

АНАЛІЗ УМОВ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ПРОДУКЦІЇ МОЛОКОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ

НЕЧИПОРЕНКО В.В. – к. с.-г. н., доцент, Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Молокопродуктовий підкомплекс України є одним із самих неконкурентоспроможних галузей аграрної сфери. Економічна ситуація, що склалася в останні роки в Україні є вкрай несприятливою для розвитку молочного скотарства. Стан матеріально-технічної та соціальної структури господарств, рівень інтенсивності праці та ряд інших факторів не сприяють створенню конкурентних переваг в галузі.

Сучасне становище молочної галузі Сумської області нестабільне, а її ефективність доволі низька. При викладенні результатів аналізу слід зазначити, що лише 3,8 % від загального поголів'я корів України, за даними 2017 року, зосереджено в Сумській області.

Фактори, що формують конкурентні переваги продукції молочного скотарства, можна розподілити за змістом на чотири групи.

До першої групи слід віднести стан сировинної бази. В Сумській області функціонує 32 великотоварних сільськогосподарських підприємств з поголів'ям молочних корів 400 голів і більше.

Флагманами по виробництву молока є господарства ТОВ "Вітчизна" Конопотського, ТОВ «Велетень» Глухівського, ТДВ "Маяк" Тростянецького, Підліснівська філія ПрАТ "Райз-Макисмо", ТОВ АФ «Лан» та СВК АФ «Перше Травня» Сумського районів Сумської області.

Племінна база області по молочному скотарству представлена 9 племінними заводами (в яких утримується близько 2,1 тис. корів) та 11 племрепродукторів (1,8 тис. гол корів) в яких розводяться породи українська чорно - ряба молочна порода, українська бура молочна, українська червоно - ряба молочна, лебединська, швіцька, симентальська.

За 2017 рік по всіх категоріях господарств області вироблено 416,0 тис. тонн молока, що на 1,5 тис. тонн, або на 0,4% більше 2016 року. Але, при цьому слід зазначити, що обсяги виробництва молока значно скоротилися (на 14,5 тис. т або на 10,9 %) у 2017 році проти 2010 року.

Необхідно також звернути увагу на те, що при зменшенні обсягів виробництва молока та скороченні поголів'я корів на 15,8 тис. голів (-16,1 %) у 2017 році проти 2010 року та 0,2 тис. голів (-0,3 %) проти 2016 року продуктивність корів щороку зростає.

Завдяки впровадженню сучасних технологій виробництва молока, поліпшенню генетичного потенціалу великої рогатої худоби зросла продуктивність дійного стада в

сільськогосподарських підприємствах області на 3,6%, або на 184 кілограми. Таким чином, надій молока на корову в 2017 році становив 5 276 кілограмів.

Поголів'я тварин - це екстенсивний фактор, що вимагає значних зусиль праці та засобів. Він сприяє отриманню економічної вигоди та конкурентоспроможності при умові досягнення високої продуктивності, що знижує собівартість продукції.

У Сумській області 57,7 % молока виробляється господарствами населення і 42,3 % – сільськогосподарськими підприємствами. Отже, за таких умов не уникнути проблем із якістю молока, оскільки господарства населення не мають необхідних матеріальних і технічних ресурсів й технологічних навичок для виробництва молока високої якості.

Друга група факторів – якість сировини і готової продукції. Для виробників молока та продуктів його переробки проблематичним питанням залишається надходження на виробництво якісної молочної сировини. В останні роки дана проблема лише посилюється, оскільки обсяги виробництва сирого молока щороку зменшуються. За таких умов молокопереробні підприємства змушені купувати сировину низької якості, щоб тільки задовольнити свої потреби в сировині та попередити збої у виробничому процесі.

Молоко, вироблене сільськогосподарськими підприємствами, має значно вищу якість. Значна частка сирого молока надійшла у 2017 році від сільгоспідприємств – 169,6 тис. тон встановленої базисної жирності та від господарств населення – 28,7 тис. тон.

Серед молокопереробних підприємств області найбільш потужними є ПАТ «Бель Шостка Україна», філія «Сумський молочний завод» ДП «Аромат», філія «Роменський молочний комбінат» ПП «Рось», філія «Охтирський сиркомбінат» ПП «Рось», філія «Конотопський молзавод» ТОВ «МалКа-Транс» та ТОВ «Буринський молокозавод».

Значна частка молочної сировини, виробляється господарствами населення, приймається в основному другим гатунком через низьку його якість, це спричинено невідповідною технологією виробництва сировини, недотриманням санітарно-гігієнічних умов (невчасне охолодження та неналежне зберігання), відсутністю механізованого доїння. Сировина виготовлена за таких умов потребує додаткових затрат на очищення, пастеризацію, що позначається на вартості готової продукції.

Результати дослідження щодо якості молочної продукції свідчать, що від вирішення проблем отримання якісної та безпечної молочної продукції залежать перспективи розвитку молокопродуктового підкомплексу Сумської області, формування спеціалізованого ринку високоякісних молочних продуктів, а в кінцевому рахунку – ефективність національної економіки.

Третя група факторів – стан ринку молока та молочної продукції. Ринок молока та молочної продукції Сумської області представлений такими сегментами: ринок молока та кисломолочної продукції, ринок тваринного масла, ринок сиру, ринок сухого молока та молочних консервів.

Внутрішній ринок молока і молочної продукції представлений на 90 % продуктами вітчизняного виробництва.

Зменшення обсягів виробництва молока і значне зниження купівельної спроможності населення призвело до суттєвого скорочення споживання молока і молочних продуктів, яке з розрахунку на душу населення у 2017 р. становило 192 кг проти 212 кг у 2010 р.

Хоча обсяги споживання молока на душу населення в Україні дещо відстають від фізіологічно обґрунтованих нормативів, все ж таки національні особливості харчування дозволяють зробити висновок, що вітчизняний ринок молока і молочної продукції є досить насиченим, і це дає підстави прогнозувати повільне зростання попиту в майбутньому у більшості сегментів ринку.

Отже, конкурентоспроможність молока та молочної продукції є важливим інструментом забезпечення продовольчої незалежності. Її вплив виявляється за двома складовими: рівнем виробництва і споживання продукції. Чим вище конкурентоспроможність продукції, тим більшою мірою він затребуваний, і відповідно, споживаємий.

Четверта група факторів – якість управління виробничою та збутовою діяльністю підприємств молочної індустрії.

За роки ринкових перетворень відбулися суттєві зміни в управлінні виробництвом та продажем продукції. З-за нестабільної та непередбачуваної економічної ситуації знадобилося оперативне прийняття управлінських рішень по забезпеченню ритмічності виробництва та прискоренню збуту продукції, що швидко псується, створенню власних надійних каналів реалізації та сировинних баз.

Процес виробництва, обсяг і асортимент продукції стали залежати від попиту, для задоволення якого керівники і фахівці прагнуть використовувати нову сучасні технології виробництва, виробляти продукцію з високими споживчими властивостями, зручною упаковкою для подальшого використання і за доступною ціною, розширюється і підвищується рівень маркетингової діяльності.

Товаровиробники, які зацікавлені у стійкому нарощуванні виробництва, періодично проводять моніторинг цін, розширюють асортимент, особливо цільномолочної продукції, збільшують частку фасованої продукції, що користується попитом.

Позитивним фактором конкурентного середовища є розширення мережі власних магазинів і організація оптових продовольчих ринків.

Таким чином, комплексний аналіз стану молокопродуктового підкомплексу і конкурентного середовища на ринку молока і молочної продукції дозволили визначити низку позитивних та сприятливих умов. Підвищенню конкурентоспроможності молока і молочної продукції сприяють: зростання продуктивності корів; посилення конкурентної боротьби за споживача; формування багатоканальної ринкової системи реалізації і організація оптового продажу готової продукції.

Але поряд з цим можна виділити і несприятливі умови: скорочення виробництва сировини та зниження рівня платоспроможності населення.

Умови для виробництва конкурентоспроможних молока і молочної продукції формуються під впливом системи факторів, комплексна оцінка яких необхідна для обґрунтування напрямків по нарощуванню конкурентних переваг.