

**Ринок молочної продукції України: сучасний стан та проблеми
перспективного розвитку**

Розвиток харчової промисловості країни як пріоритетного напрямку економічної політики держави включає відновлення та подальший прискорений розвиток її базових галузей. У зв'язку з цим молочна промисловість посідає особливе місце серед галузей харчової промисловості, оскільки забезпечує населення продукцією повсякденного попиту, особливо малозабезпечені верстви населення, та займає високу питому вагу серед товарів дитячого харчування.

Теоретичним і практичним аспектам розвитку харчової промисловості в цілому і молочної зокрема присвячені роботи багатьох вчених-економістів - П.П.Борщевського, А.Ф. Гончара, В.Д. Гончарова, Л.В.Дейнеко, А.О. Заїнчковського, Д.Ф. Крисанова, Ю.П.Лебединського, В.Д. Слюсаря, В.Г. Трегобчука, Л.Г. Чернюк та інших. Проте становлення та розвиток ринку молока та молочної продукції країни висуває нові актуальні питання, які потребують своєчасного вирішення. Взаємопов'язані проблеми стратегічного розвитку молочної промисловості та визначення основних пріоритетних напрямів роботи галузі залишаються поки що поза увагою дослідників, що й зумовило доцільність пропонованої статті. Її метою є дослідження ринку молочних продуктів і розробка стратегічних напрямів його перспективного розвитку.

У структурі харчової промисловості України на виробництво молока та молочної продукції у 2002 р. припадало 15,2 %. За даними відповідного року галузь нараховувала 483 підприємства, які можуть переробляти на молочну продукцію понад 20 млн. т. молока на рік.

Динаміка розвитку молочної промисловості за період 1990-2000рр. свідчить

про значне зменшення обсягів виробництва продукції з незбираного молока як по Україні в цілому (майже в 10 разів), так і по окремих регіонах. І тільки з 2000р. намітилась позитивна тенденція відновлення та поступового нарощування обсягів випуску продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Виробництво продукції з незбираного молока по регіонах

(тис. т)

Регіони	1990	1995	1999	2000	2001	2002	2002 р. до	
							1990 р., %	2000 р., %
Україна	6431,6	1292,7	699,5	698,9	1020,9	1177,6	18,3	168,5
у тому числі								
Автономна Республіка Крим	377,8	62,9	28,3	32,4	35,7	31,9	8,4	98,5
області								
Вінницька	149,4	27,5	17,7	15,5	21,6	28,5	19,1	183,9
Волинська	106	22,9	9,7	12,4	27,8	25,2	23,8	203,2
Дніпропетровська	546,7	93,8	98,6	107,2	143,7	163,7	29,9	152,7
Донецька	795,3	138,9	45,5	40	61,7	77	9,7	192,5
Житомирська	164,2	33	6,5	6,4	8,4	12,3	7,5	192,2
Закарпатська	111,2	8,9	2,5	2,7	3,7	5,6	5,0	207,4
Запорізька	276,7	51	16,3	11,2	16,6	19,5	7,0	174,1
Івано-Франківська	133,2	25,6	11,7	12,1	19,6	16,4	12,3	135,5
Київська	398,7	88,1	102,7	96,2	97,1	102,6	25,7	106,7
Кіровоградська	118,8	27,4	6,9	5	9,5	10,1	8,5	202,0
Луганська	400,3	66,9	15	13,4	15,6	17,3	4,3	129,1
Львівська	366,9	68,8	24,4	24,8	35,1	43,8	11,9	176,6
Миколаївська	165,2	39,6	20,1	31,3	58,5	85,7	51,9	273,8
Одеська	314	49,7	32,5	19,6	26	33,5	10,7	170,9
Полтавська	192,4	60,4	39,8	45,7	55,3	65,9	34,3	144,2
Рівненська	110,6	33,1	4,5	5,9	7,7	9,7	8,8	164,4
Сумська	152,6	32	21,8	19,2	21,4	23,4	15,3	121,9
Тернопільська	107,2	20,5	8,6	8,7	13,8	21,3	19,9	244,8
Харківська	452,3	108,1	69,2	66	167,4	180	39,8	272,7
Херсонська	125	49,6	9,6	7,6	10	8,2	6,6	107,9
Хмельницька	122,9	23,4	9,1	7,2	9,9	14,9	12,1	206,9
Черкаська	159,3	46,1	34,2	32,7	39,5	43,7	27,4	133,6
Чернівецька	89,8	16,4	4,2	3,7	3,6	4,8	5,3	129,7
Чернігівська	132,7	41,1	12,5	15,3	17,6	16,4	12,4	107,2
м. Київ	294,9	43,6	43,4	53,1	91	111,5	37,8	210,0
м. Севастополь	67,5	13,4	4,2	3,6	3,1	4,7	7,0	130,6

* Складено і розраховано за даними: Україна у цифрах 2002 рік. – К.: Консультант, 2003. – С. 91.

Найбільші обсяги виробництва продукції з незбираного молока у 2002 р. спостерігались по Харківській, Дніпропетровській, Київській областях та м. Києву (відповідно 180,0 тис. т, 163,7, 102,6 та 111,5 тис. т). В порівнянні з 2000 р. всі регіони України значно збільшили обсяги випуску продукції (майже в 2-3 рази) за виключенням Автономної Республіки Крим, де скорочення склало 1,5 %.

Виробництво основних видів молочної продукції представлено у табл. 2.

Таблиця 2

Виробництво основних видів молочної продукції

(тис.т)

	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Продукція з незбираного молока у перерахунку на молоко	5687	6432	1293	915	662	691	700	699	1021	1178
у тому числі у натуральній вазі молоко незбиране	2540	2589	488	320	258	291	287	263	431	474
кисломолочна продукція	307	380	116	98,3	94,1	119	137	158	212	258
з неї: кефір	212	292	95,9	78,1	67,1	78,7	88,2	103	133	160
йогурт	-	-	-	0,7	2,2	6,3	10,4	17,9	31,7	46,4
сметана	426	476	77,3	56,4	39,1	39,5	42,4	44,9	64,5	81,6
сир кисломолочний незбираний	109	138	30,0	18,2	10,4	10,6	9,8	9,4	12,8	13,4
Знежирена молочно продукція у перерахунку на незжирене молоко	417	446	177	119	72,9	70,9	87,3	81,3	88,1	95,6
Сухе незбиране молоко, сухі вершки та сухі суміші	48,2	61,1	21,4	12,0	9,3	8,3	8,6	11,0	22,5	16,6

* Складено за даними: Україна у цифрах 2002 рік. – К.: Консультант, 2003. – С. 143.

Дані таблиці свідчать, що позитивна тенденція стабілізації і збільшення обсягів виробництва у 2002 р. в порівнянні з 2000 р. прослідковується і за основними видами молочної продукції.

У 2001 р. в Україні молокозаводами було перероблено лише 48% (6,5 млн. т.) молока. Частка не переробленого молока становила 52%, причому лише 10% від нього припадало на споживання худобі, а решта 42% – на пряму реалізацію на ринку. Це свідчить про недосконалу організацію процесу заготівлі та переробки молочної сировини, про необхідність запровадження комплексного маркетингу та вдосконалення його функціонування в усіх ланках від виробництва до споживання.

Споживання молока та молочних продуктів на одну особу наведено на рис.1.

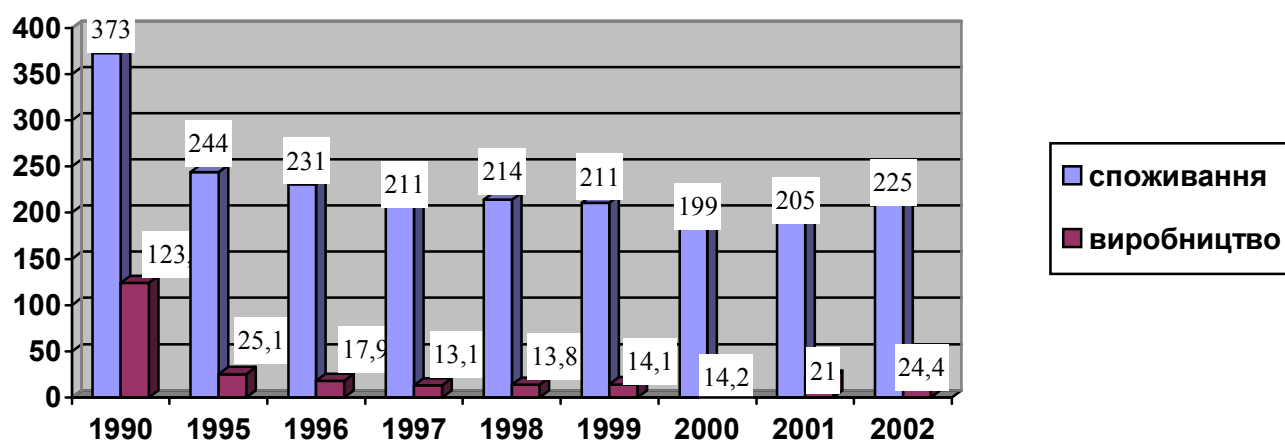


Рис. 1 Споживання та виробництво молока та молочних продуктів у перерахунку на молоко (на одну особу за рік, кг)

Наведені дані свідчать про велику різницю між виробництвом і споживанням молочної продукції на одну особу, яка покривається через насичення ринку імпортною продукцією. Найбільш привабливими країнами-виробниками для українських споживачів є Росія та країни Прибалтики і Західної Європи (Німеччина, Польща, Чехословаччина, Голландія та інші).

Аналізуючи споживання молока та молочних продуктів необхідно враховувати соціальне значення цієї галузі. Молочні продукти займають важливе

місце в житті українських споживачів з середнім і нижче середнього рівня доходу. Нарівні з іншими продуктами, такими як м'ясо, риба, овочі, молочні продукти становлять основу їх харчового раціону. Так, з урахуванням даних Держкомстату України має місце дефіцит молочних продуктів для забезпечення потреб населення згідно з рекомендаціями Міністерства охорони здоров'я з раціонального харчування.

Основними причинами, які стримують підвищення рівня споживання молочних продуктів населення, є: недостатні ресурси молока в сільськогосподарських підприємствах; висока собівартість виробництва молока та його переробки на молочні продукти; недостатня закупівля молока в приватному секторі; недостатня концентрація процесів виробництва; недостатнє споживання продукції з незбираного молока, сирів жирних, морозива, продукції із знежиреного молока; низька купівельна спроможність основної маси населення; високі ставки ПДВ на молочну продукцію (у Польщі та інших країнах Європи від 0 до 7%, в Росії – 10%, в Україні – 20%); низький рівень державної підтримки сільськогосподарського товаровиробника.

Зниження попиту на молочну продукцію і зростання витрат виробництва змушують підприємства переорієнтовуватись на освоєння нескладних технологій з низькими капітальними вкладеннями, на виробництво продуктів з тривалим терміном зберігання, на пошуки додаткових ресурсів сировини немолочного походження.

Продукти кисломолочної групи, що на сьогоднішній день представлені на ринку, можна розділити на три види: традиційні (кефір, сметана, ряжанка), збагачені (так названі біо-продукти) та йогуртно-десертні (йогурти – в'язкі та питні, сиркові десерти). Найбільшою популярністю у споживачів користується кисломолочна продукція традиційної групи (кефір, сметана, ряжанка) та молоко.

Виробництво традиційних кисломолочних продуктів достатньо розвинено, ринок є насичений, що пояснюється активною роботою операторів ринку на існуючих технічних потужностях.

Виробництво збагачених та йогуртно-десертних продуктів знаходиться на стадії бурхливого зростання. Збагачені продукти містять пробіотичні закваски які дозволяють відновлювати природні захисні властивості мікрофлори, знижувати рівень холестерину тощо. Такі властивості збагачених продуктів роблять їх привабливими для споживачів, що в свою чергу, стимулює розвиток ринку. Йогуртно-десертні звертають на себе увагу широтою асортименту, смаковими якостями та корисністю для організму.

Як на ринку цільномолочних продуктів в цілому, так і на ринку кисломолочних продуктів спостерігається збільшення конкуренції. Оператори ринку намагаються посилити свої позиції за допомогою розширення асортименту, втілення нових технологій виробництва (в першу чергу, що спрямовані на збільшення терміну зберігання продуктів без зміни їх корисних властивостей), підвищення якості продуктів. Проте експерти молочного ринку вважають, що останнім часом значна частина молочних біопродуктів, а саме біойогурти, біоряженки, біосметана, біокефір, що представлені на ринку України і відрізняються більш високою ціною через свої лікувальні характеристики, не відповідає стандартам. За даними експертів Інституту мікробіології та вірусології НАН України часто написи “біо” або “супербіо” на кисломолочних продуктах, що реалізуються в торговельній мережі не відповідає їх складу і в основному є результатом недобросовісної конкуренції на ринку молочних продуктів. До складу кисломолочних продуктів, біопродуктів обов’язково входять біфідобактерії, молочні кисLOBактерії в кількості не менше, ніж 10 у 7 ступені в одному грамі. Досліди лабораторій вищезгаданого інституту показують, що і молочні кисLOBактерії, і біфідобактерії часто відсутні в цих біопродуктах. Додавання “біо” або “супербіо” до назви продукту передбачає його активний лікувальний вплив на організм людини. Експерти відмічають, що сьогодні справжніх молочних біопродуктів на ринку одиниці, строк їх зберігання – 10 днів.

Найбільш ефективно працюючі вітчизняні підприємства галузі та обсяги виробництва основних видів їх продукції представлені на рис.2. Для представлених підприємств-“гігантів” молочної промисловості характерна тенденція до

універсалізації. Так, на заводах впроваджується виробництво свіжих молочних продуктів, таких як молоко, пряжене молоко, вершки; кисломолочних – кефір, ряжанка, кисле молоко, йогурт, біопродукти, сироватка, маслянка; сир та сирні десерти; сметана і масло; згущене молоко, тверді сири та морозиво. Поряд з тим активно проводиться реконструкція підприємств та модернізація їх обладнання.

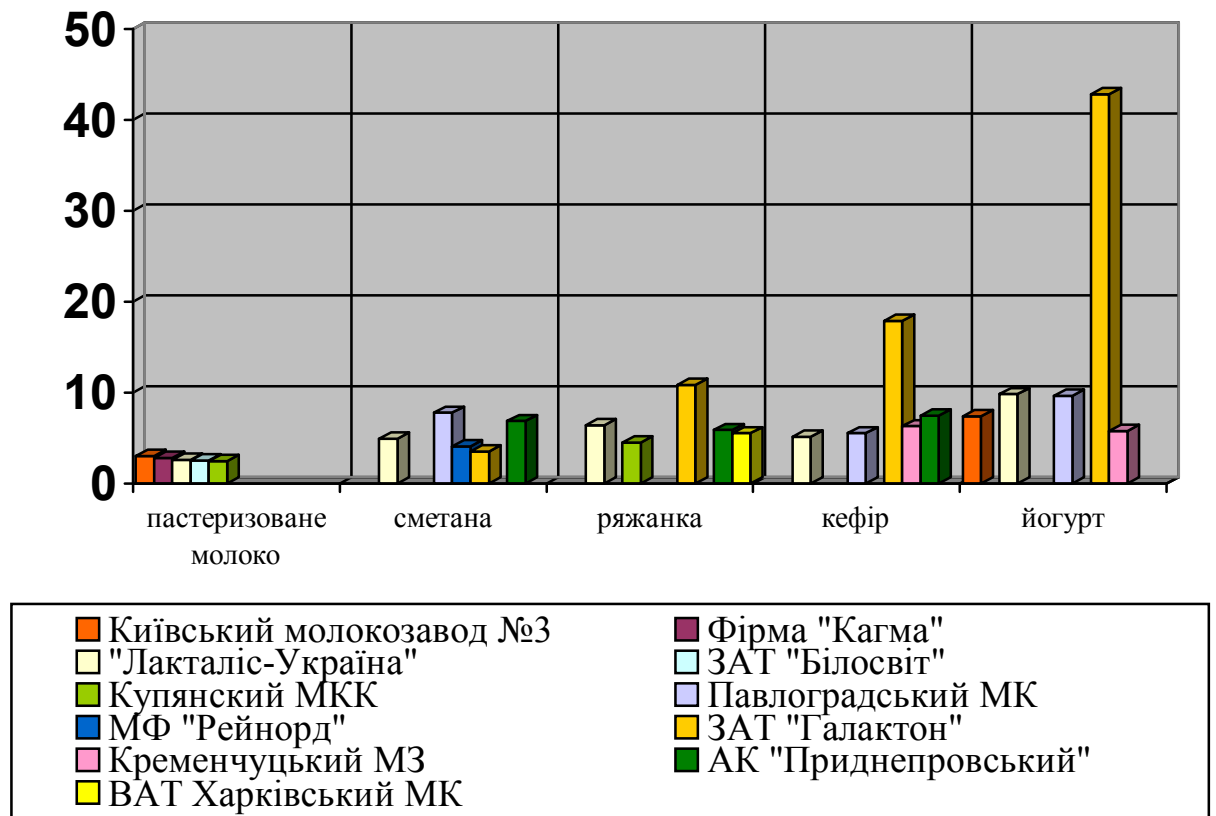


Рис.2. Провідні вітчизняні виробники за основними видами молочної продукції за 2002 р.

Проте слід зазначити, що десяток великих виробників контролюють 50% споживчого ринку молока, а половину, що залишилася – невеликі підприємства. У галузі спостерігається тенденція поглинання сильними підприємствами - слабих, які надалі стають частиною перших або їх приймальними пунктами сировини.

На сьогоднішній день викликає велике занепокоєння той факт, що лідери молочної промисловості країни стають складовими частинами іноземних компаній.

І хоча деякі фахівці вважають, що це дозволяє підвищувати ефективність виробництва, поліпшувати перспективи розвитку щодо продажу та розробки нових інноваційних продуктів, здійснювати масштабні інвестиційні проекти, на нашу думку такі тенденції є досить негативними. Так, у квітні поточного року ВАТ “Галактон” та корпорація “Фанні” ухвалили рішення про об’єднання в молочний холдинг “Юнімілк Україна”. Цей холдинг входить до складу холдингу “Юнімілк”, який, окрім українських компаній, об’єднує 12 російських підприємств, у тому числі “Петмол” (Санкт-Петербург), “Самаралакто”, “ЛіпецькМолоко”, “Мілко” (Красноярськ) та інші. Компанія “Юнімілк” є другим у Росії виробником молочної продукції і займає 4,6% цього сегмента ринку. На момент об’єднання ВАТ “Галактон” уже стало однією з найбільш динамічних і технологічно передових компаній у молочній галузі України. Частка ринку компанії – майже 13%. На її підприємствах протягом 2003 року було встановлено п’ять нових, сучасних виробничих ліній, за останні два роки обсяги продажів “Галактону” зросли на 40%.

Отже, в галузі останнім часом суттєво збільшується кількість ефективно працюючих підприємств, які об’єднуються у спільні із закордонним інвестором компанії. На такі підприємства держава повністю або частково втрачає свій вплив, а наслідки цього можуть бути непередбачувані. В такій ситуації на нашу думку в галузі необхідно вжити низку заходів, що направлені на обмеження умов створення спільних компаній для передових вітчизняних підприємств.

Висновки. Розвиток ринку молока і молочних продуктів має стратегічне значення, оскільки забезпечує населення (особливо малозабезпечені його верстви) в продукції повсякденного попиту. Його подальше ефективне функціонування можливе за умов посилення ролі вітчизняних товаровиробників за рахунок покращення якості перероблюваної сировини, впровадження інновацій, використання інвестиційних можливостей та обмеження умов створення спільних компаній для передових вітчизняних підприємств галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Биков Г.М., Сардак С.Е.* Вибір ефективної концепції комерційної діяльності промислових підприємств України. – Економіка АПК. – 2004. – №8. – С.130-134.
2. *Борщевський П., Сичевський М., Троян В.* Харчова промисловість України: сучасні тенденції та перспективи розвитку // Економіка України. – № 8. – 2003. – С.45-49.
3. Лідери молочної промисловості об'єднуються. – Харчова і переробна промисловість. – 2004. – №8. – С.12.
4. Україна у цифрах 2002 рік . Короткий статистичний довідник. – К.: Консультант, 2003.