

Ринок молока в Україні та перспективи для різних категорій господарств



М.Г. Павличенко, радник з розвитку бізнесу, Міжнародна фінансова корпорація, Проект розвитку молочного сектору

(Продовження)

У першій частині статті (див. попередній номер «Молочної промисловості») ми зробили короткий огляд стану ринку сирого молока в Україні. Розглянемо тепер конкурентоздатність різних категорій господарств та їх перспективи на ринку молока.

3. Конкурентоздатність господарств

Як ми вже з'ясували (див. розділ 2 цієї статті), виробництво молока господарствами населення зросло з 25% від загального обсягу виробництва у 1990 році до 81–82% у 2002–2006 роках. Чому? Це питання є виключно важливим. Якщо ми відповімо на нього – ми відповімо й на питання щодо перспектив різних категорій господарств на ринку молока.

Але спершу подивимося, як вплинула на обсяги виробництва молока криза 2006 року, що розпочалася після запровадження Росією заборони на ввезення м'ясо-молочної продукції з України 20 січня минулого року. Простежимо, як змінювалося виробництво молока протягом 2006 р. на прикладі Вінницької області (див. табл. 2).

Таблиця 2

Виробництво молока у Вінницькій обл. у 2006 р. порівняно з 2005 р.

	За 6 міс.	За 9 міс.	За 12 міс.
С/г підприємства	-7,4%	-7,4%	-5,9%
Господарства населення	-2,3%	0,5%	1,6%
РАЗОМ	-3,3%	-1,0%	0,3%

Отже, протягом першого півріччя 2006 р. сільгосппідприємства зменшили виробництво більш як

на 7% порівняно із відповідним періодом 2005 р. Надалі таке відставання зберігалось, й за 9 місяців ми бачимо ту саму картину. Лише на кінець року відставання дещо скоротилося й становило 5,9% (молочна галузь почала виходити, або, точніше кажучи, виповзати з кризи).

У господарствах населення впродовж перших 6 місяців відставання теж мало місце і становило 2,3% (проти 7,4% – для с/г підприємств), але за 9 місяців воно скоротилося майже до нуля (0,5%), а за результатами року навіть зросло на 1,6%. Скільки молока вироблялося у всій Україні, показано у табл. 3.

Таблиця 3

Виробництво молока в Україні у 2006-му – на початку 2007 р.

	2006 р. до 2005 р.	I кв. 2007 р. до I кв. 2006 р.
С/г підприємства	-5,0%	-9,9%
Господарства населення	-2,7%	-1,3%
РАЗОМ	-3,1%	-3,3%

Закономірність одна й та сама: господарства населення значно менше скоротили виробництво молока, ніж с/г підприємства. Причому на початку 2007 р. цей розрив навіть збільшився. Давайте задамо собі запитання: якщо в умовах кризи одні види господарств різко скорочують своє виробництво, а інші – ні, демонструючи здатність протистояти кризі й зберігаючи за собою ринок, то чи характеризує це їхню конкурентоздатність? Запитання риторичне. Кожному зрозуміло, що характеризує. З цієї точки зору господарства населення видаються більш конкурентоздатними, ніж сільгосппідприємства. Але не поспішатимемо з висновками... Натомість подивимося на табл. 4.

Таблиця 4

Реалізація молока переробним підприємствам у 2006 р., млн тонн

	С/г підприємства	Госп. населення	РАЗОМ
Вироблено	2,45	10,83	13,29
Реалізовано	1,83	3,39	5,61
% реалізації	75%	31%	42%

Ми бачимо, що у той час, як с/г підприємствами реалізовано на переробку 75% від загальної кількості виробленого молока, господарствами населення – лише 31% (у період до 2006 р. пропорції були приблизно такими самими). Зрозуміло, що зміна попиту на молоко дужче впливатиме на то-

го, хто його більше продає. У нашому випадку – це с/г підприємства. Іншими словами, залежність (еластичність) обсягів виробництва молока від обсягів його закупівель для сільгосп підприємств є значно більшою, ніж для господарств населення. А це, у свою чергу, означає, що наші висновки щодо більшої конкурентоздатності населення були б передчасними. Тому продовжимо дослідження...

3.1. Конкурентні переваги

Перш ніж знову звернутися до цифр, розглянемо конкурентні переваги різних категорій господарств – виробників молока:

– с/г підприємства: *висока якість молока (завдяки сучасним технологіям доїння і зберігання молока), великі партії молока;*

– господарства населення: *низька собівартість (через відсутність накладних витрат та завдяки дешевій робочій силі). Більш високі надії: 3700 кг проти 3000 кг у с/г підприємствах (за рахунок кращого догляду за худобою).*

Проаналізуємо ці фактори більш детально.

Якість молока і надії. Великотоварні господарства продають якісніше молоко не тому, що краще молоко дають їхні корови. Скоріше навпаки: у приватному секторі й догляд за худобою, і надії, і якість молока, як правило, є ліпшими. Один дід казав мені: «Я ж свою корову доглядаю, я їй лісове сіно кошу, я їй буряки запарюю, макуху даю. Я рано, о 5-ій годині її вже подоїв, щоб пів на шосту здати заготівельникові свіже молоко. У мене така жирність молока – прилади зашкалюють! І я ж туди ні краплі води не ллю. А вони кажуть мені, що в мене погане молоко! То де справедливість?» Тут ми маємо визнати, що у таких хазяїв справді хороше молоко! Але проблема все ж є! І полягає вона не лише у тому, що не кожен господар є таким же добросовісним, а молоко урешті-решт все одно зливають в одну ємність. Лишило на совісті деяких господарів те, що вони часом додають до молока, а на совісті деяких закупівельників їх маленькі (а подекуди й не дуже маленькі) хитрощі з прийманням молока. Попри все те великотоварне господарство таки має велику перевагу перед господарствами населення. І ця перевага – в технології доїння! Нехай ще мало хто має доїльні зали, але молокопроводи стоять майже у всіх сільгосп підприємствах, і молоко звідти потрапляє прямо в охолоджувальний танк. От це якраз і забезпечує належну якість молока! Не говоримо про те, що дехто у нас більше зацікавлений у тому, щоб гостро поставити проблему якості молока від господарств населення, ніж у тому, аби вирішити її. Не будемо також прямо пов'язувати з якістю молока минулорічні російські заборони (і згадувати, що торкнулися вони тоді всіх, навіть тих підприємств, продукція яких пройшла сертифікацію за російськими ж стандартами). Просто констатуємо, що на вході у переробне підприємство молоко від сільгосп підприємств, як правило, має вищу якість, ніж молоко від господарств населення. І це є важливою конкурентною перевагою перших, бо за краще молоко платять більше грошей.

Ми вже говорили про кращий догляд худоби в господарствах населення. Завдяки цьому вони мають і кращі надії. Трохи зарано втішатися з тих надій (нехай це на 10% більше, ніж у Росії, але це все одно менше, ніж у будь-якій країні на захід від України). Але нам у даному разі важливо інше: зазначити, що більш високі надії є конкурентною перевагою господарств населення, бо дозволяють отримувати більші доходи на одну корову.

Собівартість. Наведені вище причини низької собівартості молока в господарствах населення (дешева робоча сила, відсутність накладних витрат тощо) зовсім не гарантують їм меншої собівартості, ніж у великотоварних господарствах. Останні мають свої можливості щодо її зниження: збільшення обсягів виробництва, зростання продуктивності праці тощо. Але факт залишається фактом: нині в Україні, як ми пересвідчимося далі, собівартість молока у господарствах населення дійсно нижча, ніж у великих господарствах. І це є конкурентною перевагою перших.

Фермерські господарства ми поки що окремо не розглядаємо, оскільки їх частка на ринку молока є незначною. Крім того, вони займають проміжне становище між господарствами населення й великотоварними господарствами, тому їм тією чи іншою мірою властиві сильні й слабкі сторони як одних, так і інших.

3.2. Конкурентоздатність

Конкурентоздатність господарства – це його здатність знаходити й реалізовувати конкурентні переваги. Які конкурентні переваги мають господарства різних категорій – ми щойно з'ясували. Давайте подивимося, як вони їх реалізують на практиці. Звернемося до табл. 5 та 6.

Таблиця 5
Прибутковість різних категорій господарств – виробників молока у Вінницькій обл. у 2005 р.

Категорії господарств	Середня собівартість, грн на 1 кг	Середні закупівельні ціни, грн за 1 кг		Прибуток, грн з 1 кг	
		червень	грудень	червень (при min цінах)	грудень (при max цінах)
Госп. населення	0,60	0,80	1,15	0,20	0,55
С/г підприємства	0,88	0,90	1,40	0,02	0,52
Сильні с/г підприємства	0,80	1,10	1,45	0,30	0,65

У таблиці 5 відображено собівартість і ціни молока для різних категорій господарств Вінницької обл. у 2005 р., тобто до молочної кризи. Усім відомо, що ціни, так само як і обсяги виробництва молока, мають значні сезонні коливання. Тому ми взяли до уваги ціни за червень, коли вони є мінімальними, і за грудень, коли вони досягають максимуму. Середню собівартість 1 кг молока для сільгосп підприємств (88 коп.) нам дає статистика. Але жодне з джерел не інформує про собівартість виробництва молока господарствами населенням. Тому цю цифру було розраховано на основі реальних даних (розрахунок Олени Бідної, фінансового спеціаліста Проекту розвитку молочного сектора Міжнародної фінансової корпорації). При цьому працю селян у власному господарстві також брали до уваги й оцінювали в розмірі мінімальної заробітної плати. Тобто ми відійшли від старого селянського принципу: «Свою працю не рахуємо».

Порівняємо у табл. 5 прибутковість господарств різних категорій (третій рядок «Сильні с/г підприємства» поки що не розглядаємо). У грудні прибуток з кожного кг молока становив: для господарств населення – 55 коп.

(1,15–0,60), для с/г підприємств – 52 коп. (1,40–0,88). Ще більшою виявилася різниця у червні (в період найнижчих цін): для господарств населення – 20 коп. (0,80–0,60), для с/г підприємств – лише 2 коп. (0,90–0,88). Зауважимо також, що прибуток с/г підприємств підлягає оподаткуванню, а прибуток господарств населення у більшості випадків – ні.

Такою була картина у Вінницькій області перед кризою 2006 року: прибутки середнього господарства населення були більшими, ніж прибутки середнього с/г підприємства. Чи не тому у 2006 р. під час кризи господарства населення менше знизили виробництво молока, ніж с/г підприємства, що у них був більшим запас прибутковості? Але давайте спочатку поглянемо на загальну ситуацію по Україні (див. табл. 6).

Таблиця 6
Прибутковість різних категорій господарств – виробників молока в Україні

		Середня собівартість, грн на 1 кг	Середня ціна, грн за кг	Прибуток, грн. за кг
2005	Госп. населення	0,60	0,96	0,36
	С/г підприємства	0,95	1,15	0,20
2006	Госп. населення	0,64	0,81	0,17
	С/г підприємства	1,01	1,14	0,13
I кв. 2007	Госп. населення	0,66	1,33	0,67
	С/г підприємства	1,04	1,56	0,52



Технології доїння бувають різними. Так само, як і якість молока, як і ціни на нього!

Ми бачимо, що і до кризи (2005 р.), і під час кризи (2006 р.), і після неї (I кв. 2007 р.) вищими були прибутки господарств населення. І це дає підстави зробити висновок щодо більшої конкурентоздатності господарств населення. І саме більшою конкурентоздатністю пояснюється, до речі, зростання частки молока господарств населення на ринку молока впродовж останніх 15–20 років. Отже...

Висновок 1: У сфері виробництва сирого молока середнє господарство населення є більш конкурентоздатним, ніж середнє с/г підприємство

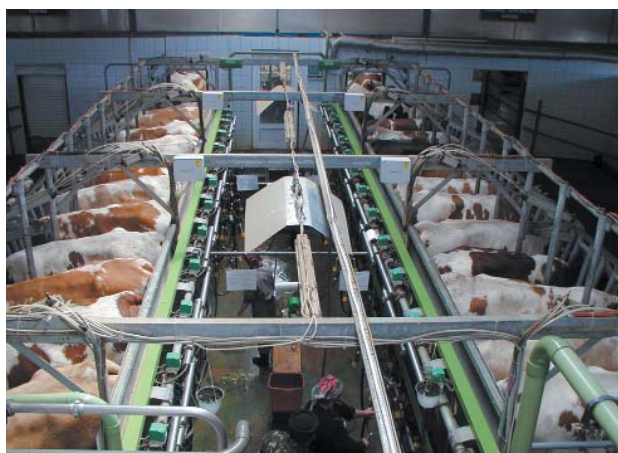
Це, якщо казати загально, усереднено. Але давайте знову поглянемо на табл. 5. Не марно там в останньому рядку окремо наводяться дані для сильних с/підприємств. Статистика не наводить нам таких даних – їх взято із самого життя. Вони є усередненими по групі підприємств – клієнтів Проекту розвитку молочного сектору Міжнародної фінансової корпорації.

Це не найкращі підприємства, але й не найгірші. Це такі підприємства, яким все ж вдається зводити кінці з кінцями, які мають більш ефективний менеджмент і, відповідно, кращі результати, ніж середнє українське с/г підприємство. Як бачимо, ці підприємства мають і нижчу собівартість (біля 80 коп. на 1 кг молока), і кращі ціни (за рахунок вищої якості). Зазначимо, що в розрахунок взято далеко не найвищі ціни. Адже є й такі господарства, які навіть у розпал кризи 2006 року не продавали молоко дешевше, ніж по 1,40 грн за 1 кг. Ми такі до уваги не брали. Отже, по нашій групі (сильні підприємства) середні прибутки становлять: 65 коп. (1,45–0,80) – у грудні й 30 коп. (1,10–0,80) – у червні (у період найнижчих цін).

Це найкращі показники по табл. 5. Таким чином...

Висновок 2: Найвищу конкурентоздатність мають сильні с/г підприємства (підприємства з ефективним менеджментом)

Наведені висновки, на жаль, не заперечують того факту, що у 2006 р. більшість с/г підприємств зазнали збитків від виробництва молока. Так само як і того, що господарства населення продавали молоко собі у збиток улітку 2006 р., коли закупівельні ціни майже всюди по Україні впали нижче 60 коп. Просто люди, продаючи тоді молоко, сподівалися на кращі



часи, яких, власне, і дочекалися восени 2006-го. Слід також зауважити, що збитки для господарства населення – це зовсім не те, що збитки для с/г підприємства. Збитковість останнього призводить до необхідності покриття збитків з того чи іншого джерела. Тобто, таке господарство або лишається винним постачальникам, або затримує зарплату, або бере кредит у банку (чи не повертає його вчасно), або використовує для покриття збитків раніше отриманий прибуток тощо. Якщо ж селянин продаватиме молоко собі у збиток, то це зовсім не обов'язково означає, що він буде комусь винен. Просто він знову майже задурно продасть свою працю, яку ми й так при розрахунках оцінювали в розмірі мінімальної заробітної плати (див. табл. 5). Якщо врахувати високий рівень безробіття на селі й те, що доходи від продажу молока власної корови є для багатьох чи не єдиним джерелом існування, то стане зрозуміло, що стійкість господарств населення часом тримається більше на безвиході, ніж на економічній вигоді. Утім сказане ніяк не спростовує висновків, зроблених вище. *(Далі буде...)*