

О.В. Попко, канд. екон. наук, доц. (НУВГП, Рівне)

Я.Ю. Прит, студ. (НУВГП, Рівне)

А.Ю. Шпоняк, студ. (НУВГП, Рівне)

ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК

Складна фінансова ситуація, що склалася на молокопереробних підприємствах України, зумовлена багатьма чинниками. Починаючи з липня 2016 року, в Україні спостерігається зростання цін на молочну сировину і така тенденція буде продовжуватись і надалі. Це пояснюється не лише традиційним сезонним скороченням обсягів молока в осінньо-зимовий період, але й збільшенням затрат на його виробництво, яке обумовлено зростанням цін на корма, тарифів на житлово-комунальні послуги та вартості логістичних послуг. На думку експертів, така ситуація може вплинути, відповідно, і на ціни на готову молочну продукцію. Найбільш чутливою категорією, як показує практика, є цілномолочна продукція. Одним із факторів впливу на ціну молочних виробів на внутрішньому ринку є зовнішній фактор, зокрема, відновлення світового ринку молока, що розпочалось усередині 2016 року після тривалого (дворічного) падіння цін. До того ж подальші девальваційні очікування і, як наслідок, здорожчання імпортованих продуктів (як інгредієнтів, так і вже готових молочних продуктів), вартості упаковки, перевезень, також матимуть вплив на підвищення рівня цін.

У той же час вкрай актуальним залишається питання освоєння нових ринків збуту для української молочної продукції. Ринок ЄС, зокрема, який на сьогодні офіційно відкритий для чотирьох вітчизняних підприємств, крім того, що надзвичайно вимогливий щодо якості, є ще і перенасиченим. У таких умовах Україні складно претендувати на європейський ринок. Окрім високих європейських вимог до якості продукції вітчизняних молокозаводів, не сприяють розвитку торговельних відносин й незначні потенційні можливості для безмитного ввезення продукції до країн ЄС. Так, квоти на цілномолочну продукцію становлять 8 тис. т на рік (тоді як Україна виробляє понад 1 млн т), квоти на сухе харчове молоко становлять 1,5 тис. т, на вершкове масло – 1,5 тис. т, при тому, що виробляється понад 90 тис. т цієї продукції. Проте, на думку заступника голови ГО «Всеукраїнський аграрний союз» М. Соколова: «Стратегічний ринок ЄС є цікавим, оскільки Європа поступово знижує рівень державної підтримки свого сільського господарства, і в певний момент

українська молочна промисловість може опинитися у більш вигідній позиції по відношенню до європейських виробників». Таким чином, у перспективі значимість ринку ЄС для вітчизняного виробника може суттєво зрости.

Разом з тим, отримання доступу до ринку ЄС відкриває можливості для виходу українських молочних підприємств й на інші ринки. Вже сьогодні вітчизняні молокозаводи готові поставляти на ринок ЄС не лише сухе молоко, масло, а й цільномолочну продукцію, суміші для морозива, творог, сир.

До речі, цікавим є факт підписання у 2014 році Міжурядової угоди між Україною та Китаєм щодо включення української молочної продукції до переліку дозволених для поставок на китайський ринок. Експерти зазначають, що підприємства, які отримують дозволи ЄС, зможуть поставити свою продукцію і до Китаю без проходження перевірки в китайській інспекції.

Алгоритм дій підприємства для отримання дозволу на експорт молочної продукції до країн ЄС наведено на рисунку нижче.



Рис. Алгоритм дій підприємства для отримання дозволу на експорт молочної продукції до країн ЄС

Незважаючи на гарні перспективи, які відкриваються для вітчизняних промислових підприємств при виході на європейський ринок, українським виробникам доведеться прикласти багато зусиль для покращення якості та конкурентоспроможності своєї продукції з метою завоювання нових ринкових ніш.