

УДК 338.43

*І. В. Мартусенко,*

*кандидат географічних наук, доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій,  
Вінницький інститут економіки Тернопільського національного економічного  
університету*

*Г. М. Бойківська,*

*викладач кафедри економіки підприємств і корпорацій, Вінницький інститут економіки  
Тернопільського національного економічного університету*

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОКА ТА МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

---

*Стаття присвячена актуальним питанням розвитку ринку молока та молочних продуктів в Україні. Розглянуто особливості конкурентних позицій учасників ринку та процеси формування системи реалізації молока і молочних продуктів за сучасних умов української економіки.*

*Topical question of development of the market of milk and milk-products in Ukraine are research. The system of milk-sale activity and her competitiveness on materials of activity of participants of market in Ukraine are analyzed.*

---

*Ключові слова: ринок молока, сегменти ринку, молокопродукти, молочна галузь, конкурентні позиції.*

### **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ТА ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

Молокопромисловий сектор України за своїм соціально-економічним значенням, масштабами виробництва та складністю структури поправу вважається стратегічною галуззю економіки держави. Саме йому належить вагома роль у вирішенні продовольчої проблеми, визначенні обсягів пропозиції і вартості основних видів молочної продукції та формуванні конкурентоспроможних позицій учасників продовольчих ринків. Масштабні економічні перетворення в господарстві країни, докорінні зміни, що відбулись в економічних відносинах сільськогосподарських виробників з їх партнерами, стали передумовою для створення повноцінних організаційно-економічних механізмів ефективного функціонування молочногосподарства на ринкових засадах.

Сьогодні існує потреба досліджень тенденцій формування ринків молочної продукції з урахуванням практики побудови конкурентних відносин. Прикладні аспекти розвитку системи реалізації молока та продуктів його переробки, у особливо сегментація ринку та формування стратегічних позицій підприємств у конкурентному середовищі, визначили проблематику даного дослідження.

Молочна промисловість разом з галузями тваринництва, зокрема молочногосподарства, є досить чутливою до державної підтримки. Верховною Радою України у 2009 році було прийнято закон "Про внесення змін в деякі закони України відносно попередження негативних наслідків світової фінансової кризи на розвиток агропромислового комплексу", яким продовжено дію пільг по ПДВ для домогосподарств — виробників молока [9]. Відповідно сума ПДВ, яка повинна сплачуватись до бюджету переробними підприє-

мствами за реалізоване ними молоко і молочну продукцію, направляється на виплату дотацій сільськогосподарським товаровиробникам за продане ними молоко саме переробним підприємствам. Проте кошти, що виділені у бюджеті сільськогосподарському товаровиробникові, мають безпосередньо направлятися йому, а не через підприємства інших галузей, бо ефект такої підтримки для аграріїв дуже низький.

### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, У ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ**

Проблеми розробки дієвих механізмів системи реалізації молока та молочних продуктів, формування повноцінного ринкового середовища, ефективного функціонування ринку агропромислової продукції є актуальними для всіх країн з перехідною економікою і вже тривалий період розробляються українськими вченими, серед яких: В.Г. Андрійчук, П.С. Березівський, В.І. Бойко, Т.Г. Дудар, В.Н. Зимовець, С.І. Канцевич, О.В. Крисальний, А.М. Лисенко, Ю.М. Макаренко, О.В. Моргун, М.К. Пархомець, П.Т. Саблук, С.П. Ткачук, С.М. Чмирь, О.М. Шпичак та інші.

Галузь виробництва та реалізації молочної продукції залежить від стану розвитку молочного скотарства в Україні. Основною проблемою в тваринництві є зменшення поголів'я ВРХ [1, с. 16—17]. Так, у 2009 році воно складало 5156,3 тис. голів, що на 6,1% менше, ніж у 2008 році (поголів'я корів скоротилось на 5,7% — до 2919, 5 тис. голів). У той самий період у господарствах населення утримувалось дві третини (66,6%) від загальної чисельності худоби (у 2008 році — 64,9%), в тому числі корів — 78,6% (78,1%) [8;10].

У зв'язку зі скороченням поголів'я виробництво молока в 2008 році зменшилось на 4,1% і склало 11,8 млн тонн. Причому зниження рівня виробництва відбулося у всіх типах господарств (частка домогосподарств у виробництві сирового молока складає 82, 2%) [8].

В умовах економічної кризи негативні тенденції у відносинах між реалізаторами молока та молокопереробними партнерами значно посилились. Процес супроводжувався падінням обсягів виробництва та реалізації продукції, посиленням нееквівалентності обміну в підгалузях комплексу. Найбільшою проблемою молочної галузі сьогодні є незадовільний стан сировини. Якість українського молока залишається дуже низькою [3]. Це пов'язано,

перш за все, з невикористанням генетичного потенціалу молочного скотарства, захворюваністю тварин, поганою забезпеченістю повноцінними кормами, недостатнім рівнем технічного оснащення та технології виробництва. Зазначена проблема потребує стабілізації обсягів виробництва та покращення якості молочної сировини шляхом розробки ринкових механізмів регулювання, управління та розподілу кінцевих результатів учасників ринкової інтеграції. Саме цим і зумовлена загальна проблема функціонування та розвитку ринку молока і молочних продуктів в Україні, ще не вирішені моменти системи реалізації даної продукції в конкурентних умовах й у відповідності до вимог СОТ, яким присвячена дана стаття. У цьому контексті важливим є аналіз основних конкурентів на ринку молока України на основі визначення таких економічних механізмів функціонування та регулювання ринків молокопродуктів, які б забезпечували динамічний розвиток молочного господарства і суміжних з ним галузей в подальшій перспективі.

Проблематика роботи зумовила завдання дослідження, основними з яких є: теоретична та організаційна характеристика учасників ринку за групами молочних продуктів шляхом всебічного аналізу основних конкурентних переваг в системі реалізації молокопродуктів; комплексна оцінка діючих підприємств та їх стратегій, структури виробництва та регіональних особливостей ринку молока; прогноз кон'юнктури та перспективні напрямки функціонування системи реалізації молока та продуктів його переробки.

Отримані результати сприятимуть розкриттю основної цілі дослідження, а саме: виявлення прямої залежності функціонуючого на території України ринку молока та молочних продуктів від української системи економічних відносин сільськогосподарських товаровиробників (всіх форм власності) і споживачів молока та молочної продукції з приводу купівлі-продажу товару. Важливим завданням постає передбачення негативних тенденцій на національному ринку молока; дослідження конкуренції та інтеграційних зв'язків між виробниками, продавцями, споживачами та іншими учасниками молокопродуктового ринку.

### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ**

За останні роки кількість підприємств, які беруть участь у виробництві молочних про-

дуктів, нараховує більше 600 одиниць, в тому числі холодокомбінати, що спеціалізуються на виробництві морозива, а також значна кількість різних цехів, малих підприємств, підсобних господарств, які в сумі виробляють 1 — 5 % молока і молочних продуктів від сумарного обсягу виробленої молочної продукції. Причому найбільшу питому вагу підприємств малого бізнесу зосереджено на виробництві рідкого молока, морозива та молочних консервів (5—7% залежно від товару). В інших же групах молочних продуктів частка малого бізнесу займає не більше 1% [3, с. 36].

У межах середнього та великого бізнесу в Україні атестовано всього 440 молочних підприємств, з яких реально працюють 300. Однак показники деяких з них свідчать про повний занепад або неефективне використання виробничих потужностей, що призводить до зростання витрат на переробку і відповідно збільшує вартість кінцевого продукту. За прогнозами, їх кількість буде скорочуватися в найближчому майбутньому внаслідок використання багатьма з них застарілого обладнання та сировини низької якості. При подальшому виконанні умов СОТ такі підприємства просто не зможуть брати участь у переробці молока і випуску молочної продукції для споживчого ринку.

Відповідно до оцінок діяльності основної групи учасників молокопереробної галузі (без учасників малого бізнесу), в 2009 році у виробництві молока рідкого кількість гравців скоротилася з 306, зафіксованих у 2007 році, до 230 виробництв. Серед підприємств, що виробляли рідке молоко загальним обсягом 25—40 тис. тонн, була лише 21 компанія [10].

Ситуація зі скороченням учасників ринку в 2009 р. була характерна і для виробників різних груп молочних продуктів:

— кисломолочні продукти — з 252 існуючих учасників 40 не брали участь у виробництві, а обсяги від 10,0 до 35,0 тис. тонн виробляли тільки 15 підприємств України;

— сири жирні — з 260 учасників 30 не брали участі у виробництві, 5 підприємств виробили від 10,0 до 15,0 тис. тонн, 60 підприємств — від 1,0 до 10,0 тис. тонн;

— вершкове масло — з 340 підприємств 50 не брали участь у виробництві, 27 підприємств виробляли від 1,0 до 4,0 тис. тонн, близько 50 підприємств виробили від 0,5 до 1,0 тис. тонн [8];

— молочні консерви — з 40 учасників 10 не брали участь у виробництві, 3 молококонсервні

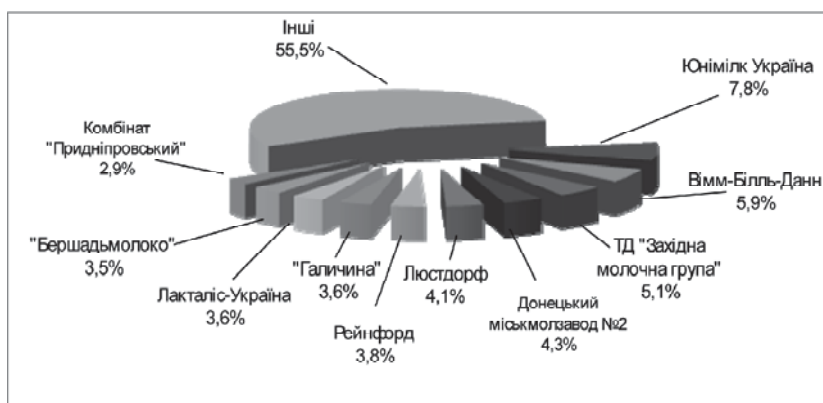
комбінати виробили від 10,0 до 25,0 тис. тонн, 10 підприємств — від 1,0 до 10,0 тис. тонн. Цей сегмент історично є найбільш консолідованим, його провідні виробники входять в асоціацію "Укрконсервмолоко";

— сухе молоко і вершки — із 65 підприємств 5 не брали участь у виробництві сухого молока і вершків, 35 підприємств виробили від 1,0 до 7,0 тис. тонн [10].

Щорічне скорочення кількості учасників молокопереробної галузі пояснюється консолідацією ринку та капіталу в руках великих виробничих холдингів і фактичною структуризацією ринку на 2 великих сегменти: продукція з незбираного молока і масло-сирне виробництво. Особливістю ринку є те, що функції реально діючих виробничих об'єднань виконують близько 10 нових холдингів, що працюють на принципах спеціалізації і сформувалися за роки реструктуризації вітчизняної молочної галузі. Серед них можна виділити компанії: "Юнімілк Україна", "Вімм-Білл-Данн", "Лакталіс-Україна", ТД "Західна молочно група" / "КОМО", "Рейнфорд", "Клуб сиру", "Гадячсир", "Мілкіленд", "Укрпродукт Групп", корпорація "Фанні", які поряд з окремими локальними великими молокопереробниками (ЗАТ "Донецький ММЗ № 2", ВАТ "Шосткинський міськмолкомбінат", ЗАТ "Пирятинський сирзавод", ЗАТ "Баштанський сирзавод", ЗАТ "Галичина", Придніпровський молококомбінат та ін.) фактично розподілили між собою стратегічні зони господарювання на ринках продукції з незбираного молока та сиру. Ця група підприємств займає до 50% обсягів виробництва, в майбутньому їх частка буде збільшуватися.

Основні об'єми рідкого молока вироблені підприємствами Києва та Київської області, а також Вінницької, Полтавської, Дніпропетровської, Донецької та Харківської областей. Провідними виробниками фасованої продукції поправу вважаються "Люстдорф", "Галактон", "Донецький ММЗ № 2", "Кременчуцький ММЗ", "Галичина".

Специфікою сучасного ринку молочних продуктів є те, що сьогодні в Україні спостерігається зниження попиту на молочну сировину з боку переробників внаслідок значного падіння цін на сухе молоко на світових ринках. Вітчизняні сухі молочні продукти через їх високу вартість стали низькоконкурентними, що, в свою чергу, і призвело до скорочення обсягів їх виробництва [5, с. 64—65]. Саме тому лідерами є потужні підприємства ("Іч-



**Рис. 1. Основні конкуренти на ринку продукції з незбираного молока України у 2008—2009 рр.**

нянський завод сухого молока та масла", "Бершадьмолоко", "Березовський МЗ", "Жашківський маслозавод"), малий молочний бізнес у цьому сегменті конкурентних позицій не втримав.

Особливості кон'юнктури масло-молочних продуктів визначаються недостатніми обсягами пропозиції вершкового масла на українському ринку, що зумовлено дефіцитом сировинних ресурсів та низькою рентабельністю даного виду продукції. Провідні позиції в сегменті належать таким підприємствам як: "Галичина", "Люстдорф", "Молочна фабрика Рейнфорд" та "Бершадьмолоко".

Впродовж 2008—2009 років виробництво кисломолочних продуктів не зросло. Найбільш рентабельною молочною продукцією для виробників у даному секторі ринку залишаються йогурти. Проте відмічається зниження виробництва ароматизованих йогуртів внаслідок падіння попиту на них. Провідні підприємства сегмента — "Вім-Біль-Данн Україна", "Галичина", "Донецький ММЗ №2", "Галактон", "Придніпровський комбінат" [4].

Виробництво молочних консервів також залишилось незмінним у 2009 році. В асортиментній лінійці підприємств переважає згущене молоко. Основу виробництва формує фасована продукція, яка реалізується переважно на внутрішньому ринку, де лідерами виробництва є "Куп'янський МКК" (ТМ "Заречье"), "Лозовський МЗ", "Белікський МКК", "Ічнянський МКК" та "Ланівський МК".

Відповідно до сучасних вимог СОТ і жорсткої конкурентної боротьби, маленькі заводи просто не виживають, тому що тільки велике підприємство/холдинг має доступ до дешевих фінансових ресурсів, якісної сировини, має можливість зниження виробничих витрат і головне — має розуміння того, як працювати на ринку.

Поява холдингів і об'єднань на українському ринку фактично є результатом стратегій, обраних цими компаніями та виробленими в результаті глибокого аналізу ринку та аналізу свого підприємства. На думку провідних експертів ринку [2; 4; 6], можна виділити наступні теоретично-прикладні типи стратегій:

1) захоплення й утримання лідерства — такі стратегії притаманні і використовуються такими холдингами, як "Юнімілк Україна", "Вім-Біль-Данн" в галузі

продукції з незбираного молока, а також об'єднанням "Клуб Сиру" і "Гадячсир" — у виробництві твердих сирів;

2) завоювання вільної ніші — результати роботи такої стратегії показала компанія "Лакталіс-Україна", яка чітко визначила свій напрям розвитку — у групі сирних десертів і сирних мас вони зайняли лідируючі позиції. Корпорація "Молочний дім" (ТМ "Фанні"), вдавшись до стратегії вільної ніші, спеціалізується на виробництві глазурованих сирків. "Укрпродукт Групп" пішли в сегмент дешевший — нижче середнього і сьогодні у виробництві плавлених сирів займають сильні позиції. У "Рейнфорд" нішева позиція розділена між двома заводами. Одне підприємство групи більше пов'язане з сирними десертами, а інше — націлене на виробництво питних ферментованих продуктів [2];

3) швидке вилучення капіталу та "пожинання плодів" — за швидким вилученням капіталу, на думку фахівців, вже навряд чи хтось буде в найближчому майбутньому будувати стратегію поведінки. А от що стосується "пожинання плодів", то до такої стратегії поведінки відносять "Вім-Біль-Данн", який за останні кілька років вклав близько 45 млн дол. на купівлю підприємств та їх модернізацію. Окремі аналітики прогнозують зміну лідера на українському ринку виробництва продукції незабаром, і його місце може зайняти саме компанія "Вім-Біль-Данн" [4; 5].

Безумовним успіхом підприємств можна також назвати модернізацію виробництва і нові технології, застосування нових видів упаковки, а також створення сильних національних брендів. Крім того, необхідно відзначити, що в усіх стратегіях великих компаній щодо захоплення ринку враховувалося створення власної сировинної бази, яка дає можливість динаміч-

но розвиватися компанії. Причому основні сировинні бази (молочно-го скотарства) традиційно збереглися саме навколо великих переробників — Київська, Полтавська, Черкаська, Вінницька, Харківська, Дніпропетровська, Сумська області, де, по суті, і знаходяться найбільші виробники молочної продукції на даний час. Втім питання сировини буде залишатися актуальним і болючим для переробників без урядової підтримки та створення відповідної програми розвитку великотоварних ферм.

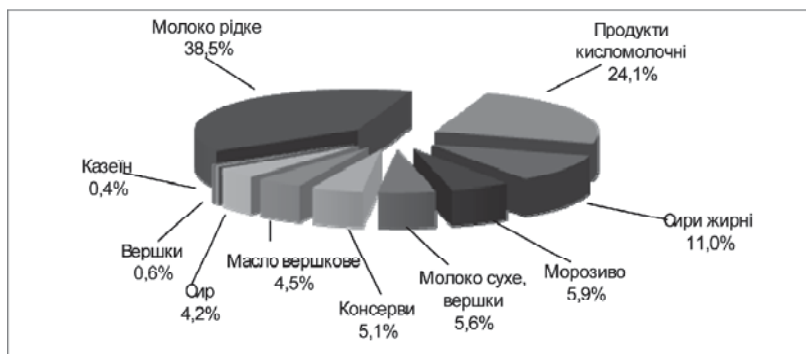
З появою ринкової економіки на молочному ринку України з'явився і її основний двигун — конкуренція, завданням якої є створення конкурентних переваг. На жаль, в Україні створення таких переваг здійснюється як сумлінними методами — висока якість, спеціалізація, зниження виробничих витрат, рекламна підтримка, стабільність цін, так і несумлінними — нестандартна продукція, відсутність на ринку чітких "правил гри", державного контролю над продукцією, податкового контролю над компаніями, що виробляють продукцію в тіні.

Впродовж 2008—2009 років на ринку молока України склалися основні групи конкурентів з перспективою стати національними гравцями у виробництві продукції з незбираного молока в середньоціновому сегменті — "Юнімілк Україна", "Вімм-Біль-Данн", "Лакталіс-Україна", "Рейнфорд" (рис. 1).

Оцінка частки ринку основних конкурентів на ринку продукції з незбираного молока здійснювалась з розрахунку виробленого питного молока, вершків, кисломолочних продуктів та продуктів сирної групи (за даними Держкомстату України).

Якщо говорити про видовий розподіл у загальному випуску молочних продуктів, то в 2008—2009 роках найбільшу питому вагу традиційно займали рідке молоко оброблене (38%), кисломолочні продукти (24%) і жирні сири — (11%). Частка інших молочних продуктів становила по 5—6% на кожну групу, в тому числі: морозиво (6%), вершкове масло (5%), сухе молоко (6%), молочні консерви (5%) [10] (рис. 2).

Найбільшими виробниками питного пастеризованого і сте-

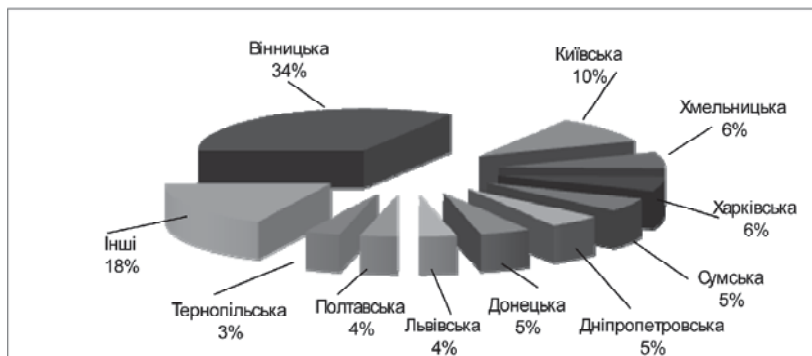


**Рис. 2. Структура виробництва молочних продуктів України у 2008—2009 рр.**

ризованого молока стали Іллінецьке ТОВ "Людсдорф" (7%), АТЗТ "Бершадьмолоко" (6%), ВАТ "Вінницький міськмолзавод" (4,1%), "Галактон" (3,9%) [10].

У регіональному розрізі лідерами з виробництва рідкого молока традиційно залишаються Вінницька, Київська, Хмельницька, Харківська, Дніпропетровська, Сумська та Полтавська області (рис. 3).

Цінова динаміка на ринку молока України у 2008—2009 роках визначалась рівнем середніх закупівельних цін на молоко, які були на достатньо високому рівні (2,40 — 2,60 грн./л). Коливання закупівельних цін залежали від сезону: в момент дефіциту молока ціна закупівель у населення сягала 2 грн./л; впродовж сезонного зростання виробництва закупівельні ціни знижувались (мінімальна ціна закупівлі у домашніх господарств складала 0,8 грн./л). Середні закупівельні ціни на молоко, в залежності від регіону та якості сировини, знаходяться в межах 1,90 — 3,20 грн./л — для сільськогосподарських підприємств, та 1,80 — 2,80 грн./л — для приватних господарств [4, с. 22]. Найближчим часом зростання закупівельних цін на молоко не очікується.



**Рис. 3. Виробництво рідкого молока по областях України в 2008—2009 рр.**

З метою стабілізації обсягів виробництва та покращення якості молочної сировини українські переробні підприємства повинні: застосовувати як новітні технології, так і сучасні системи управління якістю; підвищити рівень кваліфікації робітників молочної галузі (від працівників ферми до технологів та менеджерів з логістики). Все це дозволить розширити ринки збуту української молочної продукції, в першу чергу, в країнах Євросоюзу.

### ВИСНОВКИ

Основними факторами, що впливають на процеси трансформації каналів збуту молока та продуктів його переробки підприємствами України, є наступні: по-перше, незадовільний стан сировини до цих пір є найбільшою проблемою молочної галузі. Низька якість українського молока пов'язана з незадовільним генетичним потенціалом молочного тваринництва, низькою якістю кормової бази та недостатнім рівнем технічного обладнання і технологій виробництва, в умовах дефіциту якісної сировини переробні підприємства змушені використовувати заміники. З'являються ризики фальсифікації молочної продукції, яка виробляється з використанням штучних добавок.

По-друге, ринок молочних продуктів контролюється десятком потужних холдингів, що спричиняє жорстку конкуренцію і унеможливує рівноправну участь у цьому ринку малих молокопереробних підприємств. Основними молочними продуктами, що реалізуються українськими компаніями на зовнішніх ринках, є сухі молокопродукти та сири. Найбільшими імпортерами молочних продуктів вітчизняного виробництва є як традиційні партнери — Росія, Казахстан, Молдова, Білорусь Вірменія, Грузія, Азербайджан, так і нові — Німеччина, Алжир, Єгипет.

Основу імпорту молокопродуктів до України складають йогурти, сирні маси (кисломолочна група) та сири. Основними постачальниками є російські компанії та виробники з Франції, Німеччини, Австрії, Польщі, Фінляндії.

По-третє, в період низького рівня розвитку кредитних програм переробники молока зіштовхнулися з гострою нестачею оборотних коштів. Існують проблеми, пов'язані з оплатою реалізованої продукції (вхідної та вихідної). Скоротились терміни оплати за молоко-сировину та компоненти упаковки. На підприємства мають вплив такі фактори, як подорожчання

енергоресурсів та посилення адміністративного тиску на фінансово-господарську діяльність в аграрному бізнесі у цілому та в межах ринку молока зокрема.

І, нарешті, зазначимо, що низький рівень платоспроможності населення призвів до загального падіння попиту на продукцію, змістив його у сторону дешевих молочних товарів. Як наслідок, підприємства стикаються з проблемами рентабельності молочної виробництва, що, в свою чергу, створює умови для продовження процесів консолідації ринку. В найближчій перспективі кількість гравців у сегменті виробництва молока і продуктів його переробки буде зменшуватись, особливо за рахунок малих та середніх представників молочної бізнесу.

### Література:

1. Березівський П.С. Відродження галузі скотарства у сільськогосподарських підприємствах Львівської області: оцінка, проблеми, прогнози/ Березівський П.С // Економіка АПК. — 2010. — № 2. — С. 15—20.

2. Дем'яненко С. І. Нів'євський О.В. Аграрні ринки: основи аналізу та моделювання/ С. Дем'яненко // Економіка АПК. — 2008. — № 8. — С. 81—89.

3. Канцевич С.І. Якість як основна складова підвищення економічної ефективності виробництва молока в Україні/ Канцевич С.І. // Економіка АПК. — 2010. — № 2. — С. 35—41.

4. Кучерявая Е. Рынок молока. Задача для молочных братьев/ Е. Кучерявая // Компаньон. — 2009. — № 18—19. — С. 22—24.

5. Моргун О.В. Напрями розвитку молочної галузі та молокопереробної промисловості/ Моргун О.В. // Економіка АПК. — 2009. — № 7. — С. 62—67.

6. Саблук П.Т. Глобалізація і продовольство: моногр. / П.Т. Саблук, О.Г. Білорус, В.І. Власов. — К.: ННУ "Ін-т аграр. економіки", 2008. — 632 с.

7. Ткачук С.П. Формування та функціонування регіонального ринку молока: авторефер. дис. канд. наук: 08.00.04 / Уманський державний аграрний університет. — 2009. — С. 3—12.

8. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukragroconsult.com/ukragro-konsalt/novosti-temp>

9. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.apk-inform.com/showart>

10. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Стаття надійшла до редакції 16.04.2010 р.