

УДК 338.43

Н. С. Косар,
к. е. н., доцент кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів
Н. Є. Кузьо,
старший викладач кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів
І. І. Білик,
к. е. н., старший викладач кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

N. Kosar,
Ph.D., Associate Professor of Marketing and Logistics, National University "Lviv Polytechnic", Lviv
N. Kuzo,
Senior Lecturer, Department of Marketing and Logistics, National University "Lviv Polytechnic", Lviv
I. Bilyk,
Ph.D., Senior Lecturer, Department of Marketing and Logistics, National University "Lviv Polytechnic", Lviv

THE DEVELOPMENT OF THE STRATEGIES FOR MILK PROCESSING ENTERPRISES IN UKRAINE IN MODERN CONDITIONS

Досліджено ринок молока та молокопродуктів України як важливої складової ринку продовольчих товарів України, тенденції його розвитку у докризовий період та у сучасних умовах. Встановлено, що в умовах фінансово-економічної кризи внаслідок зменшення доходів споживачів скорочується споживання молочних продуктів на одну особу у перерахунку на молоко та перевага у споживанні надається традиційним молочним продуктам. Негативно на величині попиту на молоко та молокопродукти позначається суттєве зростання цін на них. Збільшенню споживання молока та молочних продуктів в Україні у межах реалізації стратегії інтенсивного розвитку сприятиме стабілізація цін на них шляхом контролю та зменшення величини торговельних надбавок, що вимагає налагодження співпраці виробників та торговельних посередників, зменшення довжини каналів розподілу молока та молокопродуктів. Контроль рівня цін на товари забезпечує і стратегія інтеграції з посередниками. У межах стратегії диверсифікації важливо забезпечити натуральність нових продуктів, що повинні постійно розроблятися відповідно до потреб споживачів та розширення товарного асортименту. Українським виробникам молокопродуктів належну увагу слід приділяти і покращанню якості продукції, що збільшуватиме їхні можливості у напрямі експорту товарів у країни ЄС і на ринки Азії та Африки, на яких визнаються європейські сертифікати якості.

The market of milk and dairy in Ukraine is investigated as an important component of the food market of Ukraine. The tendencies of its development in the pre-crisis period and in the modern world were investigated. It is found that the financial and economic crisis by reducing income consumers reduced consumption of dairy products per capita in terms of milk consumption and preference is given to traditional dairy products. Negatively on the level of demand for milk and milk products indicated a substantial increase in their prices. The increase in the consumption of milk and dairy products in Ukraine within realization of strategy of intensive development will contribute to stabilizing their prices by monitoring and reducing the value of trade margins, which requires the cooperation of manufacturers and resellers, shorter distribution channels milk and dairy products. Control of commodity prices provides an integration strategy with stakeholders. As a part of diversification strategy, it is important to ensure naturalness of new products that should always be designed to meet the needs of consumers and expand product lines. Ukrainian dairy producers should be given due attention and improve the quality of products that will increase their chances towards the export of goods to EU countries and markets in Asia and Africa, which are recognized by European quality certificates.

Ключові слова: ринок молока та молокопродуктів, стратегія інтенсивного розвитку, стратегія інтеграції, стратегія диверсифікації, просування молочних продуктів.

Key words: milk and dairy products market, the strategy of intensive development, integration strategy, the strategy of diversification, promotion of dairy products.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Ринок молока та молокопродуктів — це важлива складова ринку продовольчих товарів

України, яка суттєво впливає на забезпечення населення необхідними поживними речовинами та їх життєвий рівень. Україна має значний

Таблиця 1. Обсяги виробництва молочних продуктів в Україні у 2011–2014 рр.

| Показник | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Відхилення 2013 до 2012 р., % | Відхилення 2014 до 2013 р., % |
|---|------|------|------|------|-------------------------------|-------------------------------|
| Молоко оброблене рідке | 894 | 912 | 972 | 1117 | 6,58 | 14,92 |
| Молоко та вершки жирністю більше 6% | 31,4 | 36,1 | 51,5 | 68,2 | 42,66 | 32,43 |
| Молоко і вершки сухі | 53,6 | 63,1 | 53,8 | 66,7 | -14,74 | 23,98 |
| Масло вершкове | 76,7 | 88,6 | 94,3 | 114 | 6,43 | 20,89 |
| Спреди та суміші | 60,7 | 54,9 | 53,9 | 52,5 | -1,82 | -2,60 |
| Сир свіжий неферментований та сир кисломолочний | 76,5 | 79,0 | 83,7 | 74,7 | 5,95 | -10,75 |
| Сири жирні | 178 | 168 | 165 | 130 | -1,79 | -21,21 |
| Йогурти та інші ферментовані чи сквашені молоко та вершки | 474 | 489 | 522 | 473 | 6,75 | -9,39 |

Джерело: складено на основі [9].

потенціал у сфері розвитку виробництва молока та молокопродуктів, що дозволяє значну частину продукцію поставляти на експорт та повністю забезпечувати потреби внутрішнього ринку. Проте фінансово-економічна криза, яка супроводжується зменшенням доходів споживачів, негативно позначається на величині попиту на молоко та молокопродукти, змушуючи молокопереробні підприємства збільшувати обсяги виробництва товарів низькоцінового сегменту та загалом скорочувати пропозицію товарів. Ситуація ускладнюється внаслідок погіршення світової кон'юнктури ринку молочних продуктів. Тому у цих умовах важливим завданням для українських молокопереробних підприємств є обґрунтування стратегій їх подальшого розвитку. Його успішне вирішення ускладнюється внаслідок нестачі необхідних фінансових ресурсів підприємств, невизначеності факторів середовища їх функціонування, відсутності належного інформаційного забезпечення про тенденції розвитку ринку молока та молокопродуктів України та світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У [1] подано результати дослідження ринку молока та молокопродуктів та напрями підвищення їх конкурентоспроможності. У [2] автори обґрунтовують напрями підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств через формування окремих складових потенціалу їх еластичності. У [3] досліджено ринок молока та молокопродуктів України та світу, обґрунтовано доцільність його укрупнення через консолідацію виробництва. У [4] розглядаються питання комплексного оцінювання діяльності молокопереробних підприємства з метою формування стратегії розвитку на етапі стратегічного аналізу. Проте усі вищеподані публікації орієнтуються на зростаючий попит на молоко та молокопродукти в Україні та світі. У сучасних умовах внаслідок зміни тенденцій розвитку ринку молока та молокопродуктів виникає необхідність пошуку шляхів подальшого розвитку їх виробників.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою роботи є дослідження тенденцій розвитку ринку молока та молокопродуктів України та світу, їх впливу на перспективи діяльності вітчизняних молокопереробних підприємств та обґрунтування стратегій їх подальшого розвитку

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

2015 р. характеризувався такими тенденціями, які вплинули на розвиток ринку молока та молокопродуктів України [5]:

- скороченням поголів'я великої рогатої худоби;
- зменшенням виробництва молока;
- покращанням якості молока, закупленого на переробку. Найбільше зросло надходження молока високої якості (екстра класу) — на 9,2% — до 180,6 тис. т. Питома вага такого молока становила 9,7% проти 8,9% у 2014 р. Надходження молока вищого сорту виросло на 5% — до 648,2 тис. т;
- отриманням деякими молокопереробними підприємствами дозволу на експорт молочної продукції на ринки Китаю, Казахстану, Молдови та ЄС;
- зростанням з осені вартості закупівельної ціни на молоко;
- зменшенням споживання молочних продуктів населенням;
- наявністю позитивного зовнішньоторгового сальдо.

На кінець 2014 р. та протягом 2015 р. кон'юнктура світового ринку молока та молокопродуктів була несприятливою для України внаслідок відмови від квот на виробництво молока в Європі, введення Росією торговельного ембарго на імпорту з ряду провідних країн-виробників молока; скорочення закупівлі молокопродуктів Китаєм та переключенням його на власне виробництво. Внаслідок перевищення пропозиції молочних продуктів над попитом спостерігалось падіння

Таблиця 2. Місячні обсяги виробництва основних видів молочної продукції в Україні протягом 2014–2015 рр., тис. т

| Місяці | Молоко рідке оброблене | | | Масло вершкове | | | Йогурт та інші ферментовані чи сквашені молоко та вершки | | |
|----------------|------------------------|-------|------------|----------------|-------|------------|--|-------|------------|
| | 2014 | 2015 | Відхил., % | 2014 | 2015 | Відхил., % | 2014 | 2015 | Відхил., % |
| 1 | 74,1 | 79,9 | 7,83 | 6,4 | 6,5 | 1,56 | 40,5 | 36,7 | -9,38 |
| 2 | 77,1 | 75 | -2,72 | 6,5 | 6,7 | 3,08 | 39,8 | 34,1 | -14,32 |
| 3 | 86,7 | 82,9 | -4,38 | 7,6 | 8,1 | 6,58 | 40,5 | 36,8 | -9,14 |
| 4 | 83,7 | 83,9 | 0,24 | 10 | 7,9 | -21,00 | 38,4 | 35,3 | -8,07 |
| 5 | 98,3 | 89,9 | -8,55 | 12,2 | 10,4 | -14,75 | 45 | 39,4 | -12,44 |
| 6 | 105 | 82,2 | -21,71 | 13 | 10,5 | -19,23 | 40,9 | 36,2 | -11,49 |
| 7 | 93 | 85,7 | -7,85 | 12,5 | 10,6 | -15,20 | 40,6 | 36,1 | -11,08 |
| 8 | 99,8 | 79,4 | -20,44 | 11,9 | 9,4 | -21,01 | 40,7 | 35,6 | -12,53 |
| 9 | 100 | 77,6 | -22,40 | 10,6 | 8,1 | -23,58 | 37 | 36,6 | -1,08 |
| 10 | 97,8 | 78,8 | -19,43 | 9,6 | 8,5 | -11,46 | 36,6 | 32,9 | -10,11 |
| 11 | 83,9 | 75,3 | -10,25 | 6,4 | 7,2 | 12,50 | 35,2 | 34,1 | -3,13 |
| 12 | 80,4 | 75 | -6,72 | 7,6 | 7 | -7,89 | 34,6 | 32,3 | -6,65 |
| Загалом за рік | 1079,8 | 965,6 | -10,58 | 114,3 | 100,9 | -11,72 | 469,8 | 426,1 | -9,30 |

Джерело: складено на основі [9].

світових цін, що негативно позначилося на діяльності українських експортерів молокопродуктів. Позитивно на цю ситуацію вплинула девальвація національної валюти, що дозволяло вигідніше продавати ці товари [6]. Вищеподані фактори обумовили те, що виручка від експорту українських виробників молока та молочних продуктів у 2015 р. впала приблизно вдвічі [7].

Зниження доходів українців призвело до того, що обсяг споживання молока і молочних продуктів у 2015 р. скоротився на 12–15%, а за деякими категоріями товарів і до 20%, перевага надавалася продуктам з нижчою ціною [8]. Це негативно позначилося і на обсягах виробництва молока та молокопродуктів.

Динаміка виробництва молока та молокопродуктів за 2011–2014 рр. відображена у таблиці 1.

Аналіз таблиці 1 свідчить, що протягом 2011–2014 р. обсяги виробництва молока обробленого рідкого, молока та вершків жирністю більше 6%, масла вершкового зростали. Одночасно стосовно спредів та сумішей, сирів жирних твердих існувала чітка динаміка до зменшення обсягів їх випуску.

Протягом 2015 р. було вироблено 1,7 млн т молочних продуктів, що на 10% менше, ніж за 2014 р. Падіння виробництва спостерігалось за всіма основними групами товарів [10].

У таблиці 2 подано обсяги виробництва основних видів молочної продукції протягом дванадцяти місяців 2014–2015 р.

Аналізуючи дані таблиці 2, можна зробити висновки, що протягом усіх дванадцяти місяців 2015 р. порівняно з 2014 р. зменшилися обсяги

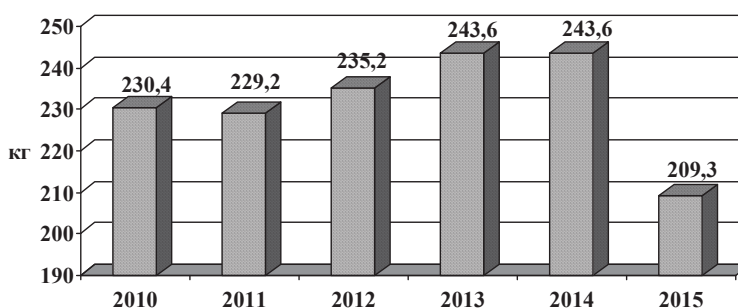


Рис. 1. Споживання молока та молочних продуктів на 1 особу у перерахунку на молоко

Джерело: складено на основі [6; 9].

виробництва йогуртів та інших ферментованих чи сквашених молока та вершків. Протягом більшості аналізованих періодів були меншими також обсяги виробництва молока рідкого обробленого та масла вершкового. Збільшення пропозиції молока протягом травня-вересня призводить до того, що обсяги виробництва масла вершкового у цей період є найвищими, тобто виробництво цього товару носить сезонний характер.

Протягом 2015 р. споживання молока та молочних продуктів в Україні скоротилося і досягло 209,3 кг молочних продуктів (в перерахунку на сире молоко) [6]. Проте динаміка обсягів споживання молока та молокопродуктів протягом 2010–2013 рр. мала тенденцію до зростання (рис. 1), що було позитивним фактором для розвитку молокопереробних підприємств на ринку України.

Відповідно до науково-обґрунтованих норм харчування кожна людина має споживати в середньому 380 кг (у перерахунку на молоко) молока і молочних продуктів, серед яких — 120 кг молока у свіжому вигляді. Зарубіжний досвід свідчить про те, що в окремих краї-

Таблиця 3. Виробники молочної продукції та їх товарний асортимент

| Виробники | Товарні марки | Види товарів |
|---|-----------------|---|
| ТОВ «Данон Дніпро», ПАТ «Кременчуцький мільмолокозавод» | Простоквашино | Молоко (1%, 2,5%, топлене 2,5%, ультрапастеризоване 1,5%, 2,5%, 3,2%), кефір (1%, 2,5%), закваска (1%, 2,5%), ряжанка, йогурти (3 види), сметана (15%, 20%, 25%), сир зернистий, сир кисломолочний (нежирний, 5%, 10%, 15%), вершки (10%, 15%, 20%, 33%), масло 72,6%, 82,5%) |
| ТОВ «Білоцерківський молочний комбінат» | Premialle | Молоко 2,7%, біфідо (1%, 2,5%), сметана (15%, 20%), сир зернистий 7%, кефір 2,5%, ряжанка 4%, йогурти (5 видів), вершки (10%, 15%, 20%), фета 45%, бринза 35% |
| | Біла лінія | Молоко (2,5%, 3,2%, ультрапастеризоване 0,5%, 1,5%, 2,5%), біфідо (1%, 2,5%), сметана (15%, 20%), сир зернистий 4%, кефір (1%, 2,5%), ряжанка 4%, йогурти (4 види), вершки (10%, 15%, 20%), закваска (0%, 2,5%) |
| | Ферма | Молоко (1,5%, 2,5%, 3,2%, ультра пастеризоване 1,5%, 2,5%, 3,2%), сметана (15%, 20%), кефір (1%, 2,5%), ряжанка 4%, закваска (0%, 2,5%), фета 45%, масло (63%, 73%, 82,5%, шоколадне 62,5%) |
| ПАТ «Вимм Біль Данн Україна» | Слов'яночка | Молоко (2,5%, 3,2%, пражене 4%), кефір (1%, 2,5%), ряжанка 4%, сметана (15%, 20%, 25%), масло 72,5%, сир (нежирний, 5%, 9%) |
| ПАТ «Юрія» | Волошкове поле | Молоко 2,6%, сметана (15%, 21%, 25%), кефір (1%, 2,5%), ряжанка 4%, йогурти (4 види), масло 73% |
| ТОВ «Люстдорф» | На здоров'я | Молоко ультрапастеризоване (2,6%, 3,2%), вершки ультрапастеризовані (10%, 15%, 18%, 21%, 33%), спред 72,5% |
| | Бурьонка | Молоко ультрапастеризоване (2,6%, 3,2%), вершки ультрапастеризовані (10%, 15%, 18%, 21%, 33%), спред 72,5% |
| | Селянське | Молоко ультрапастеризоване (1,5%, 2,6%, 3,2%), вершки ультрапастеризовані (8%, 12%, 21%, 33%), масло (63%, 73%, 82%), кефір (1%, 2,5%), ряжанка 4%, сметана (10%, 15%, 20%), йогурти (5 видів) |
| | Весела Бурьонка | Молоко ультрапастеризоване (2,6%, 3,2%), кефір (1%, 2,5%), ряжанка 4%, сметана (10%, 15%, 20%), йогурти (4 види), масло (63%, 73%) |
| ДП «Мілкіленд-Україна» | Добряна | Молоко (1,5%, 2,7%, 3,2%, пражене 2,5%), кефір (0%, 1%, 2,5%, 3,2%), ряжанка 2,5%, сметана (10%, 15%, 21%, 25%), йогурти (8 видів), закваска (1%, 1,5%, з наповнювачами), сир (0%, 9%), сироватка 0%, масло (73%, 82,5%) |
| ПрАТ «Лакталіс Україна» | Президент | Сметана (10%, 15%, 20%), вершки (10%, 20%, 35,1%), сир (0,2%, 5%, 9%), масло 82% |
| ПрАТ «Тернопільський молокозавод» | Молокія Казкова | Молоко (1,6%, 2,5%, 3,4%), йогурти (3 види), масло (73,2%) |
| | Молокія Класика | Молоко 3,6%, кефір (1%, 3,2%), сметана (15%, 22%), йогурт без наповнювача 2,5% |
| | Молокія Сонечко | Молоко (1,6%, 2,5%, 3,4%), кефір (1%, 3,2%), сметана (15%, 16%, 22%, 30%), йогурт без наповнювача 2,5% |
| ПрАТ «Галичина» | Молочна родина | Молоко 2,6%, кефір (0,05%, 2,5%), ряжанка 4%, сметанка (15%, 20%), масло 72,6% |
| | Мої корівки | Кефір (1%, 2,5%), сметана (15%, 20%), масло 72,6%, йогурти (3 види) |
| | Галичина | Йогурти (7 видів) |

нах (Франція, Фінляндія, Польща та інші) рівень споживання молока і молокопродуктів в розрахунку на одну особу населення перевищує 400 кг [11, с. 89—90]. Тому при стабілізації економічної та політичної ситуації українські виробники молокопродуктів мають значні перспективи для свого подальшого розвитку.

Важливою тенденцією світового ринку молокопродуктів є вибір споживачами натуральних продуктів. Тому для того, щоб продукти харчування користувалися попитом на ринку, вони повинні бути максимально природними. Внаслідок існування даної тенденції відбувається переорієнтація споживачів у їх смаках — відхід від екзотичних смаків (десертів, йогуртів) до традиційних молочних продуктів (кефіру, простокваші, ряжанки, сирів) [3]. Для забезпечення свого успішного розвитку у майбутньому вітчизняні виробники молокопродуктів повинні ак-

тивно розширювати свій товарний асортимент саме завдяки таким натуральним продуктам, насамперед органічним, і розробляти стратегії їх просування.

З метою більшого охоплення ринку деякі виробники молокопродуктів пропонують свої товари під кількома товарними марками.

Інформація про основних виробників вітчизняних молочних продуктів та їх товарні марки подано у таблиці 3.

Аналіз таблиці 3 свідчить, що такі виробники як ПрАТ "Галичина", ПрАТ "Тернопільський молокозавод", ТОВ "Люстдорф", ТОВ "Білоцерківський молочний комбінат" при пропозиції молочних продуктів використовують багатомарочний підхід та стратегію розвитку товару, що дозволяє диференціювати товари щодо потреб різних сегментів ринку, збільшити викладку товарів на полицях магазинів. Проте у цьому випадку виробникам необхідні додаткові кошти на розроблення та

просування кількох товарних марок і спостерігається явище "товарного канібалізму", коли обсяги продажу одних товарних марок виробника зростають за рахунок зменшення обсягів реалізації його товарів під іншими товарними марками.

За останні роки ціна закупівлі молока в Україні майже зрівнялася із середньою ціною на молоко в країнах ЄС внаслідок зростання його собівартості, а також зменшення його пропозиції на ринку [12].

З огляду на високу вартість якісної сировини в Україні, польські виробники молока (в першу чергу) можуть спробувати вийти на ринок України зі своєю недорогою цільномолочною продукцією [13]. Тому у цих умовах вітчизняні молокопереробні підприємства повинні активізувати свою маркетингову діяльність, розробляти стратегії у сфері оптимізації витрат. Адже 2015 р. — початок 2016 р. характеризувалися збільшенням цін на молоко та молокопродукти. Зокрема, у період з 22 грудня по 15 січня 2016 р. середня ціна масла вершкового жирністю 72,5% зросла у середньому по Україні на 0,9% і становила 76,92 грн./кг [14], середня ціна по Україні молока пастеризованого жирністю 2,5% станом на 15 січня 2016 р. становила 10,95 грн./л (з 22 грудня зросла на 0,3%); середня ціна сиру "Російський" 50% — 81,00 грн./кг (зросла на 0,6%); сметани жирністю 20% — 31,32 грн./кг (зросла на 0,4%).

Ціна молока та молочних товарів у роздрібній торговельній мережі суттєво зростає внаслідок залучення більшої кількості посередників до його збуту. При закупівлі молока посередниками його ціна зростає на 15—20%. Залежно від асортименту та відповідних доплат за входження молочної продукції до продажу у торговельній мережі, гуртова ціна підприємства на молочну продукцію зростає на 25—60%. При формуванні роздрібною ціною магазини додають для споживачів свою торговельну націнку, яка теж підвищує кінцеву ціну товару [15, с. 64]. Тому виробникам молокопродуктів необхідно налагоджувати співпрацю з торговельними мережами, що дозволить уникнути націнки гуртової торгівлі і зменшити кінцеву ціну реалізації молочної продукції.

Протягом 2015 р. держава майже не надавала дотації на підтримку виробництва молока. За три квартали 2015 р. було виділено лише 8,997 млн грн. (за аналогічний період 2014 р. сума складала 226,5 млн) [6]. Така ситуація суттєво ускладнила становище молокопереробних

підприємств України. Дрібні молокопереробні підприємства банкрутували.

Частковому відновленню ринку молокопродуктів України у 2015 р. сприяло відкриття китайського ринку для 18 українських підприємств [6].

Перспективи розвитку ринку молокопродуктів України у 2016 р. теж не дуже оптимістичні. Виробництво молока та молочних продуктів в Україні передбачається на рівні 10,45 млн т. При цьому виробництво у сільськогосподарських підприємствах буде становити 2,66 млн т, у господарствах населення — 7,78 млн т. При цьому експорт молокопродуктів складе в 2016 р. — 532,2 тис. т, а імпорт — 63,3 тис. т. Прогнозується, що споживання на внутрішньому ринку становитиме 9,2 млн т [16].

Частково компенсувати втрати російського ринку українським молокопереробним підприємствам дозволить вихід на ринок Європейського Союзу. Підтвердженням того є рішення Європейської комісії про включення українських молокопереробних підприємств до офіційного списку затверджених експортерів в ЄС [17]. Європейські сертифікати якості підтвердили відповідність української молочної продукції міжнародним нормам і стандартам, що відкриває їй шлях і на інші ринки, зокрема Азії та Африки, на яких визнаються європейські сертифікати. До підприємств, які отримали дозвіл на експорт молочної продукції в ЄС належать: ТОВ "Люстдорф", ТОВ "Молочний дім", ПАТ "Житомирський маслозавод", філія ПАТ "Яготинський маслозавод", "Яготинське для дітей", ПрАТ "Лакталіс-Миколаїв", ТОВ "Гадячсир", Недригайлівський сирцех філії "Роменський молочний комбінат" ПП "Рось", філія "Роменський молочний комбінат" ПП "Рось", ПАТ "Золотоніський маслоробний комбінат", філія "Менський сир" ПП КФ "Прометей".

Зменшення світового та вітчизняного попиту на молочну продукцію спонукатиме молокопереробні заводи все більше переключатися на виробництво технічних продуктів. Молокопереробні підприємства також будуть активно шукати нові ринки збуту та розширювати асортимент товарів за рахунок м'яких сирів [18]. У цей же час виробники молокопродуктів повинні активно просувати "традиційні" молочні продукти, роблячи акцент на їх корисності для здоров'я людини. Мова йде як про рекламу на упаковках товару, так і про активне використання заходів паблісіті з використанням преси, телебачення та Інтернету.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Отже, проведений аналіз свідчить, що для молокопереробних підприємств України у сучасних умовах можуть бути використані усі стратегії розвитку — інтенсивного (розвитку ринку та товару), інтеграційного (з постачальниками сировини та посередниками) та диверсифікаційного. Реалізація стратегій інтенсивного та диверсифікаційного розвитку вимагатиме вдосконалення окремих складових маркетингової діяльності молокопереробних підприємств на підставі збирання первинної маркетингової інформації, що стане предметом подальших досліджень.

Література:

1. Лозовик Д. Б. Національні тенденції розвитку ринку молока і молочних продуктів [Електронний ресурс] / Д. Б. Лозовик // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". — 2014. — № 6. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3121>
2. Кубрак Н.Р. Потенціал еластичності у формуванні конкурентоспроможності промислових підприємств: монографія / Н.Р. Кубрак, Є.В. Крикавський, Н.С. Косар. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. — 204 с.
3. Харченко С.В. Передумови та економічні аспекти розвитку молокопереробних підприємств України [Електронний ресурс] / С.В. Харченко // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". — 2011. — № 5. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=573>
4. Момчева А.М. Формування стратегії розвитку на засадах комплексного оцінювання діяльності молокопереробних підприємств [Електронний ресурс] / А.М. Момчева // Моделювання регіональної економіки. — 2011. — № 1. — Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21CO
5. Девять фактів об української молочної отрасли — 2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: atifundist.com/novosti/29804-top-9-faktov-pro-molochnuyu-otrasl-2015
6. Музиченко Я. З надією на експорт: як пройшов рік для виробників молока [Електронний ресурс] / Я. Музиченко // Аграрне інформаційне агентство. — Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/z-nadiu-na-eksport-ak-projsov-rik-dla-virobnikiv-moloka>
7. Ярмач А. У 2016 не варто очікувати приросту поголів'я корів в Україні [Електронний ресурс] / А. Ярмач // Аграрне інформаційне агентство. — Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/u-2016-pogoliva-koriv-skorocuvatimetsa-svidsimi-tempami-niz-u-2015-ekspert>
8. Українці стали економити на молочних продуктах [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/ukrainci-stali-ekonomiti-na-molocnih-produktah>
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ukrstat.org>
10. Молокопереробники переключаться на виробництво технічних продуктів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/molokopererobniki-pereklucatsa-na-virobnictvo-tehnicnih-produktiv>
11. Гуцул Т.А. Розвиток ринку молока в Україні / Т.А. Гуцул // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). — 2013. — № 1 (3). — С. 89—94.
12. Гурська І. Функціонування ринку молока в Україні: проблеми та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / І. Гурська // Збірник конференції "Інноваційні технології та інтенсифікація розвитку національного виробництва". — Режим доступу: http://econf.at.ua/publ/konferencija_2014_10_16_17/sekcija_5_ekonomichni_nauki/funkcionuvannja_rinku_moloka_v_ukrajini_problemi_ta_perspektivi_rozvitku/81-0-83
13. Висока вартість української молочки робить привабливим її імпорт [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.harchovyk.com/news/detail/3852>
14. На ринку молочних продуктів масло стало лідером здорожчання [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/na-rinku-molocnih-produktiv-maslo-stalo-liderom-zdorozcanna>
15. Бондаренко В.М. Розвиток ефективного виробництва молока та його промислової переробки в Україні / В.М. Бондаренко // Економіка АПК. — 2008. — № 5. — С. 61—64.
16. Виробництво молока в Україні у 2016 році складе 10,4 млн тонн — прогноз [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/virobnictvo-moloka-v-ukrajini-u-2016-roci-sklade-104-mln-tonn-prognoz>

17. 10 українських підприємств отримали дозвіл на експорт молочної продукції до ЄС [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.kyiv-obl.gov.ua/news/article/10_ukrajinskih_pidprijemstv_otrimali_dozvil_na_ekспорт_molochnoji_produktsiji_do_jes

18. Молокопереробники переключаться на виробництво технічних продуктів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/molokopererobniki-pereklucatsa-na-virobnictvo-tehnicnih-produktiv>

References:

1. Lozovyk, D. B. (2014), "National market development trends in milk and milk products", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 6, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3121> (Accessed 3 Feb 2016).

2. Kubrak, N.R. Krykavs'kyj, Ye. V. and Kosar, N. S. (2013), *Potencial elastychnosti u formuvanni konkurentospromozhnosti promyslovykh pidpriemstv* [The potential flexibility in shaping of the competitiveness of industrial enterprises], Vydavnytstvo L'vivs'koi politekhniki, Lviv, Ukraine.

3. Kharchenko, S. V. (2011), "Background and economic aspects of milk company Ukraine", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 5, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=573> (Accessed 5 Feb 2016).

4. Momcheva, A. M. (2011), "The development of the marketing strategy based on a comprehensive evaluation of milk processing plants", *Modeliuvannia rehional'noi ekonomiky*, [Online], vol. 1, available at: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21CO (Accessed 8 Feb 2016).

5. "Nine facts about Ukrainian dairy industry — 2015", available at: atifundist.com/novosti/29804-top-9-faktov-pro-molochnuyu-otrasl-2015 (Accessed 3 Feb 2016).

6. Muzychenko, Ya. (2015), "In hope for the export: how a year has passed for milk producers", *Ahrarne informatsijne ahentstvo*, [Online], available at: <http://agravery.com/uk/posts/show/z-nadiu-na-ekспорт-ak-projsovrik-dla-virobnikov-moloka> (Accessed 3 Feb 2016).

7. Yarmak, A. (2016), "One should not expect the growth of the number of cows in Ukraine in 2016", *Ahrarne informatsijne ahentstvo*, [Online], available at: <http://agravery.com/uk/posts/show/u-2016-pogoliva-koriv-skorocuvatimetsa-vidsimi-tempami-niz-u-2015-ekspert> (Accessed 3 Feb 2016).

8. "Ukrainians began to save on dairy products", available at: <http://agravery.com/uk/posts/show/ukrainci-stali-ekonomiti-na-molocnih-produktah> (Accessed 5 Feb 2016).

9. The official website of the State Statistics Service of Ukraine (2016), available at: <https://ukrstat.org> (Accessed 10 Feb 2016).

10. "The milk processing plants switch to the production of technical products", available at: <http://agravery.com/uk/posts/show/molokopererobniki-pereklucatsa-na-virobnictvo-tehnicnih-produktiv> (Accessed 8 Feb 2016).

11. Hutsul, T. A. (2013), "The milk market development in Ukraine", *Zbirnyk naukovykh prats' Tavrijs'koho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*, vol. 1 (3), pp. 89—94.

12. Hurs'ka, I. (2014), "The functioning of the milk market in Ukraine: problems and prospects", *Zbirnyk konferentsii "Innovatsijni tekhnologii ta intensyfikatsiia rozvytku natsional'noho vyrobnytstva"*, [Online], available at: http://econf.at.ua/publ/konferencija_2014_10_16_17/sekcija_5_ekonomichni_nauki/funkcionunja_rinku_moloka_v_ukrajini_problemi_ta_perspektivi_rozvitku/8-1-0-83 (Accessed 5 Feb 2016).

13. "The high cost of Ukrainian milk makes it attractive for the import", available at: <http://www.harchovyk.com/news/detail/3852> (Accessed 8 Feb 2016).

14. "The butter has become a leader of growth in the dairy market", available at: <http://agravery.com/uk/posts/show/na-rinku-molocnih-produktiv-maslo-stalo-liderom-zdorozcanna> (Accessed 10 Feb 2016).

15. Bondarenko, V.M. (2008), "The development of efficient milk production and its industrial processing in Ukraine", *Ekonomika APK*, vol. 5, pp. 61—64.

16. "Milk production in Ukraine in 2016 will amount to 10.4 mln. tonnes — a forecast", available at: <http://agravery.com/uk/posts/show/virobnictvo-moloka-v-ukrajini-u-2016-roci-sklade-104-mln-tonn-prognoz> (Accessed 5 Feb 2016).

17. "10 Ukrainian enterprises were allowed to export dairy products to EU", available at: http://www.kyiv-obl.gov.ua/news/article/10_ukrajinskih_pidprijemstv_otrimali_dozvil_na_ekспорт_molochnoji_produktsiji_do_jes (Accessed 25 January 2016).

18. "The milk processing plants switch to the production of technical products", available at: <http://agravery.com/uk/posts/show/molokopererobniki-pereklucatsa-na-virobnictvo-tehnicnih-produktiv> (Accessed 10 Feb 2016).

Стаття надійшла до редакції 15.02.2016 р.