

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОКА І МОЛОКОПРОДУКТІВ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*В. Г. Кудлай, к. е. н., доцент кафедри економіки агропромислових формувань
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»*

Перехід до ринкових відносин в аграрній сфері супроводжується економічною і соціальною розбалансованістю між функціонуванням ринку молока і молокопродуктів та динамікою попиту на молочні продукти. Необхідно зазначити, що найгостріші проблеми пов'язані з забезпеченням відповідності рівня споживання науково обґрунтованим нормам, формуванням ефективної ринкової інфраструктури, запровадженням екологічних обмежень на всіх стадіях виробництва, адміністративними обмеженнями на переміщення продукції між регіонами, необхідністю розміщення виробництва у найбільш сприятливих за природно-географічними та соціально-економічними умовами районах, а також наближенням виробництва сировини до її переробки.

Метою дослідження є аналіз та оцінка сучасних особливостей ринку молока і молокопродуктів Київської області та розробка і обґрунтування перспективних напрямів його розвитку.

Для вдосконалення функціонування ринку молока і молочних продуктів Київської області необхідно забезпечити внутрішні потреби регіонального ринку у молоці та молочних продуктах, враховуючи всі складові маркетингового ланцюжка «виробник-споживач». Цінова кон'юнктура сучасного ринку молока і молочних продуктів характеризується неадекватним перевищенням роздрібних цін над закупівельними. На основі статистичної інформації та власних аналітичних розрахунків доведено, що у 2012 р. у структурі оптово-відпускної ціни вартість сировини у готовій продукції складала: молока фляжного; жирністю 2,5% – 57%, масла селянського вагового – 79%; сиру, жирністю 40% – 34 %. Істотна різниця між закупівельними та роздрібними цінами свідчить про недосконалість відносин в ланцюгу товаропросування від виробника до кінцевого споживача. Рентабельність виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах в 2012 році склала 2,3% проти 18,5 % за 2011 рік [1].

Оскільки ціновий фактор має вирішальне значення, то система ефективного функціонування ринку молока і молочних продуктів повинна базуватися на підвищенні платоспроможності споживачів. При регулюванні ринку молока і молочних продуктів потрібно забезпечити баланс попиту та пропозиції та враховувати економічні інтереси всіх учасників продовольчого ланцюжка. Вищезазвані цілі можна досягти шляхом використання методів стимулювання платоспроможного попиту; контролю за якістю молока та готової молочної продукції; сприяння збільшенню частки вітчизняної молочної продукції на ринку; зменшення сезонних коливань у виробництві та постачанні молочних продуктів; створення сприятливих умов для експорту молочних продуктів. Всі ці заходи можна розділити на загальнодержавні, які

здійснюються виключно державними органами, та внутрішньогалузеві, що знаходяться у компетенції суб'єктів ринку молока і молочних продуктів.

Стимулювання платоспроможного попиту можна досягти за рахунок:

– цінового фактора (зниження цін на молоко та молочні продукти). Зменшення податків на виробництво молочної продукції або взагалі скасування деяких з них зробить молочні продукти дешевшими та доступнішими для споживача. Підвищення доходів та життєвого рівня вітчизняного споживача можна досягти, якщо зменшити максимальну ставку податку на доходи громадян, збільшити неоподаткований мінімум;

– непрямого стимулювання попиту – субсидії для соціально значущих закладів (лікарні, дитячі заклади, армія, тощо) на купівлю молочних продуктів; проведення державою акцій, які спрямовані на інформування споживачів про стандарти якості, торгові марки; здійснення рекламних заходів, що інформують про корисність молочних продуктів;

– стимулювання експорту, що в свою чергу досягається шляхом його субсидування і укладання прямих міждержавних угод;

– зміни структури ринку молока і молочних продуктів шляхом розробки нових ринкових сегментів;

– запровадження адресних субсидій на продовольство для соціально незахищених та малозабезпечених верств населення.

З метою стабілізації ринку молока і молочних продуктів місцеві органи влади можуть розміщувати замовлення на виробництво соціальної продукції на певних молокопереробних підприємствах, а ці підприємства отримають гарантований ринок збуту виробленої продукції. Для стримування зростання цін на молочну продукцію обласна адміністрація повинна разом з молокопереробними заводами, які користуються державними кредитами, формувати ціни на молочні продукти, вироблені на цих підприємствах. Різниця в ціні може бути зарахована в рахунок погашення державного кредиту. Інші молокопереробні заводи регіону, щоб бути конкурентоспроможними повинні будуть враховувати цей рівень цін.

Доцільним є створення акціонерного товариства, 51% акції якого мають належати державі. Це товариство буде захищати інтереси виробників молока як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках шляхом цінових та товарних інтервенцій, буде найбільшим покупцем молока і зможе сприяти завантаженості виробничих потужностей молокопереробних підприємств області. Вищепераховані заходи будуть сприяти функціонуванню організованого ринку молока і молочних продуктів, задоволенню попиту споживачів у якісній молочної продукції.

Список літератури

1. Статистична інформація // Державний комітет статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

2. Хорунжий М.Й. Агропродовольчий комплекс: проблеми формування і функціонування в ринкових умовах // Економіка АПК. – 2012. – № 3. – С. 113–120.