

Таким чином, пріоритетними напрямками інтеграції України у світовий, зокрема, американський економічний простір є розширення торговельних, економічних, науково-технологічних зв'язків з тими країнами, що досягли достатньо високого рівня розвитку агропродовольчого господарства та запозичення передового досвіду організації економіки цих країн.

Список використаних джерел:

1. Бразилія – надкраїна сільського господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pgorozitsiya.com/?page=149&itemid=3089&number=102>.
2. Клименко В. Ресурсне забезпечення розвитку виробництва біопалива в Україні: зерно [Електронний ресурс] / В. Клименко. – Режим доступу: www.uga-port.org.ua.
3. Статистика торгівлі для розвитку міжнародного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.trademap.org/index.aspx?ReturnUrl=%2fProduct..>
4. Статистичний щорічник ФАО “World Food and Agriculture 2012” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fao.org/economic/ess/ess-publications/ess-yearbook/yearbook2012/en/>.
5. FAOSTAT [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://faostat.fao.org/site/377/DesktopDefault.aspx?PageID=377#ancor>.

Рецензент: д.е.н. Скидан О.В.

УДК 338.432:637.1 (477)

СУЧАСНИЙ СТАН ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА В УКРАЇНІ

Кафлевська С.Г., к.е.н., доцент; Ганжа Т.І., аспірант

Вінницький національний аграрний університет

У статті досліджено та проаналізовано сучасний стан виробництва молока в Україні. Розглядаються тенденції розвитку молочної галузі у 2005–2011 роках. Запропоновані шляхи підвищення ефективності роботи молочної галузі України.

The paper investigates and analyzes the current state of milk production in Ukraine. Consider trends in the dairy industry in the years 2005-2011. Suggest ways to improve the efficiency of dairy industry in Ukraine.

Постановка проблеми. Молочна галузь є провідною ланкою у вирішенні продовольчої проблеми країни, так як молоко є базовим продуктом харчування і займає важливу частину в здоровому раціоні людини. Також вона має вагоме місце в структурі харчової промисловості України.

Перед підприємствами молокопродуктового підкомплексу на сучасному етапі їх функціонування, поставлені високі вимоги щодо безпечності, ефективності та прибутковості виробництва молока і молокопродуктів належної якості, що вимагає від переробних підприємств постійного удосконалення матеріальної бази, своєчасної заміни та модернізації морально застарілого та фізично спрацьованого обладнання, впровадження нових технологій, інтеграції виробничих процесів, підвищення рівня кваліфікації працівників тощо.

В Україні протягом десятиріч споживання молока і молочних продуктів було традиційно високим, однак останнім часом молочна галузь знаходиться в кризовому стані. Особливі властивості цих продуктів потребують стабільного розвитку їх виробництва і збуту, безперебійного функціонування переробних підприємств молочної промисловості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У зв'язку з тим, що молочна галузь має велике значення у господарському комплексі України, то до

проблем її розвитку спостерігається підвищена увага з боку науковців. Особливості та основні проблеми функціонування молочного ринку розглядали такі вчені, як: Н.С. Белінська, П.С. Березівський, С.В. Васильчак, П.І. Гайдучкий, Т.Г. Дудар, В.О. Рибінцев, П.Т. Саблук, В.Б. Смолінський та інші. Проте недостатньо є розглянутим питання подальших шляхів розвитку галузі, формування стратегій, які б дозволили не лише утримати ринкову позицію, а й максимізувати конкурентні переваги галузі.

Постановка завдання. Визначити та дослідити сучасний стан розвитку ринку молока України. Виокремити позитивні і негативні тенденції, які відбуваються в молочній галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Молочне скотарство – це важлива і невід’ємна галузь сільського господарства, ступінь розвитку якої є однією з ознак прогресу в розвитку сільськогосподарської сфери в цілому. Молочній галузі відводиться значна роль у забезпеченні населення молоком і молочною продукцією. Однак ринок молока та молокопродуктів країни характеризується скороченням поголів’я корів в господарствах всіх категорій, зменшенням обсягів виробництва молока, зростанням цін на продукцію, зменшенням рівня платоспроможності населення та, відповідно до цього кількості споживання молокопродуктів.

Розвиток молочної галузі пов’язаний з виробництвом молока у великих за розміром фермерських господарствах, про це свідчить світовий досвід. В Україні спостерігається інша ситуація: кількість молока, яке виробляють у суспільному секторі складає всього 20 % від загального обсягу виробленого молока. Така тенденція свідчить про кризу в молочному тваринництві та створює проблеми для розвитку молочної галузі, оскільки виникає питання забезпечення переробних підприємств якісною сировинною. Забезпечити необхідну якість виробленого молока можуть лише сільськогосподарські підприємства, у яких здійснюється механічне доїння, очистка та охолодження молока. Селянин не має ні умов, ні можливостей забезпечити необхідний технологічний процес виробництва молока. Саме тому вироблене у господарствах населення молоко відповідає вимогам лише другого гатунку або іде як несортове, тоді як у великих фермерських господарствах воно реалізується екстра, вищим і першим гатунком [3, с. 34-35].

За даними Держкомстату України у 2005 році у господарствах усіх категорій утримувалося 3 млн. 635 тис. корів, в тому числі, у господарствах населення було 76 % від загальної кількості, а в сільгосппідприємствах – лише 24 %. Станом на 1 січня 2012 р. у господарствах усіх категорій утримувалося вже лише 2 млн. 582 тис. голів корів, що на 2 % менше, ніж на 1 січня 2011р. та на 41% менше, ніж у 2005 р. (рис. 1).

Зниження кількості молочного стада є наслідком втрати інтересу до утримання молочних тварин через щорічне здорожчання кормів, електроенергії та паливо-мастильних матеріалів, недостатній рівень державної підтримки молочного тваринництва тощо. Внаслідок скорочення поголів’я корів, зменшився валовий надій молока. Проте за останні десять років спостерігаються чіткі позитивні зміни в підвищенні продуктивності поголів’я [2, с. 176-177].

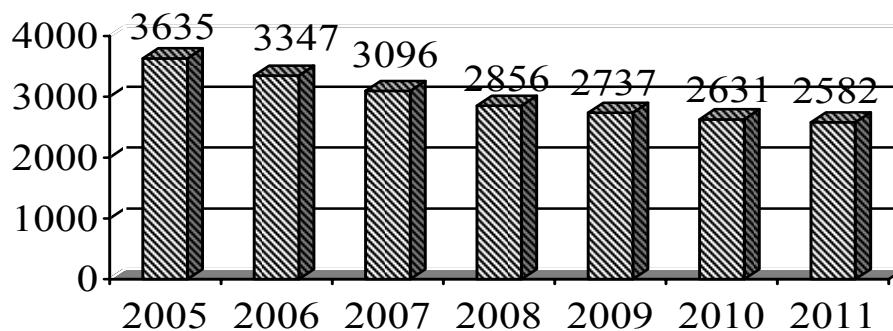


Рис. 1. Динаміка поголів'я корів в Україні на кінець року, тис. голів

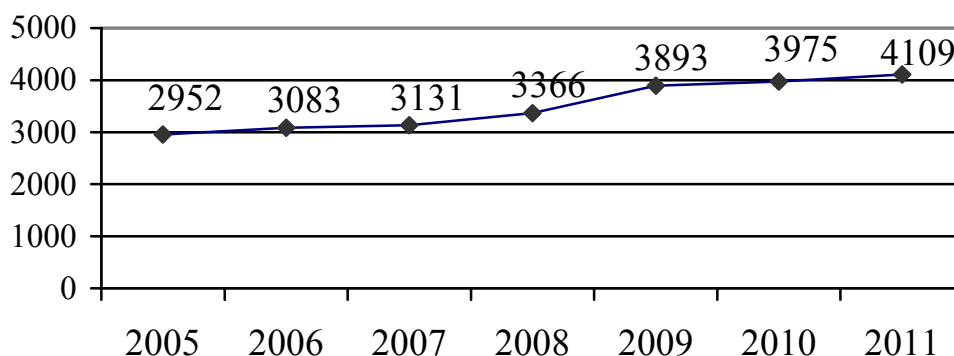


Рис. 2. Динаміка середньорічного удою молока від однієї корови, кг

Дані рис. 2 підтверджують думку про те, що продуктивність корів в Україні починаючи з 2005 року набрала чіткої тенденції до зростання, що дає можливість навіть при меншій кількості корів досягнути кращих результатів. Особливо високого рівня продуктивності було досягнуто в 2011 році – 4109 кг/гол, тоді як у 2005 році – лише 2952 кг/гол, тобто продуктивність збільшилась майже на 40%.

Скорочення поголів'я молочного стада, незважаючи на зростаючу динаміку показника продуктивності корів, призводить до постійного зменшення обсягів виробництва молочної сировини. Так, у 2011 році в Україні вироблено молока в обсязі 11086 тис. тонн, а це складає лише 80 % від рівня 2005 року (рис 3).

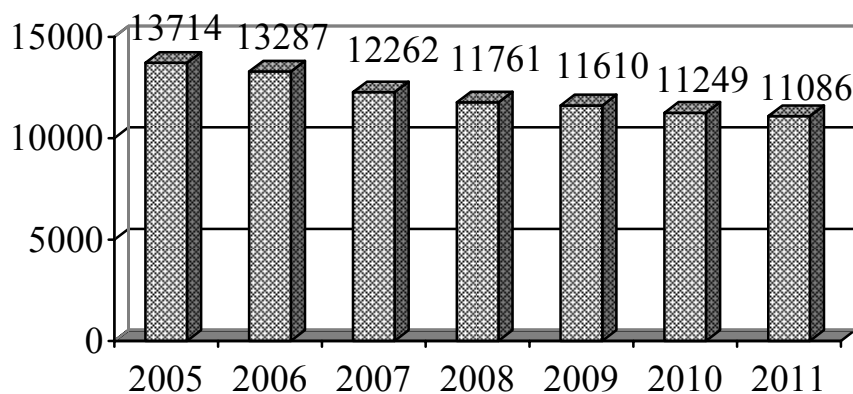


Рис. 3. Динаміка виробництва молока в Україні, тис. т

Найвищий рівень виробництва молока отримано господарствами населення – 8840 тис. тон, набагато нижчий у сільськогосподарських підприємствах – 2246 тис. тон. Найбільше виробили молока такі області як: Вінницька – 839 тис. т (8 %), Полтавська – 725 тис. т (6,5 %), Львівська – 630 тис. т (5,6%), Хмельницька – 598 тис. т (5,4%), Чернігівська – 579 тис. т (5,2 %) [1].

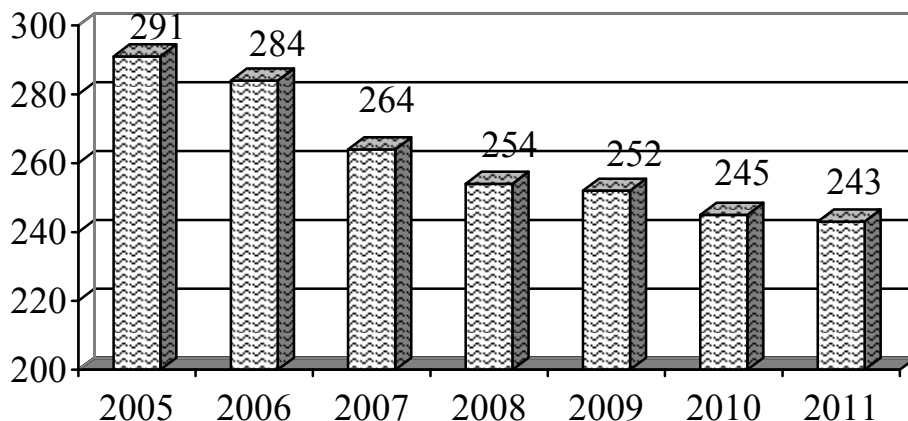


Рис. 4. Виробництво молока на одну особу, кг

Молоко і молочні продукти традиційно займають високу питому вагу в раціоні харчування населення України. Але, протягом останніх років спостерігається тенденція до скорочення їх споживання однією особою до 243 кг (у 2011 р.) на рік, що на 20 % нижче, ніж у 2005 році, та складає лише 55,6 % раціональної норми споживання.

Однією з причин такої ситуації є зниження платоспроможності населення, що в свою чергу призвело до падіння попиту на молочну продукцію та зміну попиту в окремих сегментах ринку (зміщення в бік більш дешевої продукції). Це призводить до якісних структурних змін пропозиції на ринку молока та молочної продукції: зниження обсягів виробництва високомаржинальних молочних продуктів (ароматизованих йогуртів, сухого молока та вершків, сирних виробів, масла) та збільшення виробництва продукції з незбираного молока (молока питного, кисломолочної продукції), сирів, морозива [4, с. 15].

Серед основних чинників, що стримують розвиток вітчизняного ринку молока та молочної продукції, слід виділити: скорочення поголів'я корів, зниження обсягів виробництва молока, низьку якість молока-сировини і, відповідно, молочної продукції, застарілі технології (наявне обладнання більшості ферм та молокопереробних підприємств потребують негайного оновлення та реконструкції), що, в свою чергу, призводить до зростання собівартості продукції, невідповідності вітчизняних норм та вимог щодо якості молока і молочної продукції європейським стандартам. Зниження міри впливу зазначених факторів, можливе при умові об'єднання зусиль представників влади, науки та бізнесу у визначенні та реалізації стратегічних напрямків розвитку галузі.

Висновки. Аналіз статистичної інформації дозволяє зробити висновок про те, що, починаючи з 1990 року ринок молока та молочних продуктів України, характеризується негативною тенденцією: скороченням поголів'я

корів та обсягів виробництва молока, зростанням цін і зниженням споживання молочних продуктів серед населення.

Ефективний розвиток молокопереробної галузі безпосередньо залежить від стану молочного скотарства, у якому за останні роки спостерігаються негативні тенденції. Сучасна стратегія соціально-економічного розвитку України передбачає нарощування агропромислового потенціалу країни. Молочна галузь на сучасному етапі є однією із провідних в структурі харчової індустрії України.

Список використаних джерел:

1. Державний комітет статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Пастухова Т.Ю. Ринок молочної продукції України / Т.Ю. Пастухова // Економічний простір. – 2012. – № 57. – с. 175-179.
3. Мазур Н.А. Проблеми розвитку молока продуктивного підкомплексу Поділля / Н.А. Мазур, Н.М. Суліма // Економіка АПК. – 2011. - №12. – С. 32-37.
4. Збарський В.К. Перспективи відродження молочного скотарства на Черкащині // Економіка АПК. – 2012. - №10. – С. 13-18.

Рецензент: д.е.н., професор Козловський С.В.

УДК 339.138:664.6

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ МОТИВАЦІЙ НА РИНКУ ХЛІБОПРОДУКТІВ В РЕГІОНІ

***Колесник В.М., к.е.н., доцент; Розкладай М.І., магістрант
Миколаївський національний аграрний університет***

У статті висвітлено результати маркетингових досліджень ринку хлібобулочних виробів. Оцінено рівень спонтанної відомості, поточної лояльності виробників хлібобулочних виробів, виявлено причини купівлі хлібобулочних виробів, цінові пороги даного виду продукції. Проведено дослідження впливу доходів та розподілу за статтю на основні фактори споживчої поведінки з використанням методів непараметричної статистики.

In article the results of marketing researches of market of bakery products are elucidated. The level of spontaneous information the current loyalty producers of bakery products is appreciated, reasons of buying and the price thresholds given kind of product are detected. Study of the influence of income and the distribution for the article for the main factors of consumer behavior using the methods of nonparametric statistics is conducted.

Постановка проблеми. На теперішній час багато підприємств змушені працювати у стратегічних господарських зонах, що характеризуються підвищеним ризиком внаслідок недостатньо глибокого знання критичних для виживання підприємства факторів зовнішнього середовища: поведінки споживачів, позицій конкурентів, правильного вибору партнерів, створення конкурентоспроможного асортименту товарів і послуг, з урахуванням інтересів споживачів. У зв'язку з цим, виникає необхідність дослідження ринку певного виду продукції, зокрема хліба та хлібобулочних виробів. Це обумовлено тим, що він має особливе значення для українського ринку продовольства в цілому. За останні роки на ринку даного продукту склалася гостра конкуренція за рахунок появи великої кількості підприємств, що займаються хлібовипіканням. Маркетинг, як концепція виробничо-збутової діяльності на ринку хлібобулочних виробів, недостатньо укріпив свої позиції. Виробники ще не повною мірою усвідомили зна-