

### Огляд секторів виробництва харчової і нехарчової продукції

#### Сектори виробництва харчової і нехарчової продукції

В останні кілька років в українських галузях виробництва харчових і нехарчових товарів спостерігалось значне зростання завдяки різкому збільшенню споживчого попиту на внутрішньому ринку. У 2005 році споживчі витрати на продукти харчування та напої збільшилися у реальному вираженні на 5,5%, до USD 17 млрд., що становить 20,6% ВВП. Витрати на нехарчові товари зросли в реальному вираженні на 30%, до USD 4,5 млрд. або 5,4% ВВП.

**Витрати на нехарчові товари все ще невеликі у грошовому вираженні, але темпи їх зростання перевищують зростання витрат на продукти харчування**

#### Огляд сектору виробництва харчової продукції

З 2001 року виробництво власних продуктів харчування в Україні зросло більш ніж удвічі. У 2005 році харчова промисловість була однією з найбільш швидко зростаючих галузей вітчизняної промисловості, при цьому реальне зростання в порівнянні з попереднім роком склало 13,7%. У грошовому вираженні виробництво продуктів харчування та напоїв склало USD 11,97 млрд. (у цінах виробника), що складає 15,7% загального обсягу промислового виробництва та 14,6% ВВП. Найбільше зростання було зафіксовано у виробництві овочів (29,8%), напоїв (24%), тютюнових (18,2%) та молочних виробів (до 15,6%), що реалізовувалися як на внутрішньому ринку, та і експортувалися.

**У 2005 році виробництво продуктів харчування та напоїв зросло на 13,7%...**

У 2005 році обсяг експорту склав 10,8% вітчизняного виробництва продуктів харчування або USD 1,29 млрд. у грошовому вираженні, що складало 3,7% всього українського експорту. Проте у деяких сегментах, таких як виробництво молочної продукції, експортувалося 48% всього обсягу виробленої продукції.

Споживання молочної продукції, 2004 рік

	Україна	Росія	ЄС (25 країн-членів)
Споживання сиру на душу населення (кг)	2,7	3,5	12,8
Споживання питного молока (кг)	69,6*	87,5*	72,2
Суше знежирене молоко (кг)	0,49	1,18	2,22

Джерело: Канадський інформаційний центр молочної промисловості, Державний комітет статистики України, Dragon Capital

\*Включає перероблене молоко та молоко, що продається на відкритих ринках.

Споживання основних продуктів харчування на душу населення в Україні все ще нижче відповідних середніх показників для розвинутих країн. Збільшення споживчих витрат і внутрішнього споживання в поєднанні із зростанням обсягів експорту сільськогосподарської та харчової продукції продовжуватиме слугувати потужним стимулом для виробників харчової продукції. Ми гадаємо, що темпи зростання цієї галузі у грошовому вираженні випереджатимуть інші сектори.

**...і очікується, що темпи його зростання продовжуватимуть випереджати інші сектори**

Проте подальше зростання у деяких сегментах залежить від відносин України з Росією. У січні 2006 року Росія ввела заборону на експорт з України у кількох сегментах продукції, яка традиційно експортувалася у Росію у великих обсягах, посилаючись при цьому в якості основної причини такої заборони на неналежну документацію та низькі

**У деяких сегментах важливу роль відіграють гарні відносини з Росією.**

стандарти якості. Ми вважаємо, що цей крок Росії є політично мотивованим і гадаємо, що ця заборона буде скасована незабаром після березневих парламентських виборів.

### Конкуренція

Конкурентне середовище в українському секторі виробництва продуктів харчування є неоднорідним. З 1500 м'ясопереробних підприємств країни 10 найбільших підприємств виробляли близько 40% всього обсягу продукції. З більш ніж 3000 хлібопекарських та борошномельних підприємств 20 найбільш компаній контролюють приблизно 40% ринку. А з більш ніж 100 компаній з виробництва безалкогольних напоїв 10 найбільших контролюють 60% ринку. У сироробному сегменті, який споживає половину загального обсягу виробництва молока, на 10 найбільших виробників припадає біля 50% загального обсягу виробництва. У більшості галузей харчової промисловості у найближчі кілька років буде відбуватися активна консолідація.

У сегментах виробництва соняшникової олії, кондитерських виробів, пива, молока та морозива, тютюнових та лікеро-горілчаних виробів конкуренція є набагато сильнішою. З приблизно 2000 виробників нерафінованої соняшникової олії частка ринку 10 найбільших підприємств складає 70%. У підкатегорії рафінованої соняшникової олії, яка включає 70 виробників, частка 10 найбільших підприємств складає 88% загального обсягу виробництва. Із 120 вітчизняних кондитерських підприємств 10 найбільших контролюють понад 70% ринку, тоді як внутрішній ринок пива на 90% контролюється 10 найбільшими компаніями, при цьому на три найбільші з них («Оболонь», Sun Interbrew, ВВН Ukraine) припадає 63% загального обсягу виробництва. Із 100 місцевих виробників морозива 10 найбільших контролюють понад 70% ринку, в той час як четвірка найбільших з них («Ласунка», Житомирський молокозавод, «Геркулес» і «Троянда») виробляє 41% загального обсягу продукції. З 300 молокопереробних підприємств 10 найбільших контролюють 68% ринку. У тютюновій галузі на п'ять з 15 виробників в Україні (Phillip Morris Ukraine, Reemtsma Ukraine, ВАТ «Прилуки», JT International та Halaher Ukraine) припадає понад 95% обсягу вітчизняного виробництва. А з більш ніж 70 вітчизняних лікеро-горілчаних підприємств 10 найбільших виробляють біля 70% загального обсягу продукції.

**Конкуренція є помірною у сегментах виробництва м'ясної, хлібопекарської та деяких видів молочної продукції...**

**...але сильніша у виробництві соняшникової олії, кондитерських виробів, морозива, сирів та тютюнових виробів**

Сегменти харчової промисловості (тис. тонн)	2005 (тис. тонн)	2005/2004 (%)
М'ясо	565	16,4%
Ковбаси	285	-8,4%
Соняшникова олія	1299	0,4%
Молоко	850	23,9%
Масло	117	2,6%
Домашній сир	82,1	16,4%
Сир	271	21,7%
Кисломолочні продукти	490	6%
Хлібопекарські вироби	2115	-1,9
Цукор	2120	-1,2%
Шоколад (включаючи какао)	282	16%
Кондитерські вироби (включаючи білий шоколад, але не какао)	288	-6,4%
Сигарети (млрд. штук)	108,9	12,6

Джерело: Державний комітет статистики України

## 15 найбільших в Україні виробників продуктів харчування та напоїв (2004 рік)

Компанія	Група товарів	Продажі (млн. USD)		Зміна (у порівнянні з попереднім роком;%)	Чистий прибуток (млн. USD)		Зміна (у порівнянні з попереднім роком;%)
		2003	2004		2003	2004	
Рошен	Кондитерські вироби	259,2	317,8	22,6	(0,5)	(5,02)	-
Миронівський Хлібопродукт	Виробництво та переробка пшениці	114,9	246,0	114,0	0,06	0,79	1216,0
Оболонь	Пиво, безалкогольні напої, вода у пляшках	163,6	213,3	30,4	13,2	13,3	0,8
АВК	Кондитерські вироби	120,9	160,0	32,3	4,2	6,5	54,7
Sun Interbrew Ukraine*	Пиво	123,9	159,7	28,9	6,87	10,0	45,6
Kraft Foods Ukraine	Кондитерські вироби	120,5	158,1	31,2	(3,6)	9,8	
Київхліб	Хлібопекарські вироби	89,6	120,0	33,9	1,7	1,5	0,12
Дніпропетровський олієекстракційний завод	Рафінована соняшникова олія	115,0	119,2	3,7	11,0	1,04	(90,5)
Киев Конти	Кондитерські вироби	69,8	100,7	44,2	5,0	8,0	60
Пологовський олієекстракційний завод	Рафінована соняшникова олія	56,3	99,3	76,4	(0,12)	0,36	
Сандора	Соки	82,0	95,5	16,4	4,74	6,49	36,9
Пивзавод «Славутич»	Пиво	70,7	93,1	31,6			
Coca-Cola Beverages	Безалкогольні напої, вода у пляшках	75,6	93,1	23,1	1,79	4,53	153,1
Світоч	Кондитерські вироби	89,6	84,5	(5,6)	(0,8)	(5,9)	
Коровай (Луганськ)	Хлібопекарські вироби	52,9	75,8	43,3	0,3	0,8	166,7

Примітки: Виробники лікєро-горілчаної продукції не представлені; \*Включає пивзавод «Рогань» та Чернігівський пивзавод.  
Джерело: Звіти компаній, Інвестиційна Газета, Dragon Capital.

**П'ять найбільших в Україні виробників тютюнових виробів (2004 рік)**

Компанія	Група товарів	Продажі (млн. USD)		Зміна (в порівнянні з попереднім роком;%)	Чистий прибуток (млн. USD)		Зміна (в порівнянні з попереднім роком;%)
		2003	2004		2003	2004	
Philip Morris Ukraine	Тютюнові вироби	308,4	384,2	24,5	29,9	30,4	1,7
Reemtsma Ukraine	Тютюнові вироби	179,6	179,8	0,1	10,6	10,6	0,0
BAT «Прилуки»	Тютюнові вироби	153,8	158,4	3,0	11,0	6,7	(39)
JT International Company	Тютюнові вироби	97,6	135,5	38,8	(8,68)	(1,8)	-
Halaher Ukraine	Тютюнові вироби	59,8	77,0	28,7	4,3	5,4	25,6

Джерело: Звіти компаній, Інвестиційна Газета, Dragon Capital.

**Огляд сектору виробництва нехарчової продукції**

У 2005 році витрати на нехарчові споживчі товари в Україні зросли на 26,7% у порівнянні з попереднім роком, до USD 1,73 млрд., що складає 2,1% ВВП. Обсяг ринку господарчих товарів, косметичних та парфумерних виробів оцінювався у USD 1,2 млрд.

Значна частка ринку припадає на імпортну продукцію. У 2005 році офіційний обсяг імпорту косметичної продукції збільшився на 38%, до USD 388,4 млн. або 1,07% загального обсягу імпорту України. Імпорт господарчих товарів (мила, прального порошку та миючих засобів) збільшився на 160%, до USD 158,6 млн., що становить 0,44% загального обсягу імпорту. Реальну вартість імпорту важко оцінити через те, що багато місцевих імпортерів прагнуть мінімізувати імпортні мита, занижуючи ціни. Крім цього, все ще існує велика частка неврахованого «сірого» імпорту.

Частка нехарчових споживчих товарів українського виробництва у роздрібній торгівлі коливається в широких межах в залежності від групи товарів. Наприклад, у 2005 році частка мила вітчизняного виробництва складала 70% загального обсягу роздрібних продажів у цьому сегменті, частка синтетичних та побутових миючих засобів складала 55%, тоді як на парфумерні та косметичні вироби припадало лише 30%.

З восьми найбільших продавців нехарчових споживчих товарів в Україні Procter & Gamble, SC Johnson, Schwarzkopf & Henkel та USI мають виробничі потужності в Україні, в той час як Avon Cosmetics, Oriflame та Mary Kay продають лише імпортну продукцію.

Ринок нехарчових споживчих товарів є дуже конкурентним. Десять найбільших виробників виробляють 93% загального обсягу продукції, тоді як частка п'яти найбільших виробників складає 82%, включаючи лідера, Global Cosmetics, частка якого складає 34%. Ринок господарчих товарів (пральний порошок та миючі засоби) на 85% контролюється п'ятьма компаніями, включаючи Procter & Gamble з 53,1%.

**У 2005 році витрати на нехарчові споживчі товари зросли на 26,7%**

**Значна частка імпортної продукції**

**У деяких сегментах частка імпорту коливається від 30% до 70%**

**Ринок з дуже високою конкуренцією**

**Найбільші в Україні виробники нехарчових споживчих товарів**

Компанія	Група товарів	Продажі (млн. USD)		Зміна (у порівнянні з попереднім роком;%)	Чистий прибуток (млн. USD)		Зміна (у порівнянні з попереднім роком;%)
		2003	2004		2003	2004	
Procter & Gamble	Господарчі товари	143,8	223,9	55,7	12,0	20,0	66,7
Avon Cosmetics Ukraine	Косметика	72,5	82,7	14,0	9,2	13,6	47,8
Gillette Ukraine	Чоловіча косметика	42,9	62,9	46,6	2,94	7,29	148,0
USI, CHPTF	Господарчі товари, косметика	44,3	45,2	2,0	0,21	0,27	28,5
Oriflame Ukraine	Косметика	40,0	-	-	-	(0,79)	-
SC Johnson	Господарчі товари	26,9	34,2	27,1	2,45	2,82	15,1
Schwarzkopf & Henkel	Косметика	20,3	24,8	22,1	1,48	2,22	50,0
Mary Kay Ukraine	Косметика	13,4	20,4	52,2	1,1	1,18	7,3

Джерело: Звіти компаній, Інвестиційна Газета, Dragon Capital.