



Попко О. В., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТУ МОЛОКА ТА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИМИ ОПЕРАТОРАМИ РИНКУ

Окреслено переваги експортоорієнтованого розвитку вітчизняної молочної промисловості в порівнянні з продажами на внутрішньому ринку. Здійснено аналіз обсягів та динаміки експорту молока та молочної продукції України. Зазначено перелік нових перспективних ринків, які зможуть розширити традиційні експортні ринки. *Ключові слова:* експортна стратегія України, сектор молочної промисловості, експорт молочної продукції, оператори ринку.

Позиції України в умовах глобалізації визначаються насамперед її здатністю та можливістю створювати умови для постійного нарощування національного експортного потенціалу. Його реалізація залежить від багатьох об'єктивних і суб'єктивних факторів, ефективна взаємодія яких здійснюється через залучення до міжнародної економічної інтеграції.

Питанням торговельно-економічних відносин у контексті розвитку експортного потенціалу присвячено доволі багато праць вітчизняних і зарубіжних дослідників, зокрема: Л. Абалкіна, В. Андрійчука, Дж. Бхагваті, В. Будкіна, Є. Волкодавовой, В. Геєця, Т. Гордєєвої, О. Євдоченко, В. Капіцина, А. Кредісова, В. Леонтьєва, А. Мазаракі, А. Панагарія, Ю. Пахомова, В. Рогачова, Дж. Сакса, М. Сейфуллаєвої, Т. Скорнякової, Дж. Стігліца, Т. Циганкової та інших.

Разом з тим, достатньо актуальними лишаються питання експорту продукції вітчизняних компаній продовольчого напрямку в умовах глобалізації. Нині Україна є одним із стратегічних партнерів ФАО. Співпраця з ФАО передбачає внесення змін до діючої програми з фокусуванням на питаннях активізації участі України в забезпеченні міжнародної продовольчої безпеки. Головним національним рамковим законодавчим документом розвитку, що знаходиться в рамках мандату ФАО є «Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020» [7], затверджена Національною Радою реформ 4 грудня 2015 р. Відповідно до стратегії, поточної Рамкової Програми ООН, програм і проектів інших відповідних партнерів, що працюють в країні, Уряд України і ФАО домовились про пріоритетні напрямки і очікувані результати,

включаючи аграрно-продовольчий ланцюг виробництва та доступ до міжнародних ринків.

На рівні держави було прийнято Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020», метою якої є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі, у тому числі за вектором безпеки, включаючи безпеку харчових продуктів. Стратегією розвитку вітчизняного аграрного сектору економіки на період до 2020 року [8] та Концепцією Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року [6] визначено головну стратегічну мету розвитку аграрного сектору – гарантування продовольчої безпеки держави в умовах глобалізації та посилення присутності на світовому продовольчому ринку.

У грудні 2017 року Уряд затвердив Дорожню карту стратегічного розвитку торгівлі на період 2017–2021 роки в рамках Експортної стратегії України [4], яка визначає стратегічні цілі розвитку торгівлі України на наступні чотири роки, серед яких: створення умов для розвитку сфер торгівлі задля диверсифікації експорту українських товарів та послуг, підтримка експорту з боку держави, а також підвищення рівня знань та навичок, необхідних підприємствам для здійснення міжнародної торгівлі.

До базових секторів економіки України, які формують ВВП України, надходження до бюджету та визначають рівень зайнятості й доходів українців, віднесено також і харчову промисловість. Найбільшу перспективу в секторі харчової і переробної промисловості представляють готові до вживання продукти харчування, у тому числі молоко та молочні продукти. З метою забезпечення ефективності реалізації Експортної стратегії перспективні сектори економіки були згруповані у три основних кластери. Згідно представленого в Стратегії поділу, харчова промисловість, включаючи молочну, відноситься до третього кластеру, який має в перспективі сприяти переробці в Україні сировини на продукцію з високою доданою вартістю. Цей кластер залежить насамперед від рівня розвитку агропромислового комплексу та включає в себе елементи інновацій, притаманні першому кластеру, а також доповнює другий кластер, сприяючи поліпшенню іміджу країни за кордоном [4].

З тим, щоб експортні стратегії максимально відповідали потребам вітчизняних підприємств харчової промисловості, вони повинні розроблятися інклюзивно, тобто в активній співпраці з бізнесом, бізнес- та галузевими асоціаціями, а також за участі Міжнародного торговельного центру (ITC) та підтримки Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) [5].

До переваг експорту в порівнянні з продажами на внутрішньо-



му ринку можна віднести збільшення обсягів реалізації продукції, підвищення рівня рентабельності продукції, економія на масштабах, зниження волатильності основних макроекономічних показників, покращення іміджу операторів ринку в роботі з контрагентами, у т.ч. й на внутрішньому ринку. Таким чином, вихід на зовнішні ринки дозволить не лише підвищити імідж вітчизняних операторів, а й забезпечити економічний добробут держави. Разом з тим, здійснення експортної діяльності зумовлює не лише переваги, а й певні виклики (рис. 1).

На думку вітчизняних експертів харчового ринку, провідною ідеєю виходу на зовнішні ринки збуту є диверсифікація експортних ринків України, запобігання валютним ризикам, зниження негативного впливу сторонніх чинників та ін.

Сьогодні вітчизняний експорт переживає перехідний період своєї історії. Після втрати традиційних ринків збуту (РФ, Крим, тимчасово неконтрольовані території) перед вітчизняними операторами ринку гостро постало питання пошуку альтернативних ринків збуту. Тому у рамках реалізації Експортної Стратегії 2017–2021 років було затверджено перелік нових перспективних ринків, які зможуть замінити традиційні експортні ринки, доступ на які ускладнено через політичну ситуацію. Зокрема, було визначено ТОП-20 ринків, які, за умови вибору правильних форм та інструментів роботи з ними, здатні показати досить швидкі результати. Серед них, крім ринку країн ЄС, виділяють Єгипет, Індію, Білорусь, Грузію, Молдову, Іран, Саудівську Аравію, Китай, Японію, США, Канаду, Швейцарію та Бангладеш [2]. Для подальшої роботи з окресленими ринками планується проведення розширеного аналізу, визначення можливості та форми оптимальної присутності України на цих ринках, а також розроблення стратегічних програм щодо виходу на зазначені ринки.

Протягом останніх років з втратою основних ринків збуту молочної продукції, Україна активізувала зусилля для пошуку нових міжнародних ринків збуту. На жаль, внутрішній ринок молока та молочної продукції України характеризується низькою купівельною спроможністю населення, що не дає можливості нарощувати обсяги реалізації готової молочної продукції всередині країни. Це змушує товаровиробників виходити зі своєю продукцією на нові ринки збуту, здійснюючи адаптацію товарів до вимог та споживчих уподобань тієї країни, до якої планується здійснювати поставки.



Рис. 1. Виклики вітчизняному експорту продукції харчової промисловості

Динаміку експорту та імпорту молока та молочної продукції України протягом 2012–2017 років представлено на рис. 2.

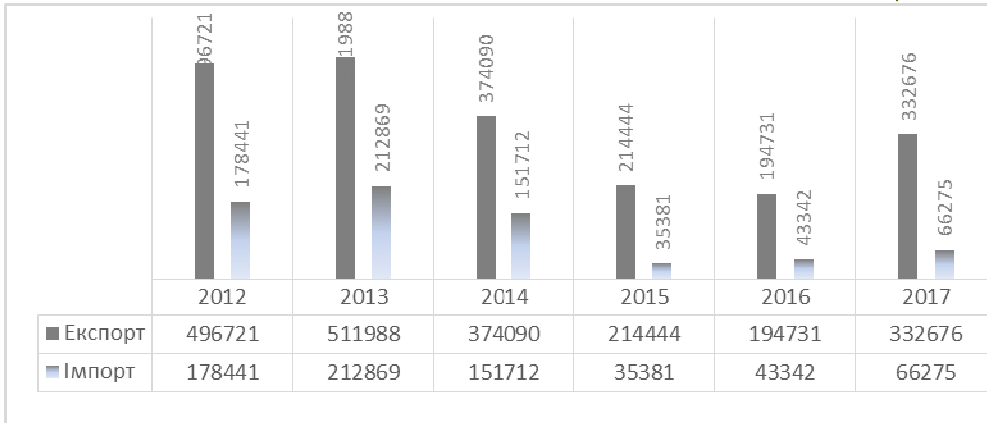


Рис. 2. Динаміка експорту та імпорту молока та молочної продукції України протягом 2007–2017 років, млн USD
Джерело: [2; 3]

Відповідно до офіційних даних, протягом останніх років, обсяг експорту молочної продукції мав нестабільний характер. Така ситуація пояснюється спеціалізацією української молочної продукції на ринках колишнього СРСР, насамперед ринку Росії. Ринок молочної продукції України відчув російське ембарго значно більше ніж решта країн. У 2014 році експорт молочних продуктів скоротився на 27% порівняно з 2013 роком, в 2015 році – на 58,1% до 214,4 млн USD. В 2016 році, спостерігалось подальше скорочення експорту молочних продуктів на 11,1% до 158 млн USD. Основний вплив на скорочення молочного експорту склало зменшення експорту на 42,7% в 2015 році в порівнянні до 2014 року. У зв'язку з закриттям ринку Росією, що спричинив падіння експорту української продукції, ринок України відчув екстремальне перенасичення і разом з девальвацією національної валюти це стримувало темпи імпорту молочних продуктів. У 2015 році імпорт молочних продуктів скоротився на 83,4% до 44,34 млн USD. Щодо імпорту, то протягом останніх років спостерігається різке скорочення його обсягів у 2014–2017 роках через девальвацію гривні та зниження купівельної спроможності населення України. Якщо до 2014 року імпорт сиру та кисломолочних продуктів здійснювався переважно з ЄС і РФ («Данон»), то зараз поставки з Росії практично припинилися, а з країн ЄС – надходять у незначних обсягах.

Динаміку експорту молока та молочної продукції України у натуральному вираженні в розрізі товарного асортименту протягом 2012–2017 років представлено на рис. 3. Як бачимо, Україна найбільшими обсягами експортувала сири до 2014 року, коли різко скоротилися, а потім припинилися поставки до Російської Федерації – кра-

їни, що була основним покупцем вітчизняного сиру (80-85% усього експорту) упродовж 2010-2013 років. Починаючи з 2014 року, відбулося суттєве скорочення експорту молока та молочної продукції через втрату традиційних ринків збуту. Та вже в 2015 році Україна вперше стала нетто-експортером за базовими групами молокопродуктів. За даними аналітичних досліджень 2016-2017 років Асоціації виробників молока, спостерігається поступове нарощення експорту вітчизняних молочних продуктів. За даними державної фіскальної служби України, виручка від експорту в 2017 році склала майже 282 млн USD, що на 78% більше ніж у 2016 році. У натуральному вираженні в 2017 році було експортовано продукції в перерахунку на молоко – 906 тис. тонн, що в 2 рази більше, ніж у 2016 році. Високий рівень світових цін на масло сприяв зростанню його експорту з України у понад 3,5 рази, що склало 130 млн USD. У натуральному вираженні експорт масла в 2017 році склав 30,4 тис. тонн, що в 2,5 рази більше ніж у 2016 році, у тому числі до країн ЄС – 3 тис. тонн, що дозволило Україні посісти друге місце після Нової Зеландії [1].

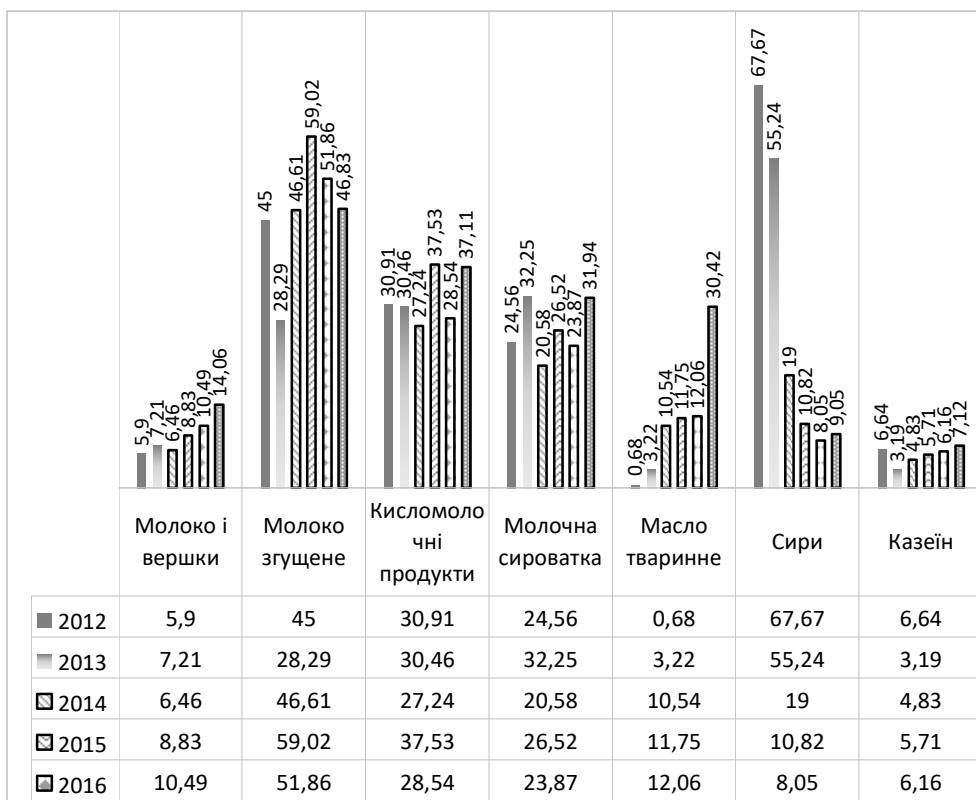


Рис. 3. Експорт молока та молочної продукції України в розрізі товарного асортименту протягом 2012-2017 років, тонн
Джерело: [2; 3]



У сегменті масла перша п'ятірка експортерів 2017 року виглядає наступним чином: «ВМЗ «Рошен»» (12%), «Старокостянтинівський МЗ» (7%), «Яготинський маслозавод» (7%), «Веселинівський завод СЗМ» (3%), «Ічнянський завод сухого молока і масла» (2%). Ці компанії забезпечили понад 30% експорту масла 2017 року.

Окрім наведених вище тенденцій, варто зазначити, що упродовж останніх років розширилась географія експорту. Україна активно почала виходити окрім ринків ЄС, на ринки, які належать до азійського та африканського регіонів. У 2017 році вітчизняними операторами ринку поставки масла здійснювалися до Марокко (20,9%), Туреччини (18,7%), Китаю (46% всього експорту молочної сироватки). Новою країною-партнером для України став Катар – найбільший покупець молока та вершків – 32% всього експорту в 2017 році [1]. На думку експертів, криза, що виникла після втрати російського ринку збуту, поступово проходить, а вітчизняні оператори ринку переорієнтовуються на нові ринки збуту молока та молочної продукції.

У 2017 році згущених продуктів експортовано майже 47 тис. тонн, тобто на 10% менше ніж у 2016 році, сухої сироватки – 32 тис. тонн, що більше на 34% ніж у 2016 році. Україна експортує по 25-35 тис. тонн цих товарів щорічно, успішно диверсифікуючи напрямки з СНД до країн Азії та Африки. Експорт сухого незбираного молока у 2017 році склав 346 тис. тонн, з яких 260 тис. тонн експортував «Вінницький молочний завод «Рошен»» (15%) і по 42 тонни – ЗАТ «Куп'янський МКК» та ТОВ «Мілкіленд» [1].

Головними експортерами сирів з України в 2017 році були «Кома Експорт» (19%), «Клуб Сиру» (17%), «Бель Шостка Україна» (13%), «Лакталіс Україна» (15%), «Мілкіленд Інтермаркет» (7%). Їх загальна частка експорту складає понад 70%. Лідерами із закупівлі українського сиру в 2017 р., стали Казахстан, куди відправили 3,734 тис. т (15,7 млн USD), Молдова – 2,590 тис. т (7,640 млн USD) та Єгипет – 0,989 тис. т (3,643 млн USD).

У цілому експерти Radobank оцінюють розвиток українського молочного ринку як такий, що досить активно розвивається та має всі шанси в найближчій перспективі увійти в п'ятірку країн, які динамічно розвивають молочний напрямок [1]. Додаткові обмеження щодо вибору торговельних партнерів диктує відносно короткий термін придатності переважної більшості молочних продуктів. Разом з тим, продукція має відповідати вимогам з точки зору якості й безпечності, прийнятими в країні-імпортері. Так, імпорт молочної продукції з України до країн ЄС є відкритим і безмитним у межах квот за умови наявності сертифікатів, які підтверджують якість та безпеч-

ність харчової продукції.

Висновки. Протягом останніх років Україна активізувала пошук нових напрямків експорту молочної продукції. До переваг експорту в порівнянні з продажами на внутрішньому ринку відносяться збільшення обсягів реалізації продукції, підвищення рівня рентабельності продукції, економія на масштабах, зниження волатильності основних макроекономічних показників, покращення іміджу операторів ринку в роботі з контрагентами. Вихід на зовнішні ринки дозволить не лише підвищити імідж вітчизняних операторів, а й забезпечити економічний добробут держави. Провідною ідеєю виходу на зовнішні ринки збуту харчової, у тому числі молочної продукції, є диверсифікація експортних ринків України, запобігання валютним ризикам, зниження негативного впливу сторонніх чинників. У якості найбільш перспективних регіонів для експорту молока та молочної продукції є країни Азії, Африки та Близького Сходу завдяки їх швидкозростаючому і відносно невибагливому попиту. Для подальшої роботи з обраними ринками доцільним є проведення розширеного аналізу, визначення можливості та форми оптимальної присутності України на цих ринках, а також розроблення стратегічних програм щодо виходу на зазначені ринки.

1. Аграрний 2017-й: рік приросту молочної галузі. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/agrarnij-2017-j-rik-rostu-molocnoi-galuzi> (дата звернення: 15.11.2018).
2. Вісник молочників – 2018. URL: <http://www.ukrmlprom.kiev.ua/ua/analitika/shchomisyachna-analitika>. (дата звернення: 15.11.2018).
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.11.2018).
4. Експортна стратегія України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2410968-eksportna-strategija-ukraini-mert-pocav-drugij-etap-rozrobki.html>. (дата звернення: 15.11.2018).
5. Пропозиції до плану першочергових дій з розвитку промисловості України. URL: <https://www.uifuture.org/publications/news/22080-plan-po-razvitiu-promyslennosti-ukrainy-doklad-uif-dla-minekonomiki-2017> (дата звернення: 15.11.2018).
6. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1437-р// База даних «Законодавство України»/ВР України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/248907971> (дата звернення: 15.11.2018).
7. Рамкова програма співробітництва для України на 2015-2019 роки. URL: <http://www.fao.org/3/a-bp567o.pdf> (дата звернення: 15.11.2018).
8. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2013 р. № 806-р. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL:



<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-%D1%80>. (дата звернення: 15.11.2018).

REFERENCES:

1. Ahrarnyi 2017-y: rik pryrostu molochnoi haluzi. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/agrarnij-2017-j-rik-rostu-molocnoi-galuzi> (data zvernennia: 15.11.2018).
2. Visnyk molochnykiv – 2018. URL: <http://www.ukrmolprom.kiev.ua/ua/analitika/shchomisyachna-analitika>. (data zvernennia: 15.11.2018).
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (data zvernennia: 15.11.2018).
4. Eksportna stratehiia Ukrainy. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2410968-eksportna-strategia-ukraini-mert-pocav-drugij-etap-rozrobki.html>. (data zvernennia: 15.11.2018).
5. Propozytsii do planu pershocherhovyykh dii z rozvytku promyslovosti Ukrainy. URL: <https://www.uifuture.org/publications/news/22080-plan-po-razvitiu-promyslennosti-ukrainy-doklad-uif-dla-minekonomiki-2017> (data zvernennia: 15.11.2018).
6. Pro skhvalennia Kontseptsii Derzhavnoi tsilovoi prohramy rozvytku ahrarnoho sektoru ekonomiky na period do 2020 roku : Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 30 hrudnia 2015 r. № 1437-r// Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy»/VR Ukrainy. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/248907971> (data zvernennia: 15.11.2018).
7. Ramkova prohrama spivrobotnytstva dlia Ukrainy na 2015-2019 roky. URL: <http://www.fao.org/3/a-bp567o.pdf> (data zvernennia: 15.11.2018).
8. Stratehiia rozvytku ahrarnoho sektoru ekonomiky na period do 2020 roku : Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 17 zhovtnia 2013 r. № 806-r. Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-%D1%80>. (data zvernennia: 15.11.2018).

Рецензент: д.е.н., професор Мальчик М. В. (НУВГП)

Popko O. V., Candidate of Economics (Ph.D.), Associate Professor
(National University of Water and Environmental Engineering, Rivne)

MARKETING RESEARCH OF MILK AND DAIRY PRODUCTS EXPORT BY UKRAINIAN MARKET OPERATORS

The Ukraine's positions in the conditions of globalization are determined primarily by its ability and opportunity to create conditions for the constant capacity-building of national export. Its

implementation depends on many objective circumstances and subjective factors where effective interaction is carried out through engagement in international economic integration. The advantages export benefits compared to domestic sales include increased sales volumes, increased profitability, economies of scale, reduced volatility of key macroeconomic indicators, and improved image of market operators in dealing with counterparties. Access to foreign markets will allow not only to improve the image of domestic operators but also to ensure the economic well-being of the state. Nowadays, the domestic exports of milk and dairy products are experiencing a transitional period in their history. After the loss of traditional markets for milk and dairy products (the Russian Federation, the Crimea, temporarily uncontrolled territories), domestic market operators were faced with the issue of finding alternative markets. At the same time, the domestic market of milk and dairy products in Ukraine is characterized by low purchasing power of the population that does not allow increasing volumes of sales of finished dairy products within the country. This in turn spurs commodity producers to go out with their products to new markets, adapting the goods to the requirements and consumer preferences of the country to which delivery is planned. Therefore, within the framework of the implementation of the Export Strategy 2017-2021, the list of new promising markets was approved, that could replace the traditional export markets, access which is difficult due to the political situation. As the most promising regions for the export of milk and dairy products there are countries in Asia, Africa and the Middle East due to their fast-growing and relatively unpretentious demand.

The fundamental factor of entering the external markets of food including dairy products is diversification of export markets of Ukraine, prevention of currency risks, reduction of negative influence of external factors. For further work with selected markets it is expedient to carry out an extended analysis, to determine the possibility and form of optimal presence of Ukraine in these markets, as well as to develop strategic programs for entering these markets.
Keywords: export strategy of Ukraine, dairy sector, dairy export, market operators.



Попко Е. В., к.э.н., доцент (Национальный университет водного хозяйства и природопользования, г. Ровно)

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭКСПОРТА МОЛОКА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ ОПЕРАТОРАМИ РЫНКА

Определены преимущества экспортоориентированного развития отечественной молочной промышленности по сравнению с продажами на внутреннем рынке. Проведен анализ объемов и динамики экспорта молока и молочных продуктов Украины. Определены перспективные рынки сбыта молочной продукции, которые смогут дополнить традиционные экспортные рынки сбыта.

***Ключевые слова:* экспортная стратегия Украины, сектор молочной промышленности, экспорт молочной продукции, операторы рынка.**
