

70. СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ

Н.С. Юрченко

Національний університет харчових технологій

Перспективність та привабливість розвитку підприємств дитячого харчування в Україні зумовлюються соціальною значимістю та можливостями значного зростання обсягів виробництва та реалізації, за рахунок розширення контингенту споживачів та освоєння нових сегментів ринку. У зв'язку з цим, виникає необхідність пошуку можливих форм та напрямів розвитку підприємств галузі дитячого харчування в розрізі окремих складових ринку.

Існуюча в Україні державна політика, в недостатній мірі, стимулює розвиток підприємств-виробників дитячого харчування і не забезпечує комплексної системи управління та підтримки підприємств галузі. У зв'язку з цим, виникла необхідність розробки нових підходів щодо перспективного розвитку підприємств досліджуваної галузі, з урахуванням необхідності посилення державного регулювання. Україна є невід'ємною частиною світової спільноти, що прагне увійти до Євросоюзу і стати активним учасником світових економічних процесів. Вплив макроекономічних чинників, на розвиток українського ринку дитячого харчування та формування внутрішнього маркетингового середовища, можна вважати одним з вирішальних. На даному етапі світовий ринок дитячого харчування поділено між кількома «сильними гравцями», продукція яких вже завоювала прихильність покупців. Новим виробникам досить важко вийти на досліджуваний ринок. Останнім часом на світовій арені з'явилося декілька фармацевтичних

компаній зі своєю профілактично-лікувальною продукцією (наприклад, «Numico»), які змогли завоювати певний сегмент в умовах жорсткої конкуренції. Основні «сильні лідери» світового ринку дитячого харчування: «Nestle» — 19 %; «Bristol-Myers» — 15 %; «Abbott Laboratories» — 11 %; «Novartis» — 8 %; «Numico» — 7 %; «Heinz» — 6 %; «Wyeth» — 4 %; «Danone» — 3 %; інші — 27 %. Найбільший виробник дитячого харчування у світі — компанія «Nestle» (19 % ринку). Якщо розглядати окремі сегменти, то «Bristol-Myers» лідирує в сегменті продуктів на молочній основі — 23 %, «Novartis» — у сегменті банкової продукції, де охоплює 27 % ринку, у сегменті «сухі продукти» перше місце належить компанії «Nestle» (35 %).

Ринок дитячого харчування можна поділити на 3 основні сегменти. Найбільший з них — це продукти на молочній основі (замінники грудного молока), які використовуються для годування немовлят у перші 6 місяців життя. Цей сегмент дорівнює 64 % загального обсягу продажу. Другий сегмент — банкова продукція (пюре, соки, овочеві та м'ясні консерви), що складає 20 %, та останній сегмент, який представлений сухими сніданками (у вигляді пластівців, сухариків) і займає 11 %, а 5 % припадає на інші. Значний внесок у розвиток індустрії дитячого харчування здійснила розробка технології виробництва сухих сумішей, на основі знежиреного молока та злаків, але рентабельність виробництва цієї групи продукції досить низька, що уповільнює інтерес до неї з боку виробників.

На світовому ринку дитячого харчування існують певні бар'єри входу. Три найбільших виробники продають майже 40 % всього дитячого харчування у світі, у тому числі, в сегменті замінників материнського молока лідирують два основні бренди, які мають значну цінову перевагу над іншими. До основних бар'єрів входу на ринок дитячого харчування належать:

1. Необхідність дотримання високого організаційного рівня виробництва продуктів на молочній основі (щоб наблизити показники дитячого харчування до материнського молока, необхідно використовувати сучасне обладнання та мати сировину належної якості).

2. Забезпечення виробництва матеріально-сировинною базою належної якості та стимулювання її розвитку.

3. Вимоги до дитячого харчування не залежать від національних особливостей та ідентичні у всьому світі, що сприяє високому рівню стандартизації продукції.

4. Батьки, піклуючись про здоров'я дітей, надають перевагу добре відомим брендам.

5. Заборона реклами продукції дитячого харчування за допомогою методу особистого продажу в багатьох країнах світу, виходячи з етичних міркувань.

6. Використання для просування товарів добре обізнаних медичних працівників — ефективний, але досить коштовний і тривалий процес.

Формування ринку дитячого харчування України відбувається в умовах жорсткого державного регулювання діяльності вітчизняних виробників та дистриб'юторів продукції українського виробництва. З одного боку, українські підприємства працюють в умовах продовольчої інтервенції іноземних компаній, з іншого — в умовах обмеження рентабельності та торгівельної націнки. В Україні немає організації, яка б централізовано на державному рівні відстоювала інтереси вітчизняних виробників продукції дитячого харчування та займалася скасуванням встановленої системи обмеження рентабельності виробництва та прода-

жу. Друга значна проблема — це наявність якісної сировини. Для виробництва продукції дитячого харчування може використовуватись лише екологічно чиста сировина, виробництво якої на території України нерентабельне і потребує державних дотацій [2].

Отже, розроблення в Україні законодавчої бази, яка в умовах сьогодення буде створювати сприятливі умови для виробництва і реалізації вітчизняних продуктів дитячого харчування, є однією з основних умов розвитку досліджуваної галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Медведенко О.В. Обґрунтування основних напрямів розвитку підприємств дитячого харчування в Україні на основі маркетингових досліджень: дис. канд. екон. наук: 08.00.04/.Медведенко Олена Василівна — К., 2008. — 167 с.

2. Закон України «Про дитяче харчування»/ Президент України. — К.: Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2006, № 44.