**Васильчак Світлана Василівна. Розвиток виробництва молока та ринку молочних продуктів в Карпатському регіоні України. : Дис... д-ра наук: 08.00.03 – 2007**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Васильчак С.В. Розвиток виробництва молока та ринку молочних продуктів в Карпатському регіоні України. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Національний науковий центр “Інститут аграрної економіки” УААН, Київ, 2007.  Дисертацію присвячено розв’язанню теоретичних, методологічних і прикладних проблем підвищення ефективності виробництва молока та формування і функціонування ринку молочних продуктів у Карпатському регіоні, специфічні особливості якого формують певні підходи щодо вирішення цієї проблеми.  В роботі проведено аналіз галузі молочного скотарства та особливостей функціонування ринку молока і молочної продукції в регіоні та державі в цілому, відмічено загальні закономірності та тенденції, їх узгодженість з ситуацією в країнах-членах Європейського Союзу та можливості адаптації вітчизняних реалій до вимог і преференцій Співтовариства щодо досліджуваної проблеми.  Розглянуто основні засади концепції розвитку молочного скотарства з урахуванням існуючої ситуації в галузі, потреби її реструктуризації та адаптації до світових, зокрема європейських, тенденцій, особливі підходи щодо формування перспективних параметрів розвитку галузі, можливості та напрями регулювання ринку молока і підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції. | |
| |  | | --- | | Значимість молока і молочних продуктів у забезпеченні продовольчої безпеки країни, роль і значення молочного скотарства в системі сільського господарства та вирішенні соціальних і економічних проблем на селі вимагає як теоретичного обґрунтування подальшого їх розвитку, так і конкретних практичних заходів щодо реалізації стратегії формування ринку молочних продуктів з урахуванням світового досвіду та вітчизняних реалій. Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки:  1. Розвиток молочного скотарства та становлення і функціонування ринку молока й молочних продуктів у Карпатському регіоні зумовлені його унікальними природно-економічними, соціальними і демографічними особливостями та історичними традиціями.  Сукупність цих чинників має визначальний вплив на формування пропозиції та попиту на молоко і молочну продукцію, зумовлені специфікою їх споживання та купівельною спроможністю населення. Регіональні особливості краю, територіальне прикордонне його розміщення і рекреаційний характер, специфіка розвитку сільського господарства та кліматичні умови переконливо доводять широкі реальні можливості та економічну доцільність тут розвитку молочного скотарства, створення великомасштабного виробництва унікальної молочної продукції з широким виходом на зарубіжний ринок.  2. У процесі дисертаційного дослідження доведено, що основними проблемами в розвитку молочного скотарства та ринку молочних продуктів в Україні є низькі закупівельні ціни на свіже молоко, що впродовж тривалого часу зумовлювало збитковість його виробництва; несвоєчасність розрахунків переробних і закупівельних підприємств; низька купівельна спроможність населення, що знижує попит на окремі види молочних товарів; послаблення державного регулювання економічних відносин на ринку молока і молочної продукції; несприятлива для сільськогосподарських виробників фінансово-кредитна та податкова ситуація; низький рівень технологічної оснащеності, істотна зношеність основних виробничих фондів переробних підприємств; високі праце- і енергомісткість виробництва продукції, низька інвестиційна привабливість галузі.  3. Відродження молочного скотарства потребує підвищення концентрації утримання поголів’я молочного стада та продуктивності корів на основі розвитку кооперації, що створює умови для широкого застосування машин і новітніх технологій, зниження собівартості виробництва та підвищення якості молока.  З цією метою обґрунтовано створення виробничих молочних кооперативів на розпайованих природних кормових угіддях – сіножатях і пасовищах при об’єднанні поголів’я корів господарств населення.  4. У створенні й розвитку ринку молока і молочних продуктів важливим чинником виступає формування попиту під впливом економічних, демографічних і маркетингових умов. Тут особливого значення набуває платоспроможність населення та ціна реалізації продукції. Демографічні чинники охоплюють чисельність населення, його вік, звички, смаки та вподобання, місце проживання. Маркетингові фактори стосуються насамперед стану пропонованого продукту. Це передусім якість продукції, її споживчі властивості, призначення та способи використання.  Купівельна спроможність населення за останні роки значно знизилася, що звузило ємність внутрішнього продовольчого ринку. Її стримуючим фактором є також високий рівень роздрібних цін на продовольчі товари, що висуває на передній план проблему ціноутворення як одну з центральних у маркетинговій діяльності кожного суб’єкта ринку та формуванні попиту і пропозиції.  Активізація попиту на молочні продукти, як на продовольчі продукти взагалі, можлива за рахунок підвищення впливу економічних чинників на зростання доходів суспільства.  5. Зростання споживання молока і молочних продуктів в останні роки зумовлено порівняно низьким рівнем цін на молоко, а також суттєвим зменшенням пропозиції та подорожчанням м'яса. Ситуація зі споживанням молока і молочних продуктів у Карпатському регіоні є значно кращою проти інших областей України. Причому склалася вона не за рахунок збільшення обсягів виробництва молока та його переробки, а головним чином за рахунок порівняно меншого скорочення виробництва. Пропозиція молока на регіональному ринку формується в основному за рахунок господарств населення. Проте фонд споживання скорочується, що є відображенням недосконалості ринкової інфраструктури та існуючих диспропорцій на ринку.  6. Основною проблемою молокопереробних підприємств, що спричинило зменшення обсягів виробництва і зниження результатів їх роботи, є погіршення забезпечення молочною сировиною. Тому першочерговим завданням цих підприємств є формування сировинної зони з урахуванням зміни структури виробників молока. Особливої уваги на мікрорівні потребують проблеми пом’якшення сезонності надходження сировини й удосконалення взаємовідносин з її постачальниками, створення умов для добросовісної конкуренції та інвестиційної привабливості галузі.  7. Стратегія подальшого розвитку молокопродуктового підкомплексу має бути спрямована на покращання санітарно-гігієнічної та оздоровчої якості сировини і молочних продуктів; підвищення конкурентоспроможності й рентабельності молочного сектору; забезпечення зрівноваженого розвитку виробництва молока з урахуванням стандартів охорони навколишнього середовища. Вона повинна охоплювати конкретну програму дій як у сфері виробництва молока та формування сировинної бази, так і в галузі переробки продукції й маркетингу.  8. Розвиток маркетингу в молокопродуктовому підкомплексі необхідно спрямувати на створення умов для розвитку виробництва у відповідності з попитом, вимогами ринку, станом системи організаційно-технічних засобів вивчення ринку, інтенсифікацією збуту, підвищення конкурентоспроможності товарів з метою насичення ринку і задоволення потреб споживачів. Основними напрямами вдосконалення маркетингу молочної продукції слід вважати виявлення існуючого і потенційного ринку покупців на продукцію та послуги шляхом комплексного вивчення стану ринку і перспектив його розвитку; виготовлення упаковки, вибір спеціальних методів реклами та стимулювання збуту; організація методів і форм реалізації продукції; розробка відповідної системи цін, перевірка її ефективності та напрямів її вдосконалення; управління асортиментом продукції, відповідна координація й управління виробництвом; організація дослідної роботи з освоєння виробництва нових видів молокопродукції, які задовольняють запити споживачів; формування стратегічних маркетингових планів; забезпечення контролю й управління маркетингом.  9. Важливим напрямом діяльності молокопереробних підприємств повинна стати постійне удосконалення асортименту молочних продуктів і пропонування торгівлі нових продуктів, що передбачає гарантію збереження високої їх якості, урізноманітнення ринкової пропозиції, продовження тривалості продуктів без вживання шкідливих консервантів, зростання виробництва глибокоперероблених продуктів із високими оздоровчими і поживними властивостями, розширення асортименту так званої молочної галантереї.  10. Складний економічний стан молокопродуктового підкомплексу значною мірою зумовлений недосконалими економічними відносинами та неузгодженістю економічних інтересів товаровиробників молочної сировини і переробних підприємств внаслідок порушеного еквівалентного обміну між цими сферами суспільного виробництва. Це потребує пошуку взаємовигідних форм співпраці учасників ринку молока і молочних продуктів, включаючи їх інтеграцію, що має бути предметом відповідної стратегії розвитку сільського господарства, і молочного скотарства зокрема. Особливістю розвитку інтеграційних процесів у молокопродуктовому підкомплексі на сучасному етапі є створення великомасштабних постачальників сировини, організація заготівлі молока в господарствах населення. Невеликі обсяги молока для промислової переробки пов'язані з недостатнім рівнем організації закупівлі молочної сировини у населення та недосконалим ціноутворенням на неї. | |