

## ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ ПРОДУКТІВ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ

### EVALUATION OF THE MODERN STATE OF PRODUCTS CHILDREN'S FOOD IN UKRAINE

УДК 338.4

Головіна Н.А.

аспірант кафедри фінансів, обліку та оподаткування Міжнародний університет бізнесу і права

*У статті розглянуто структуру та динаміку ринку дитячого харчування, які змінюються залежно від впливу низки факторів, а саме доходів населення, народжуваності, наявності внутрішнього виробництва, достатньої кількості безпечної сировини.*

**Ключові слова:** дитяче харчування, ринок, виробництво, сировина, сегментний ринок, якість.

*В статье рассмотрены структура и динамика рынка детского питания, которые изменяются в зависимости от влияния ряда факторов, а именно доходов населения,*

*рождаемости, наличия внутреннего производства, достаточного количества безопасного сырья.*

**Ключевые слова:** детское питание, рынок, производство, сырье, сегментный рынок, качество.

*The article deals with the structure and dynamics of the market for baby food, which varies depending on the influence of a number of factors, namely, household incomes, fertility, the availability of domestic production, as well as a sufficient amount of safe raw materials.*

**Key words:** baby food, market, production, raw materials, segment market, quality.

**Постановка проблеми.** Одним з основних чинників у формуванні є раціональне харчування, яке впливає на здоров'я дитини та функціонування людини протягом усього життя. Безумовно, саме продукти, які отримує дитина з моменту народження, відіграють у цьому первісну роль. Ці продукти за класифікаційними ознаками у всьому світі визнані дитячим харчуванням.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням ринку продуктів дитячого харчування в Україні присвячені праці таких вчених, як В.Д. Малигіна, І.А. Оносова, О.В. Булгакова, К.Р. Приходько, А.-Н.Я. Фіталієва, В.А. Дроздова, О.І. Марченко.

**Постановка завдання.** Мета маркетингового дослідження ринку продуктів дитячого харчування в Україні полягає у визначенні основних тенденцій розвитку, можливостей внутрішнього та зовнішнього середовища ринку, поліпшенні якості продуктів дитячого харчування.

Завдання дослідження полягають у комплексному вивченні питань стану розвитку галузі, виявленні проблем та особливостей формування ринку продукції дитячого харчування в Україні.

#### Виклад основного матеріалу дослідження.

Харчова та переробна промисловість сьогодні значною мірою визначає розвиток економіки України та посідає перше місце в структурі промислового виробництва країни. Однією з її ефективних підгалузей є індустрія виробництва продуктів дитячого харчування, а його ринок в нашій державі перебуває на зростаючій стадії розвитку, причому зі значним потенціалом зростання. Серед категорій дитячого харчування виділяють (рис. 1) [2]:

– рідке харчування на молочній основі (молоко рідке, сир, сирні вироби та інші кисломолочні продукти для дитячого харчування), на яке у 2016 році припадали 49% загальних продажів;

– суміші на молочній та безмолочній основі, які становили 19% ринку;

– дитячі соки (зокрема, нектари, морси), частка яких займала 11% продажів дитячого харчування;

– пюре (фруктове, овочеве, м'ясне, рибне та на молочній основі), частка якого становила 9%;

– каші для дитячого харчування (на молочній або безмолочній основі), що становили 7% продажів;

– вода для дітей з часткою 2%;

– чай спеціального призначення, що займав 1% ринку;

– інші категорії дитячого харчування, переважно імпортного виробництва, на які припадали 2% продажів.

Безумовно, такі значні темпи зростання мають цілу низку чинників, основним з яких, що впливає на формування та функціонування ринку продуктів дитячого харчування в Україні, є кількість дітей.

Аналіз динаміки демографічних показників дає змогу констатувати, що кількість дітей в Україні постійно зменшується. В Україні кількість дітей віком від народження до 14 років у 2016 році порівняно з 1990 роком зменшилась із 11 084,2 до 5 407,5 тис. осіб, тобто на 48,8%. Розрахункові дані щодо частки дітей у загальній кількості населення України (рис. 2) дають змогу стверджувати, що для України характерною є тенденція зниження не тільки загальної кількості дітей віком до 14 років, але й її частки у загальній кількості населення країни [3].

Негативною тенденцією сучасності, згідно з наявними статистичними даними, є зростання кількості домогосподарств без дітей. Станом на 2016 рік кількості домогосподарств без дітей становить 9 321,9 тис., зокрема число домогосподарств без дітей у працездатному віці складає 38,2%, у непрацездатному віці – 61,8% [3; 7].

Наведені показники прямо свідчать про вплив означених проблем на ємність ринку щодо його

зменшення. А до чинників, що сприяють зростанню аналізованого ринку, можна віднести зміну рівня доходів та потреб населення, фемінізацію суспільства [8].

Проведений аналіз (рис. 3) показує, що реальні доходи населення України протягом

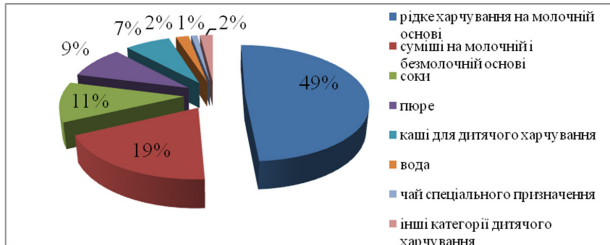


Рис. 1. Категорії споживання продуктів дитячого харчування в Україні у 2016 році

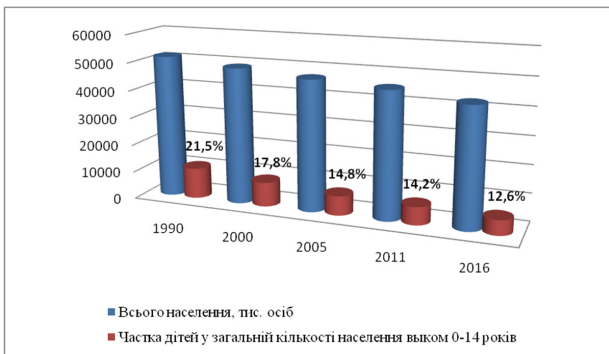


Рис. 2. Частка дітей у загальній кількості населення України за 1990–2016 роки

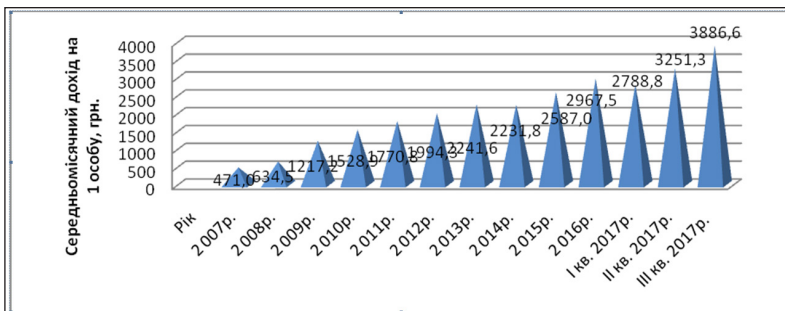


Рис. 3. Середньомісячний дохід у розрахунку на одну особу за 2007–2017 роки, грн.

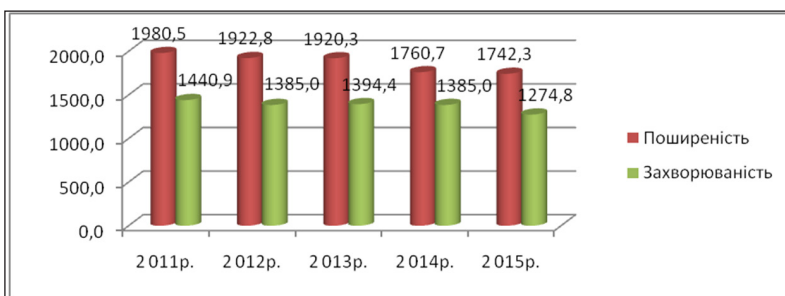


Рис. 4. Захворюваність та поширеність хвороб серед дітей 0–17 років включно в Україні за 2011–2015 роки (на 1 тис. відповідного населення)

2007–2017 років щорічно зростали [3], а це є вагомим чинником зростання ємності ринку продуктів дитячого харчування.

Серед факторів, що впливають на формування ринку продуктів дитячого харчування, особливої уваги заслуговує рівень захворюваності дітей в Україні. Захворюваність на 1 тис. дітей 0–17 років у 2003 році складала 11 75,46 випадків, а у 2015 році – 1 742,3 випадків (рис. 4). Поширеність захворюваності спостерігається за рахунок її збільшення у таких показниках, як новоутворення, хвороби ендокринної системи, хвороби ока та придаткового апарату, хвороби вуха, хвороби системи кровообігу, хвороби органів дихання, хвороби органів травлення.

Згідно з даними МОЗ України рівень захворюваності серед дітей 0–17 років значно більший у міських дітей (1 501,9 на 1 000), ніж у сільських (1 037,34 на 1 000 дітей) [2; 3; 4].

Наведені дані свідчать про необхідність забезпечення продуктами дитячого харчування лікувально-профілактичного призначення, а також необхідність формування сегменту персоніфікованого харчування. Саме тому останнім часом в Україні почали займати вільні сегменти ринку продуктів дитячого харчування міжнародні фармацевтичні компанії зі своєю профілактичною та лікувальною продукцією, а швидкому завоюванню цього сегменту сприяє відсутність конкуренції. Таким чином, ринок продуктів дитячого харчування має значні обсяги та стійку тенденцію до зростання, що робить його привабливим для міжнародно-відомих компаній-виробників.

Систематичне здійснення контролю якості та безпечності продуктів дитячого харчування вимагає від виробника наявності власної науково-дослідної бази (науково-дослідні центри та лабораторії), що забезпечує підприємству певні конкурентні переваги, які полягають перш за все у можливості постійно вдосконалювати асортимент своєї продукції та піддавати її численним перевіркам, систематичному внутрішньому контролю.

Однією з умов гідного виробництва є наявність власної сировинної бази підприємств-виробників дитячого харчування, що дає змогу, по-перше, бути незалежними від постачальників сировини; по-друге, бути впевненими в тому, що продукція вироблена з якісної сировини; по-третє, мати можливість контролювати якість своєї продукції (використання різноманітних добавок та штучних добрив). За умов наявності перелічених особливостей замкнутого циклу виробництва є впев-

неність у повному контролі якості та безпечності продуктів дитячого харчування [5].

Дослідження виробників продуктів дитячого харчування за науковою та сировинною базами показало, що:

– всі виробники мають чітко сформульовану місію, яка відображає сутність діяльності виробника на ринку продуктів для харчування дітей, але місія провідних виробників вирізняється спрямованістю на захист не тільки здоров'я дитини, але й навколишнього середовища через створення екологічно сприятливої системи споживання;

– провідні виробники мають чітко побудовану систему харчування дітей з урахуванням різних чинників (так, «Нестле» має програму харчування «Сходінки», «Нірр» – біо-програму харчування, «Нутриція» – трофологічну систему харчування; українські виробники, які функціонують на державному ринку, спрямовують свої зусилля на лікувальне та профілактичне харчування; українські виробники мають за місію насичення ринку достатньою кількістю продуктів дитячого харчування з використанням національної сировинної бази);

– кожен з виробників має лабораторії, але їх діяльність спрямовується на різні об'єкти (так, провідні виробники спрямовують діяльність лабораторій на розробку та вдосконалення асортименту та якості спеціальних продуктів; водночас вітчизняні виробники спроможні забезпечувати лише систематичний контроль за якістю та безпекою таких продуктів, але наукові розробки не проводяться, тому про самостійне суттєве вдосконалення асортименту та якості не йдеться).

Український ринок дитячого харчування привабливий малим числом конкурентів, сегментарний ринок представлений такими виробниками:

1) сухі суміші та каші: Хорольський завод дитячих продуктів харчування («Нутрітек», марки «Малиш», «Малютка», «Малишка»), Дніпропетровська торгова компанія «ВАЙЗ» (ТМ «НЯМ-НЯМ»), Південний консервний завод (Асоціація дитячого харчування, ТМ «Карапуз»);

2) рідкі та пастоподібні молочні продукти: «Вімм-Білл-Данн Україна» (ТМ «Агуша»), «Яготинське для дітей» («Молочний альянс», ТМ «Яготинське для дітей»), комбінат «Придніпровський» (ТМ «Злагода»), «Данон Дніпро» (ТМ «Тьома»), Фірма «Фавор» (ТМ «АМО»);

3) плодово-овочеві соки та пюре: Одеський КЗДХ («Вітмарк-Україна», ТМ «Чудо-Чад»), Південний консервний завод (Асоціація дитячого харчування, ТМ «Карапуз»);

4) вода для дітей: підприємство з іноземним інвестиціями «Еконія» (ТМ «Малютко», «Акваля»), Фірма «Хіпп-Ужгород» (ТМ «Bebi Vita»), Хорольський завод дитячих продуктів харчування («Нутрітек», ТМ «Малиш»), Миргородський ЗМВ (ТМ «Аква Няня»);

5) чай спеціального призначення: Фірма «Хіпп-Ужгород» (ТМ «Bebi Vita») [2].

За 2016 рік обсяги виробництва продуктів дитячого харчування в Україні, згідно з інформацією Держстату, загалом збільшились на 15,9%, а саме до 38,2 тисяч тонн, зокрема дитяче харчування на молочній основі (рідке) – на 31,1%. Переважно це сталося завдяки відкриттю в лютому 2016 року нового спеціалізованого виробництва дитячої молочної продукції торговельної марки «Тьома» на Кременчуцькому молочному заводі. Потужність виробництва складає 700 тонн на місяць, а це понад 5 млн. упаковок готового дитячого молочного харчування. Запуск підприємства став можливим завдяки інвестиції міжнародної групи компаній «Данон» [3].

Проте ситуація з виробництвом сухих молочних сумішей (замінників грудного молока), які в Україні виробляє єдине підприємство, а саме Хорольський завод дитячого харчування, менш оптимістична: лише 96,4% до показників минулого року (за інформацією за 1 півріччя).

Зменшилось на 1,8% також виробництво соків дитячих. Але цей показник краще, ніж показники на соковому ринку загалом, оскільки виробництво соків і сокових сумішей все ще падає, хоча темпи скорочення значно нижчі за торішні.

Дослідження народжуваності в Україні засвідчує негативну динаміку, адже сумарний коефіцієнт народжуваності становив у 2016 році 1,466, що значно менше показника 1990 року, що дає змогу зробити висновок стосовно того, що жінки в Україні стали народжувати дітей на 20% менше, ніж раніше. При цьому значно змінилось співвідношення вікових сегментів матерів. Так, у 1990 році найбільший коефіцієнт народжуваності, який дорівнював 161,7, мали жінки віком 20–24 роки, найнижчий – 0,1 (мали жінки віком 45–49 років. У 2016 році найбільший коефіцієнт мав сегмент матерів 25–29 років (90,1), найнижчий – 45–49 років (0,5) [3; 6].

Доречно відзначити, що загальною тенденцією останніх років є збільшення віку матері при народженні дитини, що свідчить про підвищення рівня свідомості жінки, а отже, збільшення вимог до продуктів дитячого харчування. Крім того, все частіше спостерігається ситуація, коли народжена дитина є однією у родині, тому більше уваги та доходу віддається саме їй.

Зокрема, велике значення має аналіз конкурентоспроможності представленої продукції. Здебільшого більш широкий асортимент у конкурента приводить до його переваги в майбутньому. Таким чином, важливо відстежувати продукцію дитячого харчування, яка користується попитом, а також аналізувати її присутність в асортименті конкурента.

Зростаюча тенденція до ведення здорового способу життя змушує виробників дитячого харчування розвивати інноваційну діяльність в галузі

технології, що спонукає до збільшення на ринку кількості спеціальних продуктів в асортименті. Сучасний ринок дитячого харчування відрізняється великою кількістю представлених асортиментних позицій продуктів дитячого харчування, а саме від 584 для неспеціалізованих до 749 для спеціалізованих підприємств торгівлі [2; 5].

Асортиментна лінійка дитячого харчування сьогодні досить широка, адже у роздробі представлено близько 70 брендів вітчизняних та зарубіжних виробників, причому українською продукцією заповнені дві третини ринку.

Варто відзначити, що ринок вітчизняного дитячого харчування останніми роками розвивається дуже активно. Якщо у 2012 році внутрішнє виробництво на 22% перевищило показники 2011 року, то у 2013 році воно зросло ще майже на 50%. У 2014–2016 роках динаміка зростання збереглась [2; 6].

У 2016 році у структурі внутрішнього ринку продуктів дитячого харчування частка власного виробництва (без урахування експорту) до фактичного споживання займає 82,6%, зокрема [2]:

– молоко та кисломолочні продукти – 99,85% (у 2015 році – 96,7%);

– соки та фруктові-овочеві пюре – 81,7% (у 2015 році – 75,6%).

Частка молочних сумішей та каш дещо зменшилась, склавши 45,9% (у 2015 році – 50,3%).

Нестача окремих видів продукції дитячого харчування власного виробництва компенсується за рахунок імпортованих відомих марок, асортиментна лінійка яких покриває фактично усі ніші (від води до спеціальних сухих сумішей медичного призначення). У структурі імпорту 90% припадають на чотири категорії, а саме сухі або пастоподібні суміші, що зайняли 37%, соки, що охопили чверть поставок, пюре, на яке припало 16% імпорту, сухі каші, частка яких склала 12%.

Серед країн-постачальників дитячого харчування на український ринок можна виділити Австрію, Білорусь, Нідерланди, Німеччину, а також Великобританію, Іспанію, Польщу, Словенію, Чехію та інші держави, частка яких в загальному обсязі імпорту не перевищувала 5%.

Традиційними постачальниками молокопродуктів в Україну є країни Євросоюзу (Німеччина, Польща, Франція, Фінляндія).

Експортні поставки складаються переважно з дитячих сухих сумішей. 92% загального обсягу експорту припали на країни ближнього зарубіжжя, зокрема Киргизстан (40%), Азербайджан (38%), Молдову (10%), Туркменістан (5%). Крім цього, в незначних обсягах українське дитяче харчування експортується до Польщі, Грузії, Вірменії, Білорусі та інших держав [2; 5].

Позитивна динаміка розвитку вітчизняного виробництва дитячого харчування свідчить про те,

що сьогодні насичення внутрішнього споживчого ринку власною продукцією є реальною перспективою, тому що галузь продовжує активно розвиватися та залишається інвестиційно привабливою.

Найбільшу проблему для виробництва становить наявність якісної сировини, яка має відповідати вимогам чинного законодавства. Аналіз виробництва в Україні за останнє десятиріччя сировини овочевої, плодово-ягідної та виноградної дає змогу зробити такі висновки [3].

1) За 2007–2014 роки скорочення площ насаджень по овочах становить майже 3%, плодово-ягідних – 23%, винограду – майже 52%. У 2017 році порівняно з 2007 роком відбулося ще більше падіння використання землі під виробництво овочів (1%), плодово-ягідних (27%) та виноградних культур (57%).

2) Збільшилась виготовлювана продукція за 2007–2017 роки по овочах майже на 36%, плодово-ягідних культур на близько 39%, винограду майже на 12%, що дивує з огляду на значне скорочення площ насаджень.

3) Значно збільшилась родючість за період з 2007 року по 2017 рік, а саме по овочах – на 37%, по плодово-ягідних культурах – на 63%, по винограду – на 158%. Таке збільшення трохи непокоїть, бо невідома його причина: чи то сталося внаслідок зміни кліматичних умов, чи за рахунок зміни сортів на більш родючі та такі, що менше хворіють, чи завдяки активному використанню стимуляторів росту та агрохімікатів, що шкідливо для споживачів.

Незважаючи на наявність достатньої кількості сировини у держави, для виробництва дитячого харчування потрібна особлива сировина, що походить переважно зі спеціальних сировинних зон, що є, як показало дослідження, досить великим дефіцитом.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

Ринок дитячого харчування є складним та водночас вкрай важливим, бо від якості та безпечності представленої на ньому продукції залежить гармонічність розвитку дитини, здоров'я людини, майбутнє нації. Однак на шляху його розвитку, незважаючи на пріоритетність і важливість цього ринку для країни, існують перешкоди, які залежать від політики держави (вона неоднозначна по відношенню до акумуляції підприємствами цієї галузі податку на прибуток, адже хоча їх прибуток не оподатковується, проте ускладнюється можливість користуватися вільними коштами; проблемою стає необхідність зниження ціни вартості продукції та збільшення виробництва).

#### **БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <http://minagro.gov.ua>.

2. Сучасний стан ринку продуктів дитячого харчування в Україні. URL: <http://www.babyexpo.ua/upload/medialibrary/f98/f987c59529388c952cbbc0b3956b7044.doc>.

3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

4. Малигіна В.Д., Оносова І.А., Булгакова О.В. Маркетингове середовище підприємств продуктів дитячого харчування в Україні. Вісник Донецького національного університету економіки та торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. 2013. 11 с.

5. Приходько К.Р., Фіталієва А.-Н.Я. Статистичний аналіз впливу факторів мікро- та макросередовища на продажі продукції дитячого харчування.

Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2018. № 1–2. С. 28–35.

6. Дроздова В.А. Зони ведення органічного сільського господарства як сировинна база для виробництва дитячого харчування. Економіка АПК. 2012. № 2. С. 166–171.

7. Булгакова О.В. Стратегічні орієнтири розвитку підприємств дитячого харчування. Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. 2015. № 5. С. 314–318.

8. Марченко О.І. Асортимент продукції підприємства як важливий фактор зростання прибутку. Формування ринкових відносин в Україні. 2006. № 8 (63). 130 с.