



## «Молочний бізнес – 2008» у Києві

Для Міністерства аграрної політики України, асоціації українських виробників «Морозиво і заморожені продукти» та Спільки молочних підприємств України уже стало доброю традицією на початку весни – у березні – організувати міжнародні спеціалізовані виставки «Світ морозива та холоду» та «Молочна і м'ясна індустрія XXI століття». Цьогорічні виставки, як і торік, пройшли у Міжнародному виставковому центрі, що на Броварському проспекті столиці. Упродовж чотирьох днів – з 18 до 22 березня – вони були в центрі уваги працівників молочної галузі країни.

З кожним роком цей захід стає дедалі популярнішим: збільшується кількість експонентів та відвідувачів. Цьогоріч на виставковому майданчику було представлено 170 учасників, а кількість відвідувачів сягнула 34 тисяч. Молочна і м'ясна продукція; заморожені продукти; сировина; харчові інгредієнти і добавки; технологічне, промислове, торгове, побутове холодильне та морозильне обладнання; тара і пакувальне обладнання; мийні та дезінфікувальні засоби; інформаційне обслуговування галузі; засоби транспортування – ось далеко не повний перелік того, що можна було побачити в Міжнародному виставковому центрі впродовж цих чотирьох днів.

Як і попередні виставки, цьогорічна відзначалася великою кіль-

кістю виробників обладнання, також побільшало виробників морозива і заморожених продуктів. Навіть побіжний огляд виставкового павільйону давав змогу зрозуміти, що учасники доклали чимало зусиль щоб належно оформити свої експозиції. Багато з них намагалися займати свої попередні місця: так їх легше знайти. То ж легко впізнаю уже знайому «корчму» «Дригало» біля самого входу до павільйону, «Геркулес», «Леваду», «Санта-Бремор» та інші компанії, які постійно беруть участь у виставках. На цьому величезному святі морозива, холоду і молочних продуктів переважають сині та білі кольори, що символізують зиму, мороз, холод, але цього року тут трохи «потеплішало»: впелися літні мотиви і сонячні барви. У справжній квітучий сад перетворила свій павільйончик фірма «Злата» із Луцька. Панно із квітучими деревами, справжній фонтан, арка зі штучними квітами, яка веде в «сад»... Так і хочеться зупинитись, скуштувати смачного морозива. Чи біля павільйону компанії «Еліт» (ТМ «Ажур») з того ж Луцька.

– Ми беремо участь у цій виставці з 2003 року, – розповідає бренд-менеджер компанії «Еліт» Юрій Лапко. – Цього року привезли справжній пломбір 15-процентної жирності, морозиво в шоколадній глазурі, шоколад в глазурі. Участь у виставці допомагає нам зміцнювати

старі зв'язки і налагоджувати нові. За кілька днів роботи ми вже маємо нових клієнтів.

– Наша компанія представляє на виставці продукти переробки сироватки: лактозу, білковий концентрат і традиційні – сухе знежирене молоко, тверді сири, – розповідає Наталія Сошницька, начальник відділу збуту «Каскад Продакшн». – Люди весь час підходять, цікавляться цими продуктами. В Україні ще мало підприємств, які роблять глибоку переробку сироватки, а у нас це вже поставлено на належний рівень. Продукти переробки сироватки усе більше затребувані на ринку, тому не дивно, що за ці кілька днів роботи ми знайшли вже п'ятдесят нових клієнтів.

З-поміж виробників обладнання увагу привертає стенд компанії «Юка-інвест» із Житомира. Це нове спільне українсько-польське підприємство, яке побудоване з нуля і працювало півроку тому. На виставці вперше. «Ми вже працювали на українському ринку як реалізатори польського обладнання, – розповідає начальник відділу постачання Вікторія Кравчинська, – а тепер його виробляємо. Це морозильні лари різної місткості – від 200 до 600 літрів. Вони вирізняються хорошою якістю і дизайном, який підбираємо під замовника, враховуючи усі його побажання. Наше підприємство не боїться вступу країни до СОТ, адже побудоване відповідно до усіх європейських вимог. Бачимо, що

зацікавлення продукцією велике. До нас весь час підходять наші потенційні клієнти. Й не лише з України, але й з Росії, Білорусі, Прибалтики. Їм вигідніше завозити таке обладнання з України. Так що виставкою ми задоволені, попрацювали доволі ефективно».

Інші виробники обладнання – «ПП Волощук» з міста Хуст Закарпатської області – привезли на виставку охолоджувачі молока. «Реалізуємо нове і вживане обладнання, – розповідає власник підприємства Володимир Волощук. – Привозимо його з Франції, Бельгії, Німеччини, Голландії, ремонтуємо, чистимо, одне слово – приводимо до ладу і продаємо. Реальність в Україні така, що більшість виробників поки що цікавиться вживаним обладнанням, бо є суттєва різниця в ціні. Звичайно, купують і нові охолоджувачі. У виставці беремо участь втретє, вона дуже схожа на минулорічну. Сподіваємося, що принесе добрі результати».

Ще одні дебютанти виставки – фірма «Сезон 365», яка представляла фруктові та молочні наповнювачі для морозива, молочної і кондитерської галузей, різні сиропи, желе, цілі ягоди в желе. «Основне наше виробництво розташоване в Київській області, – розповідає головний технолог Галина Лихацька. – Використовуємо як свіжі, так і заморожені та консервовані продукти. Асортимент доволі великий. Є ексклюзиви, наприклад, родзинки в ромі. Фірма «Геркулес» навіть отримала медаль за морозиво з цим нашим наповнювачем».

Серед виробників молочної продукції увагу привертав стенд **Обухівського молочного заводу**. «Йому уже понад 70 років, – розповідає начальник відділу збуту Леся Кансіренко, – але зараз це цілком сучасне підприємство. Випускаємо понад 50 найменувань молочної про-

дукції і понад 50 найменувань морозива. На виставці представляємо наші традиційні продукти і новинки, наприклад, питний йогурт з персиком та полуницею у 125-грамових стаканчиках. Така упаковка зручна для дітей. На літо готуємо сироваточно-соковий напій. Цю новинку ми вже опробували минулого року, напій споживачам сподобався, добре купувався у спеку».

На виставку приїхали, щоб ознайомитися з новими технологіями, розробками, які могли б бути корисними для нашого підприємства. Також прагнемо розширити географію свого збуту. Нас цікавить південь України, зокрема Херсонська та Миколаївська області, і на виставці ми уже знайшли дистриб'юторів».

**Куп'янський молочно-консервний комбінат** на цьогорічній виставці виявився єдиним представником сегменту молочних консервів. Його стенд ще здалеку привертав увагу. «Ми уже четвертий рік на такій виставці, – розповідає керівник відділу маркетингу Сергій Сидоров. – Для нас це найперше іміджева участь, а також – нові клієнти і постачальники, які потрібні для розвитку підприємства. Привезли до Києва новинку – згущене молоко в чотирикілограмовій поліамідній упаковці, яка є доволі популярною в сегменті HoReCa (*готелі, ресторани, кафе*). Воно користується попитом і в невеликих кондитерських фірмах. Назагал наша продукція є традиційною, її усі знають: це класичне згущене молоко, кава, вершки, какао, варене згущене молоко і молоко класу «преміум». На жаль, зараз про згущене молоко потроху забувають. Мабуть через те, що на прилавках з'являється неякісна продукція. Хто ж натрапить на нашу баночку, то відразу пригадає дитинство. До нашого стенду чомусь усі підходять з усмішкою... Хочемо, щоб про нас не

забували. Ми є найбільшим виробником консервно-молочної продукції в Україні».

– Мене найбільше вразили креативні підходи до експозиції. – Це вже ділиться враженнями маркетолог компанії «Рудь» Ігор Ізюмов. – Кожного року приїжджаєш і бачиш щось нове. Це спонукає вдосконалювати власну експозицію... Ми також привезли новинки – «Пломбір №1», виготовлений згідно з ГОСТом лише на молочних вершках, нові брикетні форми морозива з вишенькою, з йогуртом і полуницею, з йогуртом-ожиною і йогуртом-абрикосом. Зараз таке морозиво з йогуртом стає особливо популярним. Асортимент морозива у нас широкий, понад 130 найменувань. Представити його в чотирьох ларях просто неможливо. Так само й іншу заморожену продукцію. З цього сегменту привезли лише новинки по заморожених овочах і овочевих сумішах».

У рамках ділової програми виставки відбулися конференції «Морозиво: якість та конкурентоспроможність», «Молочний бізнес-2008» та «М'ясний бізнес-2008», науково-практичні семінари і дегустаційні конкурси якості морозива, заморожених продуктів, глазури для морозива, наповнювачів, конкурс на кращу упаковку для морозива, а також вже традиційні дегустаційні конкурси якості молочних і м'ясних виробів. І це ще не вичерпний їх перелік. Кількість конкурсів цього року суттєво збільшилася».

Для працівників молочної галузі особливо цікавим був другий день роботи виставок, оскільки проводилась Всеукраїнська конференція з міжнародною участю «Молочний бізнес-2008». Протягом дня відбулося три сесії: «Тенденції в молочній індустрії», «Кон'юнктура українського ринку молочних продуктів» і «Технологічні нововведення та рішення в молочній промисловості», під час



яких було зроблено глибокий аналіз стану справ у галузі за останні кілька років, а особливо – за 2007 рік. Як було образно сказано на конференції, наша молочна галузь чимось нагадує корову, яка з великим зацікавленням вивчає ... графік заготівлі м'яса.

Про вітчизняну молочну галузь найкраще промовляють цифри. І їх цього дня наводилось багато. Велику зацікавленість у присутніх викликала доповідь голови ради директорів Спілки молочних підприємств України В.П. Чагаровського. Попри те, що він озвучував й деякі відомі цифри, вони були вражаючі. Наприклад, у період розпаду СРСР українець споживав 373 кг молочної продукції, а в минулому році – 220 кг. У 1990 році в Україні вироблялось 6 млн тонн цільномолочної продукції, а в 2007 р. – дещо більше 1 млн тонн. Сьогодні в країні є лише 31 господарство, де утримується більш як тисяча корів, а в 1990 році таких господарств було 560, тобто їх кількість зменшилася у 18 разів! Як зазначив доповідач, така невтішна статистика свідчить про те, що молочному ринку України є куди розвиватися. Питання тільки у тому – хто ж скористається цією ситуацією, хто займе нішу: українські виробники чи їх витіснять західні компанії?

Цікаво, що попри всі недоліки, українська молокопереробна галузь, якщо її порівняти з іншими сільськогосподарськими галузями, нині перебуває в лідерах за обсягами реалізованої продукції (на більш як 14 млрд гривень без ПДВ). Це, однак, не означає, що збільшилося споживання. Зростання відбулося за рахунок підвищення цін на молочні продукти – на 66,6 процентів! Й ця тенденція збільшення цін, на думку В.П. Чагаровського, буде зберігатися, адже зростає вартість інших складових компонентів, та й

на світовому ринку ціни також зростають.

Серед інших проблем галузі доповідач виділив недобросовісну конкуренцію, в результаті чого збільшується кількість продуктів-фальсифікатів. Навіть виробники сирів грішать підміною молочного жиру його заміниками, знижуючи таким чином затрати на 10–15 процентів. Це стосується й сметани, плавлених сирків, які останнім часом більше нагадують пластин. У країні відсутня єдина система державного контролю за якістю продукції. Нова проблема для галузі – диктат великих торговельних мереж. Його, за словами В.П. Чагаровського, спроможні витримати 5–6 крупних виробників, а усім іншим залишаються маленькі магазини та базари.

За словами президента Української аграрної конфедерації Леоніда Козаченка, який також виступив на конференції, Україна має унікальні можливості для створення крупних агрохолдингів, й тому західний капітал дуже зацікавлений увійти на наш ринок. Якщо зараз уряд не прийме кардинальних рішень, то за якихось 10–15 років ми станемо свідками повного витіснення наших селян із землі. Із 17,5 мільйонів, які нині проживають у селі, 15 мільйонів виявляться зайвими, якщо в сільському господарстві, наслідуючи ту ж Америку, буде зайнято лише три проценти населення країни.

На конференції наголошувалося, що виробництво молока у всьому світі збільшується, і в першу чергу за рахунок продуктивності тварин. У США надоюють в середньому 9 тисяч літрів від однієї корови, у ЄС – 6 тисяч, а в Україні – трохи більше трьох тисяч. Тут також є резерви, але потрібна підтримка з боку держави. За останні кілька років вже було прийнято п'ять програм, та жодна не

виконувалась. На думку учасників конференції, доцільніше створити такі програми на регіональному рівні, а потім об'єднати їх в загальнонаціональну.

Терміново потрібно впроваджувати сучасні технології виробництва молочної сировини. І добре, що в Україні з'явилися компанії, які почали вкладати кошти в будівництво великих молочнотоварних комплексів. Як варіант допомоги таким виробникам, варто було б відмінити податки, хоча б на той період, поки вони вийдуть на повну потужність. Також треба скасувати ввізне мито на обладнання для ферм і придбання племінного поголів'я. Якщо вже повністю неможливо відмінити податки на обладнання, то хоча б «розтягнути» їх на період амортизації. Висловлювалась думка, що варто заборонити посередницькі структури під час заготівлі молока, де відбуваються найбільші зловживання, що призводить до подорожчання кінцевих продуктів.

З великим зацікавленням присутні прослухали виступи почесного президента ВАТ «Шосткінський МКК» Л.О. Рудакової, директора ТОВ «Інфагро» В.Д. Вінтоняка, президента Спілки молочних підприємств України Л.О. Карпенко, генерального директора ТОВ «ХР Хансен Україна» О.П. Чагаровського та інших.

20 березня відбулася конференція «Морозиво та заморожені продукти: якість та конкурентоспроможність». З вступною промовою і глибоким аналізом стану справ у цьому сегменті виступив президент Асоціації І.І. Бартковський.

В останній день роботи виставок було підбиття підсумків, нагороджувались переможці у різних номінаціях. Повну інформацію про нагороджених можна отримати на сайті: [www.ukraine-service.com.ua](http://www.ukraine-service.com.ua).

**Надія Федунь**

