

## ВИДІЛЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ В ПЕРІОД ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Визначені основні перспективні напрями розвитку галузі молока в Херсонській області. Проведений аналіз обсягів і структури виробництва основних видів продукції за категоріями господарств та по районах області. Особливу увагу приділено ефективності виробництва в спеціалізованих промислових підприємствах.*

*Basic perspective directions of development of milk industry in the Kherson area are determined. The analysis of volumes and pattern of production of basic types of products by the categories of economies and within the area districts is conducted in the article. The special attention is spared to efficiency of production in the specialized industrial enterprises.*

**Вступ.** Херсонська область є аграрним регіоном, тому розвиток виробництва молочної продукції має важливе економічне значення для області в цілому, оскільки виробнича потужність Херсонського молокопродуктового підкомплексу харчової промисловості може задовольнити як власну потребу в молочної продукції, так і потреби інших регіонів.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Питання розвитку молочної галузі всебічно досліджені і висвітлені у наукових працях вітчизняних вчених: Л. Карпенко, Н. Левчук, В. Марчевський, Б. Пасхавер, О. Петрович, О. Прокопенко, Г. Татаренко та інших. Проте багато теоретичних і практичних питань розвитку молочної галузі в окремих регіонах є не досить вирішеними, і потребують подальшого досліджування, об'єктивної оцінки і розробки, наукового та практичного обґрунтування. Важливим завданням є проведення всебічного аналізу стану вітчизняної молочної галузі, формулювання резервів його регенерації і піднесення з ціллю збільшення виробництва продукції.

**Невирішені питання в дослідженні.** Складність сучасного середовища функціонування підприємств, що постійно збільшує конкуренція, ставить керівників перед проблемою підвищення результативності керування. Для того, щоб вироблений товар був постійно конкурентоздатним і мав повсякденний попит, необхідно здійснювати безліч управлінських рішень. Тому важливо було б проаналізувати в такому разі пропозицію молочної продукції у вигляді результатів господарської діяльності підприємства, що набувають товарний вигляд за певними обсягами виробництва на ринку монополістичної конкуренції.

**Постановка завдання.** Внутрішньому ринку молочної галузі властивий високий рівень регіоналізації, який залежить від природно-кліматичних, економічних, територіальних та інших умов певного регіону. Регіональні особливості молочної галузі відображаються у динаміці розвитку виробничого потенціалу молочного скотарства, ефективності переробного виробництва, потужностях виробництва, обсягах споживання молока на душу населення, співвідношення між попитом і пропозицією на внутрішніх ринках молочної продукції, адаптації до ринкового середовища.

**Виклад основного матеріалу.** Результати проведеного дослідження в 2006 р. у вигляді інтерв'ювання для виявлення умов використання виробничих потужностей молокопереробних підприємств Херсонської області показали, що 67% опитаних підприємств вважають, що у них достатньо виробничих потужностей для виконання наявної кількості замовлень, 43% – більш ніж достатньо. При цьому 43% молокопереробних підприємств завантаження потужностей коливається між 65 – 100%. У 2007 р. у Херсонській області зростання обсягів продукції молочної галузі відбувається як за рахунок стабільної роботи провідних підприємств молочної галузі, так і за рахунок того, що постійно з'являються нові підприємства, які виробляють молочні десерти, йогурти. Так, ДП ТОВ «Гауда» з'явилося не так давно, але вже переросло планку малого бізнесу і стало відомим виробником серед споживачів молочної продукції Херсонської області.

За 2006-2007 рр. у Херсонській області функціонувало 14 молокопереробних підприємств, що складає 17,7% від загальної кількості переробних підприємств регіону. Середньооблікова чисельність працівників, які працювали на підприємствах молочної галузі, складають 2239 чол. У цілому за 2005 – 2006 рр. близько 22% підприємств від загального обсягу молокопереробних підприємств області згорнули свою діяльність, 44% – значно зменшили свою діяльність, 11% – активізували своє виробництво, і практично 23% – різко збільшили обсяги виробництва. В табл. 1 наведено реєстр обсягів переробки сировини молокопереробних підприємств Херсонської області, їх розташування за нумерацією по мірі зменшення обсягів переробки сировини.

Найбільшими молокопереробними підприємствами у Херсонській області за 2005 – 2006 роки були ЗАТ Херсонський молочний завод «Родич», ВАТ «Херсонський маслозавод» і ВАТ «Новокаховський завод плавлених сирів». Наприклад, Херсонський молочний завод «Родич» разом із ДП «Лакталіс-Україна» ще в 2005 році по всьому Південному регіону займали високі позиції стосовно вироблення молока і кисломолочної продукції [1, с. 141]. У Херсонській області майже 90% виробничих потужностей із

перероблення молока зорієнтовані на виробництво твердих, плавлених сирів і масла. Найбільш відомі регіональні підприємства: ВАТ «Бериславський сирзавод», ЗАТ «Чаплинський маслосирзавод», ВАТ «Новокаховський завод плавлених сирів». Херсонська область є однією з лідерів по виробництву сирів жирних у 2006 р. – 15,69 тис. т [2, с. 45]. Так, за останні роки збільшили обсяги виробництва ВАТ «Каланчацький маслозавод» – на 2,4%. Скорочено обсяги виробництва на ВАТ «Чаплинський маслосирзавод» – на 34,6%, ВАТ «Новотроїцький маслосирзавод» – на 5,7%. Зниження обсягів виробництва відбулося з причини введення ембарго на експорт молочної продукції, за рахунок чого місцевий товаровиробник зазнав значних втрат. За проведеними дослідженнями молочної галузі області виявлено, що скорочення виробництва деяких молочних продуктів відбулось також за рахунок зменшення голів великої рогатої худоби. Поголів'я великої рогатої худоби у всіх категоріях господарств Херсонської області за останні п'ять років зменшилось на 76,8%. Особливо негативні зміни відбулися у сільськогосподарських підприємствах, де залишилось 37% поголів'я. Найбільше поголів'я великої рогатої худоби в 2006 р. було зосереджено у Чаплинському, Новотроїцькому і Бериславському районах (від 6,8 до 8,9 тис. голів) [3, с. 140]. Аналіз розподілу поголів'я великої рогатої худоби за формами власності господарств області показав, що найбільше поголів'я корів за категоріями господарств зосереджено у населення (84,6% від загальної чисельності корів). Проте продуктивність поголів'я корів за п'ять років збільшилась за всіма категоріями господарства в середньому на 13%, середній річний удій молока від однієї корови збільшився на 403 кг, або на 13% [3, с. 139]. При збереженні обсягів виробництва молока протягом останніх п'яти років в усіх категоріях на рівні 379,7 – 354,0 тис. т економічна ефективність виробництва в сільськогосподарських підприємствах суттєво знижувалась. Так, рентабельними роками з виробництва молока для сільськогосподарських підприємств були: 2005 р. (28%) і 2006 р. (4,8%). Економічна ефективність виробництва молока великою мірою залежить від ціни реалізації. Порівняльну характеристику індекса споживчих цін та цін виробників промислової продукції області в динаміці наведено на рис. 1.

Таблиця 1

**Перелік провідних молокопереробних підприємств у середньому за 2005 – 2006 рр.**

Обсяги переробки молока за рік, тонн	Назва підприємства
до 50000	ЗАТ Херсонський молочний завод «Родич»
25000 – 15000	ВАТ «Херсонський маслозавод», ВАТ «Новокаховський завод плавлених сирів»
10000 – 5500	ВАТ «Бериславський сирзавод», ВАТ «Каланчацький маслозавод», ВАТ «Цюрупинський маслозавод»
5000 – 4000	ВАТ «Чаплинський маслосирзавод», ВАТ «Новотроїцький маслосирзавод», ВАТ «Новокаховський маслозавод», ВАТ «Білокриницький маслосирзавод»
до 3600	ППП «Любимівський сирзавод», ВАТ «Іванівський маслозавод», ВАТ «Сірогозький завод сухого молока та масла», ВАТ «Великолепетинський маслозавод»

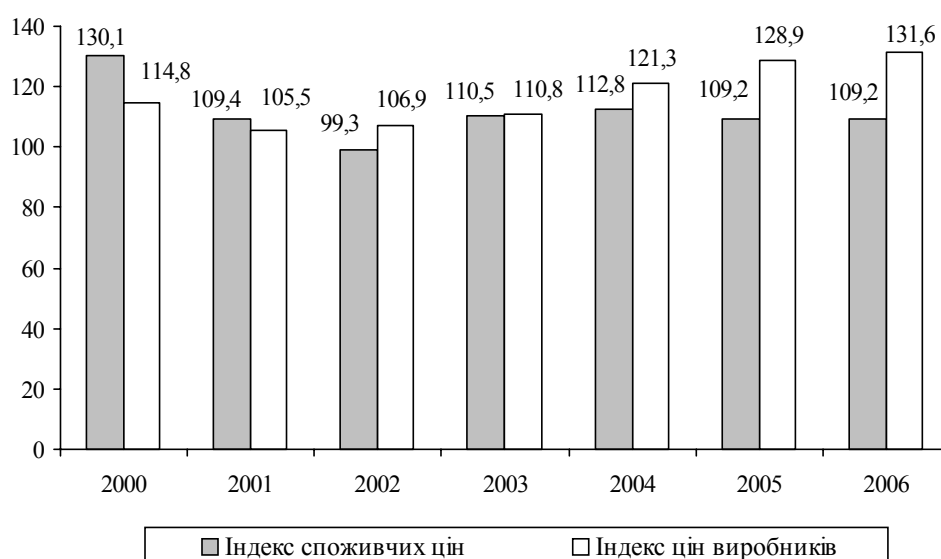


Рис. 1. Індеси споживчих цін та цін виробників промислової продукції (грудень до грудня попереднього року; %) [3, с. 61]

Найменші закупівельні ціни в 2005 р. на сировину відзначені в травні, коли виробникам платили від

750 до 1000 грн за т. За максимальною шкалою найдорожча сировина була в грудні – 1630 грн за т [4, с. 45]. Вплив асортименту на прибутковість спочатку розглянемо за рівнем рентабельності, а потім проведемо АВС-аналіз прибутковості, який дозволяє вирішити, які товари слід виробляти, а від яких треба відмовитись. Такий аналіз дозволить також встановити правильний діапазон цін, і виявити ті товари, попит на які не залежить від ціни. Під час аналізу необхідно звернути увагу на розподіл продукції залежно від прибутковості та від обсягу продажів. Якщо продукція з високим рівнем прибутковості відповідно до питомої ваги обсягу продажів потрапляє в групу С, то це означає, що ціна на цю продукцію завищена, або цей продукт знаходиться на етапі впровадження на ринок. Якщо ж продукція із низьким рівнем прибутковості відповідно до питомої ваги обсягу продажів потрапляє в групу С, то дана продукція реалізується на ринку за заниженою ціною. Така ситуація може пояснюватися слабкою роботою служби збуту або життєвим циклом продукції, яка перебуває в стадії зняття товару з виробництва.

Проаналізувавши отримані нами дані з АВС-аналізу молочної продукції, можна зробити висновок: доцільною є концентрація на невеликій кількості виробів, що приносять найбільший прибуток. За цією логікою, підприємство мало б сконцентруватися на випуску найдешевшої групи товарів з діапазоном цін 850 – 1749 грн за тону. Ці товари можна вважати відносно недорогими для сегмента споживачів, на який орієнтована діяльність підприємства – з доходом «середній» та «нижчий від середнього». АВС-аналіз дає змогу зробити висновок про доцільність зняття з виробництва товарів, що потрапили до категорії С.

Проте слід зазначити, що керуватися лише мотивом доходів при виборі асортименту не завжди доцільно, оскільки широкий асортимент дає змогу задовольняти потреби більшої кількості споживачів. Так, до категорії С потрапили йогурт, кефір, ряжанка, сметана. Цих товарів було продано порівняно небагато, але саме вони за своїм складом орієнтовані на покупців із витонченим смаком, «вищим» доходом покупців або дітей. Зняття цих товарів із виробництва означало б втратити цей сегмент ринку. Це тільки підкреслює, що необхідність коригування асортименту є дієвим інструментом управління збутом продукції. За допомогою сезонних коливань можна проаналізувати рівень економічної активності підприємства, масштабів економічної діяльності внаслідок зміни сезонів року (табл. 2).

Таблиця 2

## Індекс сезонності виробництва кисломолочних продуктів за 2006 р.

Місяць	Вироблено, т	Індекс сезонності, $I_c$	$I_c - 100$	$(I_c - 100)^2$
Січень	1275	78	-22	484
Лютий	1425	87	-13	169
Березень	1505	92	-8	64
Квітень	1428	87	-13	169
Травень	1759	108	+8	64
Червень	1691	103	+3	9
Липень	2077	127	+27	729
Серпень	2077	127	+27	729
Вересень	1523	93	-7	49
Жовтень	1599	98	-2	4
Листопад	1547	95	-5	25
Грудень	1697	104	+4	16
Всього	19603	100	-	2511

Із табл. 2 видно, що випуск кисломолочних продуктів у травні, липні та серпні більший ніж в інших місяцях, це обумовлено вищими надоями молока у цій порі року. Обсяги споживання всієї молочної продукції мають коливання для окремих товарів у межах 10 – 30 – 50% (споживання вище в зимові місяці й нижче у літні), що пояснюється сезонним зниженням обсягів споживання молочної продукції, розраховуючи на душу населення. Проте завдяки наявності курортної зони в Південному регіоні України, яке сприяє збільшенню числа споживачів у літні місяці за рахунок відпочиваючих, коливання в споживанні кисломолочної продукції, і молочної продукції взагалі, згладжується. Абсолютною мірою сезонних коливань є амплітуда коливань:  $R = I_{max} - I_{min}$ . Для порівняння інтенсивності сезонних коливань використовують також середнє лінійне відхилення:  $\bar{l} = \frac{1}{12} \sum_{i=1}^{12} |I_c - 100|$ . Або середнє квадратичне

відхилення:  $\sigma = \sqrt{\frac{1}{12} \sum_{i=1}^{12} (I_c - 100)^2}$ . Амплітуда коливань для продуктів кисломолочних дорівнює 49%.

Середнє лінійне відхилення для випуску продуктів кисломолочних становить 12%, а середнє квадратичне відхилення – 14%.

Приріст цін виробників харчової промисловості з початку 2006 р. становив 4,6%. Формування оптових цін у молочної галузі залежить не тільки від сезонного фактору, а також від зміни вартості

сировини та обсягів виробництва. Так, молочна продукція дешевшала з лютого по липень, а найбільший показник приросту цін у грудні (на 8,1%), зумовлений значним стрибком цін на сири тверді та масло вершкове відповідно на 10,6 і 9,5%. Відстежуючи динаміку споживчих цін, слід зазначити, що коливання цін на молоко і молочну продукцію, сир і бринзу відбувалось протягом всього 2006 р. Так, зниження цін на молоко і молочну продукцію зафіксовано у квітні, травні, червні, серпні. Найбільше ціни знизилися у серпні (на 13%), а максимальна позначка підвищення вартості молока та молочної продукції припала на грудень і становили 6,6%. Сир та бринза знижувались у ціні у черні, липні, серпні (на 2,9%), а відчутно підвищились у грудні на 7,5%. В цілому за підсумками 2006 р. індекс цін виробників молочної продукції становив 107% за рахунок подорожчання сирів твердих, сирів кисломолочних, масла вершкового, сирів плавлених, вершків коагульованих, йогуртів, кефірів, сметани, ацидофіліну, молока і вершків ферментованих чи сквашених та ін. Індекс цін на молоко і молочну продукцію за шість років наведено на рис. 2.

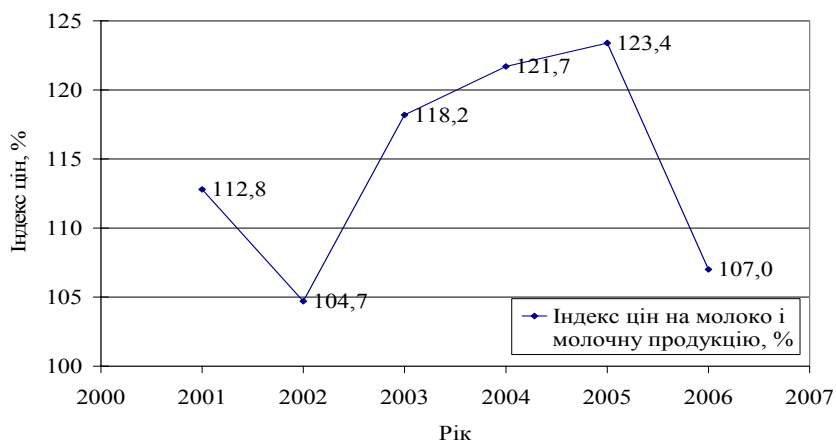


Рис. 2. Динаміка індексу цін на молоко і молочну продукцію за 2001 – 2006 рр. [3, с. 59]

В цілому протягом 2006 р. на ціноутворення у харчовій промисловості впливали різноманітні фактори: матеріальні витрати і витрати на оплату праці, реалізація товарів за договірними цінами, зміни обсягів виробництва, а також вимушене проведення цінової політики підприємствами для забезпечення реалізації своєї продукції у разі сезонних, споживчих, закупівельних та інших коливань. Ціни у виробництві харчових продуктів протягом 2007 р. зросли на 11,4% відповідно до періоду минулого року. Ціни зросли на молочну продукцію в області на 16,3%. Так, за 2007 р. ціни на сир свіжий неферментований і кисломолочний підвищились на 34,4%, на молоко оброблене рідке – на 25,4%, на сир плавлений не тертий – на 21,5%, на сметану не ароматизовану на – 20,2% і на сири тверді – 11,9%.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Дослідження сучасної молочної галузі підкреслюють зростання попиту на дану продукцію. Проте на вітчизняному ринку молока спостерігається скорочення його виробництва на душу населення. Причини цього негативного явища, перш за все, необхідно шукати на ринку, тому доцільно вважати попит і пропозицію невід’ємними, взаємопов’язаними і взаємозалежними категоріями ринку, які відображають об’єктивні економічні проблеми товарного виробництва. Так, ціни на молочну продукцію залежать від цін на сировину, ціни на сировину – від кількості поголів’я корів, їх продуктивності, структури сільськогосподарства. В ринкових умовах попит на молочну продукцію, як економічна категорія, виражає суспільну потребу населення в товарах першої необхідності. Розмір попиту залежить від кількості продукції, обсяг якої купують споживачі за ціною встановленою виробником. Попит, зазвичай, розглядається з боку відношення споживачів, які спроможні до придбання продукції за різними ринковими цінами. Тому можна вважати, що в умовах жорсткої конкуренції на ринку вітчизняної молочної продукції стратегічно важливим є формування раціонального асортименту, визначення «реальних шляхів» збільшення обсягу реалізації, а також розроблення та оцінювання цінової політики, яка концентрує увагу на пріоритетних напрямках зниження собівартості продукції.

### Література

1. Татаренко Г., Васильєва Н. Молокососы // Бизнес. – 2006. – № 49. – С. 139 – 143.
2. Производство молока и молочных продуктов в Украине за 12 месяцев 2006 года // МОЛОКОпереробка. – 2007. – № 1(16). – С. 38 – 49.
3. Статистичний щорічник Херсонської області за 2006 рік. – Херсон: Головне управління статистики у Херсонській області, 2007. – 502 с.
4. Закупочные цены на молоко в 2005 году // МОЛОКОпереробка. – 2006. – № 1(4). – С. 41 – 48.

Надійшла 04.05.2009