

**Любов Ліпич** – доктор економічних наук, професор, декан інституту економіки і менеджменту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки;

**Олександр Товстенюк** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та безпеки підприємства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки;

**Ірина Білик** – аспірант кафедри економіки та безпеки підприємства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

## **Моніторинг стану та перспектив розвитку ринку молока й молочних продуктів України**

У статті наведено результати моніторингу стану та тенденції розвитку вітчизняного ринку молока й молочної продукції. Здійснено огляд актуальних проблем та особливостей функціонування молокопереробного комплексу України, проаналізовано динаміку попиту й пропозиції на основні види молочної продукції. Окреслено можливості та напрями регулювання вітчизняного ринку молока. Сформульовано першочергові організаційно-економічні заходи, спрямовані на розширення експортного потенціалу українських молокопереробних підприємств.

**Ключові слова:** моніторинг ринку, ринок молока й молочної продукції, попит, пропозиція, молокопереробний комплекс, експортний потенціал.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Сьогодні молокопереробний комплекс України переживає чи не найглибшу кризу за останні 20 років. Виробництво молока перебуває на межі збитковості вже другий рік поспіль. Якщо не вжити відповідних заходів, то така тенденція призведе до нищівного стану як у молочному скотарстві, так і в молокопереробній промисловості, відродити які буде вкрай важко.

Молочна галузь належить до провідних у харчовій і переробній галузях промисловості України й відіграє важливу роль в економіці держави та забезпеченні населення продуктами харчування першої необхідності. Молокопереробний комплекс виконує низку важливих функцій: забезпечує суспільство незамінними продуктами харчування; безперервно поповнює обігові кошти товаровиробників, бюджет країни, постачає сировину для інших сфер виробництва та, як результат, формує привабливий за обсягами ринок. Це пов'язано з тим, що молочна продукція займає важливе місце в споживанні: частка витрат на молочні продукти становить у середньому у світі 15 % від загальних витрат на харчування.

Український ринок молочної продукції має реальні можливості стати досить прибутковим бізнесом і потужним експортером молокопродуктів на світовий та, зокрема, європейський ринки. Україна має всі необхідні кліматичні, географічні, територіальні умови для виробництва молока, на відміну від інших країн світу. За таких умов ринок молока та молочної продукції настійно потребує підвищеної уваги до себе як учених, так і практиків, потребує безперервного моніторингу його кон'юнктури, виявлення проблем, обґрунтування основних напрямів розвитку, що підтверджує актуальність обраної теми дослідження.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Значну увагу дослідженням ринку молока та молочної продукції приділили у своїх працях такі відомі вчені, як Н. С. Белінська, П. С. Березівський, С. В. Васильчак, А. М. Лисенко, П. Т. Саблук, О. В. Шубровська, Т. В. Сокольська, Т. С. Андрійчук, Н. Я. Слободян. Зокрема, проблеми механізму впровадження інноваційних технологій на підприємствах молочної промисловості розкривають у своїх роботах Т. В. Божидарник і Ю. Г. Левченко. Теоретичні аспекти функціонування й розвитку підприємств, орієнтованих на експорт, розглянуто в працях українських економістів О. Є. Кузьміна, І. О. Тивончука, Т. С. Івашківа, а також таких зарубіжних учених, як Ф. Котлер, К. Роуз, М. Портер та ін. Проте, незважаючи на наявність значної кількості наукових розвідок із цієї проблематики, ще залишаються малодослідженими окремі аспекти сучасного функціонування ринку молока й молочних продуктів, які мають важливе науково-теоретичне значення та практичну цінність.

**Мета й завдання дослідження. Мета статті** – з'ясування поточного стану, тенденцій і векторів розвитку ринку молока та молокопродуктів в Україні й обґрунтування можливих способів виходу з кризи й підвищення ефективності його функціонування.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Моніторинг ринку молока та молочної продукції є багатовекторним завданням, оскільки потрібно враховувати

особливості й характеристики як зовнішнього, так і внутрішнього середовищ. Спостереження, дослідження та аналізу потребують рівень попиту й пропозиції, ринкової активності, ціни, обсягу продажу, динаміка виробництва й споживання, а також відносини з партнерами, дії конкурентів, зміна нормативно-правової бази тощо.

У створенні та розвитку ринку молока й молочних продуктів важливим чинником виступає формування попиту, який визначається рівнем споживання цього виду продукції. І хоча споживання молока та молочних продуктів в Україні на душу населення, згідно з даними Державної служби статистики, за 2014 р. децю зросло (на 1,9 кг на одну особу, або на 0,9 %), порівняно з 2013 р., і складає в середньому по країні 222,8 кг за рік, це значно менше від раціональної науково обгрунтованої річної норми споживання в розмірі 350–380 кг і становить лише 58,6 % від норми (див. табл. 1) [1]. Відстають українці в споживанні молочних продуктів і від європейських традицій (для порівняння: сьогодні Франція та Скандинавські країни споживають понад 590 кг молока на людину в рік, Прибалтійські – більше 300 кг).

Таблиця 1

## Споживання молока та молочних продуктів (на одну особу за рік, кг)

№ з/п	Країна, область	Рік						
		2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Україна	199,1	225,6	206,4	204,9	214,9	220,9	222,8
2	Автономна Республіка Крим	141,6	161,4	181,0	179,2	185,6	187,7	...
3	Вінницька	195,3	232,9	216,0	210,7	218,9	218,9	216,7
4	Волинська	264,4	268,8	240,1	240,9	242,1	242,1	235,0
5	Дніпропетровська	167,1	193,7	178,9	170,6	190,4	200,5	205,5
6	Донецька	157,3	196,1	178,2	182,7	200,5	207,1	200,1
7	Житомирська	260,3	282,9	243,1	233,1	237,5	240,9	235,4
8	Закарпатська	242,4	259,4	236,6	242,4	244,8	253,2	247,7
9	Запорізька	163,8	189,3	176,5	178,0	185,1	190,1	194,6
10	Івано-Франківська	295,0	302,7	264,7	260,1	259,9	269,8	260,9
11	Київська	201,5	208,5	196,3	199,9	215,5	231,2	226,3
12	Кіровоградська	209,4	228,3	202,9	192,7	200,0	208,5	208,5
13	Луганська	121,9	168,7	173,6	175,2	185,9	196,0	190,6
14	Львівська	264,8	258,3	210,5	207,6	226,1	238,7	247,4
15	Миколаївська	190,4	244,0	219,7	212,2	230,2	227,2	227,2
16	Одеська	164,0	213,9	185,0	180,0	185,4	192,0	205,5
17	Полтавська	221,0	246,5	219,7	222,5	230,9	240,5	235,8
18	Рівненська	239,4	271,5	246,5	239,0	239,0	232,4	222,2
19	Сумська	217,1	221,2	216,1	210,7	209,4	212,8	217,1
20	Тернопільська	288,2	278,1	237,2	234,6	246,4	241,8	236,3
21	Харківська	168,7	217,6	216,8	217,7	227,7	229,5	237,2
22	Херсонська	200,8	216,6	186,5	184,6	196,2	199,6	211,0
23	Хмельницька	268,6	282,9	242,1	242,1	240,6	249,2	244,3
24	Черкаська	216,3	248,4	221,2	218,1	233,9	231,8	237,6
25	Чернівецька	254,8	263,0	242,2	243,9	243,9	241,5	249,6
26	Чернігівська	280,4	280,5	251,7	241,5	239,1	241,0	243,6

Джерело. На основі звітності Державної служби статистики України [1].

Результати проведеного аналізу обсягів споживання молока в цілому по Україні та в розрізі областей свідчать, що в Західному регіоні України обсяги споживання молока й молочних продуктів більші, ніж в інших областях та в цілому по країні (див. табл. 1). На нашу думку, регіональні особливості споживання молока зумовлені певними економічними, демографічними й маркетинговими факторами. Найбільш вагомими економічними чинниками, а саме: купівельна спроможність, що визначається рівнем доходу населення регіону та ціною реалізації продукції. Демографічні фактори охоплюють чисельність і співвідношення міського й сільського населення, його вік, звички, смаки, традиції та вподобання. Маркетингові фактори стосуються насамперед стану пропонованого продукту. Це, передусім, якість продукції, її споживчі властивості, призначення й способи використання.

Щодо ринкової пропозиції молока та молочної продукції, то, за даними Держкомстату України, обсяги виробництва молочної продукції протягом 2014–2015 рр. скоротилися стосовно всіх позицій (див. табл. 2) [1]. Так, якщо у 2014 р. виробляли 1117,0 тис. т молока, то станом на кінець 2015 р. обсяг виробленого молока всіма категоріями господарств становив 965,6 тис. т. Крім того, за прогнозом Міжнародної продовольчої організації ФАО, через низьку споживчу спроможність внутрішнього ринку та недостатні обсяги експорту, цього року в сезон «високого молока» на ринку утвориться надлишок молока (500 тис. т). За таких умов обсяги переробки молока до кінця року знизяться на 8 %, його надходження на переробку від господарств населення зменшиться на 20–22 %, знизиться виробництво сирів на 13 %, масла – на 9 %, сухого молока – на 7 % і продукції з незбираного молока – на 5 %. Усе це супроводжуватиметься падінням експорту всіх видів молочних продуктів на 400 тис. т у молочному еквіваленті [2]. Як зауважують в Асоціації виробників молока, якщо не вжити заходів, то така тенденція призведе до нищівного стану як у молочному скотарстві, так і в молокопереробній промисловості, відродити які буде вкрай важко. Запобігти цьому може зростання на українському ринку закупівельної ціни на сире молоко [3].

В Україні існує сезонність виробництва молока-сировини: у літні місяці його практично удвічі більше, ніж у зимовий період. Якщо зафіксувати ціни на молоко, особливо в літній період, коли воно переробляється на сухе молоко, вершкове масло й сир, то його просто не купуватимуть.

Таблиця 2

**Динаміка виробництва основних видів молочної продукції  
за період 2011–2015 рр., тис. т**

№ з/п	Найменування продукції*	Рік					Динаміка	
		2011	2012	2013	2014	2015	до 2011 р., %	до 2014 р., %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Молоко рідке оброблене (пастеризоване, стерилізоване, гомогенізоване, топлене, пептизоване)	894,0	912,0	972,0	1117,0	965,6	8,0	-13,6
2	Масло вершкове	76,7	88,6	94,3	114,0	100,9	17,1	-11,5
3	Сир свіжий неферментований (недозрілий і невитриманий, уключаючи сир із молочної сироватки та кисломолочний)	76,5	79,0	83,7	74,7	67,0	-12,4	-10,3
4	Сири жирні	178,0	168,0	165,0	130,0	122,6	-31,1	-5,7
5	Йогурт та інші ферментовані чи сквашені молоко й вершки	474,0	489,0	522,0	473,0	426,1	-9,9	-9,9

\* Статистична інформація щодо обсягу виробництва промислової продукції розробляється за кодами НПП.

Джерело. Розраховано на основі статистичної звітності Державної служби статистики України [1].

Проведений аналіз балансу попиту та пропозиції на ринку молока та молокопродуктів (табл. 3) свідчить, що ємність внутрішнього продовольчого ринку за останні три роки звузилася, насамперед, унаслідок значного зниження купівельної спроможності населення країни, а також зменшення географічних розмірів ринку через фактичну втрату контролю над частиною території країни.

Очікувано, що пропозиція на внутрішньому ринку перевищує платоспроможний попит на молоко й молочну продукцію, тобто простежено факт перенасиченості внутрішнього ринку. Вагомим стримувальним фактором тут є високий рівень роздрібних цін на молочну продукцію, що висуває на перший план проблему ціноутворення як одну з центральних у маркетинговій діяльності кожного суб'єкта ринку та формуванні попиту й пропозиції.

Таблиця 3

**Баланс попиту та пропозиції молока й молокопродуктів\***  
(у перерахунку на молоко, тис. т)

№ з/п	Показник	Рік				Динаміка у % 2015 р. до 2014 р.	Прогноз на 2016 р. (очікуване)
		2013	2014	2015	січень-квітень 2016		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	<b>Попит на продукцію</b>	<b>12 042</b>	<b>11 614</b>	<b>10 759</b>	<b>2929</b>	<b>-7,4</b>	<b>10 550</b>
1	Внутрішнього ринку – усього	11 275	11 038	10 114	2842	-8,4	10 250
2	у тому числі:					-7,3	
3	фонд споживання	10 005	9668	8964	2292	-7,3	9 050
4	інше споживання	1270	1370	1150	550	-16,1	1 200
5	Зовнішнього ринку (експорт)	767	504	482	87	-4,4	300
6	у ВЕЗ «Крим»	0	0	163	0	100	0
7	<b>Пропозиція продукції</b>	<b>12 042</b>	<b>11 614</b>	<b>10 759</b>	<b>2929</b>	<b>-7,4</b>	<b>10 550</b>
8	Внутрішнього ринку – усього	11 501	11 277	10 682	2892	-5,3	10 490
9	у тому числі:						
10	власне виробництво	11 501	11 277	10 682	2892	-5,3	10 490
11	зміна запасів	0	0	0	0	0	0
12	Зовнішнього ринку (імпорт)	541	337	77	37	-77,2	60
13	із ВЕЗ «Крим»	0	0	0	0	0	0
14	Споживання на особу, кг за рік	220,9	222,8	209,4	x	-5,9	211,9

\* Джерело. Розроблено за даними сайту [milkUa.info](http://milkUa.info) [2].

Важливий аспект аналізу стану та перспектив розвитку ринку – визначення його експортно-імпортного потенціалу. Згідно зі статистичними даними, протягом 2011–2015 рр. обсяги експорту Україною молочних продуктів мають тенденцію до скорочення. Так, у 2015 р. обсяг експорту, порівняно з 2014 р., скоротився на 45,1 % і склав 177645,9 тис. дол. США (див. табл. 4). Найбільше експортувалося згущеного молока та вершків із додаванням цурку – 89300,8 тис. дол. США (50,3 %), сирів – 34936,0 тис. дол. США (19,7 %), масла вершкового – 29945,3 тис. дол. США (16,9 %). Частка інших видів молочної

продукції в загальних обсягах експорту є такою: сироватка – 8,7 % (на суму 15510,7 тис. дол. США), молоко та вершки незгущені – 2,6 % (на суму 4619,1 тис. дол. США), маслянка, йогурти, кефір й інші ферментовані молочні продукти – 1,9 % (на суму 3334,0 тис. грн) [1].

Таблиця 4

Обсяги експорту основних видів молочної продукції  
за період 2011–2015 рр., тис. дол. США

№ з/п	Найменування*	Рік					Динаміка
		2011	2012	2013	2014	2015	% 2015 до 2014
1	2	3	4	5	6	7	8
1	<b>40 1000 000 – молоко й вершки, незгущені та без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин</b>						
2	Усього, у тому числі:	9124,1	4550,2	5583,5	4723,3	4619,1	-2,2
3	Країни СНД	8691,8	3665,0	4704,9	3738,5	2811,5	-24,8
4	Інші країни світу	432,3	885,1	878,5	984,8	1807,6	83,6
5	<b>40 2000 000 – молоко й вершки, згущені та з додаванням цукру чи інших підсолоджувальних речовин</b>						
6	Усього, у тому числі:	95105,6	101436,7	75854,8	121074,4	89300,8	-26,2
7	Країни СНД	59255,0	73048,9	59454,0	69159,8	36518,1	-47,2
8	Інші країни світу	35850,6	28387,8	16400,8	51914,6	52782,8	1,7
9	<b>40 3000 000 – маслянка, коагульовані молоко та вершки, йогурт, кефір й інші ферментовані або сквашені (бактеріальними заквасками) молоко та вершки, згущені або незгущені, із додаванням або без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин, ароматизовані</b>						
10	Усього, у тому числі:	8630,2	4475,1	4895,6	3973,6	3334,0	-16,1
11	Країни СНД	8470,3	4181,7	3862,4	3244,0	2622,9	-19,1
12	Інші країни світу	159,9	293,4	1033,2	729,7	711,1	-2,5
13	<b>40 4000 000 – молочна сироватка, згущена або незгущена, із додаванням чи без додавання цукру або інших підсолоджувальних речовин; продукти, що складаються з натуральних компонентів молока, із додаванням чи без додавання цукру або інших підсолоджувальних речовин</b>						
14	Усього, у тому числі:	25680,4	24942,0	44191,7	26601,3	15510,7	-41,7
15	Країни СНД	8668,6	8903,9	34460,5	16980,0	3354,3	-80,2
16	Інші країни світу	17011,8	16038,1	9731,3	9621,3	12156,4	26,3
17	<b>40 5000 000 – масло вершкове та інші жири, вироблені з молока; молочні пасти</b>						
18	Усього, у тому числі:	9692,4	2887,1	22203,7	47354,7	29945,3	-36,8
19	Країни СНД	9618,1	2758,6	21705,7	43503,0	12384,2	-71,5
20	Інші країни світу	74,4	128,5	498,0	3851,7	17561,1	355,9

Закінчення таблиці 4

1	2	3	4	5	6	7	8
21	<b>40 6000 000 – сири всіх видів і кисломолочний сир</b>						
22	Усього, у тому числі:	445042,1	358447,1	362280,3	120069,7	34936,0	-70,9
23	Країни СНД	442437,8	357185,1	360861,0	118668,0	32530,2	-72,6
27	Інші країни світу	2604,3	1262,0	1419,3	1401,7	2405,8	71,6
24	<b>Загальний обсяг експорту молочної продукції</b>						
25	Усього, у тому числі:	593274,8	496738,2	515009,6	323797,0	177645,9	-45,1
26	Країни СНД	537141,5	449743,3	485048,5	255293,3	90221,2	-64,7
27	Інші країни світу	56133,3	46994,9	29961,1	68503,7	87424,7	27,6

\* Статистична інформація щодо обсягів експорту товарів подано за кодами УКТЗЕД.

Джерело. Розраховано на основі статистичної звітності Державної служби статистики України [1].

Основними експортерами вітчизняної молочної продукції у 2015 р. були Молдова, Грузія, Казахстан, Туркменистан, Азербайджан, Вірменія, Узбекистан, Російська Федерація, Лівія, Ізраїль, Єгипет, Алжир, Нігерія, Мексика.

У нашу країну імпортують переважно окремі види десертно-йогуртової продукції та високоякісних сирів. Основні постачальники продукції на вітчизняний ринок – Польща, Білорусь, Франція та Німеччина [1].

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** Молочний бізнес України переживає дуже важливий період у своєму розвитку. Зараз відбуваються якісні внутрішні зміни. Тому дуже важливо не втратити цю можливість та раз і назавжди створити конкурентоспроможний системний бізнес.

Для успішного розвитку молочної індустрії в Україні не вистачає адекватної й стабільної державної підтримки. Сьогодні молокопереробний комплекс України переживає чи не найглибшу кризу за останні 20 років. Виробництво молока перебуває на межі збитковості вже другий рік поспіль. Станом на сьогодні закупівельна ціна сирого молока гатунку екстра на ринку становить 18 євроцентів при собівартості виробництва в найефективніших господарствах 20 євроцентів [2]. В Асоціації виробників молока зауважують: якщо не вжити заходів, то така тенденція призведе до нищівного стану як у молочному скотарстві, так і в молокопереробній промисловості, відродити які буде вкрай важко (дійне поголів'я за минулий рік скоротилося на 8 %, а виробництво молока – на 4 %) [3]. Запобігти цьому може зростання на українському ринку закупівельної ціни на сире молоко. Оскільки на світовому ринку такої тенденції найближчим часом не прогнозується [2], то врятувати ситуацію можуть інтервенційні закупівлі з боку держави.

Сьогодні в Україні відбувається відмирання неефективних підприємств із переробки молока та виробництва молочної продукції, що можна пояснити чотирма основними причинами: по-перше, дуже низькими світовими цінами на молокопродукти; по-друге, закриттям для українських постачальників доступу на ринок Росії, який був основним протягом багатьох років; по-третє, непристосованістю молочного бізнесу країни виробляти та експортувати молочні продукти, що мали б попит поза межами СНД; а також зниженням купівельної спроможності населення й розмірів ринку через фактичну втрату контролю над частиною території країни. У таких умовах отримувати прибуток і розвиватися можуть лише потужні підприємства, що мають ефективну організацію всіх виробничих процесів – від заготівлі молока до реалізації готової молочної продукції.

Протягом 2015 р. Україна відкрила для себе кілька нових ринків, дозволи на експорт у Китай, Казахстан та країни ЄС отримали численні компанії, це деякою мірою компенсувало втрату російського ринку [4]. Звичайно, швидко й у повному обсязі замінити російський ринок дуже складно за такими параметрами, як рівень прибутковості поставок та обсяг експорту продукції. На жаль, вітчизняний молокопереробний комплекс був повністю налаштований на цей ринок, а після його закриття українські

переробники зрозуміли, що така модель більше ніде не працює, тому потрібно дуже багато чого змінити, щоб цей бізнес став конкурентоспроможним у міжнародному масштабі, поза межами СНД. Насамперед потрібно змінювати ментальність власників підприємств і керівництва, що найскладніше. Звичайно, серед переробників України існують міжнародні компанії, які працюють досить ефективно, й українські компанії, менеджмент яких забезпечує повноцінне завантаження і виробничих потужностей, і прибуткову діяльність, завдяки прогресивній стратегії роботи на ринку. Підприємства, які мають проблеми (а таких зараз більшість) насамперед, на наше переконання, потерпають через роботу на старій основі продуктів, знань, персоналу, без адаптації до сучасних реалій.

Зараз одне з головних завдань виробників і переробників молока – налагодження активної співпраці як між собою, так і з потенційними споживачами. Мається на увазі активізація діалогу вітчизняних молочних компаній, що виробляють якісну продукцію, із потенційними споживачами в напрямі просування її позитивного іміджу, для створення системного експорту. Не менш важливий і внутрішній діалог. Наприклад, є великий контракт на поставку сухого молока, який занадто об'ємний для окремої компанії. Тому підприємствам потрібно створити консорціум під цей контракт, розділивши таким чином ризики й прибутки. Українським підприємствам-переробникам молока потрібно створити потужні наскрізні, добре організовані та мотивовані українські й транснаціональні продовольчі компанії, організовані по горизонталі та вертикалі. А такі організації, як, наприклад, Асоціації виробників молока, повинні активно працювати в напрямі стимулювання експорту української продукції (організовані торговельні місії в інші країни, дослідження нових ринків, організація круглих столів, розробка й реалізація програм інформування імпортерів про вітчизняну продукцію).

Лише за умови спільних зусиль держави, виробників та переробників молока український ринок молочної продукції має реальні можливості стати досить прибутковим бізнесом і потужним експортером молокопродуктів вітчизняного виробництва на європейські ринки й ринки інших країн світу.

#### *Джерела та література*

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.07.16).
2. Інформаційно-аналітичний портал Міжнародної продовольчої та сільськогосподарської організації ФАО [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.fao.org/home/tu> (дата звернення: 03.07.16).
3. Інформаційно-аналітичний портал про молоко і молочне скотарство [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://milkua.info/uk> (дата звернення: 02.07.16).
4. Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.minagro.gov.ua> (дата звернення: 25.06.16).

**Липыч Любовь, Товстенюк Александр, Билык Ирина. Мониторинг состояния и перспектив развития рынка молока и молочных продуктов Украины.** В статье приведены результаты мониторинга состояния и тенденции развития отечественного рынка молока и молочной продукции. Осуществлен обзор актуальных проблем и особенностей функционирования молокоперерабатывающего комплекса Украины. Проведена оценка объемов потребления молока и молочных продуктов в целом по стране и в разрезе областей. Осуществлен анализ баланса и динамики спроса и предложения на основные виды молочной продукции, оценена емкость внутреннего и внешнего рынков. Определены факторы, влияющие на объемы потребления, на спрос и предложение на рынке молока и молочных продуктов. Исследована динамика производства молока и молочной продукции в разрезе основных ее видов. Проанализирована динамика объемов экспорта основных видов молочной продукции за последние годы. Определены возможности и направления регулирования отечественного рынка молока. Сформулированы первоочередные организационно-экономические меры, направленные на расширение экспортного потенциала украинских молокоперерабатывающих предприятий.

**Ключевые слова:** мониторинг рынка, рынок молока и молочной продукции, спрос, предложение, молокоперерабатывающий комплекс, экспортный потенциал.

**Lipych Liubov, Tovsteniuk Oleksandr, BilykIryna. Monitoring the Status and Prospects of the Market in Milk and Milk Products Ukraine.** Monitoring of the conditions and development trends of the milk and dairy products market in Ukraine. The results of monitoring of conditions and development trends of milk and dairy products market in Ukraine are represented in the article. Here is done the overview of actual issues of the Ukrainian dairy industry functioning. Author has conducted the estimation of the volume of milk and milk products consumption in the whole country and by regions. The analysis of the balance and the dynamics of supply and demand on the main types of dairy products and the estimating of the domestic and foreign markets capacity are done. Author has determined the factors affecting on the volume of consumption,

demand and supply in the milk and dairy products market. Dynamic of milk and dairy products production in terms of its basic types is explored. Here is also conducted the dynamic of exports of the main dairy products types in recent years. The possibilities and directions of domestic milk market regulation are defined. Author has formulated priority organizational and economic measures for enhancing of Ukrainian milk enterprises export potential.

**Key words:** market monitoring, milk and dairy products market, demand, supply, dairy complex, export potential.

УДК 338.434:335.73

**Оксана Клебан** – викладач Вишнянського коледжу Львівського національного аграрного університету;

**Галина Дашкович** – викладач Вишнянського коледжу Львівського національного аграрного університету

### **Актуальні проблеми розвитку та інвестиційне середовище в сільськогосподарських кооперативах**

Розглянуто головні проблеми ефективної діяльності сільськогосподарських товаровиробників. Визначено основні цілі й завдання сільськогосподарського виробничого кооперативу. Здійснено аналіз динаміки розвитку сільськогосподарських кооперативів за останні шість років у розрізі регіонів України, а також за напрямками їхньої діяльності.

Установлено основні чинники та передумови для ефективної підприємницької діяльності, які полягають у застосуванні кооперативної форми ведення господарства.

**Ключові слова:** сільськогосподарські кооперативи, економічна ефективність, інвестиційне забезпечення.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Ефективна діяльність сільськогосподарських підприємств у довгостроковій перспективі та забезпечення високих темпів її розвитку й підвищення конкурентоспроможності значною мірою визначаються рівнем інвестиційної активності та масштабами інвестиційного забезпечення. Активна інвестиційна діяльність підприємства завжди є свідченням динамічного розвитку підприємництва й впливає на підвищення його соціальної та економічної ефективності.

Брак інвестиційних ресурсів – чинник, який стримує розвиток багатьох сфер економічної діяльності. Аграрний сектор як основа агропромислового комплексу має певні специфічні особливості, що обумовлює особливий характер відтворення основних засобів і фінансування інвестиційної діяльності агропідприємств. Сільське господарство відстає від інших галузей національної економіки за рівнем фондоозброєності праці, характеризується високим моральним та фізичним зносом засобів виробництва, що викликає потребу в значних довгострокових вкладеннях і відповідному кредитно-інвестиційному забезпеченні. Одне з рішень щодо забезпечення агропідприємств матеріально-технічними засобами, у т. ч. сільськогосподарською технікою, – те, що формування інвестицій для сільськогосподарських підприємств може дати кооперація [8, с. 11].

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Дослідження різних аспектів інвестиційного розвитку та інвестиційної діяльності підприємства відображені в працях багатьох зарубіжних учених. Проблеми, пов'язані з розвитком аграрного сектору України, широко розкрито в аграрній економічній літературі. Вивченням цих питань у сучасних ринкових умовах активно займаються відомі українські науковці В. Г. Андрійчук, П. Т. Саблук, О. М. Шпичак та ін. Питання залучення й використання інвестицій у діяльності кооперативів активно досліджували такі вчені-економісти, як В. В. Зіновчук, В. С. Марцин, А. О. Пантелеймоненко, У. Шарп та ін. У їхніх публікаціях багато уваги приділено висвітленню тенденцій зміни кон'юнктури на зовнішньому й внутрішньому ринках зерна, аналізу ефективності та пошуку способів удосконалення його виробництва.

Варто зазначити, що в роботах вітчизняних і закордонних учених стосовно дослідження інвестицій не досягнуто єдності думок щодо тлумачення поняття «інвестиційна діяльність». Закон України «Про інвестиційну діяльність» визначає останню як «сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій» [1]. А. Череп та І. Рурка вважають інвестиційну діяльність важливою складовою частиною міжнародного руху капіталу, що спроможна забезпечити міграцію капіталу з однієї країни в іншу, а також прискорювати її в одних сферах світового господарства та