

СТРАТЕГИЯ ЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

ЛИПЫЧ Л. Г.

доктор экономических наук

МОМЧЕВА А. М.

аспирантка

Луцк

Заготовка сырья – одна из важнейших составляющих деятельности молокоперерабатывающих предприятий. Обеспечение производства сырьем дает возможность рациональной загрузки мощностей, увеличения объемов производства продукции, повышения рентабельности предприятия.

Анализ расходов наибольших молокоперерабатывающих предприятий Украины показал, что расходы на сырье и материалы составляют 75 – 80% себестоимости продукции, при этом собственно сырье занимает 60%.

Это свидетельствует о важности и актуальности рассмотрения проблем заготовки сырья для производства молочных продуктов; выделения заготовительной деятельности как отдельной составляющей деятель-

ности молокоперерабатывающих предприятий с целью оценки и обоснования стратегии повышения ее эффективности.

Исследования эффективности заготовки сырья для производства молокопродуктов всегда привлекали внимание ученых. Особенно актуальной является проблема качества заготавливаемого молока. Изучению данных вопросов посвятили свои труды такие ученые: Н. С. Белинская, П. С. Березивский, В. М. Бондаренко, О. М. Бородина, О. П. Гребельник, Т. Г. Дудар, О. А. Козак, О. М. Колос, П. Т. Саблук, В. Б. Смолинский. Однако отсутствует комплексная методика оценки эффективности заготовительной деятельности. Недостаточно рассмотрен вопрос формирования стратегий, которые бы позволили не только удержать рыночную позицию, но и максимизировать конкурентные преимущества.

Цели статьи – анализ последних тенденций развития молочной промышленности Украины. Формирование и апробация методики оценки эффективности заготовки сырья. Обоснование стратегии повышения эффективности заготовки сырья для ОАО «Дубномолоко».

Заготовительная деятельность молокоперерабатывающих предприятий нуждается в изучении и оцен-

ке, с целью решения проблем, касающихся налаживания стабильных взаимоотношений между производителями и переработчиками молока; неполной загрузки производственных мощностей молокоперерабатывающих заводов в период с декабря по март; заготовки сырья высокого качества.

В последние годы в Украине наблюдается тенденция к снижению качества закупаемого молока, что обусловлено экономическими и социальными причинами, в том числе, увеличением количества производства молока в частных хозяйствах населения, где очень трудно обеспечить качество молока. Чтобы получить хороший молокопродукт, необходимо обеспечить качество и безопасность четырех компонентов: 1) корма для животных; 2) условий содержания и дойки коров; 3) переработки сырья; 4) доставки молокопродуктов непосредственно к потребителю [5, с. 1604]. Таким образом, качество молочного сырья в большой мере определяет качество молочных продуктов, изготовленных из него.

Для оценки заготовительной деятельности молокоперерабатывающих предприятий сначала проанализируем текущее состояние и перспективы развития молочного рынка Украины.

На рынке молокопродуктов Украины наблюдаются следующие тенденции и закономерности:

- ✦ производители молокопродуктов сосредотачивают свои усилия на развитии и совершенствовании технологий производства твердых сыров и цельномолочной продукции, а также на расширении рынка данной продукции;
- ✦ наибольшие предприятия постоянно расширяют и совершенствуют ассортимент продукции, дополняя его вариантами из смежной деятельности в области продажи мороженого, соков, напитков, кулинарных изделий;
- ✦ в период с 1990 по 2008 год в Украине произошло падение производства молока с 24,5 до 11,8 млн т [1].
- ✦ невзирая на отрицательную динамику развития молочной промышленности, Украина находится на десятой ступеньке в мировом рейтинге молочных производителей [4, с. 53];
- ✦ в 2008 году в Украине насчитывалось около 200 предприятий, которые специализируются на производстве сыра [1];
- ✦ вытеснение из рынка мелких операторов. 42% рынка твердых сыров контролирует 8 предприятий и объединений. Аналогичная ситуация наблюдается на рынке цельномолочной продукции;
- ✦ стратегия основных производителей молокопродуктов направлена на завоевание стойких позиций на рынке больших городов Украины: Киев, Харьков, Донецк, Днепрпетровск, Одесса, Львов;
- ✦ постепенно увеличивается доля продаж молочной продукции через супермаркеты, уменьшается реализация на рынках;
- ✦ основные производители улучшают отделы сбыта – набирают высококвалифицированных

специалистов, используют все формы продвижения продукции на рынок: прямые продажи, оптовые продажи, продажи через дилеров, дистрибьюторов;

- ✦ происходит постепенное сглаживание сезонных колебаний;
- ✦ качество сырья остается одной из основных проблем. Особенно трудно контролировать качество молока, собранного от частных хозяйств;
- ✦ из общего количества реализованного молока почти 26% – сырье высшего сорта [3, с. 160];
- ✦ увеличиваются объемы инвестиций со стороны внешних инвесторов [2, с. 151];
- ✦ производство экспортных продуктов в значительной степени зависит от конъюнктуры на мировом рынке, рынке России;
- ✦ характерным методом конкурентной борьбы является наличие в ассортименте уникального товарного предложения;
- ✦ важную роль в формировании спроса, стимулировании сбыта и расширении рыночных позиций, играет фасовка и упаковка продукта.

С целью оценки эффективности заготовки молока предлагаем использовать следующие показатели: коэффициент обеспечения производства сырьем, средняя цена закупки молока, качественные показатели заготавливаемого молока, организационные расходы на заготовку молока, коп. на 1 л молока, расходы на транспортировку, коп. на 1 л молока (*табл. 1*).

Оценим эффективность заготовки молока на примере ОАО «Дубномолоко» (*табл. 2*).

Таким образом, согласно разработанной шкалы заготовительная деятельность на ОАО «Дубномолоко» находится на среднем уровне. Сорт экстра не заготавливается в связи с тем, что в Украине молоко такого качества почти не производится, а в сырьевой зоне данного завода вообще отсутствует.

На основе оценки эффективности заготовительной деятельности, формируется стратегия заготовки сырья. Стратегической целью ОАО «Дубномолоко» в сфере заготовки сырья является эффективная заготовка качественного молока с целью производства твердых сыров для максимального удовлетворения нужд потребителей и получения прибыли. Стратегическими подцелями является:

- 1) максимальное обеспечение производства сырьем;
- 2) увеличение количества заготовки молока высшего сорта;
- 3) стабилизация закупочной цены молока ниже рыночной;
- 4) уменьшение расходов, которые сопровождают заготовку;
- 5) увеличение количества молока, которое заготавливается от крупнотоварных производителей;

При обосновании стратегии заготовки сырья следует рассматривать два вопроса:

- 1) наличие потенциальных клиентов в зоне возможной заготовки;

Показатели эффективности заготовки сырья

№	Название показателя	Шкала оценок					
		-1	1	2	3	4	5
1	Коэффициент обеспечения производства сырьем	<80	80	85	90	95	100
2	Средняя цена закупки молока	> чем средняя цена > 10%	> чем средняя цена на 5 – 10%	> чем средняя цена на 1 – 5%	равняется средней цене	< чем средняя цена на 1 – 5%	< чем средняя цена > чем на 5%
3	Качественные показатели молока	0	1	2	3	4	5
	сорт экстра %	0	0 – 25	26 – 50	51 – 75	76 – 95	96 – 100
	высший сорт,%	0	0 – 40	41 – 60	61 – 80	81 – 100	–
	первый сорт,%	0	81 – 100	51 – 80	0 – 50	–	–
	второй сорт,%	0	51 – 100	0 – 50	–	–	–
		-1			5		
	несортовое молоко	заготавливается			не заготавливается		
4	Организационные расходы, коп. на 1 л	50	45	40	35	30	25
5	Транспортные, коп. на 1 л	>35	31 – 35	26 – 30	21 – 25	16 – 20	<15

Таблица 2

Оценка эффективности заготовки сырья на ОАО «Дубномолоко»

№	Название показателя	Значение показателя	Оценка
1	Коэффициент обеспечения производства сырьем	80	1
2	Средняя цена закупки молока	5%	4
3	Качественные показатели молока		
	сорт экстра	0%	0
	высший сорт	10%	1
	первый сорт	80%	2
	второй сорт	10%	2
	несортовое молоко	0%	5
4	Организационные расходы на заготовку молока, коп., на 1 л молока	30	4
5	Транспортные расходы, коп. на 1 л молока	20	4
6	Общая оценка	23	

2) за счет каких конкурентных преимуществ планируется создать свою сырьевую базу.

Ключевыми факторами достижения конкурентных преимуществ являются:

- 1) максимальное ограничение доступа конкурентов к рынкам заготовки молока;
- 2) предоставление финансовой помощи производителям молока для проведения посевных работ, сбора

урожая, приобретения оборудования, погашения банковских кредитов, увеличения поголовья стада;

3) подготовка и принятие новой системы оплаты, которая будет давать возможность получить премию, прямо пропорциональную увеличению количества заготовленного молока;

4) введение системы премирования по итогам года для стабильных клиентов, которые сдают большое количество молока;

5) предоставление современного холодильного оборудования в бесплатную аренду с целью сохранения начального качества молока для хозяйств, которые имеют больше 2-х тонн молока в день. Также для всего молока от частных хозяйств населения, где разовая партия заготовки больше 1-й тонны в день;

6) продажа заменителей молока, проведение бесплатного осеменения коров, для населения, услуги передвижной лаборатории;

7) проведение оплат без задержек в обусловленные договором сроки, недопущение резких снижений цен в начале сезона;

8) проведение опускания закупочных цен на молоко на 1-2 дня позже, чем конкуренты, что позволит увеличить количество поставщиков молока в населенных пунктах;

9) проведение поднятия закупочных цен на молоко на 1-2 дня ранее конкурентов, что позволит достичь эффекта описанного в предыдущем пункте и достичь лучшей лояльности населения при заготовке молока.

ВЫВОДЫ

Таким образом, вопрос обеспечения молокоперерабатывающих предприятий сырьем является очень важным и нуждается в оценке и детальном обосновании. В структуре себестоимости молочной продукции

сырье занимает 60%, поэтому цена закупки молока – основной рычаг для снижения себестоимости. Стратегия заготовки сырья на ОАО «Дубномолоко» направлена на повышение качества молока путем тесного сотрудничества с крупнотоварными производителями, а также увеличение объемов закупок от больших хозяйств путем предоставления им финансовой помощи. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственный комитет статистики Украины // www.ukrstat.gov.ua.

2. **Козак О. А.** Основные тенденции развития мирового рынка молока и молочной продукции / Козак О. А. // Экономика АПК.– 2007.– № 3.– С. 149 – 153.

3. **Колос О. М.** Формирование национального рынка молокоперерабатывающей продукции в условиях обеспечения продовольственной безопасности / Колос О. М // Научный вестник Львовского государственного университета внутренних дел.– 2009.– № 2.– С. 156 – 161.– (Серия экономическая).

4. **Ладика В.** Мировой молочный рынок: состояние и перспективы / Ладика В., Масляк О. // Предложение.– № 3.– 2009.– С. 51 – 54.

5. **Valeeva N. I.** Improving Food Safety Within the Dairy Chain: An Application of Conjoint Analysis / N.I. Valeeva, M. P. M. Meuwissen, A.G.J.M. Oude Lansink, R.B.M. Huirne//Journal of Dairy Science.– 2005.– Vol. 88.– Issue 4.– PP. 1601 – 1612.