

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра економічної теорії та конкурентної політики

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

« Розвиток конкурентного середовища на ринку молочної продукції»

Студента 4 курсу, 17 групи,
спеціальності 073 Менеджмент
Освітньої програми Управління
в сфері економічної конкуренції

Муляр Вікторія
Володимирівна

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Щербакова Таміла
Анатоліївна

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент

Ясько Юлія Іванівна

Київ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	
1.1 Характеристика ринку молочної продукції	6
1.2 Аналіз ринку молочної продукції в Україні	14
1.3 Вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств молочної галузі	21
РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	
2.1.Перспективи розвитку ринку молочної продукції в Україні	31
2.2.Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств молочної галузі	38
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47
ДОДАТКИ	53

ВСТУП

Актуальність теми: ринок молочної продукції посідає чільне місце в українській економіці. Він є важливим сегментом продовольчого ринку України, що забезпечує потребу її населення у важливих речовинах. Молоко - не лише один з основних продуктів харчування, а й основний інгредієнт виробництва багатьох товарів харчової промисловості. На сучасному етапі функціонування перед вітчизняними підприємствами поставлені високі вимоги щодо безпеки, ефективності й прибутковості виробництва молока й молокопродуктів відповідної якості, що вимагає від підприємств переробки безперервного вдосконалення. Молокопереробна галузь України наразі має низку проблем, що стають на заваді її ефективного розвитку. Виробники молока й молочної продукції шукають спосіб відійти від стандартів радянського часу та опанувати передові європейські технології. Сьогодні молочна промисловість - одна з провідних галузей народного господарства, що забезпечує населення України продуктами харчування та є складовою продовольчої безпеки нашої держави.

Дослідженню українського ринку молокопродуктів приділяється багато уваги як зарубіжними, так і вітчизняними вченими: В.Г. Андрійчук, Т.Л. Мостенська, П. С. Березівський, П. Г. Саблук, С. В. Васильчак, Н. С. Скопенко, В. І. Бойко, Н. С. Ємцев, В. Н. Зимовець, А. В. Марченко, П. І. Гайдучий, Т.Г. Дудар, М. М. Ільчук, М. В. Місюк, Ю. С. Коваленко, О. В. Крисальний, В. Я. Месель-Веселяк, Т. Л. Мостенська, У. Я. Петриняк, В. В. Юрчишин та інші науковці.

Актуальні питання діяльності й взаємодії всіх складових ринку молока й молочної продукції висвітлюються на платформах: Глобальна молочна платформа (GDP), Міжнародна молочна федерація (IDF), Європейська молочна асоціація (EDA), Міжнародна мережа порівняння молочних ферм (IFCN) та багато інших. Дискусії щодо проблематики української молочної

галузі ведуться такими галузевими громадськими організаціями: Асоціація виробників молока, Інфагро, Спілка молочних підприємств України.

Мета роботи - обґрунтування теоретичних засад розвитку економічних взаємовідносин підприємств на ринку молокопродуктів, підвищення економічної ефективності функціонування української молочної галузі.

Завдання роботи:

- надати характеристику ринку молочної продукції;
- провести аналіз ринку молочної продукції в Україні;
- розглянути вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств молочної галузі;
- розглянути перспективи розвитку ринку молочної продукції в Україні;
- надати пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств молочної галузі.

Об'єкт дослідження - ринок молочної продукції України.

Предмет дослідження - сукупність теоретичних та практичних аспектів функціонування ринку молочної продукції.

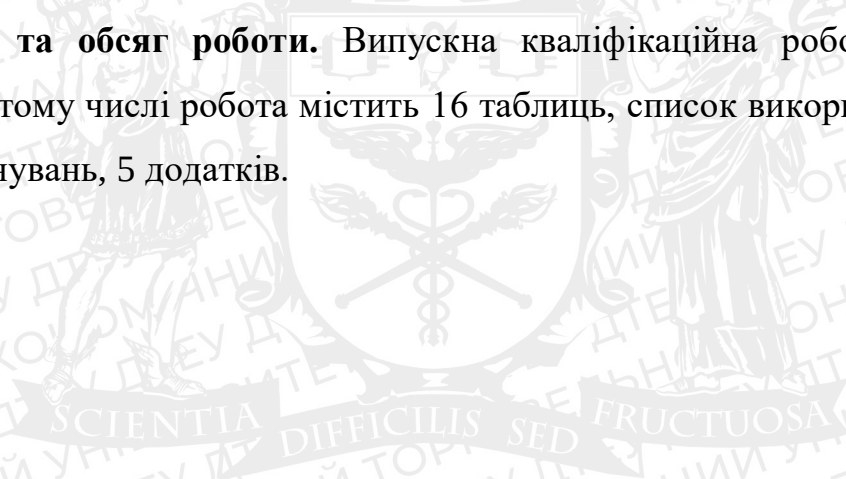
Методи дослідження. В процесі дослідження теми роботи були застосовані такі методи: монографічний, аналізу та синтезу, структуризація та систематизація інформації, методи системно-структурного і порівняльного аналізу, метод структурно-логічного аналізу; економіко-статистичні (статистичне спостереження, групування, порівняння, визначення середніх і відносних величин, індексів), розрахунково-конструктивний, абстрактно-логічний методи, графічні та табличні методи. та інші.

Інформаційну базу дослідження складають чинні нормативно-правові документи, якими регламентується діяльність молокопереробних підприємств в Україні, періодичні видання, дані Державної служби статистики України, звітно-статистичні дані вітчизняних підприємств-виробників молочної продукції матеріали Спілки молочних підприємств України, наукові збірники, матеріали науково-практичних конференцій, монографії і друковані праці

вітчизняних та зарубіжних науковців з тематики дослідження, Інтернет-ресурси тощо.

Практична значущість одержаних результатів. Одержані теоретичні результати можуть бути використані для проведення економічних досліджень щодо розвитку економічної конкуренції на ринку молочної продукції, проблем вдосконалення конкурентного законодавства України до міжнародного рівня. Основні положення випускної кваліфікаційної роботи можуть бути використані в навчальному процесі Державного торговельно-економічного університету при читанні лекцій та проведенні практичних занять з дисциплін: "Конкурентоспроможність національної економіки", "Аналіз і контроль економічної концентрації", "Теорія галузевих ринків".

Структура та обсяг роботи. Випускна кваліфікаційна робота містить 46 сторінок, у тому числі робота містить 16 таблиць, список використаних джерел зі 60 найменувань, 5 додатків.



РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1 Характеристика ринку молочної продукції

Молоко та молочна продукція є одними з тих видів товарів, які споживає майже все населення України без виключення, тому завжди присутній попит на цей продукт. Формування й розвиток ринку молока та молокопродукції, як складової ринку продовольства, відбувалося через розвиток розподілу праці та обміну продуктами праці, й полягало в основі становлення ринкових відносин в цілому. Пройшовши еволюцію від примітивних відносин натурального обміну до високорозвинутої системи суспільно-економічних відносин, ринок молока й молокопродуктів у взаємодії зі всіма елементами ринкової системи, є своєрідним індикатором стану й розвитку агропромислового комплексу і всієї української економіки в цілому[58].

Ринок молока й молокопродуктів виступає за своєю природою формою особливої організації відносин між суб'єктами господарювання, що виникають в процесі купівлі-продажу продукції. В системі таких відносин, основну роль відіграють закони ринку, закономірності й принципи[10]. Вони обмежені певним економічним простором й передбачають дотримання наступних умов:

- свобода щодо форм власності й господарювання суб'єктів ринкової економіки;
- наявність можливості у суб'єктів господарювання вплинути на цінову ситуацію на ринку;
- високий ступінь розвитку антимонопольних інструментів регулювання ринку;
- існування дієвих механізмів держрегулювання економіки;
- наявність доступної й структурованої інформації щодо стану ринку;
- активність діяльності у сфері маркетингу, що має активізувати обмін між суб'єктами ринку;
- високий рівень добросовісної конкуренції;

– існування розвиненої ринкової інфраструктури[18].

З точки зору процесів, ринок молока й молокопродукції характеризується сукупністю економічних відносин, що охоплюють виробництво, розподіл, обмін й споживання власне молока й продуктів його переробки, з метою задоволення потреби суспільства в харчових елементах, а також отримання власної вигоди усіма суб'єктами, що вступають у зазначені відносини.

За кваліфікаційними ознаками, ринок молока й молокопродукції є ринком тваринницької продукції, продовольчим ринком, частиною агропродовольчого сектору, ринком продукції, призначеної для кінцевого споживання, споживчим ринком. Поряд з цим, він має тісний зв'язок з іншими ринками, зокрема: ринком робочої сили, ринком засобів виробництва, сировинним ринком та ринком капіталу тощо[20].

Нормативно-правове врегулювання ринку молока, що спрямоване на дотримання якості та безпеки споживання молока й молокопродуктів для життя й здоров'я населення, і навколишнього середовища в процесі їхнього виробництва, перевезення, зберігання й реалізації представлено в Додатку А.

З метою реалізації положень державної політики та досягнення цілей державою використовується низка інструментів регулювання ринку, представлена в Додатку Б.

Ринок молока й продуктів його переробки вимагає наявності значної кількості потужностей для зберігання продукції, її очистки, доведення до кондиції й транспортування, що створює певні бар'єри для входу на ринок підприємств. Безпосередньо в процесі забезпечення умов виробництва, заготівлі, зберігання, переробки та продажу молокопродукції, формується сукупність ринкових агентів, що забезпечують рух молока від виробників до споживачів за рахунок надання йому необхідних характеристик, що визначаються за допомогою маркетингових досліджень. При цьому, більшість ринкових агентів, перебувають в межах одного суб'єкта господарської діяльності або свідомо координують свою діяльність. Вони формують затребувані обсяги молокосировини, забезпечують відповідну якість,

здійснюють транспортування на переробні потужності й супроводжують процес переробки, пакування, фасування молокопродуктів в межах торговельної мережі[47].

Ринок молока й молокопродуктів характеризується низкою особливостей, які впливають із умов його регулювання. В залежності від ступеня застосування інструментів держрегулювання та діяльності суб'єктів ринку молокопродукції, виділяються 3 основні рівні господарських відносин:

- Загальний (відносини між виробником сировини, первинним споживачем й переробним підприємством) – регулює відносини з приводу заготівлі молока.
- Надходження молока на переробку – може передбачати отримання необробленого молока або сировини, яка пройшла первинну переробку – охолодження, заповнення резервуарів зі сприятливими умовами для зберігання й транспортування, проведення роботи з дисбактеризації або термічної обробки. На цьому рівні молоко може надходити від первинних виробників на подальшу переробку, в підприємства Держрезерву, на експорт або через інструменти оптової торгівлі – на споживчий ринок.
- Споживчий рівень – охоплює ринок цільномолочної продукції, що складається на основі відносин між підприємствами переробки, розподільчою мережею й кінцевими споживачами. Форми співпраці на цьому рівні передбачають реалізацію виготовленої продукції через роздрібні мережі, систему громадського харчування, дистриб'юторські мережі, дрібнооптових продавців, постачання продукції побічної й відходів молокопереробки на підприємства харчової та хімічної промисловості тощо[5].

В системі відносин ринку молока й молокопродуктів, зокрема цільномолочного ринку, специфічними господарськими суб'єктами заготовчого рівня є підприємницькі структури: сільськогосподарські підприємства, фермери, різні правові форми їх об'єднань для ефективного функціонування. Суб'єктами кінцевого рівня виробництва молока й молокопродуктів є підприємства переробки – міські молочні, молочно-консервні комбінати, маслозаводи, сирзаводи, тощо. Споживчий рівень формується покупцями

молокопродукції для особистого споживання, організації продажу, переробки (хлібозаводи, кондитерські підприємства тощо). Склад споживачів може бути однорівневим або багаторівневим з послідовним доповненням функціональних властивостей поліпшення якісних характеристик [11].

Конкуренція – один з елементів економічного механізму розвитку молочної галузі[56]. Вона є рушійною силою, що спонукає виробників працювати з максимальною віддачею для отримання бажаного результату. Зазвичай конкуренцію на ринку молока супроводжують 3 напрямки:

- боротьба за постачальників сировини. У сучасних умовах існують багато підприємств, що займаються збором та переробкою молока, що дає можливість фермерським господарствам швидко реалізувати свою сировину. Постачальниками можуть бути як сільськогосподарські підприємства так і індивідуальні здавачі молока.

- боротьба за споживачів в умовах певної цінової політики. Крім наявних проблем у виробництві молокопродукції актуальною залишається боротьба за споживачів з низьким та середнім рівнем доходів.

- боротьба за споживачів шляхом розширення пропозиції. Головною передумовою цього напрямку конкуренції є розширення асортименту молокопродукції й впровадження вдосконаленої системи маркетингу. Для ринку молока й молокопродукції притаманна низька цінова еластичність попиту, а також велика кількість споживачів з широким колом запитів. Стан ринку молока й молокопродукції в певній мірі знаходиться в залежності від кількості й розподілу виробленої сировини й кінцевої продукції, доходів та потреб споживача[53].

Ціноутворення на молоко й молочні продукти характеризується сезонністю, так пік падіння цін на ринку молока відзначається влітку (червень-серпень). Починаючи з вересня, через скорочення надоїв, ціни зростають, і досягають максимуму в період листопад-грудень. Великий вплив при ціноутворенні на ринку готової молокопродукції здійснюється посередниками в процесі закупівлі молочної сировини й реалізації готової молокопродукції. Під

час закупівлі молока посередницькими структурами його закупівельна ціна зростає приблизно на 15-20%[60].

Виходячи зі специфіки виробництва молока, можна поділити ринок молочної продукції на молоко у свіжому та переробленому вигляді. Сегменти ринку молока й молокопродукції представлені в Додатку В.

Основними складовими ринку молока та молокопродукції є поділ продавців на категорії:

- фермерські господарства й сільськогосподарські виробники;
- заводи, переробні підприємства[52].

Тобто існує первинний ринок молока, де продавцями є безпосередньо сільськогосподарські підприємства та господарства населення і вторинний ринок молока й молокопродуктів, де продавці - переробні підприємства, а також посередники різних ринків. Особливості виробництва молока та молокопродукції пов'язані з його транспортуванням та короткостроковим зберіганням. Взимку обсяг виробництва молока значно менше, ніж влітку. Це обумовлюється тим, що виробництво молока носить переважно сезонний характер, наслідком чого є високі закупівельні ціни на корм для тварин. Ринок молока відзначається рівнем конкурентоспроможності, адже під час виробництва майже всі фактори мають вплив на якість сировини та переробленої продукції[20]. Баланс попиту й пропозиції молока та молокопродуктів в Україні представлено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Баланс попиту й пропозиції молока та молокопродуктів

Попит на продукцію	Кількість, тис. т.	Пропозиція продукції	Кількість, тис. т.
Показник		Показник	
Внутрішній ринок:		Внутрішній ринок:	
Фонд споживання	8880	Власне виробництво	10300
Інше споживання	1100	Зміна запасів	0
Зовнішній ринок (експорт)	450	Зовнішній ринок (імпорт)	130
Споживання на одну особу, кг за рік		208,5	

Розроблено автором на основі [3,4,6,8]

Ринкова рівновага – це стан ринку за якого обсяги попиту й пропозиції співпадають. Ціна рівноваги - ринкова ціна за якої обсяг попиту дорівнює обсягу пропозиції, тобто це ціна яка задовольняє як продавців, так і покупців[14]. За даними таблиці 1.1 можна зробити висновки про невідповідність між попитом й пропозицією, яке відбувається в умовах нестабільної економічної ситуації. Вочевидь, ринок молока й молокопродукції в Україні зараз знаходиться у важких умовах як економічної, так і політичної кризи, й супроводжується скороченням виробництва та зниженням якості та попиту.

Молочна промисловість в Україні наразі є надзвичайно потужною галуззю в якій наявні сильні, стабільні виробники, продукція яких гідно оцінена також і за межами України. Конкурентне середовище вимагає від виробників молокопродукції постійно вдосконалювати асортимент, розробляти нові молочні продукти, які будуть користуватися попитом у споживачів. Тобто, на нинішньому етапі розвитку молочної промисловості в нашій державі наявна переважним чином нецінова конкуренція – конкурентна боротьба відбувається в сфері утворення ефективної асортиментної політики – виробники молочної продукції експериментують й розробляють найрізноманітнішу продукцію, змішують смаки, добавки, начинки, досліджують різний склад з поживними елементами тощо[19]. Підприємствами-виробниками для споживачів пропонуються нові види продукції, що відповідають найсучаснішим світовим зразкам. Групування українських виробників молокопродукції зображено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Групування виробників молочної продукції в Україні

Виробники молочної продукції			
Українські великі виробники	Українські регіональні виробники	Виробники монобрендів	Міжнародні компанії
«ТЕРРА ФУД» «Молочний альянс» «Альміра» ТОВ «Люстдорф» «Юрія» «Вінницький молочний завод»	ПрАТ «Тернопільський молокозавод» «Комбінат «Придніпровський» ТОВ «Літинський молочний завод» ТОВ «Бучацький сирзавод» Компанія	Компанія «Комо» Компанія «Рудь» ТОВ «Ласунка» ПрАТ «Львівський холодокомбінат» ПАТ	«Danone Україна» «Milkiland Україна» «Вімм-Білл-Данн Україна» «Лакталіс Україна» «Бель»

Roshen» «Укрпродукт Групп» ТОВ «Молочна компанія «Галичина» «Моліс» ПрАТ «Куп'янський молочноконсервний комбінат» ПрАТ «Ічнянський молочно-консервний комбінат»	«Органік Мілк» Група компаній «Inmilkco» ТОВ «Лубенський молочний завод» Лубенський молочний завод ПрАТ «ЕтноПродукт» ТОВ «Віньковецький сир завод» ПрАТ «Деражнянський молочний завод» ПП «Джівальдіс» ПП «Ізяслав-молпродукт» ДП «Старокостянтинівський молокозавод» ПрАТ «Хмельницька маслосирбаза»	«Звенигородський сироробний комбінат»	Шостка Україна»
---	---	---	-----------------

Розроблено автором на основі [28,29,33,35,36,37]

Перелік найбільших й найрентабельніших підприємств молочної галузі України наведено в Додатку Г. До переліку лідерів молочної галузі включені не лише вітчизняні переробники молока, а й ТНК, які налагодили своє виробництво в Україні. В рейтингу представлені окремі підприємства, торговельні марки, під якими виробляється молочна продукція та категорії продуктів, що виробляються.

Найбільш успішним є підприємство «TerraFood», загальна виручка якого склала 3,435 млрд грн. Підприємство «TerraFood» - лідер з виробництва масла вершкового фасованого й сиру плавленого в Україні і реалізує вироблену продукцію в понад 30 країн. Компанія презентує такі популярні торговельні марки молокопродукції: «Ферма», «Хатинка», «Золотий резерв», «Біла лінія», «Premialle», «Тульчинка», «Щедра долина», «Вапнярка», «Любий край». Друге місце за обсягом загальної реалізації молокопродукції посідає підприємство «Молочний Альянс», яке експортує продукцію до 35 країн. Група компаній «Молочний альянс» об'єднує підприємства, що виробляють сир, цільномолочну й кисломолочну продукцію, підприємства зі збору й обробки молока й молокопродукції. Молочна продукція випускається під брендами «Славія», «Златокрай», «Пирятин», «Яготинське», «Яготинське для дітей». Третє місце посідає підприємство «Danone Україна» – провідна глобальна

компанія, що представлена двома напрямками: молокопродукція й продукція дитячого харчування. [34].

Міжнародна група компаній «Данон» в Україні є виробником й дистриб'ютором великого асортименту продуктів харчування. Її виробничі потужності представлено заводами: «Данон Дніпро», «Галактон» (м. Вишневе), (м. Херсон) і «Данон Кременз» (м. Кременчук). Продукція підприємства виробляється під торговими брендами: «Актімель», «Активія», «Актуаль», «Avengers», «Alpro», «YoPro», «Живинка», «Простоквашино», «Простоквашино для малят», «Растішка», «Даніссімо», «PawPatrol», «Frozen». Підприємство «Люстдорф» виробляє більше ста найменувань молокопродукції під торговими марками: «Бурьонка», «Весела бурьонка», «DespicableMe», «Селянське», «На здоров'я», «Смачношеф», «Мяумілк», «ІдеальНемолоко»[33].

ДП «Лакталіс-Україна» представлена на ринку двома потужними виробництвами у містах Миколаїв та Павлоград та відомими брендами: «Лактонія», «Président», «Lactel», «Локо-Моко», «Фанні», «Гальбані», «Дольче», «Societe». Асортимент продукції ДП «Лакталіс-Україна» налічує понад 30 асортиментних груп та більше 200 асортиментних позицій.

Важливим гравцем на ринку новинок та інновацій серед виробників молочної продукції є ПрАТ «Тернопільський молочний завод», який виробляє свою продукцію під ТМ «Молокія». Асортимент ТМ «Молокія» налічує 9 асортиментних груп: «Вершки», «Айран», «Йогурт» (складається з 3-х підгруп), «Кефір» (складається з 2-х підгруп), «Молоко», «Масло», «Казкове молоко», «Сир» і «Сметана». Загальна кількість асортиментних позицій у всіх групах – більше 60 асортиментних позицій[37].

Отже, ринок молокопродукції в Україні представлено великим переліком виробників, які працюють над розширенням й оновленням асортименту. З огляду на це в Україні молочна галузь має значні перспективи розвитку. Виробники молочної продукції проводять активні напрацювання у впровадженні інновацій, підтримують сучасні харчові напрямки, щодо розробки еко-продукції, додавання фруктових та злакових наповнювачів,

розробки спеціальної безлактозної продукції. Український ринок молокопродукції безперервно вдосконалюється. Лідери ринку – підприємства «Молочний альянс», «Люстдорф», «DanoneУкраїна», «Вімм-Білл-Данн Україна» та «Лакталіс Україна», охоплюють 50% ринку. Однак, інші виробники також мають шанс зайняти власну нішу за наявності професійних кадрів, достатніх рекламних бюджетів і якісної бази сировини. Отже зараз, молочна галузь України є висококонкурентним середовищем, що представлене як вітчизняними підприємствами, так і молочними брендами, які відомі у всьому світі, з дуже широким асортиментом як традиційної молокопродукції, так і абсолютно нової, а також зі значною перспективою розвитку[47].

Таким чином, ринок молока й молокопродукції є складним економічним утворенням, що має складну структуру й охоплює різні підприємства, які забезпечують виробництво, розподіл, обмін та споживання молокопродукції. Він характеризується значними особливостями обумовленими специфічними рисами головної продукції ринку – молока, яке має велику харчову цінність й велике соціальне значення, а також потребує спеціальних термічних й інших умов для зберігання. Окрім цього, ринок молока й молокопродукції підпадає під держрегулювання, що забезпечує вплив на ринкові процеси в сфері контролю якості, цін та залишків продукції.

1.2 Аналіз ринку молочної продукції в Україні

Виробництво молокопродукції в структурі валової продукції сільського господарства складає 10,6%[34]. Даний показник демонструє надзвичайну важливість молочної галузі. Сире молоко, яке постачається на підприємства переробки є основним сировинним компонентом для цілої низки базових продовольчих товарів, що споживається населенням: масло вершкове, згущене молоко, вершки, кисломолочна та цільномолочна продукція, морозиво, сири, дитяче харчування тощо.

Споживання в Україні молока коливається з року в рік під впливом багатьох внутрішніх й зовнішніх факторів, але, в основному, воно залежить від добробуту населення[49].

Споживання молокопродуктів в Україні на 1 особу за період 2017-2021 р. представлено в таблиці 1.3:

Таблиця 1.3

Споживання молокопродуктів в Україні на 1 особу

Найменування	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Молоко (кг.)	112,3	109,9	112,9	114,9	114,1
Масло вершкове (кг.)	1,8	1,7	1,8	1,9	1,7
Сир (кг.)	4,2	4,5	4,7	5,1	5,3
Молоко знежирене сухе (кг.)	0,4	0,5	0,4	0,5	0,5
Молоко незбиране сухе (кг.)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2

Розроблено автором на основі [33,49,51,57]

Динаміка споживання молокопродуктів напряду корелюється з темпами економічного зростання, що підтверджується спадами кризових років. Відповідно, цей зв'язок також дозволяє прогнозувати майбутній попит, орієнтуючись на більш очевидні перспективи розвитку української економіки.

Закупівельні ціни підприємств-переробників на молоко залежать від низки факторів: якості молока, ситуації, що склалася на ринку молока в певному регіоні тощо. Молоко від домогосподарств, переважно має низьку якість і меншу вартість, ніж молоко від сільськогосподарських виробників. Зростання ціни на молоко протягом 2020-2021 років не покрило зміну курсу гривні, а відповідні ціни в доларах США зменшилися[52]. Спроби підвищення вартості молокопродукції викликали скорочення обсягів продажу, що стало на заваді для переробників для забезпечення виробників молока адекватними цінами під час закупівлі. Ситуація ускладнювалася скороченням ринку збуту, що мало суттєвий вплив на баланс попиту й пропозиції на українському ринку молокопродукції. Ціни на готову молокопродукцію пов'язані з цінами на світовому ринку, тому відрізняються між собою та вартістю сирого молока. Якщо проаналізувати зв'язок між цінами на деякі молокопродукти та цінами на

сировину, то можна констатувати складну економічну ситуацію для виробників[6].

Таблиця 1.4

Середні ціни виробництва деяких видів молочної продукції в 2020-2021 р.

Найменування продукції	2020 р.		2021 р.	
	січень	грудень	січень	грудень
Молоко	16,73 грн.	17,90 грн.	18,33 грн.	20,22 грн.
Вершки сухі	63,35 грн.	63,89 грн.	65,22 грн.	79,48 грн.
Вершкове масло	124,89 грн.	133,19 грн.	126,72 грн.	145,64 грн.
Сметана	51,19 грн.	54,53 грн.	51,78 грн.	58,08 грн.
Сири тверді	117,60 грн.	124,40 грн.	127,90 грн.	153,31 грн.
Кефір	19,26 грн.	20,21 грн.	20,42 грн.	23,13 грн.

Розроблено автором на основі [2,33,34,]

Протягом 2021 року ситуація з цінами на ринку молокопродуктів характеризувалася наступними чинниками: найбільшими темпами в 2021 році підвищилися ціни виробників на молоко сухе знежирене – на 22% та на сири тверді - на 20%; меншим було зростання цін на кефір й сметану - на 13,5% та на молоко – на 10,3%[34]. Зростання цін на молокопродукцію в 2021 році відбувалося меншими темпами, ніж на молочну сировину: якщо ціна молочної сировини протягом 2021 року зростала більш ніж на 17%, то індекс ціни виробників молочних продуктів складав лише 12,3%; зростання ціни молокопродуктів протягом 2 півріччя 2021 року також відбувалося меншими темпами, ніж на молочну сировину: ціна молочної сировини протягом 2 півріччя 2021 року збільшилася на 12,7%, а індекс цін виробників молочних продуктів становить менше ніж 8%[34]. Така диспропорція склалася внаслідок стримування ціни на молочні продукти з боку торговельних мереж. Виробники молочних продуктів не можуть самостійно прийняти рішення про збільшення цін (його необхідно погоджувати з торговельними мережами). В умовах високої конкуренції за сировину, переробниками протягом певного періоду підвищувалися ціни на неї, що мало негативний вплив на економічну ситуацію на ринку.

Асортимент молокопродуктів на ринку досить широкий. У таблиці 1.5 наведено показники виробництва молочної продукції за основними категоріями.

Таблиця 1.5

Виробництво основних видів молокопродуктів у 2017-2021 р. (тис.т.)

Продукція	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2021 р. до	
						2017 р.	2020 р.
Молоко	478	497	474	491	458	95,9%	93,3%
Вершки жирністю до 21%	9,5	9,7	10,5	18,6	13,0	136,8%	69,9%
Вершки жирністю від 21%	47,9	48,6	51,3	45,8	38,9	81,1%	85%
Сир твердий	86,7	88,8	79,1	76,4	68,3	78,8%	89,4%
Сир м'який	4,1	3,1	4,1	5,8	5,1	124,3%	87,9%
Сир розсільний	3,5	5,1	3,0	3,2	2,9	82,9%	90,6%
Сир плавлений	27,1	28,6	29,5	30,7	28,1	103,7%	91,6%
Йогурт	10,6	12,3	12,3	12,4	12,1	114,2%	97,6%
Кефір	130,6	131,7	132,4	145,2	140,8	107,8%	97%
Ряжанка	27,1	26,9	31,4	33,5	32,3	119,2%	96,4%
Сметана	95,3	95,5	94,6	103,1	101,2	106,2	98,2
Дитяче харчування	4,6	4,6	4,4	4,0	3,8	82,6%	95%
Інші кисломолочні продукти	4,0	3,6	4,7	8,2	7,3	182,5%	89%
Масло вершкове	108	105	91,6	85,6	71	65,7%	82,9%
Сироватка	61,3	69,6	59,6	58,6	46,9	76,6%	80%
Продукти, що складаються з натуральних складових молока	8,6	7,6	12,8	5,5	5,1	59,3%	92,7%

Розроблено автором на основі [33,34,35,36,37]

Протягом 2021 року в порівнянні з 2020 роком відбувалося збільшення виробництва деяких молокопродуктів: сироватки на 8,7%, кисломолочного сиру на 7,4%. Незначними темпами зростали обсяги виробництва йогурту – на 1%, продукції кисломолочної - на 2,8%. Значними темпами скорочувалося виробництво молока - на 6,7%; плавленого сиру - на 8,4%; молока згущеного й вершків - на 10,4%; сирів твердих - на 14,2%; масла вершкового – на 17%[34].

Виробництво молочних продуктів протягом 2021 року зменшилося на 7,5% у порівнянні з 2020 роком. У 2020 році обсяги виробництва залишилися без змін порівняно з 2019 роком. Ринок сиру продемонстрував іншу тенденцію:

виробництво сиру свіжого продовжувало зростати в 2021 році на 7,4%, а виробництво інших сирів продовжувало скорочуватися протягом 2021 року на 14,2% до рівня 2020 року (70 тисяч тонн); протягом 2021 року виробництво сиру плавленого трохи скоротилося в порівнянні з 2020 роком, повернувшись до рівня 2018 року[34].

В таблиці 1.6 представлена динаміка виробництва молоковісних продуктів в Україні за період 2017-2021 р.

Таблиця 1.6

Виробництво молоковісних продуктів в Україні в 2017—2021 рр.

Продукція	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2021 р. до	
						2017 р.	2020 р.
Спреди (тис.т.)	24,8	35,4	30,5	17,6	14,9	60%	84,7%
Продукти сирні молоковмісні кисломолочні (тис.т.)	8,3	70,4	72,3	71,5	69,8	841%	97,6%
Продукти сирні молоковмісні інші (тис.т.)	14,7	15,5	16,8	16,9	16,4	111,6%	97%
Продукти згущені молоковмісні (тис.т.)	38,7	38,1	43,3	41,5	38,2		92%

Розроблено автором на основі [33,34,35,36,37]

Виробництво в Україні молоковісних продуктів, як і виробництво молочних продуктів, в останні роки мало тенденцію до зниження: обсяги виробництва спредів скоротилися з 35,4 тисяч тон в 2019 році до 14,9 тисяч тонн у 2021 році, причому лише протягом 2021 року обсяги скоротилися на 15,3%; значно скоротилися обсяги виробництва молоковісних продуктів з добавками з вмістом молочних жирів більше ніж 1,5% масової частки - з 43,3% в 2019 році до 38,2% в 2021 році[34].

Протягом 2021 року зберігалася тенденція до зменшення виробництва продуктів молоковісних з добавками з вмістом жирів молочних менше 1,5% масової частки - з 74,1 тисяч тонн в 2019 році до 70 тисяч тонн в 2021 році[34].

Виробничий потенціал молочної галузі забезпечується двома основними групами суб'єктів: приватними господарствами населення (забезпечують 73%

загального обсягу виробництва валової молочної продукції) й сільськогосподарськими підприємствами (забезпечується 27% загального обсягу виробництва продукції).

Протягом останніх п'яти років в нашій країні, значно зменшилося поголів'я корів молочного напрямку продуктивності. Скорочення поголів'я має місце як в приватних господарствах населення, так і на сільськогосподарських підприємствах. Це має негативний вплив на рівень виробництва молока на ринку, і, як наслідок, щорічно ринком молочної продукції втрачається 2-3% виробництва. Причинами, що викликають таку ситуацію можна назвати велику ресурсо- та трудоємність утримання корів, високий рівень міграції молоді з сільської місцевості, як наслідок ускладнення демографічної ситуації, проблеми з пошуком ринків збуту тощо[58].

Незважаючи на тенденцію до скорочення на ринку молока, продуктивність молочного скотарства має позитивну динаміку. Середньорічний удій молока на 1 корову має тенденцію до зростання. Цей процес відбувається за рахунок сільськогосподарських підприємств, де запроваджуються сучасні технології утримання тварин, значним поліпшенням генетичного потенціалу, оптимізації раціону тварини.

Кількість сільськогосподарських підприємств, що займаються молочним скотарством складає 2,3 тисячі суб'єктів. Серед лідерів молокопереробної галузі на ринку молокопродуктів присутні не лише вітчизняні підприємства, а й транснаціональні корпорації, які безпосередньо ведуть виробництво своєї продукції в Україні. Решта ринку молочної продукції розподіляється між дрібними компаніями та одиничними молокопереробними заводами[33].

В таблиці 1.7 проведений аналіз виробництва молока в Україні за період 2017-2021 р.

Таблиця 1.7

Виробництво молока в Україні, тис. т.

Рік	Підприємства	Домогосподарства	Разом
2017	2766	7515	10281
2018	2759	7309	10064
2019	2729	6935	9663
2020	2761	6502	9264
2021	2750	5969	8719

Розроблено автором на основі [2,8,133,34]

Протягом 2021 року в Україні мала місце тенденція до зменшення загального виробництва молока до 8,7 млн. тонн (майже на 16%)[34]. Цей процес відбувся через скорочення виробництва молока домогосподарствами, саме через бойові дії та окупацію частини території України. Але будь-які оцінки на сьогоднішній день є досить приблизними і будуть коригуватися після завершення війни.

Більшість молока наразі виробляється в Полтавській (691,8 тис. тонн), Вінницькій (684,9 тис. тонн) та Хмельницькій (643,8 тис. тонн) областях. Лідерами промислового виробництва молока є: Полтавська (391,4 тис. тонн), Черкаська (296,4 тис. тонн) та Харківська (245,8 тис. тонн) області. Найбільше молока, яке було вироблене домогосподарствами, вироблялося у Хмельницькій (460,6 тис. тонн), Вінницькій (459,3 тис. тонн) та Львівській (396,1 тис. тонн) областях[34].

Імпорт молокопродукції протягом останніх років зростає. Причиною такої ситуації стала висока вартість вітчизняної молокосировини і відповідно кінцевого продукту, що створює умови для прибуткового імпорту польської та голландської молокопродукції, яка за ціною дорівнює українській, але має більш високу якість. Вищезазначену ситуацію значною мірою ускладнює той факт, що український ринок не захищений митними бар'єрами, а національний виробник знаходиться в явно програшній конкурентній позиції в порівнянні з іноземними виробниками молока, враховуючи, що польські та голландські виробники молокопродукції отримують суттєві субсидії від держави[14].

Отже, тенденції в українській молочній галузі свідчать, що на всіх етапах молочного виробництва на шляху від виробників до споживачів існують

проблеми. Складна економічна ситуація, що склалася в Україні впливає як на виробників так і на споживачів молочної продукції. Українські споживачі мають широкий доступ до молокопродукції, але вони фінансово обмежені. Значне скорочення доходів домогосподарств призвело до скорочення споживання молока й молокопродуктів або їх заміни молокозмісними продуктами. В Україні не вистачає підтримки від держави для успішного розвитку української молочної галузі. Для цього необхідно впровадження відповідних заходів та розробка політики спрямованої на подолання кризових явищ. Основною конкурентною перевагою є оптимальне співвідношення цін та якості товару, що дозволяє продавати продукт і сформувати споживче задоволення й лояльність до вітчизняної продукції.

1.3 Вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств молочної галузі

Більшість вітчизняних дослідників стверджують, що всі чинники конкурентоспроможності продукції підприємств молочної галузі можна умовно поділити на зовнішні й внутрішні (табл.1.8). Фактори, що мають вплив на конкурентоспроможність продукції підприємств молочної галузі

Таблиця 1.8

Фактори конкурентоспроможності

Зовнішні	Внутрішні
-політична ситуація в державі; -економічні зв'язки; -присутність конкурентів; -розміщення виробничих сил; - наявність сировинних ресурсів; - рівень техніки й технології; -система управління виробництвом; -концентрація виробництва; -нормативно-законодавча база.	-система й методи управління підприємством; -рівень організації процесу виробництва на підприємствах; - планування й прогнозування; -орієнтація на маркетингову концепцію; -інноваційні технології виробництва; -ступінь задоволення потреб споживачів; -якість продукції з точки зору оптимальності якісних і технічних параметрів товару

Розроблено автором на основі [14,16,19,21]

Чинники зовнішнього середовища вкрай неоднорідні за джерелами свого походження, й поділяються на 3 групи:

1 група - галузеві (до них відносяться механізм внутрішньогалузевого регулювання, методи й рівень внутрішньогалузевої конкуренції, стан попиту тощо);

2 група - макроекономічні (загальногосподарська кон'юнктура, стан та динаміка платоспроможного попиту, механізм держрегулювання економіки, наявність й рівень розвитку інфраструктури ринку тощо);

3 група - чинники міжнародної економіки (кон'юнктура міжнародних ринків, міжнародний розподіл праці, динаміка курсів валют, міжнародні угоди в сфері зовнішньої торгівлі тощо)[22].

Безпосередньо в залежності від сфери походження зовнішні фактори конкурентоспроможності можна класифікувати таким чином:

- науково-технічні — характеризують стан й динаміку науково-технічного прогресу, рівень техніки й технології, продуктивність і надійність обладнання, гнучкість виробничого процесу тощо;

- організаційно-економічні — характеризують загальногосподарську й галузеву кон'юнктуру, методи й механізми регулювання господарської діяльності на державному рівні та на рівні регіонів й галузей;

- соціальні чинники — відображають динаміку і стан соціальних процесів, що відбуваються на макро- та мікрорівнях;

- екологічні чинники — відображають взаємозв'язок виробничо-економічної діяльності підприємств зі станом навколишнього природного середовища;

- політичні чинники - мають суттєвий вплив на рівень конкурентоспроможності підприємств, що найяскравіше виявляється під час реалізації продукції підприємств на зовнішньому ринку, або при закупівлі імпортованих ресурсів[26].

З наведених характеристик й прикладів можна дійти висновку, що всі вказані групи чинників, за винятком політичних, включають до себе ендегенні

та екзогенні чинники. Лише група політичних чинників має однозначно зовнішній характер.

Внутрішні фактори – це контрольовані чинники діяльності підприємств. До них відносять:

Діяльність керівництва й апарату управління підприємств (виробнича й організаційна структура управління, професійний й кваліфікаційний рівень управлінського персоналу тощо).

Рівень системи технологічного оснащення. Модернізація обладнання й технологій, тобто їх заміна на більш прогресивні та сучасні, забезпечує зростання конкурентоспроможності підприємств, забезпечує внутрішню гнучкість виробництва.

Сировина, матеріали й напівфабрикати. Якість сировини, комплектність її переробки та кількість відходів мають суттєвий вплив на конкурентоспроможність підприємств.

Збут продукції, його обсяг й затрати на реалізацію продукції. Вплив цього фактора на підвищення конкурентоспроможності підприємств є вельми суттєвим. Підприємства намагаються налагоджувати ефективність збуту за рахунок реалізації продукції, що має високий попит на ринку, стимулювати збільшення обсягів продажів, розширювати ринки збуту.

Аналіз внутрішніх факторів впливу тісно пов'язаний з аналізом господарської діяльності підприємств. Отже, під час оцінки, прогнозування й управління конкурентоспроможністю підприємства доцільно враховувати всю сукупність внутрішніх й зовнішніх чинників, що впливають чи можуть потенційно впливати на її формування[38].

Отже, особливості продуктів на ринку молока та умови його доведення до споживача обумовлюють суттєві проблеми формування ринку молока й молокопродукції. У зв'язку із цим, в процесі виробництва молока утворюються макроекономічні й мікроекономічні механізми, що мають забезпечувати раціональну інтенсивність виробництва, економічно обгрунтоване стимулювання сторін ринку, розвиток фінансово-кредитної, податкової та

бюджетної політики держави й органів місцевого самоврядування. Загальний вплив факторів на формування ринку молока й молокопродукції можна зобразити у вигляді рисунку (Додаток Д).

Як можна побачити з рисунка, на ринок молока й молокопродукції мають вплив низка сил. Перша сила, формує населення і це має прояв через кількість населення та його купівельну спроможність. Ця спроможність безпосередньо пов'язується з загальним рівнем доходів населення. Через неї утворюється та розвивається попит на продукцію. Друга сила – формується на підприємствах – виробниках молокопродукції. Тут, параметри виробництва утворюються залежно від зовнішніх й внутрішніх факторів господарської діяльності підприємств. Вони проявляються через встановлення цін на продукцію. В сукупності обсяг виробництва разом з параметрами цін та якості утворюють загальну пропозицію на ринку молокопродукції[50].

За рахунок взаємодії виробників й споживачів продукції утворюється ринкова рівновага, що передбачає компромісну згоду споживачів на купівлю продукції за визначеною ціною та на визначених умовах. В сукупності така система реалізує основну роль – забезпечує споживачів високоякісними продуктами харчування.

Основні фактори, якими обумовлюється географічне розташування підприємств галузі переробки молока, їх ефективне функціонування й розвиток є сировинна база та ринок збуту виготовленої продукції. Виробництво молока і молочних продуктів має такі специфічні господарські й організаційні особливості:

- обмежений термін зберігання молокопродукції в сирому вигляді;
- наявність великого асортименту продуктів переробки;
- необхідність в кооперації й інтеграції, що безпосередньо обумовлюється особливістю переробки молока[53].

В процесі формування повного циклу від виробництва молкосировини до надходження готової продукції до споживачів, сільське господарство перебуває в складному становищі, перш за все, через значну роздробленість

виробництва. В переважній кількості випадків попит на кінцевий продукт молокопереробки є більш еластичним на відміну від попиту на молочну сировину. Переробники й закупівельники, мають практично повну владу на продовольчому ринку, перш за все, у сфері формування цінової політики. Виробники молока змушені погоджуватися з такими умовами, що пов'язано з особливостями молочної сировини[56].

Фактори, що мають вплив на формування ринку молока й молокопродукції, можна розділити на 2 наступні групи (табл. 1.9):

Таблиця 1.9

Фактори, що мають вплив на формування ринку молокопродукції

Фактори внутрішнього середовища	Фактори зовнішнього середовища
-чисельність поголів'я тварин; -середній удій молока на день; -система техоснащення тощо	-політика держави (фіскальна, кредитно-грошова, аграрна, зовнішньоекономічна та ін.); - стан економіки.

Розроблено автором на основі [27,30,58]

Серед головних факторів, які стримують розвиток українського ринку молока та молокопродукції, можна виділити значне зменшення поголів'я корів, низьку якість молочної сировини, застарілість технологій, невідповідність вітчизняних норм й вимог стосовно якості молока європейським вимогам.

Важлива проблема галузі - погана якість сировини. Так, частка реалізованого сільгосппідприємствами молока, яка в переважній більшості випадків відповідає першому й другому сорту, переробним підприємствам складає 33%. Решта (67% молока) надходить на переробку від господарств населення, які не можуть забезпечувати його високу якість. Але необхідно зазначити, що наразі якість молока, яка реалізується підприємствам, має тенденцію до підвищення. Це відбувається через бажання отримання більш високої виручки, тому що різниця в цінах між I і II сортом молока коливається в межах 10-20%, а між молоком першого сорту і несортним - більше 30%[8].

З метою оптимізації стану молочної галузі в Україні, уряду нашої держави доцільно впроваджувати програму розвитку молочних кооперативів, забезпечення фінансової підтримки підприємств молочної галузі через

механізми кредитування з низькими відсотковими ставками, лізингових операцій для реконструкції й модернізації виробництва, впровадження системи управління безпекою молокопродукції та оцінки якості[32].

Проаналізувавши макросередовище, можна скласти таблицю факторів макросередовища (табл. 1.10):

Таблиця 1.10

Фактори макросередовища

Фактор	Загроза	Можливість
Зростання ціни на сировину	Підвищення собівартості виробництва, а отже цін на готову продукцію	
Зростання доходів й купівельної спроможності населення		Впливають на обсяг купівлі молокопродукції в сторону збільшення
Підвищення рівня обізнаності споживачів		Оскільки для споживачів важлива якість продукції, можна робити на цьому акцент у позиціонуванні
Скорочення дійного поголів'я	Зростання ціни на ресурси	
Активізація інтернет-реклами		Можливість розвивати соціальні мережі та вебсайти
Сезонність надоїв	Сезонне підвищення цін на продукцію	
Пропозиція перевищує попит	дуже важко втримати споживача	

Розроблено автором на основі [9,26,31,32]

Проаналізувавши макросередовище можна зробити висновок, що такі фактори, як: зростання ціни ресурсів, зменшення дійного поголів'я, сезонність надоїв, й перевищення пропозиції над попитом мають негативний вплив. Проте цей негативний вплив може бути нівельований активізацією інтернет-реклами, збільшенням доходів й купівельної спроможності цільових сегментів населення та підвищення рівня обізнаності й популяризації здорового способу життя серед споживачів.

Молокопродукція – це дуже важлива частина раціону населення України. Молочні продукти - джерело вітамінів й макроелементів. Однак населенням України наразі скорочується споживання молокопродуктів через їх поступове подорожчання. Українці споживають приблизно 209 кг молочних продуктів на особу. Цей показник значно нижчий в порівнянні з країнами Євросоюзу, де люди споживають 260 кг молокопродукції на рік[3]. До того ж цей показник

сьогодні має тенденцію до скорочення. Більшість споживачів, під час вибору молочних продуктів в першу чергу звертають увагу на ціни. За даними Держстату України найчастіше купується молоко. Воно використовується для приготування страв й для пиття. Іншим популярним продуктом серед споживачів є питні йогурти. Вони дуже поживні, корисні і швидко насичують, їх зручно носити з собою. Питні йогурти часто вживають офісні працівники, студенти й спортсмени. Популяризація здорового способу життя серед населення безпосередньо збільшила попит на молочну продукцію. Різноманітні йогурти й сиркові маси батьки часто купують для своїх дітей.

Таблиця 1.11

Аналіз процесу вибору молочних продуктів споживачами

Нестача	Потреба
Економія коштів	Низькі витрати
Безпека	Якісний товар
Здоров'я	Вітаміни та мікроелементи для травлення
Харчування	Співвідношення макроелементів
Комфорт	Зручність використання в умовах міста

Розроблено автором на основі [3,4,6,21]

Провівши аналіз мікросередовища, можна виділити наступні тенденції: скорочення споживання українцями молокопродукції, яке відбувається через зростання їх ціни, а також високий рівень конкуренції між виробниками (табл.1.12):

Таблиця 1.12

Фактори мікросередовища

Фактор	Загроза	Можливість
Скорочення споживання молочної продукції	Негативний вплив на доходи молокопереробних підприємств	
Висока концентрація ринку	В умовах високого рівня конкуренції необхідно докладати додаткові зусилля для стабільного отримання прибутку	
Не сформований преміум-сегмент		Зайнявши його можна підвищити частку ринку

Розроблено автором на основі [23,28,33]

Для визначення конкурентної стратегії молокопереробних підприємств доцільним є застосування SWOT-аналізу. Це дозволяє провести дослідження стану підприємств-виробників на ринку молокопродукції та визначити перспективи щодо його розвитку з урахуванням наявних й можливих загроз. В таблиці 1.13 проведена оцінка можливостей й загроз для розвитку ринку молочної продукції в Україні.

Таблиця 1.13

SWOT-аналіз стану і перспектив розвитку ринку молочної продукції в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
-Сприятливі природні умови, традиції, технології виробництва й переробки молока -Сильні позиції національних виробників на внутрішньому ринку -Наявність виробників, що здатні конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках	-Низький рівень кооперації між с/г підприємствами й виробниками -Висока собівартість молока, низькі закупочні ціни переробників молока
Можливості	Загрози
-Можливості виходу на зовнішній ринок -Підвищення рівня регулювання ринку з боку держави	-Зростання імпорту молокопродукції -Продовження процесу руйнування зв'язків між с/г виробниками й підприємствами-переробниками -Погіршення якості молокопродукції, зростання ціни на готову продукцію

Розроблено автором на основі [6,9,11,17,39]

Отже, можна визначити, що в сучасних умовах ринок молока і молокопродукції розбалансований, йому притаманний низький рівень організації в контексті взаємозв'язків постачальників сировини й виробників, високі ціни, через що українським виробникам молочної продукції утримувати свої позиції в умовах зростаючої конкуренції стає все важче. У силу високої ресурсоемності вітчизняного виробництва, невідповідності системи якісної оцінки в країні світовому рівню, а також з причини сталості структури і стійкості сегментації європейського ринку молока, Україна не може в повному обсязі конкурувати із західними виробниками[26].

Результатами PEST-аналізу є визначення головних факторів зовнішнього макросередовища, завдяки яким формуються можливості й загрози для підприємства у прогнозованому періоді.

Таблиця 1.14

PEST-аналіз ринку молочної продукції

Політика	Економіка
-Проведення політичних реформ; -Зміни в законодавстві що стосуються молокопереробної галузі; -Зміна політичних партій; -Загроза окупації та бойових дій; -Держрегулювання конкуренції у молокопереробній галузі; -Сучасні світові тенденції розвитку молочної галузі	-Економічна ситуація в Україні; -Зростання рівня інфляції; -Динаміка курсу гривні; -Зміна податкової політики; -Зміна рівню доходів населення; -Зростання витрат підприємств через ріст комунальних тарифів, зокрема водо- та газопостачання, електроенергії -Ріст витрат на транспортування та пакування молокопродукції тощо
Соціум	Технологія
-Зміна базових суспільних цінностей; -Зміна стилю життя; -Стан довкілля в країні; -Популяризація здорового способу життя; -Демографічні зміни (зміна структури населення, темпів його зростання)	-Розробка нових технологій; -Зміни рівня механізації виробництва; -Швидкість зміни й адаптації нових технологій у виробництві; -Розробка нових молокопродуктів на базі інновацій

Розроблено автором на основі [6,9,17,26]

Можна зробити висновок, що:

- зміни в законодавстві дозволяють використати сприятливі можливості для зайняття вільних ніш на ринку молокопродуктів, розширювати сфери діяльності;
- зміни політичних партій здійснюють невеликий позитивний вплив. Цей фактор дає можливості зміцнення позицій підприємств на ринку молокопродукції;
- ймовірність терористичних актів та військових дій становить дуже серйозну загрозу для підприємств, оскільки в такому випадку вони зазнають величезних втрат і постраждає економіка України в цілому;
- економічна нестабільність в країні також є загрозою для підприємств;
- розвиток й вдосконалення технологій на підприємствах забезпечує зростання ефективності виробництва;

- зміни базових цінностей та посилення тенденцій до здорового способу життя позитивно впливатимуть на розвиток ринку молокопродукції, оскільки вона є корисним джерелом енергії для нормальної життєдіяльності людини;
- зміни демографічного стану, зокрема збільшення чисельності населення, є перспективою для залучення більшої кількості покупців продукції підприємств й зростання частки його прибутків;
- стан навколишнього природного середовища може бути загрозою для виробництва молокопродукції. Стан екологічної безпеки в Україні наразі залишається незадовільним. На нього здійснює вплив насиченість територій промисловими й іншими небезпечними для екології об'єктами, низький рівень амортизації виробничих фондів, що для більшості їх наближається до критичного значення, через що зростає ризик аварій й катастроф техногенного походження. Правильно та своєчасно прийняті стратегічні рішення мають на сьогоднішній день провідну роль в успішності роботи підприємства. Саме вони мають вирішальний вплив на конкурентоспроможність виробленої молокопродукції й підприємств в цілому.

РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

2.1 Перспективи розвитку ринку молочної продукції в Україні

Наразі в нашій країні безпосередньо не сформований дієвий механізм функціонування й розвитку ринку молокопродукції. Це можна пов'язати з низкою нерозв'язаних організаційно-економічних проблем, таких як недосконалість законодавства з формування й розвитку системи ринків, які обслуговують агропромисловий комплекс України, в інвестиційній сфері; дефіцит коштів бюджетних і спеціалізованих фондів для фінансування інноваційних проектів розвитку ринку молокопродукції; браком відповідних пільг в оподаткуванні підприємства; недосконалістю фінансово-кредитного механізму забезпечення діяльності підприємств. Не створено умов ефективної взаємодії складових організаційно-економічного механізму активізації діяльності підприємницьких структур ринку молокопродукції[38].

Характерною рисою ринку молокопродуктів є деяка нестабільність й неузгодженість між попитом та пропозицією. Досягнення раціональних пропорцій, а також відносної ринкової рівноваги в значній мірі не може бути забезпеченим виключно рахунком внутрішнього потенціалу ринку[45].

Необхідним є залучення додаткових механізмів, інструментів і ресурсів, що містяться в системі держрегулювання, інших секторах й галузях економіки. В цілому, одним із факторів забезпечення росту ринку молокопродукції є загальноекономічне зростання України, яке б супроводжувалося підвищенням рівня інвестиційної активності, доступом до ринку новітніх технологій, зростанням рівня платоспроможності населення тощо.

Незважаючи на дещо нестабільну ситуацію на ринку молокопродуктів, він має досить високий потенціал. Основні можливості його розвитку визначаються зростанням чисельності населення світу й поглибленням продовольчої кризи. В даному контексті, можна стверджувати, що Україна має

достатній потенціал для посилення своїх позицій на світовому ринку молокопродуктів. Одним з факторів такого зростання може стати подальша інтеграція України і її економіки до європейського економічного простору[49].

Розвиток успішного й конкурентоспроможного ринку молокопродукції в Україні вимагає адекватної й стабільної державної політики. Для ефективного функціонування ринку молокопродукції необхідна наявність сучасної інфраструктури. Слід надавати перевагу створенню корпоративних структур для організації доставки, переробки, заготівлі й збуту молокопродукції. Це допоможе скоротити витрати, забезпечити конкурентоспроможність, встановити відносини між виробниками й споживачами.

Здійснення заходів антимонопольно-конкурентного регулювання ринку молокопродукції потребує належного моніторингу й впровадження системного підходу. Україні необхідно визначитися з пороговим значенням рівня монополізації ринку в контексті уточнення географічних меж окремих регіональних ринків молокопродукції. Це має особливе значення у випадках об'єднання кількох учасників ринку, які окремо не мають домінуючого становища. В зв'язку з цим, доцільно в діяльності підкомплексу загалом врахувати нижню межу концентрації ринку при визнанні домінуючою певної компанії. При цьому слід відзначити відсутність диференціювання в Україні підходу щодо однієї компанії або кількох. В світовій практиці широке застосування має підхід, в межах якого моніторинг стану монополізації проводиться диференційовано: відносно концентрації ринку однією компанією і об'єднанням компаній. При цьому регулювання норм антимонопольного законодавства в молокопродуктовому підкомплексі доцільно здійснювати окремо, а не в межах на основі використання загальної норми в 35% для всіх галузей економіки. В деяких державах нижня норма концентрації ринку відсутня. Це є неприпустимим для України, оскільки сприятиме інтересам обмеженої кількості суб'єктів підприємництва, які мають можливість

концентрації ринку й використання свого монопольного стану у власних інтересах. Відсутність нижнього порогу значною мірою зменшує правові гарантії функціонування галузі, залучення інвестицій суб'єктами підприємництва. В зв'язку з цим необхідно уточнення нижнього порогу концентрації для одного і кількох суб'єктів господарювання на ринку. Необхідним є деталізований моніторинг стану концентрації ринку. Доцільним є перехід в управлінні молокопродуктовим підкомплексом до диференційованого застосування моніторингової норми в 35% як оціночної відносно монополізації. 35% охоплює більше 1/3 певного ринку. Використання такої норми є виправданим для об'єднання підприємств, а для одного підприємства в молокопродуктовому підкомплексі такий рівень концентрації означатиме надзвичайну концентрацію. Тому відносно одного підприємства, як оціночний, доцільно використати рівень в 25%. Аргументом на користь такого значення показника оцінки монополізації є також використання такого значення в Євросоюзі, оскільки в процесі євроінтеграції України є потреба адаптації вітчизняного законодавства, зокрема в молокопродуктовому підкомплексі, до вимог Європейського Союзу.

Для реалізації підвищення конкурентоспроможності вітчизняних молокопереробних підприємств доцільно розробити стратегію налагодження інтеграційних відносин між підприємствами, домогосподарствами й населенням, які працюють з молокопродукцією, що передбачає сприяння створенню агропромислових об'єднань як основної форми захисту економічних інтересів виробників молокопродукції[51].

Формування інтеграційних об'єднань безпосередньо дозволить отримати такі переваги:

- будь-яке господарство незалежно від розміру, без втрати незалежності може бути рівноправним суб'єктом ринкових відносин;
- забезпечення доступу до стабільного ресурсного й матеріально-технічного постачання за низькими цінами;
- можливість використання переваг великомасштабного бізнесу;

- можливість збільшення ринків для збуту продукції, вихід на міжнародні ринки;
- концентрація грошових активів, для закупівлі нового обладнання й технологій, що поліпшить якість заготівлі й транспортування молока;
- підвищення якості молочної сировини, що призведе до зростання якості молокопродуктів, їх конкурентоспроможності;
- вирішення проблем з сировиною й завантаження виробничого устаткування на молокопереробних підприємствах дозволить збільшити кількість робочих місць[55].

Інформаційна діяльність має велике значення для збільшення обсягів збуту молокопродукції. Виробникам необхідно використовувати рекламний вплив на потенційних покупців. Стратегія кожного підприємства має ґрунтуватися на розробці довгострокових стратегій, відповідно розрахувати бюджет на рекламу, Інтернет-магазини, створювати веб-сторінки для пропагування якісної продукції.

Впровадження в молокопереробній галузі України нових виробничих систем – кластерів має стати дієвим інструментом подолання економічних й сировинних проблем в розвитку молокопереробних підприємств, сприяти пришвидшенню обміну інформацією, появі інновацій й нових підходів, зростанню ефективності процесів виробництва й переробки молока, підвищенню характеристик якості молокопродукції й тим самим безпосередньому зростанню конкурентоспроможності молокопереробних підприємств в умовах євроінтеграції і забезпечення їх економічної безпеки[54].

Кластеризація техпроцесу виробництва й переробки молкосировини забезпечить та доповнить реалізація стратегії налагодження інтеграційних відносин між всіма суб'єктами ринку молока продукції:

Таблиця 2.1

**Стратегія створення інтеграційних зв'язків між суб'єктами ринку
молокопродукції**

Інтеграція й кооперація суб'єктів ринку молокопродукції		
Стратегічні цілі		
Захист інтересів суб'єктів ринку молокопродукції	Підвищення якості молокопродукції	Посилення конкуренто-спроможності молокопереробних підприємств
Заходи		
Інформаційні	Організаційно-економічні	Нормативно-правові
- Розробка держпрограми популяризації інтеграційних об'єднань серед дрібнотоварних виробників сільгосппродукції; - організація й проведення просвітницько-роз'яснювальної роботи серед учасників ринку молокопродукції щодо принципів кластеризації й економічних і соціальних переваг кластерних структур; - пропагування теми агропромислової кластеризації через публікації в періодиці, виступах на радіо, телебаченні; - створення інформаційно-аналітичну систему моніторингу розвитку кластерних структур	-Надання податкових пільг інтеграційним об'єднанням; - створення робочих груп на рівні обласних центрів й районів, що разом з суб'єктами молочного ринку могли б розробити організаційну структуру майбутніх інтеграційних об'єднань; - створення загальнодержавний механізм з регіональними підрозділами для консультації й обміну досвідом, постійного моніторингу; - розробка та реалізація на базі освітніх закладів в регіонах програм з навчання фахівців, орієнтованих на створення й зміцнення інтеграційних структур	-Прийняття Закону України Про інтеграційні формування на ринку агропродукції з попереднім обговоренням його положень на громадських слуханнях з представниками всіх сторін; - внесення змін до податкового кодексу України, в частині, що регламентує сплату податків інтеграційними об'єднаннями

Розроблено автором на основі [28,54,55]

Очікуваними результатами запропонованих заходів є:

- захист інтересів учасників ринку молокопродукції;
- мінімізація трансакційних витрат;
- раціональне використання ресурсів, полегшення доступу до технологій,
- матеріального забезпечення, інформації, управлінського досвіду;

- оптимізація виробничих процесів й науково-дослідних робіт, стимулювання ділової активності;
- забезпечення високого рівня партнерських зв'язків між органами держави, виробниками продукції, науково-дослідними інститутами, професійними галузевими об'єднаннями;
- забезпечення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств й економічної безпеки.

Російська військова агресія призвела до скорочення обсягів експортно-імпортних операцій. В квітні 2022 року з України експортувалося на 21%, а імпортувалося на 62% менше молокопродукції, ніж за аналогічний період 2021 року. Однак влітку ситуація покращилася. Виручка від експорту молокопродукції в серпні 2022 року порівняно з липнем 2022 року зросла майже на 25% й становила 32,9 мільйони доларів США [33]. Натомість ситуація на внутрішньому ринку восени 2022 року була нестабільною. На витрати споживачів впливали заготівля на зиму овочів, заощадження й підготовка до опалювального сезону тощо.

Великою проблемою стало зростання вартості кормів, оскільки вона становить до 80% їх витрат на виробництво молокопродукції[46]. Через війну виникла загроза стабільному постачанню кормів для тварин.

На сьогоднішній день, попит на ринку молокопродукції достатній, щоб реалізувати все вироблене молоко, що дає можливість стабілізувати ринок. До України повертається населення, яке виїхало в попередні місяці. Попит на молокопродукцію починає потроху відновлюватися в деокупованих й прифронтових регіонах. Більшість молокопереробних підприємств вже відновили свою діяльність, налагоджуються нові ланцюги продажу й експортних каналів збуту, починає відновлюватися зовнішня торгівля молокопродуктами. Така ситуація пов'язана з закінченням боїв в північних регіонах (Київській, Чернігівській, Сумській областях, звідки відступили російські війська. Це впливає на підвищення попиту на внутрішньому ринку[24].

На фоні постійних перебоїв з електропостачання виробництво молока дещо скорочується. До того ж, зростає захворюваність на мастити, через невчасне доїння та, відповідно, вибракування. Кількість поголів'я худоби в Україні через руйнування ферм, проблему з постачанням кормів й іншими складовими операційної діяльності скорочуватиметься і в подальшому. Через авіаудари та обстріли велику кількість виробничих й офісних приміщень було зруйновано або в значній мірі пошкоджено.

На фермах дуже багато тварин загинуло через ураження кулями, уламками від снарядів, бомб, мін та гранат. Через проблему з поставками й приготуванням кормів велика кількість тварин померла з голоду, а деякі корови через вимушені зміни в раціоні і режиму доїння мають незворотні зміни здоров'я, що лише відтерміновує їх вибраковування[24].

Подальший розвиток ситуації буде залежати від подій на фронті, попиту на внутрішньому й зовнішньому ринку в післявоєнний період, а також від економічної ситуації в Україні в цілому.

Наразі досить складно робити прогнози, адже не виключені блек-аути й жорсткі обмеження на споживання електроенергії в майбутньому, що стримуватиме виробництво. Крім того, світовий молочний ринок продовжує демонструвати низхідний тренд, що тягне за собою й експортні ціни на українську молокопродукцію.

З огляду на стан, який наразі склався в молочній галузі можна безпосередньо очікувати такі тенденції:

- вітчизняні підприємства з виробництва молока потребуватимуть підтримки як на державному рівні, так і з боку недержавних інституцій і міжнародному рівні;
- підприємства зосередяться на роз'язанні своїх найпріоритетніших поточних проблем;
- собівартість виробництва молокопродукції буде зростати через низку об'єктивних факторів та з огляду на світові тенденції;

- купівельна спроможність українських громадян знижуватиметься через економічну кризу, викликану російською військовою агресією, отже виробниками молокопродукції при плануванні їх діяльності має бути враховане скорочення попиту;
- оновлення потужностей виробництва та глобальний перехід на високі світові молочні стандарти дасть змогу українським товаровиробникам якнайшвидше інтегруватися на світових ринках[24].

Таким чином, поєднання реалізації визначених стратегічних напрямів й програмно-цільових заходів з розвитку молокопереробних підприємств разом з впровадженням кластеризації техпроцесу виробництва й переробки молокосировини дозволить підсилити їх конкурентоспроможність й забезпечити продовольчу безпеку нашої держави з огляду на поглиблення зони вільної торгівлі з Євросоюзом та їхньої економічної безпеки.

2.2 Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств молочної галузі

Проблема конкурентоспроможності продукції, яка виробляється підприємствами молочної галузі сьогодні має універсальний характер. Чинник конкуренції змушує виробників молокопродукції безперервно вдосконалювати систему конкурентоспроможності продукції, що виробляється, вимагає від виробників постійного вдосконалення системи конкурентоспроможності, а ринок суворо та об'єктивно оцінює результат їх діяльності.

Досягнення конкурентоспроможності можливе завдяки здобуттю конкурентних переваг наступними шляхами:

- підвищення ефективності діяльності (застосування заходів з її вдосконалення, зниження собівартості молокопродукції та підвищення її якості);
- зниження ефективності діяльності конкурентів з застосуванням економічно прийнятих методів (перекриття доступу конкурентів до каналів реалізації молокопродукції, приваблення кваліфікованих кадрів тощо);

– зміна умов ринкового середовища[28].

Конкурентоспроможність молокопродукції характеризує низка чинників, представлених в вигляді наступних груп:

- споживчі властивості виробленої й конкуруючої молокопродукції,
- характеристика споживачів та цільових ринків,
- маркетингова підтримка молокопродукції виробником тощо[18].

Наразі відсутня єдина методика вибору даних за цими чинниками, їх обробка та визначення на конкурентному ринку для повної діагностики рівня інтенсивності конкурентної боротьби.

Як правило, за різних способів визначення конкурентоспроможності продукції, безпосередньо використовуються 2 групи показників: параметри якості та економічні параметри. Рівень конкурентоспроможності молокопродукції можна оцінити за реакцією ринку, що характеризується конкретними продажами, а також за допомогою безперервного дослідження ринку на кожній стадії життєвого циклу[19].

Стадії виходу на ринок, зростання, зрілості, насичення та спаду, дають змогу передбачати зміну в смаках покупців, каналах розподілу та засобах просування.

Індикаторами, що відображають стадію життєвого циклу товару є показник обсягу реалізації молокопродукції та розмір отриманого прибутку. Для визначення необхідних умов конкуренції застосовується індекс Херфіндаля-Хіршмана, що має наступний вигляд:

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad (2.1),$$

де HHI – індекс Херфіндаля-Хіршмана;

S_i^2 – частка підприємства на ринку, %[9].

При цьому в загальній сумі ринкові частки мають дорівнювати 100%.

Ринок є нормальним для конкуренції, коли $HHI < 1000$ і не більше 1800[9].

Ринок також є безпечним для підтримки нормальної конкуренції за виконання наступних умов:

- на ринку працює не менше 10 підприємств;
- одне підприємств займає не більш ніж 31% ринку;
- 2 підприємства займає не більш ніж 44% ринку;
- 3 підприємства займають не більш ніж 54% ринку;
- 4 підприємства займають не більш ніж 60% ринку[17].

З метою визначення тенденцій розвитку ринку молокопродукції розраховано індекс Херфіндаля-Хіршмана по підприємствах галузі молокопродукції (таблиця 2.2):

Таблиця 2.2

Розрахунок рівня концентрації ринку молокопродукції на основі індекса Херфіндаля-Хіршмана

Назва підприємства	обсяг тис. т	2021		обсяг тис. т	2022	
		РЧ	РЧ²		РЧ	РЧ²
Вімм-Білл-Данн	20,5	6,8	46,24	19,1	6,2	38,44
Галичина	12,8	4,2	17,64	18,4	6,0	36,0
Дрінкс Інк	2,8	0,9	0,81	3,9	1,3	1,69
ГК «Формула»	10,9	3,6	12,96	12,1	3,9	15,21
Данон	16,3	5,4	29,16	15,9	5,2	27,04
Лакталіс	12,5	4,1	16,81	14,5	4,7	22,09
Лубенський МЗ	5,7	1,9	3,61	5,2	1,7	2,89
Люстдорф	58,8	19,4	376,36	60,0	19,6	384,16
Молочна слобода	7,1	2,3	5,29	6,7	2,2	4,84
Молочний альянс	41,8	13,8	190,44	41,8	13,6	184,96
Придніпровський	15,6	5,2	27,04	19,5	6,4	40,96
Терра Фуд	14,9	4,9	24,01	17,1	5,6	31,36
Тернопільський МЗ	16,6	5,5	30,25	16,6	5,4	29,16
Радивилівмолоко	5,1	1,69	2,86	5,2	1,7	2,89
Фавор	5,0	1,6	2,56	5,3	1,7	2,89
Інші	56,1	18,6	345,96	44,8	14,6	213,16
Разом	302,5	100	1132	306,1	100	1037,74

Розроблено автором на основі [9,17,33,34]

Аналізуючи частки основних виробників на ринку молокопродукції, можна дійти висновку, що за останні 2 роки вони не зазнали суттєвих змін. Дещо кращими стали позиції: лідеру ринку компанії «Люстдорф» (зростання з

19,4% до 19,6%), а також «Терра Фуд» (з 4,9% до 5,6%), «Галичини» (з 4,2% до 6%), «Придніпровський» (з 5,2% до 6,4%) та деяких інших підприємств.

Дещо втратили позиції «Молочний альянс» (з 13,8% до 13,6%, хоча й залишився на другій позиції в рейтингу найпотужніших підприємств), «Вімм-Білль-Данн» (з 6,8% до 6,2%), і «Данон» (з 5,4% до 5,2%), а також низка інших.

За даними таблиці 2, частка основних виробників молокопродукції становить 81,45% ринку за 2021 рік та 85,4% за 2022 рік. Інші виробники в сукупності складають відповідно 18,6% та 14,6% ринку, проте частка кожного з них є незначною (менше 1%).

Отже, квадрат ринкової частки інших виробників в процесі розрахунку індексу Херфіндаля-Хіршмана буде незначною величиною, отже їх сумарне значення суттєво не впливатиме на показник індексу. Отже, можна вважати, що показник індексу Херфіндаля-Хіршмана за 2021 рік становить 786,04 (1132–345,96), за 2022 рік – 824,58 (1037,74–213,16). Оскільки отримані значення є меншими за 1000, це означає, що ринок молокопродукції є безпечним для конкуренції і достатньо відкритим для входження нових підприємств на ринок[9].

Інші умови також відповідали умовам безпечності конкуренції:

- на ринку були присутні більше 15 підприємств;
- лідеру ринку – компанії «Люстдорф» належало відповідно 19,4% та 19,6% від загальних обсягів продажів, що значно менше за 31%;
- два провідних підприємства – «Молочний альянс» та «Люстдорф» в сукупності займали в зазначеному періоді відповідно 22,8% і 22,5% від загальних обсягів продажів, що значно менше 44%;
- три підприємства – «Молочний альянс», «Люстдорф» та «Данон» займали відповідно 33,4%, 32,7% та 29,2% від загального обсягу продажу, що значно менше 54%;
- частка чотирьох найпотужніших виробників ринку («Молочний альянс», «Люстдорф», «Лакталіс» та «Данон») становила за відповідний період 41,1% та 42,7%, тобто менше 60%[8].

Отже, результати аналізу показують, що впродовж 2021 і 2022 років ринок молокопродукції був не монополізованим, а сприятливим для конкуренції, що давало можливості для розвитку існуючих підприємств і входження нових гравців на ринок.

Головна мета регулювання конкурентного середовища на споживчому ринку України - формування повноцінного соціально-орієнтованого ринкового середовища, яке буде здатним забезпечувати підвищення конкурентоспроможності ринку, найповніше задоволення потреб населення в широкому асортименті товарів за доступними цінами і гарантованої якості та безпеки[21].

При цьому завдання держави полягає у створенні умов для існування конкуренції і забезпечення якості конкурентних відносин, підвищення конкурентного статусу всіх учасників.

Проведений аналіз конкурентного середовища ринку молокопродукції дає змогу пропонувати такі основні напрями держрегулювання конкурентного середовища згідно специфіки галузі, які мають охоплювати 3 напрямки: стимулюючий, правовий і адміністративний.

Стимулюючий напрям має охоплювати методи й форми, покликані сприяти лібералізації ринку, розвитку конкурентного середовища: появи достатньої кількості підприємств на ринку, зняттю бар'єрів для входження нових підприємств на ринок, запобігання монополізації й зловживанню ринковою владою, створення стимулів для партнерства, співпраці та кооперації, забезпечення взаємної довіри виробників і споживачів, роз'яснювальні заходи (моніторинг, інформування та прогнозування загрозливих тенденцій, розробку рекомендацій та пропозицій, надання, попередніх висновків щодо порушень, безпосереднє роз'яснення з питань кваліфікації порушень (як підприємств, так і органів влади й місцевого самоврядування) тощо[47].

Правовий напрям передбачає регламентацію умов взаємодії суб'єктів господарювання ринку, забезпечення стабільності, чесності і прозорості.

Адміністративний напрям має передбачати втручання в економічні інтереси, використання сили держави для захисту законних прав споживачів й підприємств за допомогою адміністративних інструментів, які включають заходи заборони, дозволу або примусу (контроль за дотриманням законодавства в сфері конкуренції, накладання санкцій за його порушення, визначення певних нормативів, рішення про розділ монопольних утворень, антимонопольне регулювання тощо)[53].

Отже, можна дійти висновку, що за результатами розрахунку рівня концентрації ринку молокопродукції за допомогою індексу Херфіндаля-Хіршмана цей ринок є безпечним для конкуренції й достатньо відкритим для входження нових підприємств на ринок.

Пріоритетним завданням конкурентної політики держави на сьогодні має бути створення для всіх учасників ринку молокопродукції рівних умов конкуренції, що формуватиме мотивацію до інвестиційної діяльності й впровадження інновацій в різних формах, а також заохочення до взаємовигідної співпраці для найповнішого задоволення всіх потреб споживачів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведений аналіз стану вітчизняного ринку молочної продукції, сучасних тенденцій його розвитку дозволяє зробити наступні висновки.

1. Однією з причин складного стану молочної промисловості є руйнування виробничо-економічних зв'язків, особливо між переробниками та виробниками молока. Спостерігається пряма залежність ефективності виробництва переробних підприємств від обсягу молочної сировини. Проте внаслідок низьких закупівельних цін при високій собівартості обсяги виробництва й постачання молока на переробку знижуються.
2. Молокопереробні підприємства відчують брак сировини, втрачають постачальників внаслідок розпаду сировинних зон та всієї системи заготівлі молока. Неповне використання виробничих потужностей веде до спаду обсягу виробництва молокопродукції. Причиною нерівного обміну є монопольне становище переробних підприємств на ринку.

Проте молокозаводи не мають можливості підвищення закупівельних цін, оскільки це призведе до зростання цін реалізації молокопродукції. Соціальна значущість молокопродуктів не допускає такого підвищення цін, адже вже зараз їхнє споживання нижче за фізіологічні норми, а низький платоспроможний попит призведе до ще більшого скорочення споживання.

В зв'язку з цим, вдосконалення виробничо-економічних відносин з виробниками молока - основне завдання молокопереробної промисловості. Для вирішення цих завдань необхідною є кооперація промислових та сільськогосподарських виробників з врахуванням досвіду розвинених країн, за якої успішно вирішуються проблеми конкурентоспроможності підприємств молочної галузі та їхнього виходу на міжнародний ринок. Кооперація та інтеграція — це найбільш доцільний та ефективний шлях створення взаємної зацікавленості товаровиробників в зростанні економіки, доступний господарським структурам, зацікавленим в швидкому економічному зростанні виробництва на нових управлінських, організаційних та майнових основах.

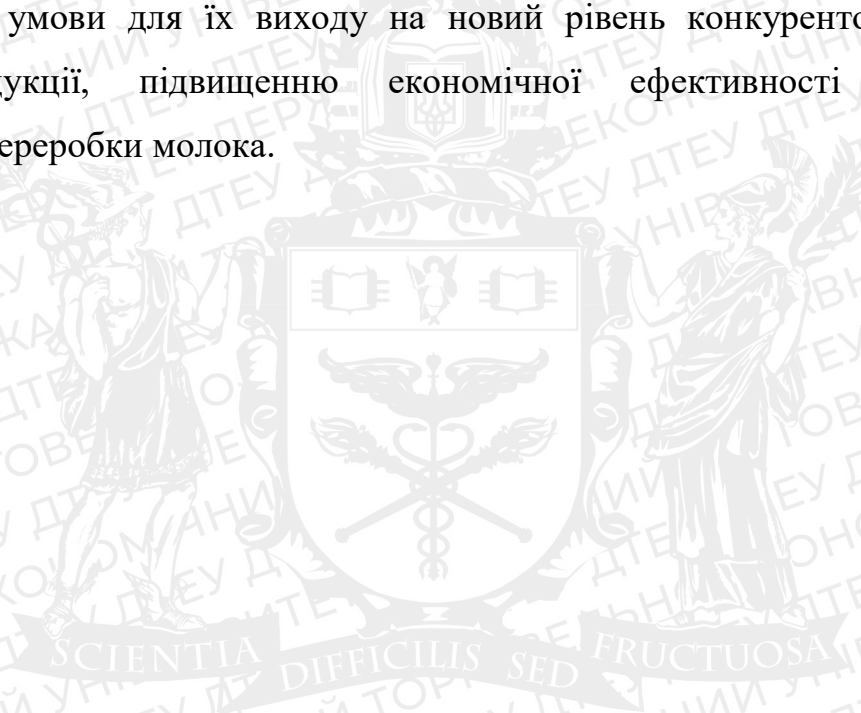
3. Необхідно активізувати перехід українських виробників молокопродукції на інноваційні технології організації й управління виробництвом.
4. Держава має зосередити увагу на захисті інтересів та прибутковості переробних та сільськогосподарських підприємств як основних товаровиробників молокопродукції; завданнями держави мають стати: створення сприятливих умов для інтеграції сільськогосподарських виробників з переробними й обслуговуючими підприємствами; наукове забезпечення розвитку молочної галузі; підготовка та перепідготовка кадрів з досвідом господарювання в ринкових умовах; створення програм реальної фінансової підтримки виробників молокопродукції.
5. Зовнішньоекономічна політика держави має спрямовуватися на захист вітчизняних товаровиробників за рахунок встановлення жорсткого контролю на митниці, здійснення регулювання експорту та імпорту через систему мит, квот, компенсаційних зборів, доведення ставки мита до рівня, встановленого в країнах Європейського союзу.

Отже наразі можна зробити узагальнення, що:

- виробництво конкурентоспроможної молокопродукції на внутрішньому й зовнішньому ринку - пріоритетний напрям сталого розвитку молочного підкомплексу АПК;
- вирішення цього завдання ускладнюється існуванням проблем, які наявні в галузі, а саме - існування прорахунків в системі реформування агропродовольчого сектору, принципово нових внутрішніх й зовнішньоекономічних умов його розвитку;
- сьогодні молокопереробні підприємства відчувають брак молочної сировини, яка при цьому не відповідає світовим стандартам якості, ринок молокопродукції розбалансований, йому притаманний низький рівень організації взаємозв'язків постачальників сировини й виробників, високі ціни, з чим вітчизняним виробникам молокопродукції стає все важче утримувати свої позиції в умовах постійно зростаючої конкуренції.

— основними трендами розвитку молочної галузі переробної промисловості мають стати підвищення якості і конкурентоспроможності молокопродукції шляхом впровадження елементів кооперації між виробниками сировини й кінцевого продукту, забезпечення конкурентоспроможності українського виробника на основі створення умов розвитку галузі з боку держави.

Ці заходи в сучасній економічній ситуації безпосередньо можуть забезпечити для виробників молока розширене відтворення, створити сприятливі умови для їх виходу на новий рівень конкурентоспроможності молокопродукції, підвищенню економічної ефективності виробництва продуктів переробки молока.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук В. Г., Сас І. С. Концентрація в аграрній сфері економіки: проблемні аспекти: монографія. Київ: КНЕУ, 2017. 303 с
2. Асоціація виробників молока: веб-сайт. URL:<http://avm.ua>
3. Баланс молока та молокопродуктів (прогноз на 2022 р. та на період воєнного стану). Лупенко Ю., Тулуш Л., Грищенко О., Чагаровський В., Дідур А., Стріховський Д. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2022. 24 с.
4. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України: стат. зб. Київ: Державна служба статистики України, 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Борисенко О. С., Романенко О. В. Сучасні тенденції розвитку ринку молочної продукції. Інфраструктура ринку. Випуск 42, 2020. С. 64–68.
6. В умовах воєнного стану молочна галузь продовжує працювати. Голос України. URL: <http://www.golos.com.ua>
7. Васіна К. Рынок молока и молочных продуктов Украины URL: <http://www.credit-rating.ua>
8. Виробництво молочної продукції. Вісник молочників. 2018. № 2(74). С. 12–17. URL: <http://www.ukrmolprom.kiev.ua>
9. Гончар О.І., Поліщук І.І. Позиціонування маркетингового потенціалу в системі управління підприємством. Структурна модернізація економіки: прогнозні сценарії та перспективи розвитку регіону: монографія за газ. ред. М. В. Шарко. Херсон: ПП Вишемирський В.С. 2018. С. 189-197
10. Гурська І. С. Функціонування вітчизняного ринку молока та молочних продуктів. Інноваційна економіка. 2019. № 3-4 [79]. С. 30–39.
11. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Дзюбка М. Ю. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств молочної галузі. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 11. С. 12–14.
12. Закон України «Про молоко та молокопродукти» від 24.06.2004 № 1870-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>

13. Зведені дані про стан тваринництва України. В. М. Івченко, І. М. Демчак, Д. М. Микитюк, І. В. Свиноус та ін. К.: НДІ «Укراгропромпродуктивність», 2021. 47 с.
14. Злидень І.М. Концептуальні засади системного управління конкурентним потенціалом. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Економічна серія; зб. наук праць. Х.: ХНУ ім. В.Н Каразіна. 2019. С.63-67.
15. Ішук С. О., Ляховська О. В. Розвиток молокопереробних виробництв у регіонах України: сировинний аспект. Регіональна економіка. 2020. No 1. С. 42–51
16. Кафлевська С. Г., Ганжа Т. І. Оцінка конкурентоспроможності підприємств за допомогою методики теорії ефективної конкуренції. Збірник наукових праць ВНАУ. 2017. №4. С 80-85
17. Кваша С. М., Іванько А. В. Моделювання часткової рівноваги на ринку молока та молочної продукції в Україні. Економіка АПК. 2017. № 7. С. 37-46.
18. Козак О. А. Розвиток молокопродуктового підкомплексу в умовах міжнародної інтеграції України: монографія. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2021. 400 с.
19. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 Економіка. Е. І. Цибульська; Нар. укр. акад. Харків: Вид-во НУА, 2018. 320 с.
20. Крюкова І. О. Система економічних взаємовідносин між учасниками ринку молока та молокопродуктів України. Український журнал прикладної економіки. 2020. Т. 5. No 3. С. 8–16.
21. Кубрак Н. Р. Конкурентні переваги виробників на ринку молокопродуктів України. Науковий вісник Херсонського державного університету. Вип. 31, 2018. С.90-95
22. Кузнецова І. О., Горбатюк В. В. Сучасні підходи до формування конкурентної стратегії підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2020. № 3-4 (74-75), С. 109–120.

23. Лігоненко Л.О., Богославець Г.М., Носуліч А.М. Дослідження та регулювання споживчого ринку: навчальний посібник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. С. 280–297
24. Литвин А. Зміна курсу на 180 градусів: як війна змінила молочну галузь і експортні ринки. Економічна правда. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua>
25. Лозинська, І. В., Данько, Ю. І. Стратегічні пріоритети розвитку скотарства в аграрних підприємствах. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: зб. наук. пр. 2018. Вип. 1. С. 152-157.
26. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. Львів: Вид-во ЛКА, 2016. 484 с.
27. Мамчур В.А. Інституційно-економічний механізм розвитку ринку молока і молокопродуктів. Економіка АПК. 2017. № 4. С. 41–49.
28. Місюк М. В., Заходим М. В. Розвиток ринку молока в контексті забезпечення продовольчої безпеки країни. Економіка АПК. 2021. № 1. С. 34-43.
29. Молочний експорт в умовах війни. Бюлетень № 3. 15 червня 2022 р. Інфагро. URL: <https://infagro.com.ua>
30. Мороз О.В., Безсмертна О.В., Шварц І.В. Ефективність витрат в логістичній системі молокопереробних підприємств. Інтелект XXI. 2018. № 1. С. 96–100
31. Мошковська О. А. Аналіз сучасного стану молокопродуктового підкомплексу України, проблем його розвитку та шляхів їх вирішення. Агросвіт. 2019. № 18. С. 16–23.
32. Мудрак Р.П. Господарська діяльність підприємств молокопереробної галузі харчової промисловості України. Український журнал прикладної економіки. 2020. Т.5 №1 С.388-394.
33. Новини галузі. Асоціація виробників молока: URL: <http://avm-ua.org>
34. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
35. Офіційна інформація по підприємству ТОВ «Люстдорф». URL: <https://www.loostdorf.com>

36. Офіційна інформація по підприємству ТОВ «Молочна компанія «Галичина». URL: <https://galychyna.com.ua>
37. Офіційна інформація про підприємство ПрАТ «Тернопільський молокозавод». URL: <https://molokija.com>
38. Патика Н. І. Конкурентоспроможність та позиціонування України на світовому ринку молочної продукції. Економіка АПК. 2019. № 5. С. 77–86.
39. Перфілова О. Є. Проблеми та особливості впровадження SWOT-аналізу в практику стратегічного управління вітчизняних підприємств. URL: <http://vlp.com.ua>
40. Проблеми та перспективи розвитку економіки: світові та національні аспекти: Збірник матеріалів Міжнародної наукової-практичної конференції, 18 листопада 2022 року. Одеса, ОДАУ. 2022. 425 с.
41. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 № 2210–ІІІ. Відомості Верховної Ради. 2001. № 12. Ст. 64 (зі змін. та доп.).
42. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.1996 № 236/96–ВР. ст. 4–19. Відомості Верховної Ради. 1996. № 36. Ст. 164 (зі змін. та доп.)
43. Пугачов М. І. Розвиток зовнішньої торгівлі агропродовольчими товарами. Економіка АПК. 2019. № 3. С. 6–13.
44. Розвиток ринку молока та молочної продукції в Україні: Монографія. Ільчук М.М., Пашенко О.В., Андросович І.І. К.: ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2016. 428 с.
45. Россоха В. В., Петриченко О. А. Розвиток ринку молока та молокопродукції в Україні. Економіка АПК. 2018. № 8. С. 43–54.
46. Свідерська І.М. Удосконалення системи управління фінансовими ресурсами вітчизняних молокопереробних підприємств. Інноваційна економіка. 2017. 9–10 [71]. С. 118–124.
47. Скопенко Н. С., Євсєєва-Северина І. В., Бовкун А. О. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку молока та молокопродуктів України. Продовольчі ресурси. 2019. No 13. С. 279–290

48. Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту підприємств України: зб. матеріалів всеукр. наук.-практ. інтерн.-конф. здобувачів вищої освіти та молодих вчених (17 лист. 2021 р.) / Харків. нац. автомобільно-дорожн. ун-т. Харків: ХНАДУ, 2021. 409 с.
49. Тенденції розвитку молочної галузі. Підсумки 1 півріччя 2021. Infagro. Офіційний сайт. URL: <https://infagro.com.ua>
50. Ульянов К. В. Основні підходи щодо оцінки конкурентоспроможності діяльності підприємств URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua>
51. Федулова І. В. Ринок молочної продукції України: можливості та загрози. Товари і ринки. 2018. № 1. С. 15–28.
52. Функціонування ринку молока та молочної продукції: теорія, зарубіжний досвід і вітчизняна практика: монографія. Шуст О.А., Варченко О.М., Гончарук І.В. та ін.; за ред. О.А. Шуст. Біла Церква: ПрАТ «Білоцерківська книжкова фабрика», 2021. 296 с.
53. Хоменко О.А. Аналіз ідентифікації ознак механізму управління фінансовою безпекою молокопереробних підприємств. Економічний дискурс. 2019. № 1. С. 63–69.
54. Чагаровський В. П. Молочна галузь України та її майбутнє через 10 років: проблеми, національна програма розвитку та державна підтримка. URL: <https://agropolit.com>
55. Чагаровський В. П. Про значення молочної галузі для продовольчої безпеки країни. Внутрішня торгівля. Імпорт. Експорт. URL: <https://infagro.com.ua>
56. Чернявський А. А. Стратегічні напрями забезпечення конкурентоспроможності продукції українських виробників. Економіка та держава. 2018. № 10. С. 40–42.
57. Шаповал Б.Ш. Аналіз внутрішнього стану ринку та експорту продукції молочної та м'ясної галузей України. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки». 2022. № 10. С. 143–149.

58. Шигимага С. Д. Молочне скотарство, як основа забезпечення продовольчої незалежності. Управління розвитком соціально-економічних систем: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конференції. Харків: ДБТУ. 2022. С. 146–148.
59. Шевченко А. В., Табачук Н. О. Сучасний стан ринку молочної продукції та забезпечення її якості в умовах євроінтеграції України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. № 27(2). С. 101–107.
60. Шпичак О. М. Організаційно-економічні проблеми виробництва молока в Україні та їх вирішення. Економіка АПК. 2021. № 4. С. 24-40.



Додаток А

Нормативно-правові акти, що регулюють ринок молока в Україні

№	Назва	Тип	Видавники	Номер	Дата
1	Про затвердження форм первинного обліку та інструкцій щодо їх заповнення	Наказ	Мінагрополітики та продовольства України	457	01.12.2015
2	Про затвердження Порядку видачі експлуатаційного дозволу, форми експлуатаційного дозволу та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України	Постанова	Кабінет Міністрів України	930	11-11-2015
3	Про затвердження Правил заповнення, зберігання, списання ветеринарних документів та вимог до їх обліку	Наказ	Міністерство аграрної політики та продовольства України	288	01-08-2014
4	Про затвердження Порядку видачі ветеринарних документів	Постанова	Кабінет Міністрів України	857	21-11-2013
5	Про затвердження Державних санітарних норм та правил «Медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини»	Наказ	Міністерство охорони здоров'я України	1140	29-12-2012
6	Про затвердження Положення про комісію та форми довідки про надходження екологічно чистого молока для виготовлення дитячого харчування на молочній основі	Наказ	Міністерство аграрної політики та продовольства України	717	20-11-2012
7	Про затвердження Положення про Єдиний державний реєстр тварин	Наказ	Міністерство аграрної політики та продовольства України	578	25-09-2012
8	Про затвердження мінімально допустимого рівня цін на молоко на 2012 рік	Постанова	Кабінет Міністрів України	807	22-08-2012
9	Про Узгоджувальну комісію на ринку молока	Наказ	Міністерство аграрної політики та продовольства України	399	06-07-2012
10	Про затвердження Правил транспортування тварин	Постанова	Кабінет Міністрів	1402	16-11-

			України		2011
11	Про затвердження переліку платних адміністративних послуг, які надаються Державною службою з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, органами та установами, що належать до сфери її управління, і розміру плати за їх надання	Постанова	Кабінет Міністрів України	641	09-06-2011
12	Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності	Закон	Верховна Рада України	3392-VI	19-05-2011
13	Податковий кодекс України	Кодекс України	Верховна Рада України	2755-VI	02-12-2010
14	Про затвердження Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів	Наказ	Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики	487	28-10-2010
15	Про ідентифікацію та реєстрацію тварин	Закон	Верховна Рада України	1445-VI	04-06-2009
16	Про затвердження Порядку видачі експлуатаційного дозволу	Постанова	Кабінет Міністрів України	978	05-11-2008
17	Про затвердження Інструкції з оцінки якості молока корів, овець та кіз у племінному тваринництві	Наказ	Міністерство аграрної політики України	421	14-07-2008
18	Про затвердження Інструкції з профілактики та оздоровлення великої рогатої худоби від лейкозу	Наказ	Державний комітет ветеринарної медицини України	21	21-12-2007
19	Про затвердження Порядку надання статусу спеціальної зони з виробництва сировини, що використовується для виготовлення продуктів дитячого та дієтичного харчування	Постанова	Кабінет Міністрів України	1195	03-10-2007
20	Про дитяче харчування	Закон	Верховна Рада України	142-V	14-09-2006
21	Про затвердження мінімального допустимого рівня цін на молоко і вершки на 2006 рік	Постанова	Кабінет Міністрів України	1003	24-07-2006
22	Про затвердження Порядку провадження торговельної	Постанова	Кабінет	833	15-06-

	діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів		Міністрів України		2006
23	Про захист тварин від жорстокого поводження	Закон	Верховна Рада України	3447-IV	21-02-2006
24	Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності	Закон	Верховна Рада України	2806-IV	06-09-2005
25	Про державну підтримку сільського господарства України	Закон	Верховна Рада України	1877-IV	24-06-2004
26	Про молоко та молочні продукти	Закон	Верховна Рада України	1870-IV	24-06-2004
27	Про затвердження Правил ветеринарно-санітарної експертизи молока і молочних продуктів та вимог щодо їх реалізації	Наказ	Державний департамент ветеринарної медицини, Міністерство аграрної політики України	49	20-04-2004
28	Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами	Наказ	Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України	185	11-07-2003
29	Про кооперацію	Закон	Верховна Рада України	1087-IV	10-07-2003
30	Про затвердження Положення про державну лабораторію ветеринарно-санітарної експертизи на ринку	Наказ	Державний департамент ветеринарної медицини, Міністерство аграрної політики України	16	15-04-2002
31	Про затвердження Ветеринарних та санітарних вимог до пунктів закупівлі молока від тварин, які утримуються в особистих селянських господарствах	Наказ	Державний департамент ветеринарної медицини, Міністерство аграрної політики України	18	21-03-2002
32	Про затвердження Ветеринарних та санітарних вимог до особистих селянських господарств - виробників сирого товарного молока	Наказ	Державний департамент ветеринарної медицини, Міністерство аграрної політики України	17	21-03-2002
33	Про затвердження загальних вимог до здійснення	Постанова	Кабінет Міністрів	50	24-01-

	переробки, утилізації, знищення або подальшого використання вилученої з обігу неякісної та небезпечної продукції		України		2001
34	Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції	Закон	Верховна Рада України	1393-XIV	14-01-2000
35	Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів	Закон	Верховна Рада України	771/97-ВР	23-12-1997
36	Про затвердження Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні	Наказ	Міністерство транспорту України	363	14-10-1997
37	Про затвердження переліку спеціальних продуктів дитячого харчування і порядку віднесення таких продуктів до продукції власного виробництва	Постанова	Кабінет Міністрів України	859	08-08-1997
38	Про сільськогосподарську кооперацію	Закон	Верховна Рада України	469/97-ВР	17-07-1997
39	Про затвердження Ветеринарно-санітарних правил для ринків	Наказ	Міністерство агропромислового комплексу України, Головний державний інспектор ветеринарної медицини України	23	04-06-1996
40	Порядок виплати доплат на молоко, худобу і птицю, що реалізуються до державних ресурсів в II півріччі 1994 року	Порядок	Міністерство економіки України (до 2000 р.), Міністерство фінансів України, Національний банк України, Міністерство сільськогосподарства і продовольства України, Міністерство статистики України	10-08 37-21-1-10/5030 06/4-5-129 53-32/187 180	15-08-1994

41	Про порядок заготівлі та розрахунків за молоко і м'ясо, що надходять у державні ресурси з господарств населення	Положення	Міністерство агропромислового комплексу України		15-03-1993
42	Про заходи щодо реалізації та здешевлення окремих ковбасних виробів, молока і молокопродуктів	Постанова	Президія Верховної Ради України	2582-XII	07-09-1992
43	Про ветеринарну медицину	Закон	Верховна Рада України	2498-XII	25-06-1992
44	Про створення та організацію виробництва обладнання для доїння корів і первинної обробки молока	Постанова	Кабінет Міністрів України	199	16-04-1992
45	Про захист прав споживачів	Закон	Верховна Рада Української Радянської Соціалістичної Республіки	1023-XII	12-05-1991
46	Про затвердження Порядку проведення державної реєстрації потужностей, ведення державного реєстру потужностей операторів ринку та надання інформації з нього заінтересованим суб'єктам	Наказ	Міністерство аграрної політики та продовольства України	39	10-02-2016
47	Про встановлення режиму цінового регулювання вартості послуг з ідентифікації та реєстрації тварин	Постанова	Кабінет Міністрів України	392	24-06-2016
48	Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) тваринного походження	Постанова	Кабінет Міністрів України	241	30-03-2016
49	Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті на відшкодування витрат на оплату послуг з ідентифікації та реєстрації тварин фізичним особам - власникам цих тварин	Постанова	Кабінет Міністрів України	506	08-08-2016
50	Про затвердження форм заяв про внесення сільськогосподарського товаровиробника до Реєстру отримувачів бюджетної дотації та про зняття	Наказ	Міністерство фінансів України	275	23-02-2017

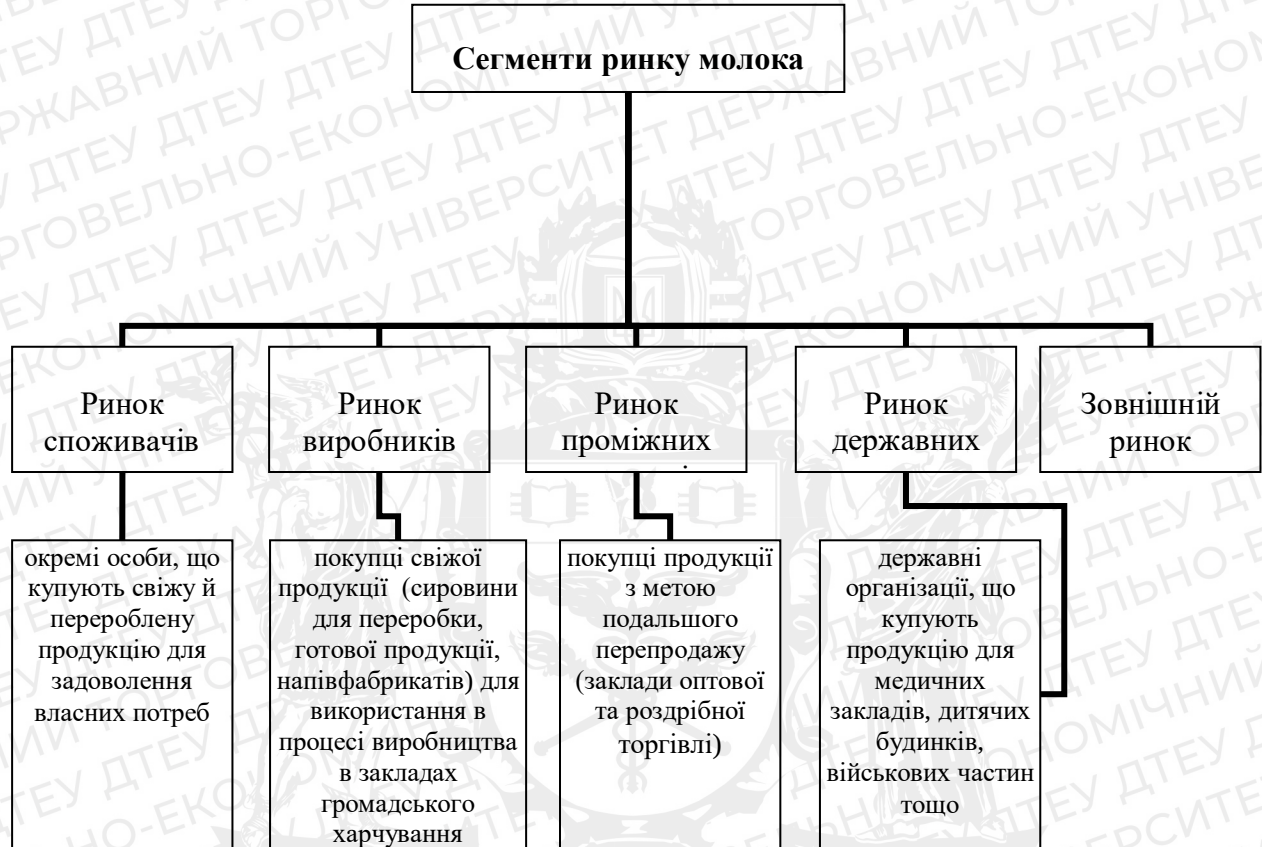
	сільськогосподарського товаровиробника з реєстрації як отримувача бюджетної дотації				
51	Про затвердження Порядку ведення та форми Реєстру отримувачів бюджетної дотації, а також порядку надання відповідної інформації Державною фіскальною службою та Державною казначейською службою	Постанова	Кабінет Міністрів України	179	21-02-2017
52	Про затвердження Порядку розподілу бюджетної дотації для розвитку сільськогосподарських товаровиробників та стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції у 2017 році	Постанова	Кабінет Міністрів України	83	08-02-2017
53	Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин	Закон	Верховна Рада України	2042-VIII	18-05-2017
54	Про затвердження базисної норми масової частки жиру та масової частки білка у молоці коров'ячому незбираному	Наказ	Міністерство аграрної політики України	347	24-06-2010
55	Про прийняття нормативних документів України, гармонізованих з міжнародними та європейськими нормативними документами, національних стандартів України, скасування нормативних документів України та міждержавних стандартів в Україні	Наказ	Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості	61	22-06-2015
56	Про затвердження Порядку ідентифікації та реєстрації великої рогатої худоби та Порядку оформлення і видачі паспорта великої рогатої худоби	Наказ	Міністерство аграрної політики та продовольства України	642	04-12-2017

Додаток Б

Матриця регулювання ринку молокопродукції

Процес	Законодавчі цілі	Інструменти регулювання
Виробництво	Отримання оперативної й надійної інформації щодо поголів'я тварин, їх статі, віку, породи і місцезнаходження для поліпшення управління й прогнозування ринків продукції тваринництва та контролю за епізоотичною ситуацією в країні	Ветеринарно-санітарний паспорт тварини Ветеринарна картка Паспорт ВРХ
	Забезпечення безпечності і якості молока й молокопродуктів для життя й здоров'я населення та навколишнього середовища в процесі виробництва, транспортування, переробки, зберігання й реалізації, ввезення та вивезення з території України	Ведення документації, що підтверджує безпечність і якість продукції
	Не визначено	Експлуатаційний дозвіл Держреєстрація потужностей
Реалізація	Забезпечення проведення державного ветеринарно-санітарного нагляду й контролю за дотриманням підприємствами ветеринарно-санітарних вимог щодо заготівлі і реалізації сирого товарного молока, підвищення його якості та безпеки у ветеринарно-санітарному відношенні	Журнал обліку господарств - виробників сирого товарного молока
	Охорона української території від поширення хвороб тварин з території інших держав або карантинних зон, й захисту населення від хвороб, спільних для тварин та людей	Ветеринарна довідка/Ветеринарне свідоцтво Документ, що засвідчує епізоотичне благополуччя тварини Документ, що засвідчує епізоотичне благополуччя місцевості
	Не визначено	Ветеринарно-санітарна експертиза на ринку Особиста медкнижка продавця Етикетка встановленої форми про доброякісність
Транспортування	Списання ТМЦ, облік їх переміщення, оприбуткування, складського, оперативного й бухгалтерського обліку, а також для розрахунків за перевезення вантажу та обліку виконаних робіт	ТТН Спеціалізована товарна накладна на транспортування молокосировини
	Не визначено	Держреєстрація потужності Санітарний паспорт автомобіля Санкнижка водія з результатами медогляду

Сегменти ринку молока та молокопродукції



Додаток Г

Рейтинг найбільших молокопереробних підприємств України

Назва підприємств	Торговельна марка	Вид продукції
«Вімм-Біль-Данн Україна»	ТМ «Слов'яночка», «Чудо», «Ромол», «Смачненький», «Агуша»	Продукція кисломолочна, масло вершкове, десерти, йогурти
«Вінницький молочний завод Roshen»	ТМ «Roshen»	Сухе молоко, вершки сухі, масло вершкове, сири
«Danone Україна»	ТМ «Активія», «Актімел», «Даніссімо», «Растішка» «Тьома», «Живинка», «Простоквашино»,	Продукція кисломолочна, десерти, йогурти
«Галичина»	ТМ «Галичина», «Мої корівки», «Молочар»	Продукція кисломолочна, масло вершкове, йогурти
«Альміра»	ТМ «Гадячсир», «Молочні дари», «Омка», «Гадяч молоко»	Продукція кисломолочна, масло вершкове, сири
«Бель Шостка Україна»	ТМ «Шостка», «Весела корівка», «Кігі»	Сири
«Молочний альянс»	ТМ «Яготинське», «Яготинське для дітей», «Пирятин», «Славія»	Продукція кисломолочна, масло вершкове, сири, йогурти, десерти
«Лакталіс Україна»	ТМ «President», «Дольче», «Lactel», «Фанні», «Локо Моко»	Продукція кисломолочна, десерти, йогурти, сири
«Люстдорф»	ТМ «Селянське», «На здоров'я», «Бурьонка», «Тотоша», «Весела Бурьонка», «СмачноШеф»	Продукція кисломолочна, масло вершкове, вершки, молоко сухе
«Придніпровський молочний комбінат»	ТМ «Злагода», «Любимчик»	Продукція кисломолочна, масло, десерти
«Тернопільський молокозавод»	ТМ «Молокія»	Продукція кисломолочна, масло, йогурти
«TerraFood»	ТМ «Ферма», «Тулчинка», «Біла лінія», «Premiale», «Любий край»	Продукція кисломолочна, масло вершкове, сири, йогурти
«Житомирський маслозавод»	ТМ «Рудь»	Продукція кисломолочна, масло вершкове, морозиво
«Milkiland Україна»	ТМ «Добряна», «Latter», «Коляда»	Продукція кисломолочна, масло, молоко сухе
«Юрія»	ТМ «Волошкове Поле»	Продукція кисломолочна, масло, йогурти, десерти
«УкрпродуктГрупп»	ТМ «Наш молочник» ТМ «Mulendam», «Вершкова Долина», «Народний продукт»	Продукція кисломолочна, масло вершкове, сири
«Куп'янський молочноконсервний комбінат»	ТМ «Заречье», «Молочна Слобода», «Насолода»	Продукція кисломолочна, масло, йогурти, згущене молоко
ДП	ТМ «Наш молочник» ТМ	Продукція кисломолочна,

«Старокостянтинівський молокозавод»	«Mulendam», Долина», продукт»	«Вершкова «Народний	масло вершкове, сири
«Ласунка»	ТМ «Ласунка»		Морозиво
ПП «Джівальдіс»	ТМ «Джівальдіс»		Продукція кисломолочна, масло, сиркова маса
ПрАТ «Хмельницька маслосирбаза»	ТМ «Вершковий рай»		Продукція кисломолочна, сири, масло
«Львівський холодокомбінат»	ТМ «Лімо»		Морозиво
«Ічнянський молочноконсервний комбінат»	ТМ «Ічня», «MamaMilla»	«Milada»,	Молоко згущене
«Літинський молочний завод»	ТМ «Білозгар»		Масло вершкове, сири
ПрАТ «Дражнянський молочний завод»	ТМ «Здоровий світ»		Продукція кисломолочна, сири, масло вершкове, цільномолочна продукція
«Звенигородський сироробний комбінат»	ТМ «Звенигора»		Продукція кисломолочна, сири, масло вершкове
«Моліс»	ТМ «Моліс», пан», «Моліка»	«Молочний	Продукція кисломолочна, сири, десерти, масло

Ключові фактори формування ринку молока і молочних продуктів