

УДК 339.133:637.1

ББК 65.291.31

Е.В. Сидорчукова

к.э.н., доцент, ИрГСХА, г. Иркутск

Sev_2111@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА МОЛОЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ

В статье представлен анализ современных тенденций формирования спроса на молочную продукцию, складывающихся на мировом рынке, на основании которых определяют стратегию развития мирового молочного хозяйства.

Ключевые слова: спрос на молочную продукцию, мировое молочное хозяйство, производство молока, цены на молочную продукцию

E.V. Sidorchukova

Candidate of economic sciences,

Irkutsk State Academy of Agriculture,

Irkutsk

Sev_2111@mail.ru

CURRENT TRENDS IN CREATING THE DEMAND FOR DAIRY PRODUCE

The paper presents the analysis of the current trends in creating the demand for dairy produce, which are forming in the global market, and on the basis of which the strategy of the development of global dairy husbandry is defined.

Key words: the demand for dairy produce, global dairy husbandry, manufacture of milk, the price for dairy production.

В России на современном этапе ситуация на рынке молока и молочной продукции после стремительно выросших цен на эту продукцию определяет актуальность мониторинга тенденций, складывающихся на мировом рынке молокопродуктов.

Не смотря на то, что объемы производства и потребления молочной продукции в последние годы выросли, ситуация на мировом рынке молока характеризуется заметным повышением цен на готовую продукцию. При этом темпы роста цен на молочную продукцию значительно выше темпов роста производства. Учитывая тот факт, что раньше мировая торговля молочными продуктами рассматривалась как вторичный рынок, на который направлялись избыточные объемы продукции, то в настоящее время рынок молокопродуктов стремительно увеличивается. Рост и направления глобальной торговли молочной продукцией в большей степени зависят от уровня разницы между внутренним производством молочных продуктов и спросом в отдельных странах, а также от темпов увеличения этой разницы. Поэтому быстрый рост спроса на молочные продукты в странах с дефицитом молока заставляет страны-экспортеров пересматривать возможности международных рынков.

Так, торговля продуктами из сыворотки и концентратами молочного белка несколько расширилась, однако из-за относительной новизны этих рынков объемы товарооборота несопоставимы с объемами других молочных продуктов. Сухое молоко во всех формах имеет высокий спрос, особенно в тропических странах как для коммерческого, так и для домашнего «восстановления» в молочные смеси - важные продукты питания для детей. Растущий спрос на молоко в развивающихся странах затронул торговые шаблоны. Так, в 1980 году страны ЕС ввозили около 30% общего экспорта новозеландских молочных продуктов и являлись единственным крупнейшим импортером, а к 2007 году этот показатель снизился до 8% [3]. За этот период объем экспорта из Новой Зеландии в ЕС почти не изменился, но резко возросли объемы поставок в Китай и другие развивающиеся страны. Следует отметить, что во многих странах, инициировавших резкий рост торговли молочной продукцией с Новой Зеландией, наблюдается следующая тенденция: темп роста спрос на молоко опережает возможности производителей и переработчиков выработать и поставить готовую продукцию быстро растущему городскому населению.

В некоторых странах потребление молока на душу населения растет, но по сравнению с остальным миром все еще находится на чрезвычайно низком уровне. Например, в Китае и России производство молока увеличилось, но не в достаточной мере для удовлетворения растущего спроса. Одной из самых больших проблем молочного сектора в Китае остается недостаточная координация деятельности между производителями молока и переработчиками. Основной проблемой молочного сектора России является недостаток молочного сырья для предприятий переработки. В этой связи в странах, где уровень поставок молока незначительный, несоответствие между внутренними поставками и спросом все больше стимулирует рост импорта [2]. Не смотря на то, что страны ЕС последние два десятилетия являлись основными поставщиками молочной продукции на мировом рынке, в настоящее время экологические ограничения и квоты способствовали сокращению объемов производства этой продукции. Кроме того, молочный сектор этих стран стал специализироваться на сырах, идущих на экспорт по «премиальным» ценам. Поэтому управлять большей частью мировой торговли молокопродуктами стали Австралия и Новая Зеландия [3].

Следует отметить, что особенности функционирования рынков молочных продуктов в различных странах обусловлены спецификой спроса населения разных стран на эту продукцию. Особенности спроса потребителей молочной продукции отражаются в их социальном и экономическом статусе, традициях и привычки питания. Так, к основным факторам, которые определяют различие уровней спроса на молокопродукты в разных странах, следует отнести цена на готовую продукцию,

уровень дохода потребителей и доступность молока. Например, потребление жидкого молока на душу населения растет более высокими темпами в странах Латинской Америки, а потребление таких молочных продуктов как сыр, ферментированных молочных напитков и йогуртов увеличивается в США и странах Западной Европы.

Развитие международного рынка ферментированных молочных напитков ограничивается высокими транспортными затратами и предпочтения местного населения. А мировой рынок йогурта является высокофрагментированным по странам и регионам для удовлетворения особых предпочтений потребителей вкусовым и питательным особенностям. Так, уровень потребления йогурта в расчете на душу населения высок в странах с высоким уровнем доходов населения, таких как Япония и Западная Европа [1]. В некоторых странах с высоким уровнем доходов населения, включая США, растет потребление сыра, а потребление жидкого молока снижается. На фоне этого стремительное увеличение спроса в развивающихся странах со средним уровнем доходов населения оказывает существенную поддержку торговле молочными продуктами в мире.

Структура потребления молочной продукции внутри каждой страны и региона варьирует, что обусловлено рядом объективных и субъективных причин, в том числе этническими и культурными особенностями. Так, в Финляндии в отличие от других европейских стран несколько выше уровень потребления жидкого молока и сыра в расчете на душу населения, а во Франции и Греции – высокий уровень потребления мягких сыров.

В разных странах изменения в розничной торговле молочными продуктами характеризуются совершенно разными темпами в связи с ростом доходов и увеличением городского населения. Реализация крупных рекламных кампаний и появление новых видов каналов сбыта продукции способствуют росту продаж в таких странах как Китай, Индонезия, Латинской Америки. Крупные сети супермаркетов способствуют росту уровня потребления, предоставляя потребителям доступ к широкому выбору продуктов и брендов. На этих развивающихся странах рост рынка молочных продуктов составляет более 10% в год[3].

Проведенные исследования в сфере потребления молочной продукции свидетельствуют о том, что для обеспечения конкурентоспособности предприятиям молочной промышленности необходимо постоянно поддерживать интерес потребителей молочной продукции за счет разработки инновационных продуктов. Так, количество новых молочных продуктов в мире за последнее десятилетие увеличилось в 2 раза. Маркетинг молочных продуктов, осуществляемый многонациональными компаниями, такими, как Nestle (Швейцария), Aria Foods (Дания-Швеция), Danone (Франция), Lactalis (Франция), Unilever (Нидерланды-Великобритания) и Kraft Foods (США), становится все более чув-

ствительным к региональным предпочтениям и демографическим факторам с целью удовлетворения потребностей специфических потребителей. Например, компания Kraft выпустил плавленный овечий сыр Manchego в США для привлечения латиноамериканских потребителей.

Маркетинговые стратегии молочных продуктов делают особую ставку на качество отдельных продуктов для привлечения покупателей. Отдельные инновационные производители зарабатывают на повышающейся потребительской осведомленности населения о роли специфических компонентов молочных продуктов для здоровья человека. Такая стратегия диктует необходимость представлять эти продукты как «пробиотические» виды молока (диетические продукты с бифидобактериями или закваской), йогурты, молочнокислые напитки, необходимые для здоровья человека из-за деятельности полезных бактерий.

Таким образом, мировой рынок молока и молочных продуктов за последние десятилетия значительно расширился и диверсифицировался, что обусловлено ростом потребностей населения, географическими изменениями в товаропотоках, новыми предпочтениями потребителей. Рост потребностей со стороны развивающихся стран и их стабилизация в развитых странах мира определяют стратегию развития мирового молочного хозяйства.

Список литературы

1. Брикач Е.Е., Новоторов А.В., Ширяев В.Н., Строков А.А. Оценка эффективности производства и продажи молока в России, США, Великобритании в условиях конкуренции // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2008. - №9. – с.27-30.

2. Калинина Л.А., Сидорчукова Е.В. Региональный рынок молока и молочной продукции: проблемы становления и развития. – Иркутск: Изд-во БГУЭиП, 2007. – 160с.

3. Папцов А.Г., Глухов Д.О. Современные тенденции потребления молочной продукции за рубежом // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2008. - № 12. – с.71-74.

Фамилия, имя, отчество (полностью)	Сидорчукова Елена Вячеславовна
Ученая степень, звание	К.э.н., доцент
Должность	Доцент
Полное название организации	Иркутская государственная сельскохозяйственная академия
Адрес организации	664038 г. Иркутск, п. Молодежный
Рабочий телефон, факс	(3952) 237-405
Домашний телефон	8-964-215-02-05
e-mail	Sev_2111@mail.ru
Название доклада	Современные тенденции формирования спроса на молочную продукцию
Форма участия	Заочная
Бронирование гостиницы	Нет