

УДК 338.43.664

Чазов Є.В.
магістр

Національного університету харчових технологій

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ УКРАЇНИ

THE RESEARCH OF BABY FOOD MARKET IN UKRAINE

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена огляду й аналізу стану ринку дитячого харчування в Україні та виявленню основних тенденцій і проблем галузі. Серед основних проблем розвитку ринку дитячого харчування варто виокремити такі: погіршення стану здоров'я дітей, несприятлива соціально-демографічна ситуація, висока собівартість виробництва дитячого харчування, недостатня якість молоко-сировини, значна питома вага імпортової продукції в структурі виробництва дитячого харчування. Автором виділено такі основні напрями їх вирішення: стимулювання вітчизняного виробництва дитячого харчування, проведення політики імпортозаміщення, а також покращення якості продукції, що виробляється в Україні.

Ключові слова: дитяче харчування, народжуваність, виробництво, імпортозаміщення, діти.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена обзору и анализу состояния рынка детского питания в Украине и выявлению основных тенденций и проблем отрасли. Среди основных проблем развития рынка детского питания можно выделить следующие: ухудшение состояния здоровья детей, неблагоприятная социально-демографическая ситуация, высокая себестоимость производства детского питания, недостаточное качество молоко-сырья, значительный удельный вес импортной продукции в структуре производства детского питания. Автором выделены следующие основные направления их решения: стимулирование отечественного производства детского питания, проведение политики импортозамещения, а также улучшение качества производимой продукции в Украине.

Ключевые слова: детское питание, рождаемость, производство, импортозамещение, дети.

ANNOTATION

The article focuses on overview and analysis of the condition of baby food market in Ukraine and identifies the main trends and problems of the industry. Among the main problems in development of the market of baby food are highlighted the following: deterioration of the health status of children, unfavorable socio-demographic situation, the high cost of baby food production, lack of quality of raw milk, a large share of imported products in the structure of baby food. The author highlighted the following basic directions of solving these problems: stimulation of domestic production of baby food, adopting the policy of import substitution and improving the quality of products produced in Ukraine.

Keywords: baby food, birthrate, production, import substitution, children.

Постановка проблеми. Нині ринок продукції дитячого харчування в Україні характеризується стійкою тенденцією до зростання. Однією з причин такого росту є зміна культури споживання і стилю життя: зростає жіноча зайнятість, а, отже, і потреба в готовому продукті для дитини – високоякісному, зручному та безпечному.

Нині забезпечення ринку України продуктами дитячого харчування вітчизняного походження є неповним. Досить велику частку імпортової продукції складають товари таких

категорій: дитячі молочні суміші, соки та пюре, а також повністю імпортується консервована продукція на м'ясній та рибній основі. Зважаючи на складний стан економіки, значне падіння курсу національної валюти, зниження купівельної спроможності громадян, згортання торговельних відносин з РФ (частка імпорту продукції дитячого харчування у першому півріччі 2014 р. складала 31,45% [1]), значно підвищується актуальність проблеми продовольчої безпеки в даному сегменті ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичну основу дослідження проблем вітчизняного ринку дитячого харчування, та шляхів їх вирішення склали наукові праці таких учених, як: І.М. Демчак, О.М. Полонської, А.Ю. Мамочки, Г.Є. Поліщука, І.З. Должанського, Г.О. Вороніна, О.І. Куця, В.С. Пахольюка, а також Закон України «Про дитяче харчування» № 142-16 від 05.12.2012, публікації у галузевих виданнях та журналах.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Погіршення соціально-демографічної обстановки в Україні, а саме збільшення кількості одиноких матерів та погіршення стану здоров'я жінок, значний обсяг і термін окупності інвестицій виробництва дитячого харчування, неефективна система регулювання ринку продуктів дитячого харчування зумовлюють необхідність у визначенні пріоритетних напрямів розвитку цієї галузі.

Постановка завдання. Метою статті є визначення та обґрунтування рішень щодо забезпечення вітчизняними виробниками зростаючого попиту на продукти дитячого харчування, а також вирішення проблеми імпортозаміщення у цьому сегменті ринку. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: визначити актуальні тенденції, основних гравців, та структуру ринку дитячого харчування, за цими даними сформулювати основні проблеми виробників цієї продукції, а також надати пропозиції, щодо вирішення цих проблем.

Виклад основного матеріалу. Останніми роками на ринку дитячого харчування в Україні спостерігалася певна позитивна динаміка: по-перше, збільшився попит на продукцію за рахунок погіршення здоров'я жінок, які змушені замінити грудне молоко молочними сумішами; по-друге, зросла зайнятість жінок, а, відповідно, і потреба у готових продуктах дитячого харчування; по-третє, зростає інтерес до

продукції вітчизняного виробництва внаслідок валютних коливань та нестабільності економіки. Паралельно з цим збільшилося виробництво дитячого харчування в Україні як у контексті задоволення зростаючого попиту, так і програми імпортозаміщення. Так, у 2013 р. збільшилося виробництво кисломолочного сиру та виробів з нього для дитячого харчування на 73,6%, продуктів кисломолочних для дитячого харчування – на 67,3%, соків дитячих – на 37,1%, молока обробленого рідкого – на 16,8%. І надалі зростає виробництво молока для дитячого харчування. Так, за перші 6 місяців 2014 р. обсяги виробництва збільшилися на 10% порівняно з аналогічним періодом минулого року [2]. Проте зросло лише виробництво молочного дитячого харчування, що пов'язано з введенням нових потужностей (введення в експлуатацію 2 спеціалізованих заводів з виробництва дитячого молочного харчування ТМ «Агуша» та «Яготинське для дітей»). Щодо інших категорій товарів, то особливих зрушень не відбулося. А відтак, через недостатній обсяг внутрішнього виробництва, такі категорії товарів як: овочеві пюре, соки, сухі молочні суміші мають значну частку імпорту (внутрішнє виробництво молочних сумішей і каш – 42%; соки і фруктово-овочеві пюре – 43%) [3], а м'ясні та рибні консерви повністю імпортуються.

Лідерами з виробництва харчової продукції залишаються спеціалізовані підприємства дитячого харчування. До головних учасників цього ринку належать: ПАТ «Хорольський молочноконсервний комбінат дитячих продуктів» (Полтавська обл.) – сухі молочні продукти; ТОВ «Південний консервний завод» (м. Херсон), ПАТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» – плодоовочеві консерви і соки; ПАТ «Галактон», ТОВ «Фавор» (м. Київ), ПАТ «АК Комбінат «Придніпровський»» (м. Дніпропетровськ), ТОВ «Люстдорф» (Вінницька обл.), ПАТ «Вімм-Біль-Данн Україна» (Київська обл.), ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (Київська обл.), Комунальне підприємство «Міська молочна фабрика – кухня дитячого харчування» (м. Харків) – рідкі та пастоподібні молочні продукти. Сировину для виробництва продуктів дитячого харчування на молочній основі підприємства-виробники отримують з господарств, яким надано статус спеціальної зони. Нині це 59 господарств у 14 областях України: Вінницькій, Волинській, Дніпропетровській, Івано-Франківській, Київській, Одеській, Полтавській, Рівненській, Сумській, Харківській, Херсонській, Хмельницькій, Черкаській і Чернігівській.

Найбільшими імпортерами дитячих продуктів харчування на українському ринку є країни Європи, виробництво яких складає 64% від загального імпорту продуктів дитячого харчування. Це виробники таких відомих світових марок: «Nutricia» (Нідерланди), «Nestle» (Швейцарія), «Hipp», «Hesnz» (Німеччина) тощо [4].

Щодо споживачів, то характерним є зосередження основних груп споживачів (молоді сім'ї з дітьми) у великих містах-мільйонниках: Київ, Харків, Одеса, Львів, Дніпропетровськ і т.д. Це пов'язано з тим, що у великих містах рівень життя є вищим, а відповідно існує тенденція до міграції сільського населення (переважно віком до 25 років) у великі міста (або передмістя). Тобто густина як дорослого населення, так і основної групи споживачів дитячого харчування – немовлят, та дітей дошкільного віку у мегаполісах вища. Усі ці фактори призводять не лише до концентрації населення, а й до локалізації ринків збуту виробників дитячого харчування і, відповідно, високої конкуренції продавців та виробників цих товарів.

Також варто зазначити, що споживання дитячого харчування в Україні є одним з найнижчих у Європі і становить у середньому 17 кг на одну дитину на рік, тоді як в Росії цей показник складає – 44, Італії – 61, Іспанії та Швеції – 63, Бельгії – 79, Фінляндії – 96 кг таких продуктів [5]. Це пояснюється тим, що діти в Україні дуже рано переходять на неспеціалізоване харчування, а також тим, що батьки все ще надають перевагу приготуванню їжі для малюка власноруч, без використання готових сумішей.

Усі ці фактори призводять до того, що хоч ринок і зростає, проте він не є дефіцитним. Гостро стоїть лише питання у налагодження виробництва дитячого харчування усіх товарних груп в Україні, зважаючи на високий попит і потенціал розвитку на цьому ринку, причому не лише на внутрішньому, а і на зовнішньому.

Отже, ми визначили стан і тенденції як за попитом, так і за пропозицією на ринку дитячого харчування.

На наш погляд, в Україні можна виділити такі ключові проблеми, що пов'язані з ринком дитячого харчування:

1. Відсутність спеціалізованого дитячого харчування вітчизняного виробництва. Необхідність у спеціалізованому дитячому харчуванні, пов'язана з тенденцією до зростання рівня захворюваності дітей, спричиноюю незадовільною екологічною ситуацією, а також застарілим медичним забезпеченням. Ситуація ускладнюється незадовільним станом здоров'я матері та дитини, очевидними проявами якого є все ще досить високі рівні материнської смертності і смертності немовлят, підвищені показники перинатальних втрат, несприятлива динаміка захворюваності новонароджених [6]. Розгортання тенденцій зростання рівня захворюваності дітей вимагає пошуку рішень щодо харчування, яке збагачене необхідним комплексом вітамінів і мінералів, що підвищило б захисні функції дитячого організму, а також щодо спеціалізованого дитячого харчування, яке задовольняє специфічні потреби окремих груп дітей. Проте такі рішення вже є, але вони є імпортного походження, тому батьки з

низьким рівнем доходів або заклади для дітей-сиріт, лікувальні заклади не завжди можуть собі їх дозволити.

2. Висока собівартість дитячого харчування. У першому десятиріччі поточного століття відбуваються помітні зрушення у структурних характеристиках народжуваності в Україні, а саме суттєво збільшилася частка позашлюбних народжень, яка у 2014 р. становила п'яту частину новонароджених. Це призводить до проблеми, коли вигодовування дитини природнім шляхом є не завжди можливим через вимушене працевлаштування матері. І тому зростає попит на дитяче харчування готового типу або напів-фабрикатів, консервів. Проте висока собівартість дитячого харчування обумовлює високі роздрібні ціни на готову продукцію. Головна проблема у цій доступності цих продуктів для даної категорії споживачів.

3. Складні умови для відкриття виробництв дитячого харчування. Законодавством передбачені обмеження рівня рентабельності для виробників дитячого харчування, а також є обмеження на торгівлю надбавку, на рівні 10-15%, залежно від області [7]. Разом з тим для виробництва продуктів харчування даного сегменту, використовується лише імпортне обладнання, що має всі сертифікати якості та санітарної безпеки. Тому, зважаючи на високу курсову різницю, з економічної точки зору є невигідним відкриття нового виробництва, адже воно буде мати значний термін окупності, а отже такі проекти можуть дозволити собі лише великі компанії (такі приклади вже є у виробництві молочного дитячого харчування – відкриття нових спеціалізованих заводів «Агуша» і «Яготинське для дітей» компаній PepsiCo і Молочний Альянс). Таким чином, знижується конкурентоспроможність у вітчизняних виробників на власному ж ринку.

4. Невисока наукоємність вітчизняної продукції дитячого харчування. Адже, якщо взяти категорію продукції сухих молочних сумішей, то ринкова частка продукції вітчизняних виробників становить 50-60% у натуральному вираженні, і лише 25-30% у грошовому [8]. Це свідчить не лише про те, що імпортні продукти є дорожчими за вітчизняні, а й про те, що продукти імпортного походження є комплексними, вітамінізованими, і є максимально наближеними за складом до грудного материнського молока. І що найголовніше, це продукти тих торгових марок, що мають надійну репутацію, широко рекламують свою продукцію, і мають європейські сертифікати якості та екологічної безпеки. Якщо подивитися на цю проблему ширше, то стає зрозумілим що це є проблема не лише цієї галузі в Україні.

Отже, можемо зробити висновок, що всі вищезазначені, та низка інших проблем, створили передумови до значної частки імпорту продукції дитячого харчування. Досі так гостро не стояло питання імпортозаміщення на даному

ринку, адже імпортована продукція відповідає всім нормам якості, а їх ціна не була настільки обтяжливою, для більшості сімей.

Нині певні зрушення у цьому питанні вже є. В межах чинного нормативно-правового поля, стимулювання виробництва продуктів дитячого харчування здійснюється таким чином:

- діє норма п. 154.2 Податкового кодексу України, відповідно якої звільняється від оподаткування прибуток підприємств, отриманий від продажу на митній території України спеціальних продуктів дитячого харчування власного виробництва, спрямований на збільшення обсягів виробництва та зменшення роздрібних цін таких продуктів. Перелік спеціальних продуктів дитячого харчування встановлюється Кабінетом Міністрів України;

- пп. 197.1.1 Ст. 197 визначено, що звільняються від оподаткування операції з постачання продуктів дитячого харчування та товарів дитячого асортименту для немовлят за переліком, затвердженим Кабінетом Міністрів України;

- п. 197.4. Ст. 197 визначено, що звільнення від оподаткування товарів, передбачене пунктом 197.1 цієї Статті, поширюється на операції із ввезення на митну територію України;

- відповідно до абзацу «е» пп. 267.1.2 п. 267.1 Ст. 267 Кодексу не є платниками збору за провадження торговельної діяльності та діяльності з надання платних послуг такі суб'єкти господарювання, які провадять торговельну діяльність виключно продуктами дитячого харчування вітчизняного виробництва [9].

Проте для стимулювання внутрішнього виробництва продуктів дитячого харчування цих дій недостатньо, а деякі законодавчі норми на практиці не є ефективними і не дають бажаного результату.

Тому для вирішення цих та інших проблем галузі ми пропонуємо такі заходи:

1. Скасування норми по обмеженню рівня рентабельності підприємств-виробників дитячого харчування. Можливо, лише залишити обмеження торгової надбавки. Адже дана норма стимулює виробників приховувати прибуток свого підприємства, збільшуючи статті витрат, а в складі холдингів такі підприємства і зовсім можуть бути збитковими, що по-перше не стимулює до розвитку саме підприємства, а по-друге, держава не доотримує податкових надходжень.

2. Введення пільг на ввезення обладнання для виробництва дитячого харчування або надання доступу до купівлі валюти і пільгового кредитування. Проте тут варто зазначити, що мова не йде про дотації, адже як правило вони вбивають здорову конкуренцію і створюють передумови до неефективного використання коштів такими виробниками.

3. Співпраця існуючих виробників дитячого харчування з провідними науковими інститутами з метою покращення якісних властивостей своєї продукції та розширення асортименту.

Також у ході такої співпраці необхідно налагоджувати випуск продукції для дітей з особливими потребами. Адже часта такої імпортової продукції в Україні значно більша, ніж в інших товарних позиціях.

4. Надання державної підтримки малозабезпеченим сім'ям, а також самотнім матерям для купівлі продуктів дитячого харчування. Окрім цього, необхідним є відновлення роботи кухонь дитячого харчування, адже вони є найбільш зручним і доступним способом задовольнити попит на цю продукцію.

5. Більш активна робота у сфері збуту на підприємствах, що займаються виробництвом дитячих продуктів харчування. Особливо це стосується реклами і пакування. Дешеве пакування, що не виділяється серед імпортованих аналогів, ніколи не буде викликати довіру у споживача. Економія на пакуванні веде до розуміння того, що виробник зекономив не лише на ньому, з метою зробити свій продукт більш доступним. Активна реклама допоможе залучити нових споживачів, адже це галузь, в якій аудиторія оновлюється щороку, і тому необхідно постійно підтримувати контакт із цільовою аудиторією. Причому виробникам варто орієнтуватися не на традиційну рекламу, а на методи мережного маркетингу.

Реалізація вищезазначених заходів сприятиме стимулюванню виробництва якісних продуктів дитячого харчування, підвищенню конкурентоспроможності продукції українського виробництва, забезпечить стабільне, гарантоване виробництво якісної продукції, у необхідній кількості та асортименті, що в цілому є складовою продовольчої безпеки та економічного зростання України.

Висновок. Ринок продуктів дитячого харчування має значний потенціал до зростання. Стабільність і відродження даної галузі вироб-

ництва можливі лише за умови розроблення та реалізації чіткої стратегії на державному рівні із обов'язковим фінансовим забезпеченням. За таких умов для вітчизняних виробників дитячого харчування будуть створені максимально сприятливі умови для нарощення виробництва продукції та підвищення її конкурентоспроможності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Прес-служба Міністерства аграрної політики та продовольства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?artid=246057105>.
2. Вітчизняна індустрія дитячого харчування: сучасний стан та перспективні напрямки розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nubip.edu.ua/node/6391>.
3. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/>.
4. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Печенога О. Ринок дитячого харчування в Україні / О. Печенога, Т. Нагайцева, Ю. Кіщак // Харчовик. – 2012. – № 5.
6. Щорічна доповідь про стан здоров'я населення, санітарно-епідемічну ситуацію та результати діяльності системи охорони здоров'я України, 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uiph.kiev.ua/download/Vidavnictvo/Shchorichna%20dopovid/%D0%A9%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0%20%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%8C.2013.pdf>.
7. Закон України «Про дитяче харчування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/142-16>.
8. Должанський І.З. Аналіз ринку дитячого харчування України / І.З. Должанський, Г.О. Вороніна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – СумДу, вип. № 1, 2010. – С. 82-89.
9. Офіційний сайт Верховної ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>.