

маркетингового середовища обґрунтовано товарно-інноваційне рішення для молокопереробного підприємства, яке є необхідною умовою забезпечення його розвитку у складних соціально-економічних умовах, а також розроблено типову модель маркетингового забезпечення виведення на ринок сиру кисломолочного з додаванням гарбуза (рис. 4).

**Висновки.** Таким чином, належне маркетингове забезпечення інноваційного процесу та виведення інноваційного товару на ринок дають змогу приймати обґрунтовані інноваційні рішення, а також налагоджувати необхідний рівень комунікації з клієнтами, виявляти потреби клієнтів ще на етапі створення інновацій, що сприятиме виходу на ринок саме з тією інновацією, на яку існує або може бути сформований попит. Перспективи подальших досліджень полягають у формуванні маркетингової програми просування сиру кисломолочного з додаванням гарбуза на продуктивний ринок.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Виробництво молока в Україні у першому півріччі на 1,8% менше, ніж в цей час в минулому році. Асоціація тваринників України: офіційний сайт. URL: <https://usba.com.ua/index.php/virobnictvo-moloka-v-ukraini-v-pershomu-pivrichchi-na-18-menshe-nizh-v-ey-chas-v-minulomu-roci>.
3. Моніторинг цін на молоко та молочні продукти. URL: <http://avm-ua.org/uk/post/monitoring-cin-na-moloko-ta-molocni-produkti-18-travna?milku=1>.
4. В Україні подорожчали продукти харчування. URL: <https://ua.korrespondent.net/business/financial/3972849-v-ukraini-podorozhchaly-produkty-kharchuvannia>.
5. Маркетингові аспекти управління інноваційним розвитком: монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми: Папірус, 2014. 480 с.
6. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком: монографія / за заг. ред. О.А. Біловодської. Суми: Університетська книга, 2010. 432 с.
7. Кубишина Н.С. Технологія взаємодії типів інновації на промисловому ринку. Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. (26–27 травня 2016 року, м. Одеса). Одеса: ТЕС, 2016 С. 96–98.
8. Савицька Н.Л., Жегус О.В., Махия Є.В. Бенчмаркінг як інформаційна складова інноваційної товарної політики. Ефективна економіка. 2017. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
9. Савицька Н.Л., Афанасьєва О.П., Курлянцева А.В. Маркетингове тестування концепцій нового продукту (напівфабрикату сиру кисломолочного). Бізнес Інформ. 2016. № 12. С. 324–328.
10. Kumar V., Reinartz W. Customer Relationship Management. Concept, Strategy, and Tools: Springer Texts in Business and Economics. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag 2012. 398 p.

УДК 338.58:65.014

**Саєнсус М.А.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу*

*Одеського національного економічного університету*

## ПОТЕНЦІАЛ РИНКУ СПОЖИВАЧІВ ХОЛОДНОЇ ЛОГІСТИКИ: АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто основні складові потенціалу ринку споживачів послуг холодної логістики, основні тенденції та перспективи. Основними споживачами послуг холодної логістики є виробники та дистриб'ютори продуктів харчування. Мета статті полягає в аналізі сучасного стану розвитку вітчизняної галузі споживачів холодної логістики, виявленні проблем, які істотно гальмують розвиток галузі, а також визначенні шляхів їх вирішення.

**Ключові слова:** логістика, ринковий потенціал, холодна логістика, споживчий ринок, харчова промисловість, ланцюг постачання.

### Саєнсус М.А. ПОТЕНЦИАЛ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ХОЛОДНОЙ ЛОГИСТИКИ: АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ В УКРАИНЕ

В статье рассмотрены основные составляющие потенциала рынка потребителей услуг холодной логистики, основные тенденции и перспективы. Основными потребителями услуг холодной логистики являются производители и дистрибьюторы продуктов питания. Цель статьи заключается в анализе современного состояния развития отечественной отрасли потребителей холодной логистики, выявлении проблем, которые существенно тормозят развитие отрасли, а также определении путей их решения.

**Ключевые слова:** логистика, потенциал рынка, холодная логистика, рынок потребителей, пищевая промышленность, цепь поставок.

### Saeinsus M.A. POTENTIAL OF THE MARKET OF CONSUMERS OF COLD LOGISTICS: ANALYSIS OF DEVELOPMENT TRENDS IN UKRAINE

The article considers the main components of the potential of the market of consumers of cold logistics services, the main tendencies and prospects. The main consumers of cold logistics services are manufacturers and distributors of food products. The purpose of the paper is to analyze the current state of development of the domestic industry of consumers of cold logistics, identify problems, significantly hinder the development of the industry, and identify ways to solve them.

**Keywords:** logistics, market potential, cold logistics, consumer market, food industry, supply chain.

**Постановка проблеми.** Ринок споживачів холодної логістики в Україні розвивається відповідно до світових тенденцій, значно впливає на економічний потенціал країни, стимулює розвиток взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих галузей, є відображенням нашої

конкурентоспроможності. Незважаючи на позитивну динаміку, темпи розвитку ринку споживачів послуг холодної логістики в Україні нижче, ніж глобальні темпи розвитку цієї галузі, що зумовлює відставання від світових процесів, недовикористання потенціалу,

втрагу конкурентних позицій. Це стимулює дослідження особливостей внутрішнього ринку споживачів послуг холодної логістики, основні тенденції та перспективи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що пошук шляхів ефективного розвитку ринку споживачів холодної логістики України та усунення негативних тенденцій її функціонування турбують низку провідних вітчизняних учених. Основними споживачами послуг холодної логістики є підприємства харчової промисловості. Зокрема, розвиток підгалузей харчової промисловості на різних етапах досліджували такі вчені, як П.П. Борщівський, Л.В. Дейнеко, А.А. Заїнчковський, П.М. Купчак, Д.Ф. Крисанов, П.В. Осипо, В.В. Прядко, М.П. Сичевський, Н.С. Скопенко, Л.Г. Чернюк.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Водночас питання управління холодними ланцюгами постачання практично не висвітлюються у дослідженнях.

**Мета статті** полягає в аналізі сучасного стану і характерних тенденцій розвитку вітчизняної галузі споживачів холодної логістики, виявленні проблем, які істотно гальмують розвиток галузі, а також визначенні шляхів їх вирішення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Розвиток ринку холодної логістики пов'язаний з необхідністю підтримки температурного режиму під час зберігання та перевезення продукції. Основними «драйверами» зростання попиту на холодильні склади є підприємства харчової промисловості (для зберігання під час сезонних коливань в обсягах зберігання), імпортери та експортери харчової продукції, виробники та дистриб'ютори фармацевтичної продукції та біологічно активних добавок, медичні компанії, логістичні оператори, що є посередниками й надають свій комплекс логістики вищих рівнів, оператори роздрібною торгівлі та квіткові компанії. Збереження продуктів харчування протягом тривалого часу є одним з найбільш важливих питань під час виробництва, транспортування та подальшої реалізації продукції. Розвиток ринку холодної логістики залежить від попиту.

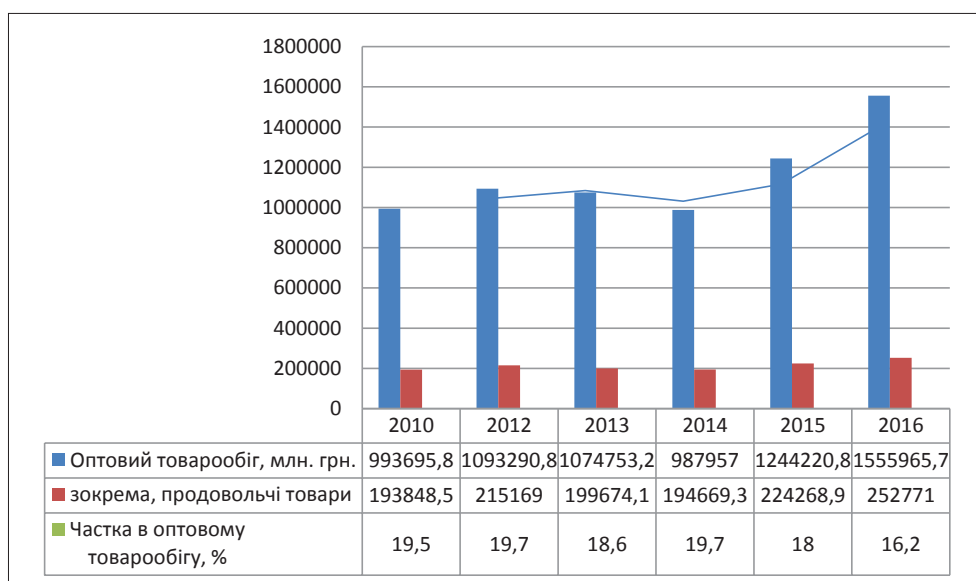
Середній та малий бізнес переважно не створюють попит на склади із сучасним обладнанням, віддаючи перевагу більш дешевим варіантам. У розглянутий період пропозицію складають здебільшого переобладнані старі холодокомбінати овочесховища. Сучасні мультитемпературні склади існують переважно в зоні найбільших міст, і не всі вони пропонуються на відкритий ринок. Однак вимоги орендарів до холодних складів поступово підвищуються, що є двигуном розвитку ринку.

Економічна й геополітична нестабільність останніх років негативно впливала на ринок, а саме активність гравців знизилася, відкриття нових об'єктів переносилися на пізніший час. Обсяги транспортування продукції харчової промисловості зростають. Асортимент пропонованих торговими точками свіжих продуктів збільшується, відповідно, зростає необхідність їх транспортування та зберігання.

Половина витрат домогосподарств припадає на харчові продукти. В середньому за рік одна людина в Україні споживає 51,4 кг м'яса і м'ясопродуктів, 210,5 кг молочних продуктів, 265 шт. яєць, 9,7 кг риби та морепродуктів, 162,8 кг овочів, 48,1 кг фруктів. Таким чином, на продукти, що вимагають особливого температурного режиму, доводиться значна частина витрат населення і близько третини товарного обігу продуктових мереж. Ще одна характеристика ринку обумовлена властивостями елементів холодної логістики як об'єктів нерухомості, адже вони виступають заставним майном, можуть бути предметами судових розглядів, рейдерських захоплень. Також складські площі можуть змінювати власників та покупатися орендарями для одноосібного користування.

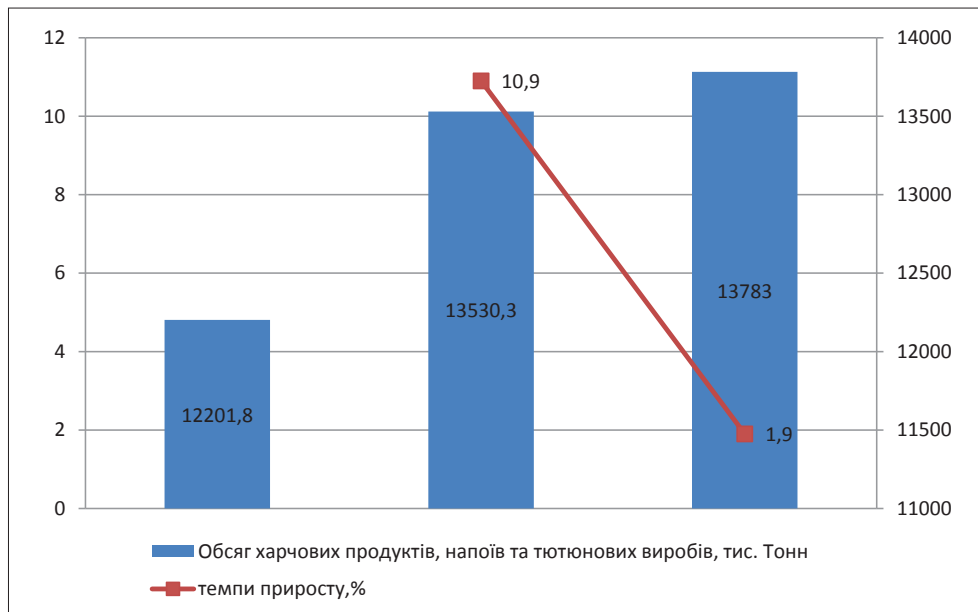
На ціноутворення оренди та відповідального зберігання вантажу впливає низка факторів, як загальних, так і специфічних, оскільки попит орендаря орієнтований на надання якісних послуг і зручного місця розташування складу-холодильника. Серед них найбільш значущими є:

- зручне розташування;
- зручні під'їзні шляхи, наявність розвинутої інфраструктури для прийняття великовантажних, середніх і малих автомобілів;



**Рис. 1. Оптовий товарообіг продовольчих та непродовольчих товарів в Україні, млн. грн.**

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України [1]



**Рис. 2.** Динаміка обсягів транспортування харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів комерційним автотранспортом у 2014–2016 роках в натуральному вираженні, тис. т

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України [1]

– сучасна система охорони, пожежогашіння, вентиляції, підтримання температурного режиму, сучасна вантажно-розвантажувальна техніка;

- послуги з охорони вантажу;
- високий рівень автоматизації процесів.

Для складської нерухомості загалом і для холодних складів зокрема останнім часом характерне закріплення орендної ставки в гривнях, що в умовах змін курсів валют було більш вигідно орендарям. У 2016 році орендні ставки температурних комплексів перебували в межах 100–140 грн. за квадратний метр [3; 4]. Таким чином, у 2015 році розвиток ринку стримувався негативними економічними факторами, вплив яких почав зменшуватись у 2016 році, що дає змогу говорити про подальше відновлення показників ринку в найближчому майбутньому.

Основними об'єктами ринку споживачів є підприємства харчової промисловості. Харчова промисловість – група промислових галузей, які виробляють харчові продукти в готовому вигляді або у вигляді напівфабрикатів, а також напої, тютюнові вироби, в деяких класифікаціях – також мило і миючі засоби (на жирових виробництвах).

В системі агропромислового комплексу харчова промисловість тісно пов'язана із сільським господарством як постачальником. Частина галузей харчової промисловості тяжіє до сировинних районів, інша частина – до районів споживання. У розглянутий період ринку-споживачі холодної логістики демонструють негативну динаміку.

Скорочення виробництва пов'язане зі зменшенням платоспроможного попиту на внутрішньому ринку у зв'язку з погіршенням економічної ситуації, зростанням споживчих цін і тарифів на комунальні послуги та транспортні перевезення, а також зі зменшенням експорту деяких товарів через скорочення ринку і заборони на торгівлю продуктами тваринництва, що пов'язане з епізоотичною ситуацією.

Темп скорочення виробництва на ринках-споживачах загалом у 2016 році був удвічі меншим, ніж у

2015 році, а саме 3,1%. Таким чином, обсяги випуску продукції відновлюються після кризового спаду.

2017 рік продемонстрував продовження відновної тенденції, що, ймовірно, дасть змогу виробництву протягом найближчих років вийти на докризовий рівень. У грошовому вираженні виробництво демонструє великий стрибок у 2015 році, проте це пов'язане з різкою зміною курсу валют за рахунок девальвації гривні. Після стабілізації темпів інфляції у 2016 році зростання грошового обсягу випуску цієї продукції зупинилось.

Основними галузями-споживачами послуг холодної логістики є галузі харчової промисловості, а саме виробники та ритейлери морепродуктів, м'яса і ковбасних виробів, молочних продуктів, овочів, фруктів і ягід, яєць, напоїв. Більшість сучасних об'єктів холодної логістики розташована в межах Київської області (як у самій столиці, так і в її околицях). Всі холодні комплекси мають також адміністративні приміщення для розміщення менеджерів, митних брокерів та іншого персоналу, необхідного орендарям безпосередньо в логістичному центрі. Багато з них поєднані із сухими складами. Доходи температурних комплексів не прямо пропорційні їх площам з багатьох причин. Перш за все під час спаду виробничої та ділової активності на ринках-споживачах вакантність холодних складів збільшилась, а зміна орендарів була додатковим фактором зниження доходів. До того ж склади як об'єкти нерухомості можуть бути об'єктом купівлі-продажу, можуть бути заставним майном, на них може бути накладено арешт тощо. Все це впливає на обмеження їх діяльності та, відповідно, прибутковості.

Рівень конкуренції на ринку оцінюється як середній. Мала кількість великих гравців компенсується присутністю холодних складів старого зразка, чийми послугами користуються багато виробників і ритейлерів.

Ринок холодної логістики безпосередньо залежить від ємності ринків галузей-споживачів, тому

ризиків ведення діяльності пов'язані з динамікою виробництва та імпорту цих груп товарів, оскільки вони визначають попит на площі; збільшення темпів інфляції та девальвації національної валюти, що збільшує термін окупності та ускладнює виконання кредитних зобов'язань.

Бар'єрами входу на ринок є великі початкові інвестиції та тривалий термін окупності; необхідність облаштування складського об'єкта на досить великій площі з відповідною інфраструктурою (розташування поблизу основних трас, наявність зручного під'їзду, наявність залізничної станції поблизу,

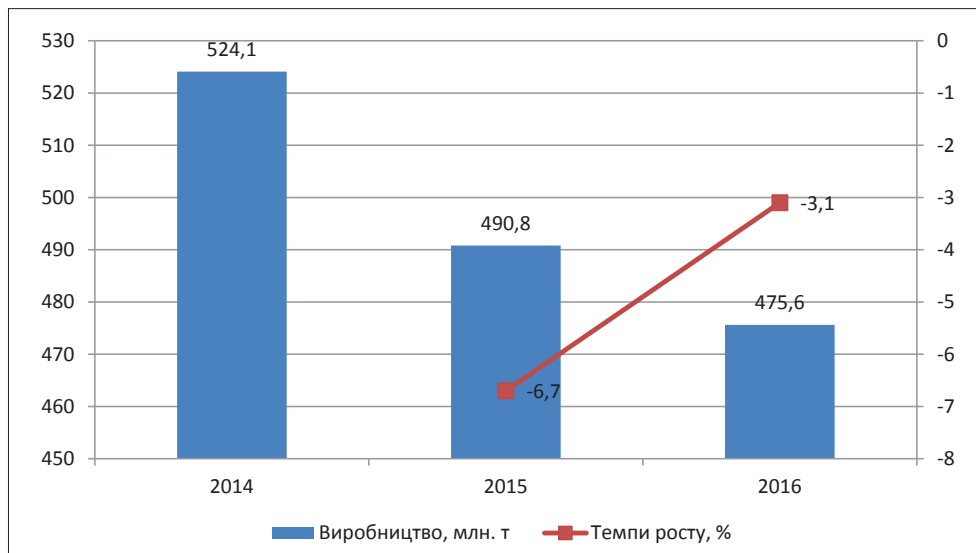


Рис. 3. Динаміка обсягів виробництва на ринках-споживачах, тис. т

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України [1]

Таблиця 1

Обсяги виробництва на ринках-споживачах «холодної логістики» в Україні у 2014–2016 роках в натуральному вираженні, тис. т

Продукція	2014 рік	2015 рік	2016 рік
Риба та морепродукти	71,34	57,74	60,50
М'ясо свиней	271,50	273,70	268,57
М'ясо ВРХ	73,30	71,40	73,49
М'ясо птиці	966,90	979,40	990,71
Ковбасні вироби	266,90	236,20	238,99
Молоко і вершки	1 158,14	1 040,78	1 008,75
Вершкове масло	114,50	100,88	100,98
Сир сичужний	104,07	96,06	86,97
Йогурт і подібні ферментовані або поквашене молоко і вершки	469,67	426,05	420,16
Морозиво	95,48	84,88	90,25
Шоколад	248,24	201,32	191,10
Торти	20,96	15,23	15,43
Тістечка	9,60	8,69	9,02
Здоба	78,05	64,44	68,70
Пирогов, пиріжки, пончики	9,44	24,86	24,55
Солодке печиво і вафлі	298,38	246,14	244,21
Яйця, млн. шт.	19 587,30	16 782,90	15 100,40
Ягоди	132,90	130,10	127,70
Овочі	9 637,50	9 214,00	9 414,50
Фрукти	1 866,20	2 022,70	1 879,60
Вода, тис. дал	133 247,50	157 767,30	154 675,20
БАН, тис. дал	116 499,00	109 817,90	117 769,50
Пиво, тис. дал	241 494,70	194 150,20	179 874,30
Сік, тис. т	453,24	254,59	231,89
Насіння (соеві боби, кукурудза, соняшник)	56,53	74,76	83,28
Заморожені напівфабрикати, зокрема готові страви з макаронних виробів (зокрема, з начинкою)	94,91	107,24	103,17

Джерело: складено за даними джерела [2]

Таблиця 2

## Стратегічний аналіз галузі

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Відсутність заміників для основних галузей-споживачів;</li> <li>– підвищення вимог ритейлерів до складських приміщень;</li> <li>– очевидні споживчі переваги нових технічно обладнаних приміщень перед овочевими базами та холодильними складами старого зразка;</li> <li>– збільшення споживання морепродуктів, напівфабрикатів та інших температурних товарів;</li> <li>– наявність додаткових послуг у рамках діяльності галузі (наприклад, обробка товару, послуги митного брокера).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Висока вартість будівництва та функціонування;</li> <li>– тривалий термін окупності інвестицій;</li> <li>– відсутність державних програм підтримки;</li> <li>– залежність від динаміки ринків-споживачів;</li> <li>– переважання закритих для ринку складських об'єктів;</li> <li>– наявність великої кількості складських приміщень старого зразка.</li> </ul>
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Зростання показників виробництва харчової промисловості;</li> <li>– поліпшення інвестиційного клімату, що сприятиме будівництву нових об'єктів;</li> <li>– зростання обсягів міжнародної торгівлі;</li> <li>– розширення переліку продукції, яка вимагає низькотемпературного режиму зберігання;</li> <li>– мала кількість великих гравців, що залишає можливість розширення частки ринку або входу нових гравців;</li> <li>– розвиток системи вантажоперевезень, що потребують додаткових складських приміщень.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Скорочення попиту через зниження ємності ринків-споживачів;</li> <li>– вхід на ринок великого міжнародного гравця;</li> <li>– значне підвищення цін на енергоносії;</li> <li>– підвищення середньорічної та максимальної температури, що приведе до більшого споживання ресурсів;</li> <li>– ескалація військового конфлікту, що може привести до втрати ресурсів та цільового ринку;</li> <li>– зростання вартості функціонування складів, який змусить операторів підвищити ставки, підвищивши вакантність;</li> <li>– перехід орендарів на власні логістичні системи.</li> </ul>

Джерело: побудовано автором

проведення комунікацій, спорудження власної котельні, генераторів тощо).

**Висновки.** Виробництво на основних ринках-споживачах має тенденцію до скорочення обсягів, на що не матиме значного впливу навіть стабілізація економічної ситуації, що почалась у 2016 році.

У 2018–2019 роках загалом очікується збереження рівня виробництва минулого року, отже, помірне зростання й спад в окремих галузях будуть компенсувати один одного.

У м'ясній галузі найбільш перспективним напрямом є виробництво м'яса курей, оскільки внутрішній попит на нього вище, ніж на інші види м'яса через нижчу ціну та високі смакові якості. Попит на зовнішніх ринках залишається високим, а самі експортери розширюють географічні напрямки й обсяги постачань.

Навіть торговельні заборони, пов'язані з епізоотичною ситуацією, не роблять цей ринок менш перспективним. Інший продукт птахівництва – яйця – також має високий рівень зовнішнього товарообігу, зокрема з країнами Близького Сходу. Внутрішнє споживання яєць безпосередньо залежить від реальних доходів населення, з відновленням їх рівня також збільшується, що, відповідно, збільшує необхідність у площах зберігання. Однак цей ринок є менш перспективним для холодної логістики, оскільки найбільші виробники мають власну логістичну систему, а ритейлери складають яйця недовго, використовуючи для цього універсальні приміщення.

Виробництво молочної продукції скорочується, проте вона, як і раніше, буде посідати одне з головних місць у раціоні українців, чому сприяють велика різноманітність представлених на ринку товарів, традиції харчування та відсутність впливу товарів-замінників. Збільшення імпорту деяких видів молочних товарів, зокрема сирів, створить додатковий попит у цій галузі. Виробники продовжать розширювати лінійку продуктів, зокрема дитячого молочного харчування.

Виробництво овочів, фруктів і ягід у 2016 році показало тенденцію до відновлення обсягів, у 2017 році загальний урожай буде на тому ж рівні. У цій галузі споживачами послуг холодної логістики є не підприємства, що використовують власні овочесховища, а ритейлери, що надають продукцію категорії «фреш» (як українського виробництва, так і імпорту). Розширення асортименту та сезонних кордонів плодів і овочів завдяки імпорту та тепличного виробництва також буде створювати попит на холодильні склади.

Виробництво кондитерських виробів також не показує бурхливе зростання. В умовах складної економічної ситуації в країні споживачі відмовляються від продуктів не першої необхідності, якими є солодощі та борошняні кондитерські вироби, зокрема торти, пироги, печиво, вафлі, шоколадні вироби. Низька платоспроможність покупців є серйозною перешкодою для збільшення споживання на внутрішньому ринку, проте за умови подальшої стабілізації економіки споживання може вийти на рівень 2014 року, що збільшить попит на складські приміщення в цьому сегменті порівняно з 2015–2016 роками. Загалом ринки-споживачі послуг холодної логістики найближчим часом будуть трохи нарощувати ємність як за рахунок виробництва, так і за рахунок зовнішньої торгівлі.

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Україна у цифрах – 2016: статистичний збірник / Державна служба статистики України. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
2. Обзор рынка холодильных складов Украины. URL: <https://pro-consulting.ua/ua>.
3. Холодильная индустрия. Портал холодильного оборудования. URL: <https://holodcatalog.ru/entsiklopedii/kholodilnye-sklady-stroitelstvo/obzor-rynka-kholodilnykh-skladov-ukrainy>.
4. Емкость рынка мирового холодильного хранения в 2016 году. URL: <https://www.moshol14.ru/press-centr/analitika-rynka/emkost-rynka-mirovogo-holodilnogo-hraneniya-v-2016-g-uvelichilas-na-8-6>.