюджетів для модернізації сільськогосподарських підприємств (за умови наявності чіткого бізнес-плану на технічне оновлення).

Для стабілізації і розвитку молочних підприємств у країні необхідно створити стратегічну державну програму на основі вертикальної інтеграції аграрних та переробних підприємств. Ключовим є створення ефективного механізму впровадження та системного контролю за виконанням цієї програми.

Галузева спілка молочних підприємств України не в змозі вирішити вищезазначені проблеми належним чином. Тому слід створити спеціалізоване відомство для молочної галузі, яке б здійснювало координацію розподілу бюджетних коштів і застосовувало різноманітні ринкові фактори для забезпечення ефективного управління розвитком підприємств у сфері молочної промисловості.

Список використаної літератури

1. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку. Інформаційно-аналітичний збірник (випуск 6) / За ред.П.Т. Саблукатаін. –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.

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємств Табацова Г.В.