

Янович Я.Р.,
студентка кафедри промислового маркетингу,
КПІ ім. Ігоря Сікорського
Шульгіна Л.М.,
д.е.н., проф., професорка кафедра промислового маркетингу,
КПІ ім. Ігоря Сікорського

АНАЛІЗ МЕЗОСЕРЕДОВИЩА РИНКУ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНИ

Ринок молочних продуктів в Україні характеризується стійким попитом з боку споживачів та високим рівнем конкуренції серед виробників. За даними Державної служби статистики України, у 2023 році його обсяг становив близько 85 млрд грн, демонструючи щорічне зростання на рівні 3–5% [1]. Основними чинниками, що впливають на розвиток ринку, є демографічні, економічні та поведінкові аспекти. З *демографічної* точки зору, хоча загальне споживання молочних продуктів має тенденцію до зниження, певну стабільність демонструють категорії населення з традиційно вищим рівнем споживання, зокрема домогосподарства, де є діти або літні люди. *Економічні* чинники, такі як зростання цін на сировину та енергоносії, створюють тиск на собівартість виробництва [2]. Паралельно зі змінами у виробничому середовищі, трансформуються й споживчі вподобання: зростає попит на натуральні, функціональні та екологічно сертифіковані продукти.

Сегмент молочних продуктів представлений як великими українськими, так і міжнародними компаніями. Серед вітчизняних лідерів варто виокремити ТМ «Галичина» та компанію «Молочний альянс», які активно інвестують у розширення асортименту та модернізацію виробництва. Серед транснаціональних компаній ключові позиції займають Danone та Lactalis, які адаптують свої бізнес-стратегії до особливостей українського ринку [3]. На регіональному рівні помітну роль відіграють фермерські господарства та кооперативи. Вони формують нішеву пропозицію свіжої, часто органічної продукції, що користується попитом серед локальних споживачів.

У поведінці *споживачів* чітко прослідковуються пріоритети: найбільше значення має натуральність складу та відсутність консервантів. Такий запит формує попит на продукцію з мінімальною обробкою та прозорим походженням. Основним *каналом продажу* залишаються офлайн-торгівельні мережі (супермаркети), однак онлайн-канали демонструють зростання завдяки розвитку сервісів доставки та цифровізації торгівлі. *Постачальницька* структура галузі базується на поєднанні власного виробництва та контрактних постачальників. Більшість великих виробників мають власні ферми та кормові бази, що забезпечує контроль якості на всіх етапах виробництва. Разом з тим, значна частина пакувальних матеріалів імпортується, і залежність від імпорту в середньому становить близько 40%. Діяльність підприємств регламентується державними вимогами та стандартами, зокрема ДСТУ 3662:2018 «Молоко коров'яче сире» та вимогами системи НАССР щодо безпечності харчових продуктів. Крім того, податкове регулювання передбачає низку пільг для аграріїв, однак законодавчі зміни в частині ПДВ вимагають постійного моніторингу [3].

Серед ключових тенденцій ринку варто відзначити зростання частки функціональних продуктів, отримання органічних сертифікатів та цифрову трансформацію бізнес-процесів. Використання IoT-технологій у логістиці, автоматизація контролю якості та співпраця з фудтех-стартапами стали ознаками модернізації галузі.

Література

1. Державна служба статистики України. Статистичний щорічник України за 2023 рік : офіц. вид. – Київ : ДССУ, 2023. – URL:<https://ukrstat.gov.ua>
2. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Аналітика агропродовольчого ринку України : звіт. – 2023. – URL:<https://minagro.gov.ua>
3. Промислові новини України. Огляд молочної галузі України : галузевий огляд. – 2023. – URL:<https://promportal.com.ua>