

Результати отриманих досліджень дозволять надати практичні рекомендації щодо використання напрацьованих методологій у вищих навчальних закладах.

Ефективно функціонуюча система управління якістю ВНЗ дозволить забезпечити стабільний випуск кваліфікованих спеціалістів, збільшить працевлаштування випускників та ступінь задоволення ними роботодавців.

Література

1. ДСТУ ISO 9001:2009. Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2008, IDT)– На зміну ДСТУ ISO 9001:2001; надано чинності 2009-06-22. [Текст]. – Київ: Держспоживстандарт України, 2009. – 26 с.
2. Губарев В.В. Системное представление качества образования [Текст] / В.В. Губарев // Стандарты и качество. – 2002. – № 4. – С. 61–69.
3. Системи якості вищих навчальних закладів : теорія і практика [Текст] / О.І. Волков [та ін.].– Київ, „Наукова думка”, 2006. – 301с.
4. Згуровський М.З. Болонський процес – структурна реформа вищої освіти на європейському просторі [Електронний ресурс]. – / <http://www.ntu-kpi.kiev.ua>
5. Карпенко М.М. Пріоритети розвитку вищої освіти в Україні в руслі загальноєвропейських тенденцій [Електронний ресурс]. – / <http://www.niisp.gov.ua>.
6. Віткін Л.М. Концептуальна модель оцінювання якості підготовки випускника ВНЗ [Текст] / Л.М. Віткін, Г.І. Хімичева, С.І. Лаптев // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2003. – № 3. – С. 69 – 73.

УДК 339.13 (477): [613.22:664.85]

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ В УКРАИНЕ

Волошина Т.Н. канд. екон. наук, доцент, Дьяконова А.К. д-р техн. наук, доцент,
Свиноренко Е.Н., магистр
Одесская национальная академия пищевых технологий, г. Одесса

В статье проведен анализ рынка продуктов детского питания и наметившихся перспектив его дальнейшего развития. Особое внимание следует обратить на расширение ассортимента консервированных продуктов категории прикорма на основе фруктового и овощного сырья.

Market of child's food and set prospects of his further development stuffs analysis is conducted in the article. To the person it is necessary to pay a regard to expansion of assortment of the canned products of category of прикорма on the basis of fruit and vegetable raw material.

Ключевые слова: рынок, потребитель, производитель, функциональные продукты, цена

Питание обеспечивает основные жизненные функции организма человека. Ингредиенты, поступающие с пищей, снабжают его пластическим материалом и энергией. Особенно большое значение питание имеет для детей, так как оказывает существенное влияние на анатомо-физиологическое и нервно-психическое развитие детского организма в различные периоды жизни.

От структуры и качества питания в значительной степени зависит здоровье подрастающего поколения. Правильно организованное, сбалансированное по важнейшим компонентам питание обеспечивает высокий уровень иммунологической способности детского организма, играет важную роль в профилактике врожденной и хронической патологии. Организация здорового питания детского населения нашего государства является многофакторным процессом, который можно реализовать, только опираясь на глубокие знания в разных сферах науки и техники.

Современные технологии переработки животного и растительного сырья позволяют вырабатывать высококачественные многокомпонентные продукты на промышленной основе. Использование таких технологий обеспечивает сохранение пищевой и биологической ценности консервированной продукции, что даёт возможность исключить сезонные колебания переработки и использования плодов и овощей. Полноценное питание детей с самого раннего детства является основой для нормального развития детского организма и сопротивления к различным заболеваниям.

Научные исследования, связанные с разработкой функциональных продуктов для детского питания, направлены на создание широкого ассортимента специализированных продуктов для детей разных возрастных групп с разным состоянием здоровья.

Продукты питания должны не только удовлетворять потребности детей в основных пищевых ингредиентах и энергии, но и выполнять профилактическую и лечебную функции. В структуре заболеваний детей первое место занимают болезни органов дыхания, второе – желудочно-кишечного тракта, третье – болезни эндокринной системы.

В настоящее время потребность в специализированных продуктах питания для детей удовлетворяется только на 25...40 %. В последние годы сократился выпуск консервов, а качество импортной продукции, реализуемой на рынках Украины, не всегда отвечает требованиям, предъявляемым к продуктам детского питания [1].

Таким образом, проблема, связанная с расширением ассортимента функциональных консервированных продуктов с использованием сахарозаменителей для детей с заболеванием эндокринной системы, является актуальной.

В связи с этим, при разработке технологии фруктовых функциональных консервов в качестве сахарозаменителя использовали экстракт, полученный из листьев травы стевии, уровень сладости которого в 200 раз выше, чем сахарозы, сладость которой принята за единицу.

Объем рынка продуктов детского питания условно делится на две категории: основное питание (различные молочные смеси и каши), и, так называемый, прикорм (пюреобразные фруктовые, овощные, мясные консервированные продукты, соки). Анализ рынка продуктов детского питания показал, что в последнее время наметилась тенденция ежегодного сокращения сегмента продуктов основного детского питания на 3...5 % (сейчас объем продаж молочных смесей находится на уровне 17–18 млн. долларов) и рост сегмента продуктов прикорма.

Особенно ярко эти изменения, по оценкам специалистов, прослеживаются в крупных городах, население которых превышает миллион человек, что связано как с ростом занятости, так и с повышением культуры потребителей данной продукции. Большинство родителей предпочитает покупать продукты детского питания промышленного производства, рецептурные составы которых учитывают потребности детского организма разных возрастных групп, а не готовить их самостоятельно.

С ростом благосостояния, понимая роль компонентного состава продуктов детского питания в развитии и укреплении здоровья детского организма, потребители заинтересованы в значительном расширении ассортимента вырабатываемой продукции. Для удовлетворения спроса потребителей, производители активно работают над расширением ассортимента. В 2007 г появились продукты детского питания с добавками творога, сливок, бананов, киви и др.

В 2009 году, по данным Госкомстата, в стране было выпущено более 4 млн. условных банок плодово-овощных детских консервов. Наиболее крупными производителями такой продукции являются Одесский консервный завод детского питания (ТМ «Румяные щечки», «Баловень», «Антошка») – 45 %, Владимир-Вольнский консервный завод (ТМ «Пупс») – 31 %, Южный консервный завод детского питания в г. Херсоне (ТМ «Карпуз») – 24 %. Все эти предприятия, помимо продуктов детского ассортимента, вырабатывают консервированную продукцию, предназначенную для широкого круга потребителей – производят и разливают соки, вырабатывают цельноконсервированную продукцию. Это позволяет им инвестировать средства в развитие производства продуктов питания для детей.

На выпуске детских молочных смесей на Украине специализируется ряд заводов – Балтский молочный комбинат (ТМ «Детолакт») и Хорольский молочно-консервный комбинат детских продуктов (ТМ «Малютко», «Малыш», «Фемилак»).

Ассортиментный ряд продуктов детского питания в Украине составляет 78 позиций, тогда как крупные зарубежные компании насчитывают порядка 100 наименований. По статистике в европейских странах потребление детских консервов на 25 % больше, чем в Украине. Проведенные маркетинговые исследования свидетельствуют, что в течение ближайших 5...7 лет Украина приблизится по потреблению детского питания к европейским странам. Сегодня в Украине существует определенный дефицит качественных продуктов детского питания.

В настоящее время на долю зарубежных компаний приходится более 75 % всего объема рынка детского питания. На европейском рынке лидером по производству детского питания является венгерская компания НР, на долю которой приходится 39 % рынка, за ней следуют немецкая компания Nestle – с бъемом 28 %, компания Nutricia (Чешская республика) – 25 % и «Румяные щечки» (Украина) – 8 %.

Отечественные производители детского питания конкурируют с зарубежными фирмами лишь в сегменте соков и пюре. На прилавках магазинов Украины сегодня преобладает импортная продукция, в связи с принятой неправильной стратегией продвижения зарубежных брендов на отечественном рынке и ограничения государством торговой надбавки на продукцию, вырабатываемую отечественными произ-

водителями. Последние, либо сворачивают производство, либо ищут каналы сбыта на внешних рынках, либо объединяются с сильными и успешными зарубежными компаниями. Импортёры и иностранные инвесторы чувствуют себя на украинском рынке вольготно – их продукция пользуется неизменным и всё возрастающим спросом.

Причиной непопулярности у потребителя детской продукции, вырабатываемой отечественными производителями, является, как ни странно, дешевизна этих товаров. А успешная реклама продуктов детского питания зарубежных брендов, способствует расширению их реализации.

Ведущий производитель детского питания в Северной Европе - шведская компания "Semper" объявила о полноценном выходе на украинский рынок. В 2007 году компания занимала порядка 5 % отечественного рынка детского питания, а в 2010 году "Semper" намерена увеличить свою долю до 10 % и стать лидером в премиальном сегменте, а также потеснить таких крупнейших производителей отрасли, как "Hipp" и "Nestle" [2].

Увеличение своего присутствия в Украине "Semper" связывает с активизацией рынка детского питания. С 1997 года продукция "Semper" в значительном объеме уже присутствует на украинском рынке, однако возможность полноценной деятельности компании в Украине сформировалась именно сейчас, в период общего роста уровня жизни и развития европейского стиля потребления.

Основной целью группы зарубежных производителей является увеличение продаж продуктов детского питания за пределами Швеции в течение ближайших 3 лет с 25 % до 35 %. Украина является одним из наиболее перспективных рынков для "Semper". По словам президента компании Андреаса Сбродила, уже разработана и принята концепция дальнейшей работы "Semper" на украинском рынке, которая, в частности, предусматривает увеличение поставок продукции, расширение ассортимента, расширение дистрибьюторской сети и географии продаж.

В последние годы в Украине наметилась тенденция роста спроса на детское питание промышленного производства. Причем, главным фактором повышения спроса на детскую продукцию украинских потребителей является не только повышение благосостояния и уровня социальных льгот, но и потребность в гарантированном качестве продуктов детского питания. Кроме того, что с ростом курса доллара, цены на импортное детское питание поднялось на 20...40 %, тогда как отечественное детское питание подорожало только на 5...10 % [3].

Таким образом, девальвация гривны привела к структурным изменениям рынка. Резкое подорожание импортного детского питания переориентировало украинского потребителя на продукцию отечественного производства. Можно предположить, что кризис спровоцирует уход слабых и появление новых, более сильных производителей. Кроме того, можно ожидать выхода на украинский рынок французских и российских компаний. Предполагается, что международные компании на начальном этапе воспользуются ресурсами дистрибьюторских компаний, которые состоялись и специализируются в сегменте рынка продуктов детского питания, таких как «Европродукт», «Юнифуд» и «ДЛМ».

Работа по освоению украинского рынка стартовала еще в сентябре 2006 года при регистрации компании СМПУ ПРОМ – ведущего дистрибьютора детского питания фирмы Semper в Украине, которая осуществляет маркетинговую поддержку бренда. До июня 2007 года компания проводила организационно-подготовительную работу: изучала потребительские предпочтения украинского рынка, налаживала дистрибьюторские каналы, организовывала ввоз товара, его складирование, занималась предпродажной подготовкой.

В настоящее время, СМПУ ПРОМ совместно со своим партнером – Ассоциацией детского питания, которая является одним из ведущих национальных производителей детского питания в Украине (торговая марка "Карапуз", ОАО "Симферопольский консервный завод имени 1 Мая" и ОАО "Южный консервный завод детского питания" в г. Херсоне), заключили договоры со всеми крупными торговыми сетями и значимыми розничными реализаторами детского питания в Киеве, Днепропетровске, Донецке, Запорожье, Одессе, Львове, Харькове и других городах Украины. Это такие сети, как "Антошка", "Мега-маркет", "Фуршет", "Метро", "Бебибум" и другие. Ассортиментный ряд продукции Semper в Украине насчитывает сегодня 78 позиций, сертификация которых уже завершена. Структура продаж в Украине предполагает следующее разделение баночного питания – соки и заменители грудного молока. Изучив преимущества украинского рынка, компания Semper сформировала оптимизированный пакет продуктов, учитывающий потребности детского населения страны. Продуктовую линейку для Украины Semper намерена совершенствовать и дальше, внимательно изучая спрос потребителей [4].

На сегодняшний день в стране существует определенный дефицит качественных продуктов детского питания в сети магазинов. Поэтому потенциал рынка очевиден. Эксперты, анализирующие передвижение товаров по территории Украины, считают, что в связи с высокими ввозными пошлинами, реально по темным каналам в Украину ввозится гораздо больше детского питания.

Наиболее активно на нашем рынке работают компании Nestle, HIPP, Heinz, Nutricia и др. Правда, как отмечает руководитель отдела дистрибуции компании «Лан-Украина» (продажа детского питания под ТМ« Фрутолино») Мирослав Крот, на сегодняшний день в страну завозится далеко не полный ассортимент, а лишь самые ходовые позиции. Кроме того, у импортёров есть еще одно слабое место. Необходимо иметь большие запасы на складах достаточно дорогостоящего и капризного в хранении товара дистрибьюторам невыгодно. А поддерживать постоянное наличие той или иной товарной позиции – проблематично, поскольку процесс доставки с возможными непредвиденными ситуациями на таможне связан с довольно продолжительными задержками. Если для любого другого товара такие нюансы незначительны, то в случае с детским питанием, при перебоях с поставками, необходимый продукт просто нечем заменить.

Руководитель представительства фирмы HIPP в Украине Наталия Синельник говорит о постепенном росте спроса на продукты детского питания промышленного производства. Не последнюю роль в подобной ситуации сыграли и врачи-педиатры, с которыми активно работает большинство производителей детского питания [3].

Руководитель отдела дистрибуции киевского филиала концерна «Европродукт» (эксклюзивный дистрибьютор в Украине детского питания Nestle, Bebi, Heinz, Milupa, Frutek, «Винни», «Тихорецкое детское питание», «Симилак») Геннадий Миненко отмечает, что цена уже давно не является решающим фактором при совершении покупки. Для потребителя главным является доступность товара, наличие его в достаточном количестве в торговых точках, длительность присутствия на рынке, широкий ассортимент [4].

Рынок детского питания специфический. С одной стороны, бизнес, связанный с производством и реализацией продуктов детского питания, пытается активно регулировать государство, ограничивая рентабельность производства для отечественных компаний и вводя высокие ввозные пошлины для западных производителей. С другой стороны, компаниям-производителям достаточно легко поддерживать лояльность покупателей, в связи с тем, что большинство родителей не склонно постоянно экспериментировать с ассортиментом детского питания, рискуя здоровьем своих детей.

Таким образом, сейчас основные усилия участников рынка направлены на поиск и завоевание своего потребителя. Поскольку этот рынок все еще находится в процессе развития, шанс увеличить свою долю на рынке детского питания имеют как западные, так и отечественные бренды [4].

Свою роль сыграло и повышение рождаемости, которая в 2008 году составило 4,5 %. Директор Торгового дома «Ласуна» Николай Василецкий уверен, что украинский рынок детского питания растет, главным образом, за счет увеличения производства качественного отечественного детского питания. По его мнению, на сегодняшний день ориентировочная емкость рынка детского питания составляет около 2...2,5 млн. долларов в месяц [4].

По мнению начальника отдела маркетинга ТД «Ласуна» Ярослава Гуменюка, отсутствие централизованной дистрибуторской сети, предоставляет дополнительный шанс многим западным производителям побороться за потребителя с отечественными компаниями.

Западные вышеназванные производители молочных смесей являются также основными поставщиками продукции, предназначенной для прикорма. Но если в сегменте основного питания отечественным предприятиям конкурировать с ними сложно, то в сегменте прикорма ситуация меняется. Например, на объёме продаж сказывается такой нюанс, как сезонность. «Объемы продаж пюре, соков и каш с добавками традиционных для Украины фруктов и овощей в сезон их переработки резко снижаются», утверждает Геннадий Миненко.

Технологически производить детские консервы может практически любой консервный комбинат. Например, Александра Логвинович рассказывает, что на Владимир-Волыньском комбинате готовится к выпуску новый продукт – мясные консервы. «Было закуплено специальное оборудование, почти год ушел на получение соответствующей документации, поскольку этот продукт ранее в Украине не производился. В конце 2009 года первые партии мясного пюре уже появились в продаже. Мы рассчитываем на большие объемы, поскольку рынок прикорма развивается весьма динамично. Это же предприятие планирует перейти на тару европейского типа, что, по мнению госпожи Логвинович, увеличивает шансы продукции в конкурентной борьбе с западными аналогами [3].

Практически все отечественные производители в последнее время расширили ассортимент детского пюре, с различными добавками. Кроме того, компании активно развивают свои торговые марки и вкладывают средства в рекламу, что позволяет им рассчитывать на то, что в течение ближайших двух-трех лет удастся полностью вытеснить импорт из нижнего ценового сегмента и существенно укрепить свои позиции в средней ценовой нише [1]. Наиболее мощным и перспективным производителем детских пюре в Украине является ОАО «Одесский консервный завод детского питания».

На кафедрі ТР і ОП ОНАПТ під керівництвом д.т.н. Дьяконовой А.К. проводиться робота по розробці технології продуктів для дитячого дієтичного харчування. В даний час розроблена технологія виробництва фруктових консервів для дитячого харчування з використанням сахарозамінителя, отриманого з листків стевії, солодкість якого в 200 разів вище солодкості сахарози, прийнятої за одиницю. Затрати на виробництво даного виду консервів значно нижче, ніж при виготовленні його з сахаром, тому і розрахункова ціна становить порядку 4,46 грн за баночку, порівняно з продукцією, в рецептурі якої міститься сахар – 4,7 грн. Розроблені консерви мають лікувально-профілактичні властивості, так як знижують або повністю виключають навантаження на підшлункову залозу.

Таким чином, проведений нами аналіз ринку продуктів для дитячого харчування і наметившихся перспектив його подальшого розвитку, показав, що особливу увагу слід звернути на розширення асортименту консервованих продуктів категорії прикорму на основі фруктового і овочового сировини. Розроблена технологія виготовлення фруктових консервів для дитячого харчування з використанням підсолодителя, отриманого з листків стевії, може бути рекомендована для впровадження на ОАО «Одеський консервний завод дитячого харчування» для дітей з порушеннями обміну речовин. Оскільки даний вид консервів має лікувально-профілактичні властивості, а по ціні нижче, ніж аналогічні консерви з додаванням цукру, в цілому, розроблений вид консервів буде користуватися попитом у споживача.

Література

1. Технологія продуктів харчування функціонального призначення: Монографія. – М.І. Пересічний, М.Ф. Кравченко, Д.В. Федорова та ін. – К.: КНТЕУ, 2008. – 718с.
2. <http://pro-consulting.com.ua>
3. <http://www.dsnews.ua>
4. <http://www.oriyon.uz>

УДК 664.3:351.821

ОСОБЛИВОСТІ СВІТОВОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА ЩОДО ЯКОСТІ СПРЕДІВ

Мадані М. М., канд. техн. наук, доцент; Плотнікова К. О., магістр
Одеський державний економічний університет, м. Одеса

Робота містить аналіз національних та міжнародних законодавчих актів щодо спрейдів. Встановлено відмінності вимог національних нормативних документів щодо якості спрейдів від міжнародних та зарубіжних.

The work contains examination of national and international laws about spreads. It determines different of national regulations on the quality spreads of international and foreign regulations.

Ключові слова: спрейд, продукти з комбінованим жирним складом, законодавство, «Кодекс Аліментаріус».

Виробництво якісних харчових продуктів є одним з пріоритетних завдань держави. Наявність достатньої законодавчо-правової бази кожної з країн визначає ступінь забезпечення якості продукції. Нормативно-правова база щодо якості харчових продуктів повинна враховувати вплив впровадження сучасних технологій, розширення асортименту продукції та вихідної сировини, глобалізації міжнародної торгівлі. Через це національне законодавство, спрямоване на забезпечення та дотримання вимог до якості харчових продуктів у межах країни, має бути гнучким для унеможливлення створення бар'єрів у міжнародній торгівлі.

Незважаючи на поступову інтеграцію країн колишнього СРСР до міжнародних економічних союзів (СОТ, ЄС та ін.) до останнього часу спостерігається відсутність єдиного правового поля, у тому числі у сфері термінології, що максимально ускладнює ідентифікацію, митне оформлення й сертифікацію готової продукції та сировини. В країнах СНД з цієї причини, а також з метою забезпечення якості харчових продуктів та збільшення їх експорту, переглядаються чинні нормативні документи і розробляються нові. Особлива увага приділяється їх гармонізації з міжнародними стандартами ISO, комісії «Кодекс Аліментаріус», директивами й регламентами ЄС за показниками, що гарантують безпеку та якість продовольчої сировини й готової продукції.