

К.Н. Рябченко, аспирант

Харьковский Национальный Университет имени В. Н. Каразина

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ЦЕЛЬНОМОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В МЕГАПОЛИСАХ

Статья посвящена исследованию новых тенденций в формировании конкурентного рынка цельномолочной продукции и обоснованию предложений концептуального характера по стимулированию наращивания производства молока и сдерживанию роста цен.

Исследование выполнено методом сегментирования рынка цельномолочной продукции г. Харьков. В качестве первичной торговой точки рынка без посредников и участия государства в регулировании цен взяты территориальные сегменты двух крупных микрорайонов города (Алексеевка и Павлово Поле). На них населению непосредственно реализуется молоко методом разлива молочных цистерн крупных производителей молока. Научная новизна и практическая ценность выполненного исследования состоит в том, что впервые в изученной литературе на материалах мегаполиса г. Харьков выявлены основные ценообразующие факторы на цельное молоко.

Ключевые слова: *глобализация, свободное ценообразование, конкурентная среда, продовольственный рынок, рынок сырья, мегаполис, рынок цельномолочной продукции.*

Постановка проблемы. Формирование продовольственного рынка Украины с учетом возрастающей роли факторов глобализации предполагает углубление исследований, по формированию рынков основных видов продукции. В этом контексте, цельномолочная продукция, производимая как сельскохозяйственными предприятиями разного типа, так и сельским населением в своих подворьях существенно отличается от рынков хлебобулочной продукции, овощей, фруктов и рынков мяса. Эти отличия предполагают изучение тех сегментов рынка, которые уже имеют проявление свободной конкуренции без какого-либо влияния государственного регулирования. Рынок цельномолочной продукции в этом контексте является типичным образцом.

Анализ последних исследований и публикаций. Рынку основных видов продукции животноводства посвящено много работ украинских ученых. Наше внимание привлекли те, в которых проблема рынка молока

рассматривается в более широком макроэкономическом плане. Это включает поголовье коров, кормовую базу животноводства, переработку молока и доставку готовой продукции к потребителям. В контексте роста цен на нее с учетом высокой инфляции и низкого платежеспособного спроса населения это приобретает повышенную актуальность [2, 3, 5, 6].

По данным Гончара В. в настоящее время формирование потребительского поведения на продовольственном рынке формируется тремя уровнями факторов. На первом уровне проявляются психологические факторы (восприятие товаров и личное отношение к ним, отношение к уровню доходов), на втором уровне – социальные факторы (социальные представления о распределении доходов, уровень доходов и их стабильность), на третьем уровне в концентрированном виде проявляется совокупность всех этих разнородных факторов, которые принято определять понятиями: способ жизни, потребительское поведение, соотношения спроса и предложения.

При таком понимании поведения потребителя на продовольственном рынке в настоящее время в Украине принято выделять социально-психологические, психологические, физические и экономические факторы [3, с. 50].

Формулировка целей статьи состоит в том, чтобы выявить новые тенденции в формировании конкурентного рынка цельномолочной продукции мегаполисов Украины на материалах г. Харькова для обоснования предложений концептуального характера по стимулированию наращивания производства молока и сдерживанию роста цен.

Изложение основного материала исследования. С учетом вышеизложенного для исследования функционирования рынка цельномолочной продукции в Харькове нами выделены устойчивые крупные товаропроизводители молока. Именно они без посредников сами реализуют продукцию городскому населению. Процесс формирования и функционирования рынка цельномолочной продукции в городе Харькове после завершения регулирования процесса создания хозяйствующих субъектов рыночного типа отражает экономическую сущность рынка. При полном устранении государства от регулирования процесса ценообразования и контроля за ценами, рынок молока находится в стадии становления. Наше исследование выполнено на материалах крупного специализированного частного предприятия.

Общество с ограниченной ответственностью «Дельта» расположено в с. Ракитное Нововодолажского района в 65 км от г. Харькова. В этом хозяйстве по состоянию на 1 января 2017 г. насчитывалось около 300 голов коров молочных пород с годовой продуктивностью свыше 5 тыс. л.

молока. При закупочной цене молочными заводами (в городах Змиев, Красноград, Купянск и Харьков) 6,5-8 грн за литр. Хозяйство ищет каналы реализации свежего молока своими силами в г. Харькове. Товаропроизводитель сам продает «с колес» молоко, имея специализированный транспорт для разлива в тару покупателям. Это хозяйство создало свою разветвленную торговую сеть цельного молока на стационарных «точках» непосредственно без посредников.

Основу этой сети составляет группа специализированного автотранспорта для доставки молока после дойки ежедневно рано утром в город. В таком виде осуществляется купля-продажа без каких-либо контактов со специализированной сетью продовольственных рынков г. Харькова. В качестве рабочей гипотезы выполненного исследования нами заложено два исходных положения:

- цена реализации на молоко без использования холодильных камер товаропроизводителя определяется под влиянием основного ценообразующего фактора – себестоимости, которая меняется под общим названием сезонное колебание продуктивности коров;

- конкурентная среда на рынке цельномолочной продукции в каждом микрорайоне мегаполиса в значительной мере зависит от динамики поголовья коров в той части пригородной зоны (до 50 км), которая непосредственно примыкает к данному микрорайону.

При этом сеть железных дорог, их близость к рынкам в сочетании с расписанием автобусного сообщения и близости их остановок к рынкам также влияют на динамику предложения молока. При рассмотрении любого гипотетического поведения товаропроизводителя под влиянием спроса на его товарную продукцию в реальной практике продовольственного рынка любой отдельной взятой страны, в том числе Украины, всегда действуют, как минимум две группы факторов.

В первую группу факторов нами включены:

- степень совершенства технологии товаропроизводителя по сравнению с мировыми и страновыми лидерами; проверяется качеством продукции и ценой по сравнению со средней установившейся в конкретном регионе Украины в конкретный период;

- сезон года и температурный режим оказывают существенное влияние на меняющийся спрос, что испытывает рынок цельной молочной продукции, свежего мяса, свежей рыбы, овощей, фруктов и других видов сезонной продукции (мороженого, охлаждаемых и спиртных напитков).

Ко второй группе факторов, влияющих на поведение товаропроизводителя мы отнесли:

- долю продукции на конкретном продовольственном рынке местных товаропроизводителей, которая в период экстремальных неблагоприятных

дорожних условий, вызванных погодными условиями, может существенно влиять на динамику предложения;

- долю импорта из развитых стран мира всегда может иметь скрытую демпинговую политику, что предполагает участие местных органов исполнительной власти в создании благоприятных условий для отечественных товаропроизводителей, продукция которых не содержит консервантов*.

В своей совокупности они оказывают существенное влияние на формирование предложения молока на товарном рынке. К сожалению, изученные нами источники редко указывают их.

Следует при этом отметить, что стабильность состава покупателей конкретных продовольственных товаров в г. Харькове зависит от сезонного выезда на каникулы студентов, школьников, пенсионеров. Кроме того, выезд детей на оздоровление за пределы города также влияет на сезонный спрос на молоко. Эти категории населения составляют свыше 450 тысяч, из которых около 200 тысяч – студенты. При этом традиционный взгляд на продовольственную продукцию большинством населения конкретного региона с учетом исторических кулинарных предпочтений, меняется в пользу прямых контактов (без супермаркетов) с владельцами коров.

Без учета хотя бы этих основных факторов, влияющих на динамику производства и потребления основных видов молочных продуктов, трудно дать научно обоснованные рекомендации концептуального характера.

За период с 1 апреля 2016 г. до 1 апреля 2017 г. нами была составлена и использована авторская анкета. По ней проводился опрос каждой из групп покупателей, которые стабильно приобретают разное количество молока. Осмысление собранных данных методом опроса основных групп потребителей молока непосредственно у производителя это продукта сделало целесообразным более детальное изучение этого рынка.

Собеседование с реализатором «Дельты» и пятью группами покупателей показало, что без консервантов в каждой семье именно за этот период купленное молоко расходуется[†]. То есть, в приведенном режиме работы учтена реальная практика работы молочных отделов супермаркетов, в рамках которых приобретение одними и теми же

* Применительно к рынку цельномолочной продукции это может иметь скрытый характер при импорте сухого и обезжиренного молока, сливочного масла, а в приграничных с Белоруссией и Польшей регионах целый ряд молочных продуктов с коротким сроком хранения.

[†] Автор является одним из постоянных клиентов, анализируемого предприятия.

покупателями определенных молочных продуктов также совершается два раза на неделю.

Реализационные цены в декабре 2014 г. в анализируемом предприятии составляли 12 грн/л. При этом другое хозяйство с Двуреченского района (180 км от Харькова) продавало такое же молоко по цене 13 грн/л. С 15 февраля 2017 года «Дельта» опустило цену с 12 грн до 11 грн. В это время их конкурент сохранил прежнюю цену 13 грн. С 1 сентября 2017 г. цена реализации ООО «Дельта» выросла до 12 грн. с фиксацией точной цены продажи 20 августа того года. 11 грн. Цена реализации других хозяйство, соответственно, составляла 12–13 грн. С 10–15 сентября 2017 г. на Центральном (Благовещенском), Конном и Алексеевском рынках цена за 1 л поднялась в среднем на 3–4 грн. за литр.

На уровне хозяйствующих субъектов основным фактором, определяющим цену реализации молока, выступает стоимость кормовой единицы с учетом протеиновой обеспеченности.

Другим фактором, существенно влияющим на цену реализации через себестоимость, выступает амортизация техники, используемой в животноводстве.

Повышение реализационной цены с 11 до 14 грн. произошло под влиянием роста цен на молоко в супермаркетах. Молочный пакет емкостью 1л. Купянского молокозавода в декабре 2017 года составлял 15–17 грн при жирности молока 2,5 % и сроке хранения 3–5 суток. То есть доведение молока для реализации в пакетах с использованием автоматической линии по расфасовке и закупорке пакетов на молочных заводах, предполагает выполнение трех технологических операций.

1. Сепарирование на сепараторе-центрифуге по обезжириванию молока до 0,1 % жира.

2. Использование обрата (обезжириванию молока) для нормализации молока, при разливе в пакеты, то есть доведения до 2,5 % жира.

3. Охлаждение молока готового для реализации с последующим разливом в пакеты.

Естественно, выполнение всех технологических операций предполагает затраты молокозавода, которые включают затраты на отопление, освещение, электроэнергию на выполнение технологических операций. Кроме того, содержание производственных зданий, оплата труда персонала тоже увеличивает затраты молокозавода.

Исследование рыночных механизмов при полном отсутствии государственного контроля за ценообразованием предполагает:

- фрагментирование рынка (агентов-покупателей) по количеству закупаемой продукции с учетом того, что контингент является постоянной т.к. место жительства не меняется;

- выяснение методов опроса (что ориентирует их на приобретение не переработанного цельного молока, а не на приобретение молочных продуктов, готовых к употреблению (твердого сыра, сырковой массы, кефира и др.) молочнокислых продуктов, сметаны, сливок, сыворотки и др.)

- установление тех молочных продуктов в супермаркетах, которые покупатели продолжают приобретать при сохранении ориентации на «молоко с колес».

Выводы. Сравнение динамики реализационных цен молока за 1 л. двух крупных товаропроизводителей позволяет сделать следующие обобщения.

Во-первых, отсутствие каких-либо регуляторов со стороны муниципальной, региональной и республиканской власти, то есть соотношение спроса и предложения на основании выбора покупателей формируют по сезонам года динамику розничной цены.

Во-вторых, состав потребителей при некоторых территориальных различиях в пределах мегаполиса влияет на размер одной покупки (от 0,5 л до 10 л).

В-третьих, количество покупок молока за 7 дней недели в среднем составляет 2–3 покупки. Ведущими признаками свободного рынка выступает переход покупателей с одного рынка на другой.

Все выше изложенное дает основание фиксировать, что анализируемый тип рынка, кроме чисто рыночного процесса купли – продажи, реально выполняет ряд социально важных функций. Отметим те из них, которые расширяют аргументацию в пользу авторских выводов и предложений по совершенствованию существующих механизмом государственного регулирования продовольственного рынка.

Выполненное исследование показало, что рынок цельномолочной продукции в условиях полного отключения всех форм государственного регулирования в нынешних условиях в г. Харькове имеет признаки устойчивого функционирования в течении календарного года конкурентной среды, где спрос и предложение соотносятся в чистом виде.

Сезонное колебание молочной продуктивности коров в крупных животноводческих хозяйствах (численность поголовья свыше 200 коров) достаточно гибко реагирует на сезонные периоды подъема и спада суточного производства товарного молока, часть которого отправляется в крупные молокозаводы, а часть реализуется спецтранспортом (молочные

цистерны 2т.) по точкам свободной реализации населению согласно утвержденного графика.

Функционирование рынка цельномолочной продукции г. Харькова показывает, что достигнутый уровень рентабельности при реализации молока без посредников и без его переработки имеет перспективу развития, при этом не вступая в конкуренцию с другими группами молочной продукции в супермаркетах.

Научную новизну выполненного исследования составляет углубление и расширение существовавших ранее в экономической науке представлений о функционировании рынка молока в мегаполисе Украины. В частности, было расширено и углублено представление о причинах предпочтения определенной группой городского населения приобретения цельного молока без участия молочного завода. При этом, установлено, что без участия государства, во всех сферах ценообразования г. Харькова в пригородной зоне мегаполиса, сформировались устойчивые крупные хозяйства. Их расширение при активной поддержке государством является основным направлением сдерживания роста розничных цен на молоко.

Бібліографічний список: 1. Аграрний устрій України (наук. вид.); за ред. Ю.О. Лупенка, М.Ф. Кропивка. – Киев: ННЦ ІАЕ, 2017. – 64 с. 2. Варченко О.М., Свиноус І.В., Липкань О.В. Особливості формування попиту на продовольство в сучасних умовах. Актуальні Проблеми Економіки. – 2017. – № 1 (187). – С. 50–61. 3. Гончар В.Г. Соціально-психологічні детермінанти структурних змін споживчих пріоритетів населення в умовах кризового стану економіки. Економіка, фінанси, право. – 2017. – № 2. – С. 48–52. 4. Державна служба статистики України. – Киев, 2017. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 26.11.2017) 5. Мамчур В.А. Институционально-экономический механизм развития рынка молока и молокопродуктов // Экономика АПК. – 2017. – № 4. – С. 41–55. 6. Тывончук С.В., Тывончук Я.А., Павлоцкая Т.П. Развитие рынка молока в Украине в контексте евроинтеграционных процессов // Экономика АПК. – 2017. – № 4. – С. 25–31. 7. Kirchmann Holger. Organic Crop Production: Ambitions and Limitations. Springer, 2009. 244 p.

К.М. Рябченко. Нові тенденції формування ринку продукції з незбираного молока в мегаполісах. Стаття присвячена дослідженню нових тенденції у формуванні конкурентного ринку продукції з незбираного молока та обґрунтуванню пропозицій концептуального характеру щодо стимулювання нарощування виробництва молока і стримування зростання цін.

Дослідження виконано методом сегментування ринку продукції з незбираного молока г. Харьков. У якості первинної торгової точки ринку без посередників і участі держави в регулюванні цін взяті територіальні сегменти двох великих мікрорайонів міста (Олексіївка і Павлово Поле). На них населенню безпосередньо реалізується молоко методом розливу молочних цистерн великих виробників молока. Наукова новизна і практична цінність виконаного дослідження полягає в тому, що вперше в вивченій літературі на матеріалах мегаполісу м. Харькова виявлені основні ціноутворюючі фактори на незбиране молоко.

Ключові слова: глобалізація, вільне ціноутворення, конкурентне середовище, продовольчий ринок, ринок сировини, мегаполіс, ринок продукції з незбираного молока.

K.M. Ryabchenko, New Tendencies in Forming of Whole-Milk Products Market. The article researches the new tendencies in forming the competitive market of whole-milk products and substantiates the conceptual suggestions for stimulation of production growth and price control. The research was performed by segmenting the whole-milk products market in the city of Kharkov. Territorial segments of the city's two large micro-districts (Alekseyevka and Pavlovo Pole) were taken as primary points of trade of the market with no intermediaries or state participation in price regulation. Milk is sold directly to the inhabitants of these areas from the milk tanks belonging to large milk producers. The academic novelty and the practical value of the conducted research lies in the fact that it is the first time, when the main price-forming factors for whole milk were identified in the studied literature and on the basis of megacity.

Process of formation and functioning of Kharkov whole-milk products market after completion of the regulation of formation of market-type economic entities with the government fully abstaining from the price formation and control processes is still in the stage of establishing. Forming of the Ukrainian food market taking into account the growing role of globalization factors implies deeper research and formation of markets for the main types of products. In this context whole-milk products produced both by different types of agricultural enterprises and by the rural population at their homes considerably differ from the bakery market as well as from the meat and meat products market. These differences imply research of the market segments, which already show signs of free competition with no state regulation influence.

Keywords: globalization, free price formation, competitive environment, food market, raw materials market, megacity, whole-milk products market

Стаття надійшла до редакції: 05.09.2017 р.