

Наталія ТОШИНА

**МЕХАНІЗМИ СТАБІЛІЗАЦІЇ РИНКУ МОЛОКА І МОЛОКОПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ
В УМОВАХ ОБМЕЖЕНОСТІ РЕСУРСІВ**

Висвітлено основні концептуальні основи формування конкурентоспроможного ринку молока та молокопродукції України. Визначено обмеженість ринку молока і молокопродукції при дії зовнішніх і внутрішніх факторів на нього.

Зміна соціально–економічного устрою, на наш погляд, практично не зачепила системи господарювання в тваринництві України. Більшість існуючих на сьогодні підприємств працюють неефективно, а вироби, котрі надходять на ринок, відрізняються низькою якістю. Особливо гостро це питання стоїть у молочній галузі та переробці молока.

Високі затрати, що здійснюються при виробництві, зберіганні, а також реалізації продукції роблять її нездатною за ціною до протистояння аналогічним виробам західних країн. У зв'язку з цим вступ держави до світової організації торгівлі, пасивність відповідних органів у цьому напрямку, може призвести до зникнення цілої і такої важливої для населення галузі сільського господарства.

На наш погляд, основним напрямком покращення справ у виробництві молока і виготовленні виробів з нього є поліпшення конкурентоспроможності галузі і насамперед через застосування сучасних технологій та програм розвитку тваринництва, передових прийомів годівлі та утримання худоби.

В умовах ринкової системи, коли основний тягар забезпечення сировиною молокоперобних підприємств змістився у бік приватного виробника, держава повинна взяти на себе всю відповідальність за організацію стимулюючої політики і, зокрема, цінової та оподаткування, покращення селекції, відтворення тварин та нарощування поголів'я худоби.

В молочному виробництві, як ні в будь-якій іншій галузі сільського господарства України, акумулюються всі проблеми його адаптації до ринкових умов господарювання, адже, за ефективного функціонування, ця галузь стане локомотивом розвитку всього агропромислового виробництва України [5, 38].

Аналіз досліджень та публікацій свідчить, що такий напрямок вирішення проблеми покращення стану справ в галузі молочного тваринництва є важливим та актуальним. Увагу практиків на доцільність вирішення проблем через покращення умов функціонування ринку молока та молокопродукції звертають увагу С. Васильчик, Н. Голомша, В. Зимовець, М. Ільчук, Т. Мостенська, М. Пархомець, П. Саблук.

Метою статті є теоретичне обґрунтування основних напрямків покращення виробництва молока в приватному секторі економіки, досягнення більш високої конкурентоздатності ринку молокопродукції в умовах обмежених ресурсів.

Провідну роль у забезпеченні населення найбільш цінними продуктами харчування, вирішенні соціально-економічних проблем у суспільстві займає тваринництво і, насамперед, молочне скотарство, яке справляє комплексний вплив на обсяг виробництва сільськогосподарської продукції, піднесення економіки господарств.

Важливість молокопереробної галузі в агропромисловому комплексі України є безперечною. На одному боці важелів стоїть трудомісткість молочного скотарства, на іншому – необхідність забезпечення населення молочними продуктами, а переробні підприємства – сировиною.

У розв'язанні продовольчої проблеми важливе місце відводиться формуванню й розвитку національного і регіональних ринків сільськогосподарської продукції на основі інтеграції та кооперації. Ефективному функціонуванню їх, з огляду на узгодження інтересів господарюючих суб'єктів кожної ланки технологічного процесу, сприятиме розвиток теорії та практики маркетингової діяльності на продовольчому ринку [1, 61].

Для формування повноцінного споживчого ринку потрібно мати ресурси, які в процесі взаємодії виробництва утворюють кінцевий продукт. Насичення ринку споживання залежить від перебудови агропромислового комплексу, докорінної зміни відносин між сільським господарством, промисловістю та супутніми галузями.

Функціонування будь-якого ринку здійснюється у відповідності до дії об'єктивних економічних законів, зокрема закону вартості, закону попиту і пропозиції, а також безмежності потреб та обмеженості ресурсів. Суспільство володіє обмеженою кількістю ресурсів, які можна використовувати у виробництві товарів і послуг. Наявність всіх економічних ресурсів має граничні межі. Суспільство неспроможне виробити і спожити весь обсяг товарів і послуг, які воно бажало б отримати.

Обмеженість ресурсів була, є і залишається головною і досить жорсткою умовою функціонування споживчого ринку, що пов'язується з об'єктивною реальністю, розмірами та можливостями зростання особистого та суспільного багатства. Протягом багатовікової історії люди суттєво розширили рамки зазначених та інших обмежень, проте перед індивідом, як і перед суспільством в цілому, завжди на кожному етапі постає проблема вибору напрямів та способів використання обмежених ресурсів. Цю проблему можна вирішувати різними методами, які лежать у площині економіки. Серйозним завданням до вирішення проблеми є не тільки виробництво, а й розподіл вироблених продуктів між різними верствами населення.

Обмеженість ресурсів вивчалась багатьма науковцями, серед яких найбільш відомі праці «Дефіцит», «Теорія монополістичної конкуренції», «Ринок».

Чемберлін Е. стверджував, що «.. на збільшення попиту галузі із сильними елементами монополізації реагують перш за все підвищенням цін, а галузі із елементами «чистої конкуренції» розширенням випуску» [6, 16]. Виробник має перед собою ринок, вводить в дію новий фактор, який є відсутнім при чистій конкуренції, - це істотно змінює результат. Витрати, які пов'язані із збутом і рекламою називаються тим, що ринок кожного продавця є обмеженим [6, 37].

Якщо ж йдеться про ринкові відносини, то поведінка виробника може бути зумовлена головним чином типом ринку. В умовах монополістичного ринку не споживачі виступають головним елементом керування економічним процесом, бо дії монополістів здебільшого можуть бути орієнтовані на втрату споживачем певної частки доходу, що спрямовується на купівлю товару монопольної пропозиції. Пояснюється це тим, що монополіст самостійно регулює пропозицію. Від розміру пропозиції залежить політика ціноутворення на ринку і тому стратегічний розвиток підприємств буде будуватись на обмеженні попиту для створення або підсилення конкуренції споживачів.

Обмеженість ресурсів виступає стимулом для більш ефективного розподілу їх між конкуруючими виробниками і орієнтує ці ресурси в напрямку найбільш доцільного та найбільш ефективного використання [3, 59].

За словами Карнаї Я. «попит стає практично необмеженим, а дефіцит – постійним» [4, 326]. Дефіцит сприяє зміні асортиментної політики підприємства, змінює структуру витрат на виробництво продукції через вартість придбання сировини та матеріалів. Крім того можуть відбуватись значні зрушення у структурі пасивів підприємств, оскільки підвищення цін на дефіцитні матеріали призводить до необхідності використання позикових коштів для поповнення оборотних фондів підприємства та для створення додаткових запасів дефіцитних матеріалів.

Хронічна нестача ресурсів, тобто тривалі ресурсні обмеження, змушують виробників продукції пристосовувати технологічні процеси та структуру виробництва до цих умов. На подібні зміни споживач відповідає вимушеною заміною, чим викликає зрушення в попиті і відповідно у пропозиції товарів [3, 247].

На думку вчених Макконелл Р., Кемпбел, Брю Л. Стенлі «попит на ресурси – це похідна попиту, тобто похідна від попиту на товари і послуги, виробництво яких сприяють ресурси» [4, 357].

В умовах, коли «ресурси обмежені, а потреби безмежні», дуже важливо так організувати наявні ресурси, щоб забезпечити економічно ефективний їх розподіл, що дозволить принести максимальну користь для споживачів. Дане питання сьогодні є дуже важливим, оскільки цінність багатства всього суспільства полягає у забезпеченні повноцінного здорового харчування.

Найсерйознішою проблемою, без вирішення якої не зрушаться питання розвитку молочної промисловості України, є ресурсний дефіцит. Дефіцит проявляється одночасно в декількох напрямках: сировинний, фінансовий, платоспроможного попиту [3, 247].

Формування та функціонування ринку молочної продукції має велике значення для забезпечення потреб споживачів на ринку, оскільки підвищений попит на молочні вироби зумовлений їхньою високою корисністю.

Варто зазначити, що виробництво молока в Україні в усіх категоріях господарств скоротилося із 24,5 млн. тонн у 1990 році до 13,3 млн. тонн у 2006 році, тобто основна частка у формування ресурсів (сировини) належить господарствам населення – 81,5% та 18,5% – сільськогосподарські підприємства. Така тенденція характеризується наступними факторами: щорічно скорочується поголів'я тварин, залишається низькою їх продуктивність, не ведеться належним чином племінна справа, руйнується і занепадає матеріально-технічна база галузі, а саме рівень механізації виробничих процесів в ній. Звідси зменшення сировини як основного діючого формоутворюючого ресурсу, який забезпечує належну пропозицію на ринку.

Виробництво молока та його перероблення характеризується обмеженістю. Молоко-сировина відноситься до ресурсу, відтворення якого потребує часу, відповідних природно-кліматичних умов, додаткових витрат тощо.

Ільчук М.М. стверджує: «... при відсутності попиту продовжує скорочуватися пропозиція, в першу чергу виробництво, збільшуючи дефіцит оборотних засобів». Через розбалансованість між доходами населення та цінами на молокопродукти реальний платоспроможний попит переважної більшості сімей залишається критичним, а споживання молока та молокопродуктів - нижчим від мінімальних норм. Тільки за умови підвищення життєвого рівня населення споживання молокопродуктів може бути наближеним за якісними параметрами до рекомендованих норм [2, 122].

Окрім факторів, які впливають на формування ринку існують інші внутрішні та зовнішні чинники. До чинників внутрішнього середовища відносять: кількість поголів'я, середньодобовий удій молока, система технологічного оснащення, персонал, діяльність керівництва та апарату управління. До чинників зовнішнього середовища відносять: діяльність державних владних структур (фіскальна, кредитно-грошова та аграрна політика, законодавство), стан економіки, темпи НТП, господарська кон'юнктура, яка включає кон'юнктуру ринків сировинних та матеріальних ресурсів, зменшення внутрішнього платоспроможного попиту, звуження можливостей виходу на зовнішні ринки молокопродуктів, розвиток конкуренції, податкова стратегія розвитку галузі і країни.

Узагальнюючи вище зазначене можна стверджувати, що молоко як ресурс є обмеженим. Підставою для такого твердження можуть слугувати такі ознаки:

- темпи зростання поголів'я молочної худоби та її продуктивності визначаються тривалістю процесу відтворення і генетичного прогресу;
- кормова база, яка впливає на продуктивність стада, залежить від природно-кліматичних умов та фінансових можливостей сільськогосподарських господарств;
- більша частина виробленого молока споживається домашніми господарствами або реалізується в натуральному вигляді на товарних ринках.

На формування ринку молочних продуктів здійснюють вплив крім обмежених сировинних обсягів і наступні чинники:

- слабка оснащення потужностей переробних підприємств сучасним обладнанням, що збіднює асортимент продукції, яка випускається підприємствами;
- недосконало проведені маркетингові дослідження ринку, споживачів;
- визначення кон'юнктури та ємності ринку (рис. 1).

Товарний ринок молока і молокопродуктів має специфічні особливості, пов'язані з їх властивістю – обмеженим часом реалізації, і відповідно зменшенням радіусу доставки сировини, і непридатністю до тривалого зберігання. Для забезпечення стабільної роботи виробникам повинен бути створений стабільний ринок збуту протягом всього року, гарантоване надходження молочної сировини на молокопереробні підприємства і, відповідно, безперебійне забезпечення населення продуктами першої необхідності.

Таким чином, для розвитку ринку молока і молокопродукції в Україні необхідно розробити стратегію розвитку, яка б враховувала особливості економіки України в СОТ та подальшої лібералізації торгівлі на сучасному етапі, що пов'язано із можливим вступом України в ЄС.



Рис. 1. Показники і фактори обмеження ринку молока і молокопродукції в Україні

Для розвитку молочної промисловості в першу чергу необхідно вирішити стратегічне питання, яке пов'язане із ресурсним дефіцитом, оскільки ринок молока обмежується поголів'ям корів та їх продуктивністю. На ринок молокопродукції та його наповнення впливають спеціалізація виробництва, обмеженість сировини, збіднілий асортимент, купівельна спроможність населення, кількість покупців продукції тощо. На функціонування обох ринків впливають такі фактори, як природно-кліматичні, техніко-технологічні та організаційно-економічні.

Література

1. Гогуля О.П., Степасюк Л.М. Удосконалення маркетингової діяльності сільськогосподарських товаровиробників // *Економіка АПК*. – 2006. – №3. – С. 61-64
2. Ільчук М.М. *Виробництво молока та ринок молокопродуктів*. – К.: Аграрна наука, 2001. – 217 с.
3. Мостенська Т.Л. *Економічний механізм функціонування молочної промисловості України: [Монографія]*. – К.: УДУХТ, 2001. – 328 с.
4. *Ринок / Упоряд., авт. вступ.ст. А.А. Чухно*. – К.: Україна, 1995. – 448 с.
5. Саблук П.Т. Чи будуть України повноводними // *Агрперспектива*. – 2007. – №1. – С. 36-38.
6. Чемберлін Э. *Теория монополистической конкуренции: Реориентация теории стоимости: Пер. с англ.* – М.: Экономика, 1996. – 351 с.