

# МОЛОКО

№ 2 <sup>(5)</sup> | Червень 2011

І ФЕРМА

## Управління

Зруйнувати стереотипи

Стор. 38

## Технології

Контроль споживання  
сухої речовини

Стор. 52

Вода — ключовий  
компонент живлення

Стор. 56

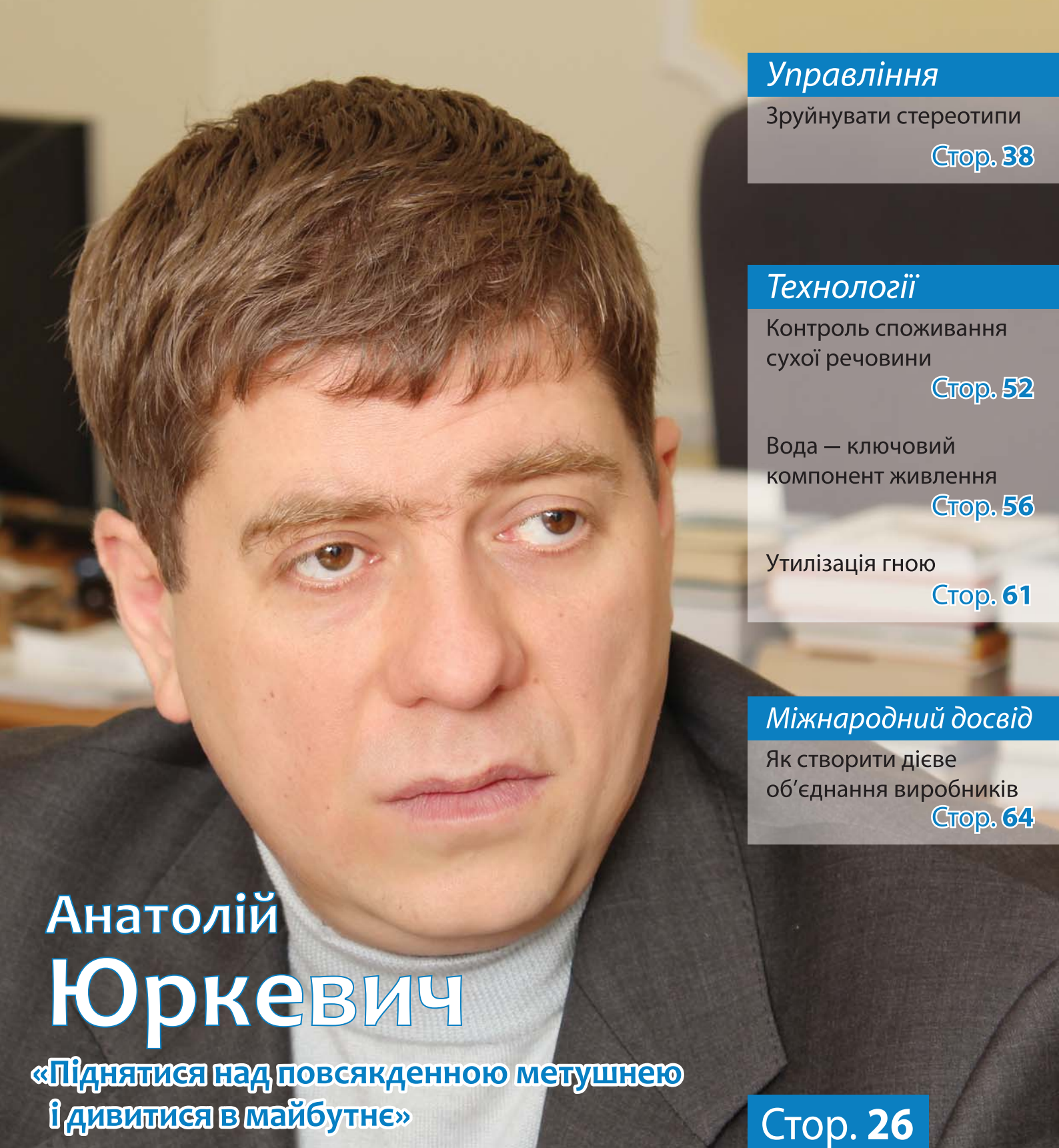
Утилізація гною

Стор. 61

## Міжнародний досвід

Як створити дієве  
об'єднання виробників

Стор. 64



Анатолій  
Юркевич

«Піднятися над повсякденною метушнею  
і дивитися в майбутнє»

Стор. 26



Асоціація виробників молока



## Асоціація виробників молока —

неприбуткова добровільна організація.

Нині вона об'єднує 50 господарств, лідерів галузі молочного скотарства, з 15 областей України.

Основною ціллю Асоціації є консолідація національних ресурсів та зусиль задля підвищення ефективності та прибутковості молочного скотарства в Україні.

### Консультаційний центр молочного скотарства

#### *Основні напрямки роботи:*

- повний технологічний супровід господарства;
- ветеринарний супровід;
- зоотехнічний супровід;
- розчистка ратиць;
- школа молочного скотарства;
- семінари для керівників та спеціалістів АВМ.

*В регіонах України працюють 5 мобільних підрозділів консультантів з управління, ветеринарії, зоотехнії, агрономії, будівництва та реконструкції МТФ.*

#### *Перші кроки роботи консультантів на фермі:*

- комплексний аналіз роботи МТФ;
- розробка плану розвитку МТФ;
- налагодження системи управління;
- оптимізація технології виробництва в основних блоках

### Інформаційний супровід господарств

#### *Основні напрямки роботи:*

- регіональні навчальні семінари, які проводяться на базі кращих МТФ України;
- дистанційна підтримка через телефон гарячої лінії;
- щомісячний огляд ринків молока і кормів в Україні та світі;
- порівняльний аналіз виробничих показників господарств Асоціації.

*Господарства АВМ об'єднані в національну мережу єдиною програмою управління.*

*За підтримки АВМ були створені провідні галузеві інформаційні ресурси: журнал «Молоко і ферма» та інтернет-портал [www.milkua.info](http://www.milkua.info).*

**Співпраця з переробними підприємствами**

**Співпраця з органами влади**

**Співпраця з комерційними компаніями**

Телефон гарячої лінії АВМ: **(096) 462-95-44**

Телефон/факс: **(04744) 4-05-33**

## У НОМЕРІ:

**НОВИНИ**.....6

### АНАЛІТИКА

Ринок молока в Україні.....12

Світовий ринок молока.....17

СИРйозні справи.....22

### НАШІ ІНТЕРВ'Ю

Анатолій Юркевич: «Піднятися над повсякденною метушнею і дивитися в майбутнє».....26

### ЗАХИСТИМО МОЛОКО

Попелюшка харчового бомонду.....32

### УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКА

Зруйнувати стереотипи.....38

Іноземні менеджери в українських компаніях:  
плюси та мінуси співпраці .....42

### УКРАЇНА ОЧИМА ІНОЗЕМЦІВ

Якщо є бажання, можна досягнути всього.....45

Німецькі аристократи в степах Херсонщини.....48

### ТЕХНОЛОГІЇ

Контроль споживання сухої речовини.....52

Вода – ключовий компонент живлення.....56

Утилізація гною як бізнес для ферми.....61

### МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

Побачити світло в кінці тунелю. Інтерв'ю із Андрієм Даниленком,  
головою Правління Національної спілки виробників молока  
Російської Федерації «СОЮЗМОЛОКО».....64

### КЛАСИКА УПРАВЛІННЯ

Рада старійшин.....68

**ФІЛОСОФІЯ ЖИТТЯ**.....72

**КОРПОРАТИВНИЙ ГУМОР**.....74



Стор. 26



Стор. 38



Стор. 45



Стор. 61



Стор. 64



Коли думаєш про молочне скотарство України, складається враження, що природні лиха, які останнім часом дають про себе знати в різних куточках планети, нарешті добралися і до наших корівок.

Хоча гріх Бога гнівити: з корівками нашими все в порядку. Але з порядками, здається, біда. Загальне зубожіння країни нині відчувають на власній шкурі і виробники молока, адже (диво дивнє!) при існуючому дефіциті на молочні продукти ціна сировини й надалі котиться донизу. Переробники розводять руками: мовляв, ринок «просів», немає реалізації, відповідно падає ціна на сировину.

Відверто «стимулює» галузь і державна підтримка, більше схожа на одне з гасел Жовтневої революції «Землю — селянам!». Цікаво, яким «селянам» вона перейде після зняття мораторію? А скажіть, будь ласка, кому заважала дотація на літр молока? Невже виробники, які пережили різні періоди знищення молочної галузі, не заслужили знати правду про дотацію або ж, нарешті, її відсутність? Однак дотацію отримували не виробники, а українські діти, батьки яких просто не в змозі сьогодні купити дорогі молочні продукти.

Галузь переживає один із найважчих років у своїй історії. Не всі дійдуть до кінця, багато хто зійде з дистанції, і виживуть лише ефективні молочнотоварні ферми. Це метод так званої шокової терапії, але чи він нам допоможе?

Основа виробництва молока — це білок, який і надалі дорожчати-ме як у світі, так і в Україні. Основна увага виробників сьогодні повинна бути прикута до заготівлі якісного сінажу (підкреслюю: якісного, з умістом білку понад 19%) та дотримання сучасних технологій виробництва молока, про які ми розповімо надалі на сторінках нашого журналу.

У скрутні часи нація завжди об'єднується. Тож і нам, виробникам, уже ніколи гратися в поодиноких героїв — потрібно разом відстоювати власні інтереси і захищати свої права, а не сподіватися на «якось буде». З цією метою Асоціація виробників молока звернулася до Генеральної прокуратури України з проханням внести ясність у ситуацію з дотацією. Сподіваюсь, нас підтримають усі виробники молока. Завершити хочеться словами великого Шевченка: «Борітеся — поборете».

**Андрій Дикун,**  
Президент Асоціації виробників молока України

Всеукраїнський  
щоквартальний журнал

## «Молоко і ферма»

№2 (05), червень 2011 р.

### Усе про молоко XXI століття

#### Редактори

Олена Мельник  
Людмила Ящук

#### Редактор з питань виробництва

Альона Піпенко

#### Редактор аналітичного відділу

Мирослава Хоменко

#### Художній редактор

Олександр Рослов

#### Художник-ілюстратор

Роберт Чернієнко

#### Рекламний відділ

Діана Дикун  
+38 067 470 19 39  
Роман Добринський  
+38 098 593 17 35

#### Дизайн і верстка

Ольга Ларіна

#### Додрукарська підготовка

Софія Славинська

#### Свідоцтво про реєстрацію

Серія KB 16660-5232P  
від 28.05.2010

#### Передплатний індекс

49565

#### Тираж

2000 примірників

#### Адреса редакції

20300, Черкаська обл., м. Умань,  
вул. Пролетарська, 6, офіс 2  
Е-пошта: milk.and.farm@gmail.com  
www.milkandfarm.com  
Телефони: +38 044 361 64 27  
+38 067 232 78 53

## Експертна рада журналу

**Оруджов Ельман Гасанович,**  
незалежний експерт із молочного  
скотарства

**Чагаровський Вадим Петрович,**  
голова ради директорів Спілки  
молочних підприємств України

**Дикун Андрій Євгенович,**  
Президент Асоціації виробників  
молока України

**Ян Бакер,**  
директор тренінгової компанії  
«TipCow» (Нідерланди)

**Адам Пеффер,**  
консультант тренінгової компанії  
«DairyInfo» (США)

**Талама Андрій Васильович,**  
керівник юридичного відділу компанії  
«J&L Consulting LTD»

**Чекмишев Олександр Вікторович,**  
медіаексперт, кандидат філол. н.,  
заступник директора Інституту  
журналістики Київського  
національного університету імені  
Тараса Шевченка (2000-2008 рр.),  
творчий куратор редакції

**Квурт Костянтин Семенович,**  
медіаексперт, Президент  
міжнародної журналістської  
громадської організації  
«Інтерньюз-Україна»

**Петрів Тарас Іванович,**  
медіаексперт, кандидат філол. н.,  
Президент фундації «Суспільність»

**Нестеряк Юрій Васильович,**  
медіаексперт, кандидат філол. н.,  
Президент Асоціації регіональних  
видань України «Спільний простір»

Редакція не завжди поділяє точку зору авторів матеріалів.

Відповідальність за зміст, достовірність інформації, якість рекламованої продукції чи послуг, дотримання авторських прав, а також відповідних сертифікатів, дозволів на публікацію та ліцензій, несе рекламодавець. Рекламодавець передає редакції рекламні матеріали і право на виготовлення, тиражування та поширення реклами.

Редакція не несе відповідальності за зміст матеріалів, отриманих від інформаційних агентств, інших ЗМІ чи інших джерел інформації. Позаштатні автори гарантують достовірність наданої інформації, наявність у них особистих немайнових і виключних майнових авторських прав, а також самостійно несуть відповідальність за порушення прав третіх осіб.

Редакція самостійно приймає рішення про публікацію тих чи інших матеріалів, а також їх редагування до норм сучасних журналістських стандартів та якості мови і стилістики.

Ціни, наведені в надрукованих матеріалах, є дійсними на час надання публікації до редакції.

Назва, слоган, стиль, оформлення, дизайн та увесь зміст журналу є об'єктом авторського права засновника журналу.

Передрук наших матеріалів можливий лише з офіційного письмового дозволу редакції та з посиланням на цей журнал.

Рукописи, фотографії та інші матеріали, надані для публікації, редакція не повертає.

Аналітичний портал про рослинництво  
**www.ZernoUA.info**

- щоденний огляд ринку;
- аналіз ринку зернових та олійних;
- закупівельні ціни від зернотрейдерів;
- ціни на шрот та макуху;
- ферми України;
- та багато іншого.

## Частка господарств населення у тваринництві зменшується

Порівняно з 2009 р. поголів'я молочних корів у 2010 р. зросло тільки в спеціалізованих підприємствах, про це свідчить дослідження Українського клубу аграрного бізнесу (УКАБ) «Агропродовольчий спектр України: персональний зріз».

За результатами дослідження, торік загальне поголів'я корів у сільгосппідприємствах скоротилося на 2,6%. При цьому скорочення відбувалося за рахунок неспеціалізованих підприємств, а ТОП-20 виробників молока збільшила поголів'я корів на 5%. Їх частка у загальному виробництві молока сільгосппідприємствами становила 13,6%.

Сьогодні у тваринницькій галузі спостерігається тенденція до зростання ролі спеціалізованих сільськогосподарських підприємств, що зумовлено передовсім високою собівартістю виробництва. У таких умовах запропонувати доступну споживачеві ціну можуть лише спеціалізовані підприємства, часто з закритим циклом виробництва. Вони ефективніше досягають необхідної якості виробничих процесів і, відповідно, низьких виробничих витрат. Про це свідчить консолідація активів, яка нині відбувається, а також те, що ринок покидають виробники, у яких собівартість продукції вища.



rbc.ua

## Первинне публічне розміщення акцій Індустріальної молочної компанії на Варшавській фондовій біржі

Курс акцій Індустріальної молочної компанії (ІМК) 4 травня, в перший день торгів на Варшавській фондовій біржі (WSE), підвищився на 2,31% порівняно з ціною їх первинної публічної пропозиції (IPO) в кінці квітня – до PLN11,05. Як впливає з даних біржі, торги відкрилися курсом PLN11,29, протягом дня він досягав PLN11,69.

Президент ІМК Євген Осипов на прес-конференції у Варшаві 4 травня повідомив, що на найближчий час у компанії немає планів щодо додаткових емісій акцій. За його словами, залучених у під час IPO коштів достатньо для розвитку, зокрема для планованого розширення земельного банку. Євген Осипов уточнив, що ІМК близька до підписання документів про оренду ще 5 тис. га. Він також додав, що в найближчі три роки компанія планує увесь прибуток спрямовувати на розвиток.

Лід-менеджером виступало лондонське відділення ING Bank, менеджером – ING Securities, а фінансовим радником – вітчизняна компанія «Інвестиційний капітал України».

*ІМК спеціалізується на вирощуванні зернових, олійних культур і картоплі, а також є одним із найбільших виробників молока в Україні. Земельний банк компанії становить 38 тис. га. Компанія в 2010 р. виробила 117 тис. т зернових та олійних культур, 6 тис. т картоплі і 98 тис. т зеленого корму.*

*Чисельність молочного стада ІМК – 5,6 тис. голів. У минулому році компанія виробила 16 тис. т молока.*

*ІМК в 2010 р. збільшила доходи на 72,3% – до 34,8 млн доларів, чистий прибуток – в 9,2 разу, до 14,8 млн доларів.*

**Інтерфакс**

## Виробники української сметани поліпшили її якість

Ще недавно третину сметани на Україні визнавали фальсифікованою. До такого висновку дійшли експерти центру споживчих експертиз «Тест» після перевірки якості цього молочного продукту в українських магазинах. Перевірки проводилися тричі впродовж 2009-2010 років. Досліджувалася сметана семи популярних торговельних марок. Загалом узяли 30 зразків, третину з яких визнали фальсифікатом. У 10 зразках тоді виявили немолочний жир, що однозначно вивело їх із категорії молочних продуктів та натуральної сметани. Більше того, в деяких зразках узагалі не було молочного жиру.

Цього року тестували 7 зразків сметани. На цей раз усі вони виявилися справжніми і не містили рослинний жир. Крім того, в них не знайдено антибіотиків та інших інгібуючих речовин. Перевірки сметани на мікробіологію теж радують: кишкову паличку не виявили в жодному зразку.

**potrebiteli.ru**

## Вінницька влада планує розвивати молочне виробництво

Саме таких вражаючих показників (+900 кг молока на дійну корову за неповний рік) змогли досягти в ПСП «Пісківське» на Чернігівщині. Впевнений поступальний рух уперед – спочатку 5300, потім 6300, 7300 і, нарешті, 8200 кг молока на корову – зробив господарство відомим не тільки в Україні, а й за її межами. ПСП «Пісківське» – один з ініціаторів та засновників Асоціації виробників молока (АВМ). Його очолює великий ентузіаст своєї справи В.П. Колоша. Завдяки наполегливій праці співробітників господарства та консультантів АВМ вдалося реалізувати те, про що кілька років тому тільки мріяли. Господарство є одним із лідерів серед виробників молока нашої держави з використання сучасних технологій (заготівля грубих кормів, збалансована годівля, вирощування молодняку), а також організації й управління (тижневий ритм роботи, автоматизовані програми управління).



golosua.com

## Хто чекає українські сири?

За перше півріччя 2010 р. Україна збільшила експорт молока та молочних продуктів на 30%. На кінець року він становив близько 2 млн т.

Крім того, за даними національної асоціації молочарів України «Укрмолпром», з України торік було експортовано 79,3 тис. т твердих сирів, що на 6,6% більше порівняно з 2009 р. У грошовому вираженні експорт твердих сирів зріс до 581,5 млн доларів. При цьому 83% припало на експорт в Російську Федерацію, де, за попередніми даними Росстату, в 2010 р. вироблено 454 тис. т сиру, а імпортовано 404,3 тис. т.

До речі, представники російської молочної галузі впевнені в необхідності посилити вимоги до Технічного регламенту на молоко, який буде діяти в рамках Митного союзу. «Особливе занепокоєння учасників галузі викликають надмірні поставки дешевої, часто низькоякісної української молочної продукції на ринки Росії та Білорусі», – наголошується у нещодавно оголошеному спільному прес-релізі Мінсільгосппроду Білорусі та Національної спілки виробників молока Росії.

DairyNews

## Відкрито новий комплекс у Сумській області

Сучасний молочний комплекс відкрився на базі ТОВ «Вітчизна». Він розрахований на 1230 голів худоби. Нині загальне поголів'я господарства становить 1721 голову, дійне стадо – 846 корів, порода – українська червоно-ряба. Встановлено доїльну залу «паралель» 2х20. Доїння супроводжується класичною музикою. У квітні 2011 р. середній добовий надій був 19,5 кг молока із вмістом жиру 3,6-3,8%, білка – 3,1%. Комплекс забезпечено сучасною системою контролю мікроклімату і холодильним обладнанням для зберігання молока. На підприємстві використовують безприв'язне утримання та однотипну годівлю впродовж усього року. ТОВ «Вітчизна» є членом Асоціації виробників молока України (АВМ).



agropages.ru

## Мінагропрод посилює вимоги

Міністерство аграрної політики та продовольства України пропонує дозволити використовувати для промислової переробки тільки молоко, яке не пізніше ніж через дві години після доїння було охолоджене до 6°C і доставлене на підприємства в ємностях, що дають змогу зберігати його при температурі не вище 10°C.

Такі норми містяться в проекті постанови Кабінету Міністрів «Про затвердження технічного регламенту «Вимоги до молока і молочних продуктів», розміщеному на сайті Мінагропроду.

Схвалення документа буде сприяти підвищенню якості молочної продукції та усуненню технічних бар'єрів у торгівлі з Євросоюзом, йдеться у пояснювальній записці.

Вимоги до температури молочної сировини містяться в технічних регламентах, які діють і зараз. Однак їх не дотримуються, тому що близько 60% молока переробники закуповують у населення, коментує директор «Інфагро» Василь Вінтоняк. Відмовитися від його використання компанії не можуть, бо відчувають дефіцит сировини.

kommersant.ua

## Літинський молокозавод побудував станцію з очищення стічних вод

Молокопереробне підприємство «Літинський молочний завод» (Літин, Вінницька область) 30 березня 2011 р. ввело в експлуатацію станцію для очищення стічних вод. Про це повідомив голова правління підприємства Анатолій Юров. Завдяки очисній станції хімічні властивості стоків підприємства в 6-8 разів кращі, ніж вода в місцевій річці Згар, що протікає поблизу.

Завдяки станції можна також виробляти добрива з відфільтрованих органічних решток молочного виробництва.

У будівництво очисної станції молокозавод вклав 8 млн. гривень.

*Літинський молокозавод випускає продукцію під торговою маркою «Білозгар». Асортимент підприємства – це 35 видів твердих і м'яких сирів, вершкового масла, сухого молока, продукції з незбираного молока та кисломолочної продукції. Близько 30% продукції завод експортує в Росію. 83,2354% акцій підприємства, що є відкритим акціонерним товариством, належать голові його наглядової ради Петру Тихонюку.*

*У 2010 р. завод збільшив виробництво порівняно з 2009 р. на 22,06%, або на 5,596 тис. т. до 30,964 тис. т. Підприємство закінчило 2009 р. з чистим прибутком 3,851 тис. грн.*

vinnitsa.info

## «Мілкіленд» вийшов з бізнесу з виробництва морозива

У рамках політики, спрямованої на оптимізацію продуктового портфеля і концентрацію зусиль на стратегічно привабливих ринкових сегментах, група компаній «Мілкіленд» вийшла зі свого неосновного бізнесу – виробництва морозива. Про це повідомили в компанії.

Обладнання для виробництва морозива, запаси готової продукції, а також торговельні марки «Каштан», «Столиця» і «Казкове» продано третій стороні.

Питома вага продажу морозива в загальному доході «Мілкіленд» в 2010 р. не перевищувала 1%.

«Мілкіленд» – один із п'яти найбільших виробників молочної продукції на ринках СНД. У Росії «Мілкіленд» працює на московському ВАТ «Останкінський молочний комбінат» і реалізує продукцію під брендами «Добряна» й «Останкінська». В Україні компанії належить 10 заводів, що виробляють сири, молочні продукти і масло під торговими марками «Добряна» та «Коляда».

У 2010 р. дохід «Milkiland N.V.» зріс на 29% – до 258,5 млн євро. Торік отримано рекордно чистий прибуток у 22 млн євро, це в 2,7 разу більше порівняно з 2009 р.

liga.net

## Сумщина стане краєм «брендових» молокопродуктів

В області особливу увагу приділяють питанням розвитку агропромислового комплексу. Вони знайшли своє відображення і в стратегії розвитку «Нова Сумщина-2015», яку область розробила однією з перших у країні. Керівник краю ініціював упровадження бренду «Зроблено на Сумщині».

Першими «брендовими» товарами Сумської області можуть стати молокопродукти. Нині більше 40% готової молочної продукції, виробленої тут, реалізується за кордоном. Область посідає четверте місце за поголів'ям молочного стада і шосте – з валового виробництва молока.

На Сумщині відкриваються нові суперсучасні молочнотоварні ферми, створюються всі умови для організації сільгоспкооперативів зі здачі молочної сировини. Вже виділено майданчики для будівництва великих молочнотоварних ферм.

Останнім часом тут почали виробляти якісніше молоко. Тепер потрібно приділяти більше уваги його переробці. Область може перейняти досвід багатьох європейських країн, де працюють міні-молокозаводи, що переробляють до 5 т сировини на добу і випускають ексклюзивну продукцію: сири та кисломолочну продукцію. Крім того, можна буде укладати договори на поставки такої продукції в бюджетні організації – школи, дитсадки, лікарні. Такий підхід відповідає регіональній програмі розвитку виробництва молока, згідно з якою в області буде збільшуватися поголів'я дійної череди, поліпшуватися якість молочної сировини, що дозволить говорити про Сумщину як про молочний край.

sumyinfo.com

## В Україні знову масово виробляють сир

Не встигли українські сировари розпродати зимову продукцію, як знов істотно зросло її виробництво. Причиною того, що відбувається, є, на жаль, не збільшення попиту. Просто сировину дівати нікуди, адже сушити молоко зараз не вигідно, а на сирах ще можна заробити.

Вже в березні 2011 р. випуск сичужного сиру (в т.ч. сирного продукту) в Україні зріс одразу на 44% – до 14 тис. т. Виробництво збільшили як великі, так і дрібні підприємства.

Нині, за умов значного збільшення пропозиції, операторам доводиться стимулювати продаж зниженням цін. У квітні більшість виробників опустила їх на 5-10%. У середині місяця вони віддавали дистриб'юторам традиційні сири в основному по 42-45 грн./кг. Сирні продукти коштували гривень на 10 дешевше.

Інфагро

## Влітку ціни на молочну продукцію зростуть

Експерти стверджують, що звичного зниження цін на молочну продукцію цього літа може не відбутися.

Аналітик консалтингової компанії «Астарт-Таніт» Оксана Богослов вважає, що вони навіть дещо зростуть: «З урахуванням подорожчання бензину та електроенергії передбачається 5-10% зростання цін на молочну продукцію, що нівелює сезонну тенденцію до їх зниження».

Експерти нагадують: ціни на готові молочні продукти в Україні дуже схильні до сезонних коливань. Якщо в сезон збільшення виробництва молока (квітень-серпень) вони традиційно знижуються, то в осінньо-зимовий період зростають. При цьому коефіцієнт сезонності в Україні набагато вищий, ніж у європейських країнах: у нас влітку молока виробляється майже вдвічі більше, ніж узимку, на що дуже чутливо реагує торгівля.

Однак після помітного подорожчання в кінці 2010 р. ціни на деякі молочні продукти знизилися. Експерти пояснюють це низьким попитом і великими запасами, які виробники поспішають реалізувати. Тому, за словами експертів, ціни вже досягли «дна» і вниз не підуть, з огляду на дорожнечу сировини і бензину.



kharkov.comments.ua

## Італійські інвестори виявляють інтерес до чорнобильських регіонів

Точніше, до створення в районах Білорусі, постраждалих від аварії на Чорнобильській атомній станції, великих підприємств з виробництва та переробки сільськогосподарської продукції.

Першим вдалим проектом цього напрямку слід вважати створення підприємства з виробництва сиру «Моцарелла» в селі Вишемир Речицького району. Обсяг іноземних інвестицій становив 500 тис. євро.

Нині опрацьовуються варіанти з організації виробництва твердих сирів. У травні поточного року Гомельську область мають відвідати фахівці з Італії, в тому числі й працівники агрономічних служб, які вивчать ситуацію на місці й дадуть відповідні рекомендації, щоб реалізувати задумане.

Можливості організувати вирощування ріпаку в постраждалих районах вивчають також болгарські фахівці. До роботи зі створення нових робочих місць у чорнобильських районах будуть залучатися і різні міжнародні організації. Обговорюється низка проектів з партнерами з Німеччини, Англії, Італії.

belta.by

## На Полтавщині на розвиток тваринництва виділять 7,6 млн грн.

Таку цифру закладено в обласну програму розвитку галузі в 2011-2015 р., схвалену облрадою.

Зокрема, на закупівлю доїльного, холодильного та іншого обладнання для створення міні-ферм, а також для обслуговуючих кооперативів із заготівлі молока від приватного сектора планується знайти відповідно по 2,5 млн грн. та 1,2 млн грн.

На закупівлю малих комбикормових заводів та обладнання з виробництва збалансованих комбикормів для фермерських та особистих селянських господарств заплановано по 280 тис. грн. щорічно.

rbc.ua

## «Данон» у селах, де розташовані молочні кооперативи, встановлює дитячі майданчики

Облаштування ігрових зон для дітей буде проводитися з ініціативи та на кошти компанії «Данон» і під патронатом Державної служби молоді та спорту України. Таку інформацію поширено в прес-релізі компанії.

Перший ігровий майданчик встановлено в селі Роздольне (АР Крим) 7 квітня ц. р. У подальшому дитячі ігрові зони облаштують у Херсонській та Запорізькій областях, у місцях розташування молочних кооперативів, створених за ініціативою компанії «Данон». Вже відкрилися майданчики в селах Новомиколаївка (Херсонська обл., СОК «Марфуша»), Верхній Рогачик (Херсонська обл., СОК «Дадикян») і Жовтнєве (Запорізька обл., СОК «Жовтнєве»). Ще п'ять планується обладнати в червні.

Популяризація здорового способу життя і надання можливостей для якісного сімейного проведення часу – складні завдання, які не вирішити зусиллями самої лише держави. Питання організації дозвілля малюків особливо актуальні для сільської місцевості, де дитячих установ традиційно не вистачає. Неможливо переоцінити користь від кожного ігрового майданчика, як вони об'єднують родини та допоможуть здоровому розвитку малюків.

Дитячі майданчики будуть встановлювати паралельно зі створенням нових молочних кооперативів у регіонах України під егідою «Данону». Компанія вже інвестувала у розвиток молочних кооперативів у п'яти українських регіонах понад мільйон євро та спільно з одним із європейських банків започаткувала програму пільгового кредитування фермерських господарств. «Данон» підтримує своїх постачальників молока: організовує навчальні семінари, субсидує закупівлю сучасного обладнання.



pravda.ks.ua

## Наука та практика разом

30-31 березня 2011 р. в Інституті тваринництва НААН (м. Харків) пройшов міжнародний практичний семінар з питань використання автоматизованих програм управління на молочнотоварних фермах.

Головним завданням семінару було показати приклади ефективного та якісного управління виробництвом молока в Україні. Саме цьому й присвятили свої виступи представники голландської компанії «Юніформ-Агрі» та Асоціації виробників молока України (АВМ).

Консультанти АВМ розповіли, як на практиці в господарствах АВМ використовують програмне забезпечення для управління, аналізу й контролю виробництва, та як можна швидко оцінити потенціал господарства і визначити проблемні місця в технології. Голландці більш детально зупинилися на звітах, які генерує програмне забезпечення, та їх тлумаченні.

Безумовно, у деяких випадках неможливо оцінити стан справ на фермі без показників якості молока, як, наприклад, вміст жиру, білка, сечовини, КСК тощо. Тому під час семінару на розгляд було винесене ще одне важливе питання – обмін даними між лабораторією з оцінки якості молока та господарством. Учасники обговорили технологію внесення результатів лабораторних досліджень до автоматизованої програми управління. Така співпраця дасть змогу заощадити час та людські ресурси на введенні інформації, а також дозволить робити більш ретельний аналіз ситуації на фермі.

## Зареєструвати тварин можна буде через Інтернет

20 квітня 2011 р. відбулася робоча зустріч представників АВМ та Агентства з ідентифікації і реєстрації тварин. Під час цієї зустрічі сторони вирішували організаційні питання щодо синхронізації автоматизованої програми обліку й управління стадом «Юніформ-Агрі» та сервера Агентства ідентифікації.

Це не перша зустріч. Роботу було розпочато давно. Нагадаємо, що метою даного проекту було забезпечення автоматичного відсилання даних із ферми до Агентства. Із господарства, де використовують «Юніформ-Агрі», із заданим інтервалом автоматично буде відсилатись інформація щодо реєстрації нової (новонародженої) тварини, переміщення, забою та епізоотичного стану.

Такий додатковий модуль «Юніформ-Агрі» значно полегшить та прискорить адміністративну роботу на фермі. Не потрібно буде вручну заповнювати карточки для реєстрації чи переміщення тварин. Інформація буде відсилатись автоматично. Визначено господарства, де буде відпрацьовуватись модель.

## Мотивація – один із головних чинників успішного виробництва

6 травня 2011 р. на базі ТОВ «Прогрес» (Новгородківський р-н, Кіровоградська обл.) відбувся тренінг для консультантів АВМ, присвячений питанням мотивації персоналу. Його провів Ельман Оруджов, один із провідних консультантів молочного скотарства України й Росії.

Під час тренінгу його учасники визначили особливості мотивації та індикатори оцінки роботи персоналу в кожному блоці виробництва на молочній фермі: вирощування молодняку, стан здоров'я, доїння, годівля, утримання та управління.

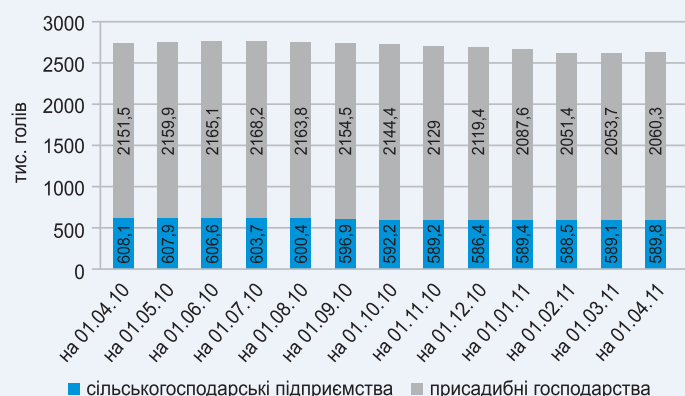
На думку Е. Оруджова, головна проблема на багатьох українських фермах не в знаннях, а в діях. Тому треба навчитися ставити чіткі й зрозумілі завдання, а виконану роботу оцінювати за якісними та кількісними показниками, які б спонукали працівників сумлінно виконувати обов'язки. Набуті під час тренінгу знання та навички консультанти АВМ передаватимуть спеціалістам господарств.

## Заготівля якісного сінажу

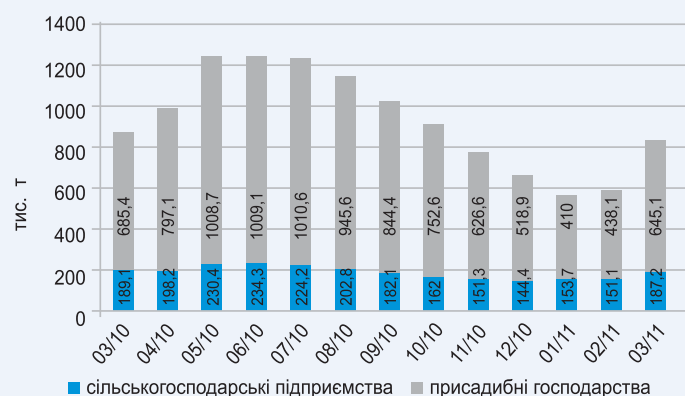
27 квітня 2011 р. у СТОВ «Промінь» (с. Воєводське, Арбузинський р-н, Миколаївська обл.) відбувся семінар із технології заготівлі грубих кормів. Ініціатором і організатором семінару виступив консультативний центр АВМ. Учасники обговорили різні аспекти технології заготівлі сінажу, відвідали молочнотоварний комплекс господарства.



## ВИРОБНИЦТВО МОЛОКА В УКРАЇНІ



**Рис. 1.** Поголів'я дійного стада станом на перше число кожного місяця (березень 2010 – березень 2011 р.) за категоріями господарств (за даними Держкомстату)

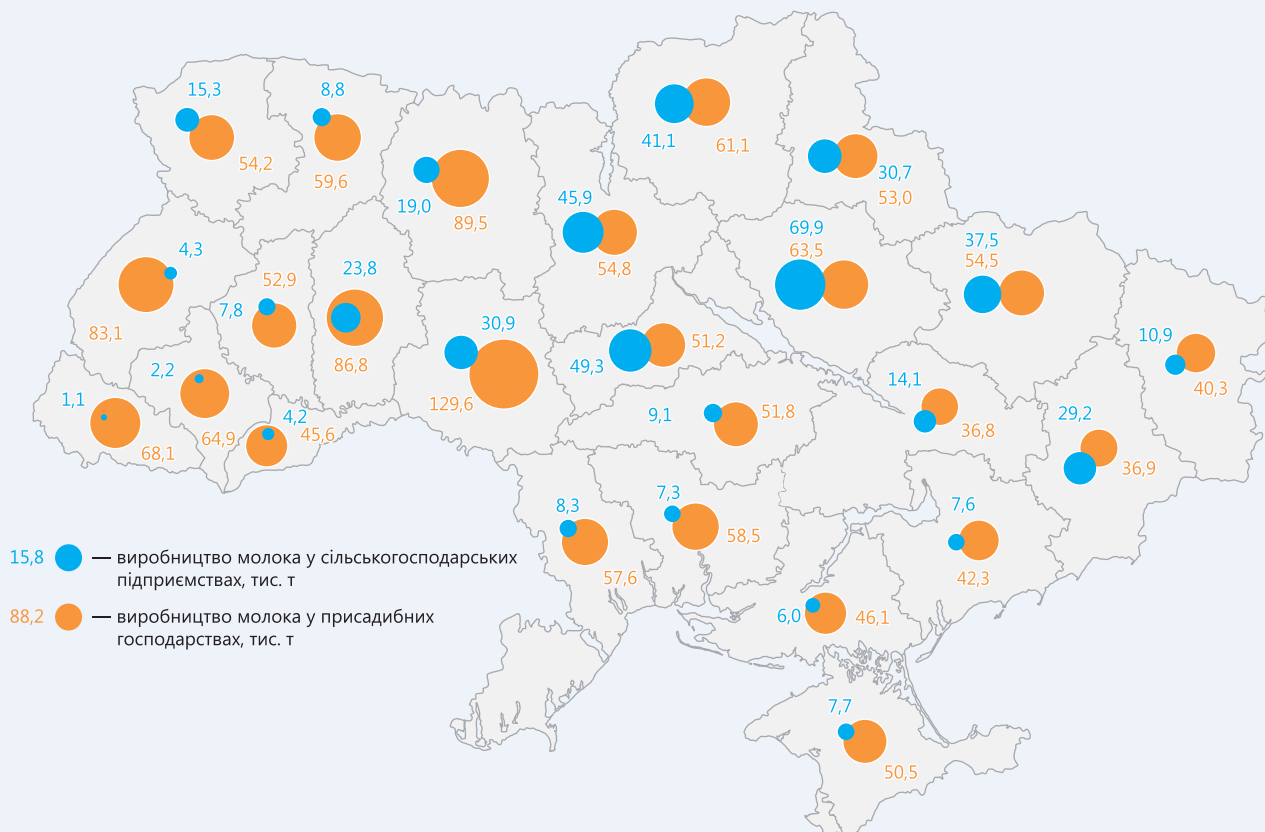


**Рис. 2.** Обсяги виробництва молока усіма категоріями господарств за березень 2010 – березень 2011 р., тис. т (за даними Держкомстату)

Аналізуючи динаміку чисельності дійного поголів'я в Україні у березні-квітні 2011 р. бачимо певні позитивні зрушення. Станом на 1 квітня 2011 р. в усіх категоріях господарств утримували 2650,1 тис. голів, що на 0,3% більше ніж місяць тому. Поголів'я корів у сільськогосподарських підприємствах налічувало 589,8 тис. голів, а у присадибних господарствах – 2060,3 тис. голів. Порівняно з відповідною датою минулого місяця відбулось зростання на 0,1% (0,7 тис. голів) у сільськогосподарських підприємствах та на 0,3% (6,6 тис. голів) у присадибних господарствах (рис.1).

Якщо порівняти чисельність дійного стада станом на 1 квітня 2010 р. із показниками поточного року, то корів поменшало: в сільськогосподарських підприємствах на 3,0% (-18,3 тис. голів), а в присадибних господарствах на 4,2% (-92,2 тис. голів).

У березні 2011 р. спостерігалось значне збільшення обсягів виробництва молока у господарствах усіх категорій, що пов'язане із масовим отеленням худоби навесні. Усіма категоріями господарств було вироблено 832,3 тис. т молока, що на 41% більше, ніж у лютому 2011 р. У сільськогосподарських підприємствах наділи молока на 23,9% (36,1 тис. т) більше, а в присадибних – на 47,3% (207 тис. т) порівняно з лютом 2011 р. (рис. 2).



**Рис. 3.** Виробництво молока усіма категоріями господарств за січень-березень 2011 р., тис. т (за даними Держкомстату)

Однак якщо порівняти обсяги виробництва молока у березні 2011 р. із відповідним періодом минулого року, то вони дещо знизились у сільськогосподарських підприємствах – на 1%, а в присадибних господарствах – майже на 6%.

Згідно з показниками валового виробництва молока за період із січня по березень 2011 р. лідерами в Україні (усі категорії господарств) є Вінницька (160,5 тис. т), Полтавська (133,4 тис. т), Хмельницька (110,6 тис. т), Житомирська (108,5 тис. т) та Чернігівська (102,2 тис. т) області (рис. 3).

До областей, де виробництво молока у сільськогосподарських підприємствах переважає над виробництвом у присадибних господарствах, належать Полтавська (69,9 тис. т), Черкаська (49,3 тис. т), Київська (45,9 тис. т) та Чернігівська (41,1 тис. т). У Вінницькій (129,6 тис. т), Житомирській (89,5 тис. т) та Хмельницькій (86,8 тис. т) областях домінує виробництво молока у присадибних господарствах.

Відповідно найбільшу кількість корів утримували у Вінницькій (177,6 тис. голів), Львівській (163,6 тис. голів), Хмельницькій (157,3 тис. голів) та Житомирській (142,8 тис. голів) областях (рис. 4). Лідерами з утримання корів у сільськогосподарських підприємствах є Полтавська (66,6 тис. голів), Чернігівська (59,3 тис. голів) та Черкаська (45,8 тис. голів) області. Найбільше корів у присадибних господарствах утримують у Львівській (154,2 тис. голів), Вінницькій (142,2 тис. голів), Хмельницькій (129,2 тис. голів) та Житомирській (107,3 тис. голів) областях.

В основному обсяги виробництва молока в регіоні безпосередньо залежать від кількості корів, що утримуються там. У Вінницькій та Житомирській областях переважає виробництво молока у присадибних господарствах, де утримується основна частина дійних корів. У Полтавській, Черкаській та Чернігівській областях більша частина молока виробляється сільськогосподарськими підприємствами, де й утримується переважна більшість корів. Однак у деяких областях основним чинником, який впливає на обсяги виробництва молока, є продуктивність корів. Так, наприклад, Київська область посідає 3-тє місце з виробництва молока сільськогосподарськими підприємствами, але за кількістю корів у цих підприємствах перебуває на 6-му місці.

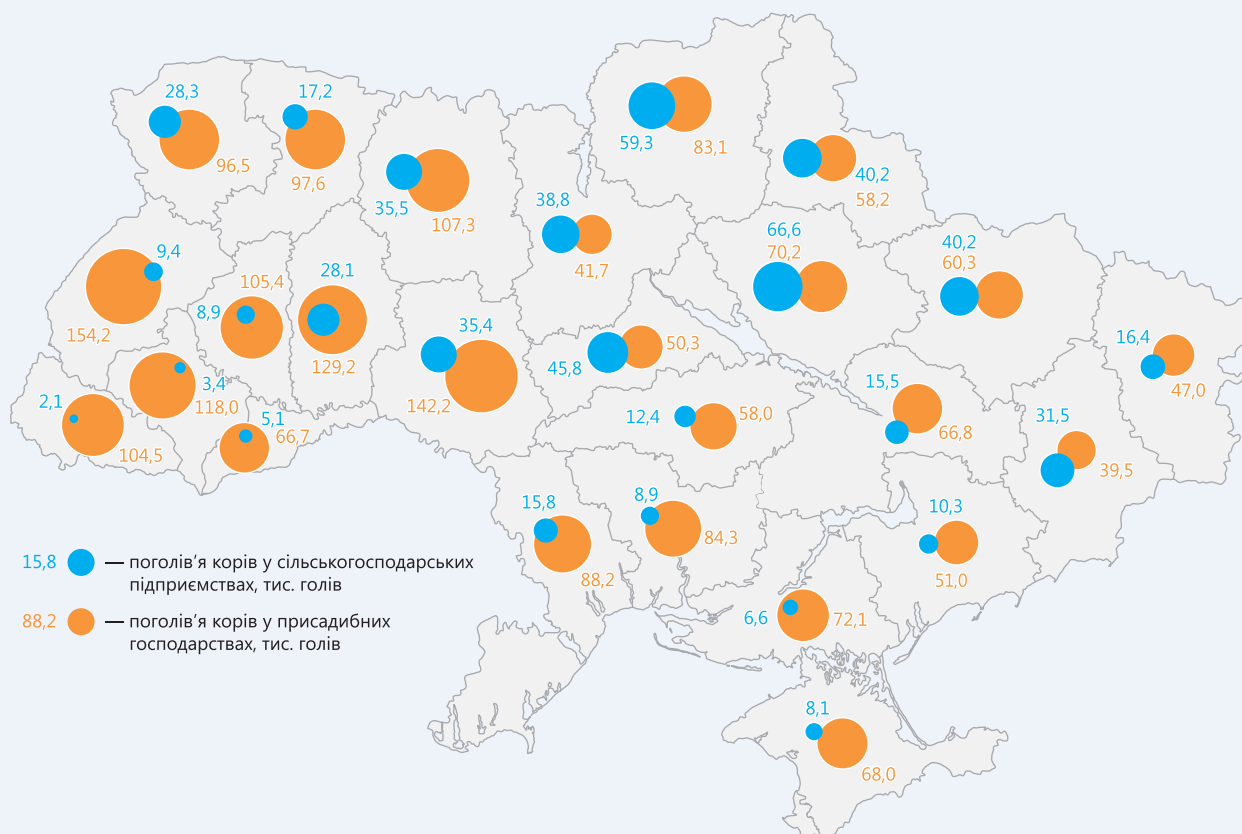


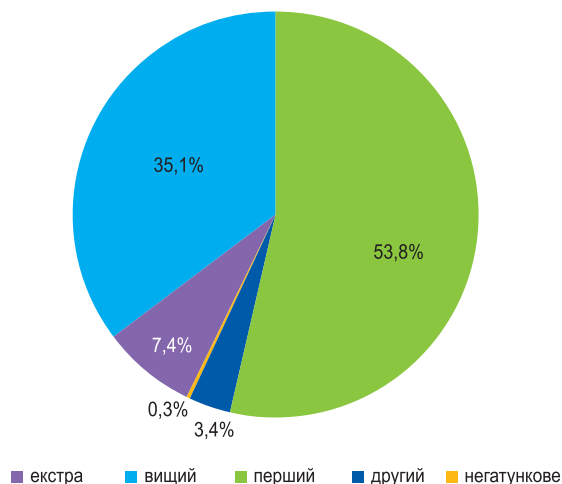
Рис. 4. Чисельність поголів'я корів у всіх категоріях господарств станом на 1 квітня 2011 р., тис. голів (за даними Держкомстату)

## РЕАЛІЗАЦІЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПЕРЕРОБНІ ПІДПРИЄМСТВА

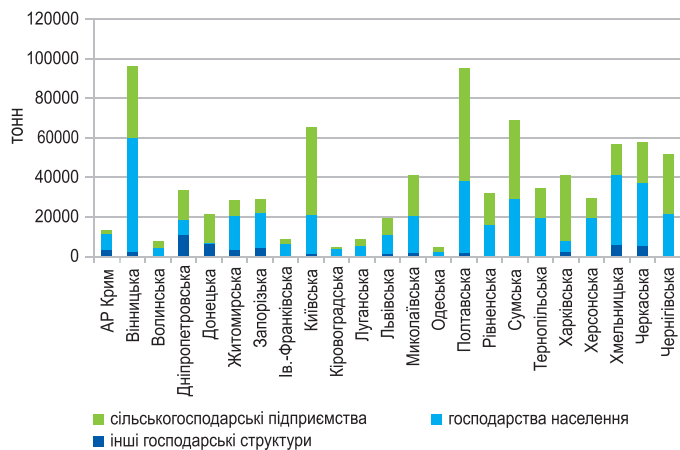
### ВРХ<sup>1</sup>

У I кварталі 2011 р. від господарств усіх категорій на переробку надійшло 34 446 т ВРХ у живій вазі: від сільськогосподарських підприємств – 24 937 т, від присадибних господарств – 6895 т, від інших господарських структур – 2614 т.

Найбільшу кількість ВРХ було прийнято на переробку від сільськогосподарських підприємств у Вінницькій області – 4237 т, найменшу в АР Крим – 3 т. Від присадибних господарств найбільшу кількість ВРХ було здано на переробку в Тернопільській області – 1479 т, а найменшу у Херсонській – 2 т. У Дніпропетровській, Луганській і Харківській областях та АР Крим цей показник дорівнює нулю.



**Рис. 5.** Частка молока різних ґатунків, реалізованого на переробку у I кварталі 2011 р. (за даними Держкомстату)



**Рис. 6.** Надходження молока та молочних продуктів на переробні підприємства у I кварталі 2011 р. від усіх категорій господарств, т (за даними Держкомстату)

**Таблиця 1.** Параметри якості молока (жирність 3,4%, білок 3,0 %) згідно з ДСТУ 3662-97

| Показник, одиниці виміру              | ґатунк |       |        |        |             |
|---------------------------------------|--------|-------|--------|--------|-------------|
|                                       | екстра | вищий | перший | другий | неґатункове |
| Густина (за температури 20 °С), кг/м³ | >1027  | >1027 | >1027  | >1027  | >1027       |
| Кислотність, °Т                       | 16-17  | 16-18 | <19    | <20    | <21         |
| Кількість соматичних клітин, тис/см³  | ≤400   | ≤400  | ≤600   | ≤800   | ≤800        |
| Бактеріальна забрудненість, тис/см³   | ≤100   | ≤300  | ≤500   | ≤3000  | ≤3000       |

### МОЛОКО ТА МОЛОЧНІ ПРОДУКТИ<sup>1</sup>

У січні-березні 2011 р. переробні підприємства України закупили 870 124 т молока та молочних продуктів. Зокрема від сільськогосподарських підприємств надійшло 428 387 т, від присадибних господарств – 391 133 т, а від інших господарських структур – 50 604 т молока та молочної продукції.

Із 428 387 т молока, що надійшло на переробні підприємства від сільськогосподарських підприємств, продукції ґатунку екстра було 31 810 т (7,4%), вищого ґатунку – 150 151 (35,1%), першого ґатунку – 230 542 т (53,8%), другого – 14 481 т (3,4%) і неґатункового – 1403 т (0,3%) (рис. 5 і табл. 1).

Найбільше молока та молочної продукції сільськогосподарські підприємства реалізували на переробку в Полтавській області (56 893 т), а найменше – у Чернівецькій (60 т). Щодо присадибних господарств, то найбільше молока на переробні підприємства було реалізовано у Вінницькій області (57 746 т), а найменше – у Чернівецькій (245 т) (рис. 6).

Від інших господарських структур найбільші обсяги молока та молочної продукції надійшли у Дніпропетровській області (10 964 т), а найменші – на Волині (35 т).

У Закарпатській області молоко на переробку не надходило від жодних категорій підприємств.

У I кварталі 2011 р. загальні обсяги надходження молока та молочних продуктів на переробні підприємства від усіх категорій господарств зменшились на 3,1% (27 556 т) порівняно з I кварталом минулого року.

### ЦІНИ НА МОЛОКО ТА МОЛОЧНІ ПРОДУКТИ, ЗДАНІ НА ПЕРЕРОБКУ<sup>1</sup>

Середньозважена закупівельна ціна на молоко та молочні продукти від усіх категорій господарств у I кварталі 2011 р. становила 2635,9 грн/т. Молоко від сільськогосподарських підприємств закуповували по 2952,2 грн/т. Найвищу закупівельну ціну зафіксовано в Дніпропетровській області (3584,3 грн/т), а найнижчу – на Волині (2592,5 грн/т). Від присадибних господарств молоко приймали дещо дешевше – 2224,3 грн/т. Найвищою ціна була в Донецькій області (2992,3 грн/т), найнижчою – на Волині (2001,5 грн/т). Від інших господарських структур середньозважена ціна на молоко та молочні продукти становила 3140 грн/т (найвища 3429,7 грн/т в Дніпропетровській області, а найнижча – 2177,6 грн/т в Тернопільській).

<sup>1</sup>Інформацію підготовлено згідно з даними Державного комітету статистики України.

## РИНОК КОРМІВ

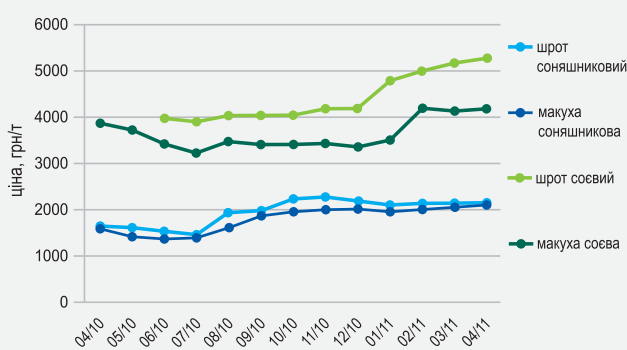


Рис. 7. Динаміка цін на концентровані корми, квітень 2010 – квітень 2011 р.

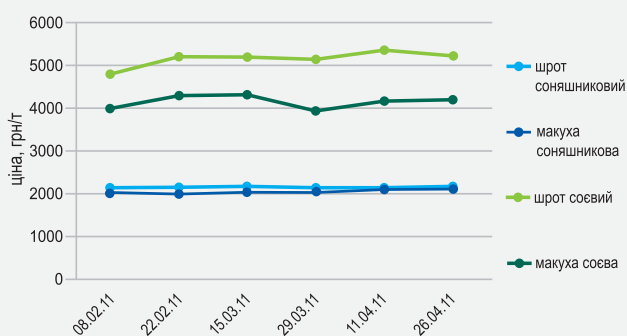


Рис. 8. Динаміка цін на концентровані корми (по тижнях)

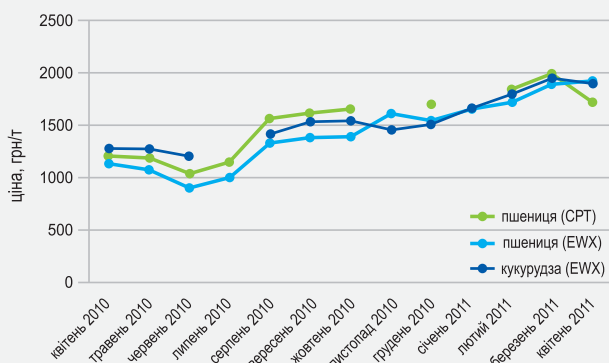


Рис. 9. Динаміка цін на фуражне зерно, квітень 2010 – квітень 2011 р. (за даними зернотрейдерів)

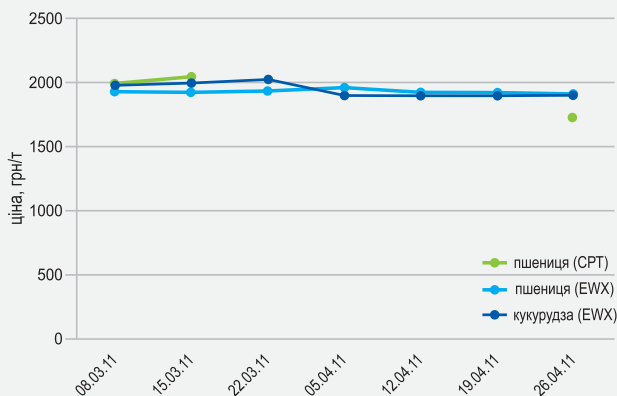


Рис. 10. Динаміка цін на фуражне зерно (за даними зернотрейдерів)

Збільшення поголів'я ВРХ та птиці, яке спостерігається упродовж останніх кількох місяців поточного року, і низький врожай сільськогосподарських культур 2010-го не могли не вплинути на вітчизняний ринок кормів. Загалом минулий аграрний рік був не дуже врожайним не лише для нашої країни, а й для країн, що є основними виробниками зернових та олійних культур. Це спричинило скорочення обсягів експорту кормів із низки країн. Постійне зростання попиту на корми та обмежена пропозиція призвели до скорочення запасів, що закономірно підстібнуло й ціни.

У квітні 2011 р. на ринку концентрованих кормів тривало підвищення цін. Порівняно із попереднім місяцем шрот соєвий подорожчав на 2,2% (113 грн/т) і коштував 5288 грн/т (рис. 7). Макуха соняшникова подорожчала на 2,2% (45 грн/т) і коштувала 2100 грн/т. Найменших коливань зазнала ціна на макуху соєву – вона зросла менш як на 1,2% (53 грн/т) і встановилась на рівні 4188 грн/т. Винятком була ціна на шрот соняшниковий – він став дешевшим на 2,7% (58 грн/т) і коштував 2102 грн/т.

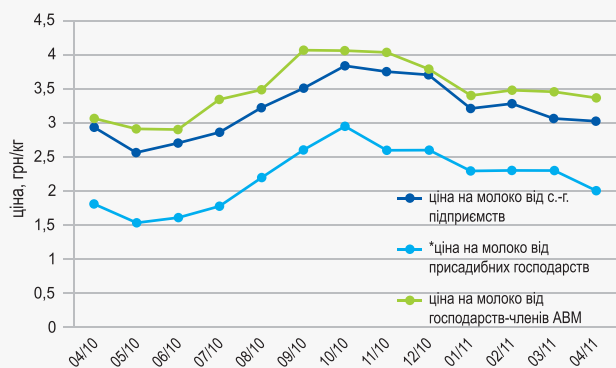
Якщо спостерігати за ситуацією на ринку концентрованих кормів по тижнях, то можна відмітити, що загалом у квітні 2011 р. відбулось зростання цін на усі види кормів (рис. 8). Станом на 26 квітня порівняно із показниками за 11 квітня ціна на шрот соєвий знизилась на 2,3% (125 грн/т) – до 5225 грн/т, хоча загальна тенденція до зростання збереглась. Шрот соняшниковий подорожчав на 0,9% (20 грн/т) і коштував 2170 грн/т. Макуха соєва додала у ціні 0,6% (25 грн/т) та встановилась на рівні 4200 грн/т. Вартість соняшникової макухи не змінилась – 2100 грн/т.

У той час як на світових біржах ціна на кукурудзу невпинно зростає і б'є усі історичні рекорди, на українському ринку цей продукт дешевшає. Однак скасування квотування експорту кукурудзи має спричинити санаційний ефект для вітчизняного ринку зернових та спровокувати зростання цін – адже вартість на світових біржах є значно вищою і зернотрейдерам вигідніше буде експортувати зерно аніж продавати на вітчизняному ринку за відносно низькими цінами. У свою чергу збільшення вартості кукурудзи не може не торкнутися ціни на пшеницю. Із зростанням цін на кукурудзу зросте попит на фуражне зерно, яким намагатимуться замінити кукурудзу, яку, здебільшого, використовують для годівлі тварин.

У квітні 2011 р. середня ціна на кукурудзу (на умовах EXW) становила 1900 грн/т, що на 3% (54 грн/т) дешевше, ніж минулого місяця (рис. 9). Якщо порівняти квітневі показники 2010 та 2011 р., то можна зауважити, що цьогогоріч ціна зросла майже на 50% (у квітні 2010 р. 1 т кукурудзи коштувала 1276 грн.). Щодо пшениці (на умовах EXW), то її вартість продовжує зростати. З початку квітня пшениця подорожчала на 2% (30 грн/т) та становила 1928 грн/т.

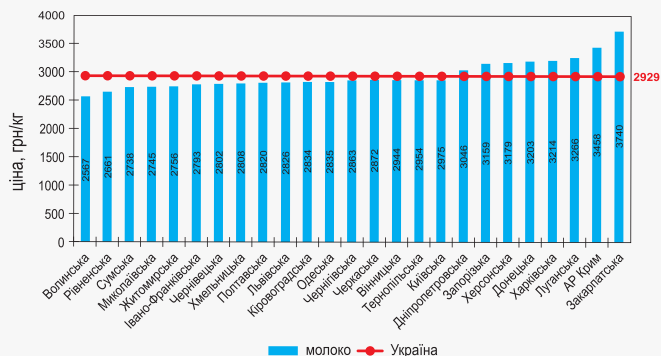
У зв'язку із встановленням квот на експорт зерна через низьку врожайність сільськогосподарських культур у 2010 р. торгівля пшеницею на експорт (на умовах CPT) відбувається у межах цих квот. З цієї причини динаміку цін у контексті тижнів важко відслідковувати. Станом на 26 квітня ціни на пшеницю (на умовах CPT) становили 1725 грн/т (рис. 10). Пшениця (на умовах EXW) подешевшала на 0,8% (15 грн/т) по відношенню до ціни станом на 19 квітня 2011 р. Щодо кукурудзи (на умовах EXW), то за період з 19 по 24 квітня ціна залишилась без змін – 1900 грн/т.

## ЗАКУПІВЕЛЬНІ ЦІНИ НА МОЛОКО В УКРАЇНІ

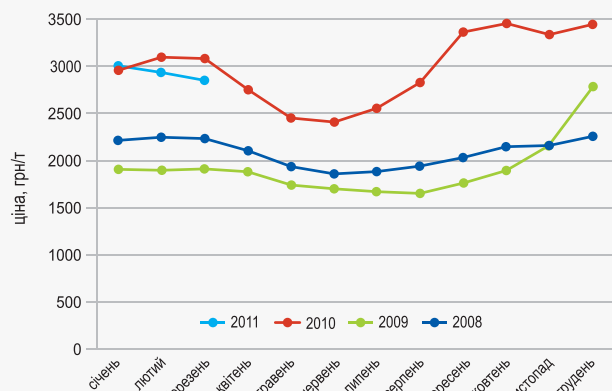


\* Ціна на молоко від населення зазначена у грн/л.

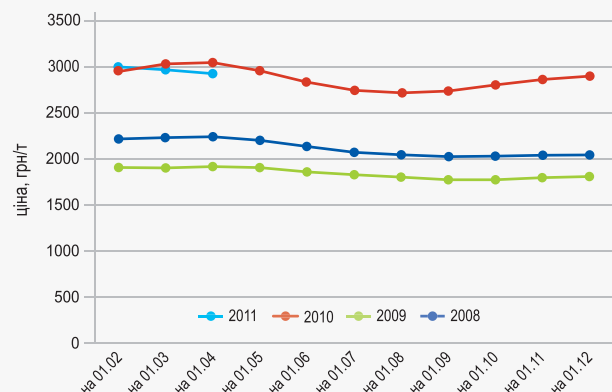
**Рис. 11.** Динаміка закупівельних цін на молоко в Україні, квітень 2010 – квітень 2011 р. (за даними переробних підприємств)



**Рис. 12.** Середні ціни реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами у січні-березні 2011 р., грн/т, включно з ПДВ (за даними Держкомстату)



**Рис. 13.** Динаміка цін (місячних середньозважених) на молоко та молочні продукти, продані сільськогосподарськими підприємствами по всіх каналах реалізації у 2008-2011 рр., грн/т, включно з дотаціями з ПДВ (за даними Держкомстату)



**Рис. 14.** Динаміка цін (станом на перше число місяця) на молоко та молочні продукти, продані сільськогосподарськими підприємствами по всіх каналах реалізації у 2008-2011 рр., грн/т, включно з дотаціями з ПДВ (за даними Держкомстату)

Як і очікувалось, у квітні 2011 р. закупівельні ціни на молоко продовжували знижуватись. Найбільших змін зазнала ціна на сировину від присадибних господарств, упродовж місяця (березень-квітень 2011 р.) молоко подешевшало на 13% (0,3 грн/л) і коштувало 2 грн/л (рис. 11). Ціна на молоко від сільськогосподарських підприємств знизилась не суттєво – на 1,1% (0,04 грн/кг) та становила 3,03 грн/кг. Не стали винятком і ціни на молоко від господарств – членів Асоціації виробників молока України (АВМ). Вони знизились в середньому на 2,7% (0,09 грн/кг) до позначки 3,37 грн/кг.

Однак якщо порівняти закупівельні ціни у квітні 2011 р. із показниками за цей самий період минулого року, то бачимо, що у 2010 р. вартість була нижчою: від присадибних господарств молоко купували на 10,5% дешевше, від сільськогосподарських підприємств – на 3,1%, а за молоко від господарств – членів АВМ пропонували на 10,1% менше.

Розглянемо ціни на молоко в Україні по областях. Ключовим фактором їх формування залишається забезпеченість сировиною даного регіону. Якщо встановити взаємозв'язок між обсягами виробленої продукції та закупівельними цінами, то їх характер обернено пропорційний (рис. 12). У тих областях, де виробляється більше молока, незалежно від категорії господарств (чи то присадибні, чи то сільськогосподарські), ціни нижчі, ніж там, де молока виробляється мало чи дуже мало. Середня реалізаційна ціна в Україні на молоко від сільськогосподарських підприємств у січні-березні 2011 р. становила 2929 грн/т. У цей період найнижчу ціну зафіксовано у Волинській області (2567 грн/т), а найвищу – у Закарпатській (3740 грн/т).

У І кварталі цього року спостерігалось поступове зниження цін на молоко, що традиційно пов'язане з сезонністю його виробництва. За даними Державного комітету статистики України середня ціна у березні 2011 р. для сільськогосподарських підприємств в Україні становила 2859 грн/т (рис. 13). Порівняно з березнем 2010 р. (тоді ціна була зафіксована на рівні 3079 грн/т) вона зменшилась на 7%. Варто зауважити, що чималий вплив на формування ціни на сире молоко в Україні у 2011 р. має новий механізм виплати дотацій. Нагадаємо, що КМУ Постановою «Про затвердження розмірів виплат для надання державної підтримки галузі тваринництва на 2011 рік» від 2 березня 2011 р. № 181 затвердив розмір бюджетної дотації за реалізовану продукцію у 2011 р.: сільськогосподарським підприємствам у розмірі 0,35 грн за 1 кг у перерахунку на базову жирність, фізичним особам – 0,3 грн за 1 кг у перерахунку на базову жирність.

Станом на 1 квітня 2011 р. середньозважена ціна на молоко в Україні, продане сільськогосподарськими підприємствами, становила 2929 грн/т. Порівняно з вартістю станом на 1 березня (2971 грн/т) вона знизилась на 1,4%. Порівнявши цьогорічну ціну з минулорічною (рис. 14) бачимо, що вона знизилась на 3,8%.

## СВІТОВИЙ РИНОК МОЛОКА

У лютому 2011 р. на світовому ринку сирого молока спостерігались дещо різнобіжні цінові тенденції (рис. 15, табл. 2). Відчутних змін зазнали ціни на молоко у США. Упродовж лютого 2011 р., на відміну від попереднього місяця, вони зросли майже на 12% (€3,29/100 кг) та становили €30,85/100 кг. За період із лютого 2010 по лютий 2011 р. ціна на молоко зросла майже на 20,5%.

Підвищення ціни відмічено також і в Європі. У лютому 2011 р. середньозважена ціна на молоко зросла на 2,2% – до €33,59/100 кг. Упродовж року (лютий 2010 – лютий 2011 р.) у країнах ЄС закупівельні ціни зросли в середньому на 13%. Слід звернути увагу на той факт, що з 01.01.2011 р. у країнах ЄС набули чинності зміни до стандартів на сире молоко, згідно з якими вміст білка підвищено з 3,35 до 3,4%, а мінімальні обсяги річної поставки збільшено з 350 до 500 т. Нині базовим у Європі слід вважати молоко з вмістом жиру 4,2%, білка 3,4%, загальною кількістю бактерій 24 999, соматичних клітин 249 999 у см<sup>3</sup>, а також річним обсягом поставок не менш ніж 500 т (табл. 3).

У лютому 2011 р. ринок молока в Європі виглядав таким чином.

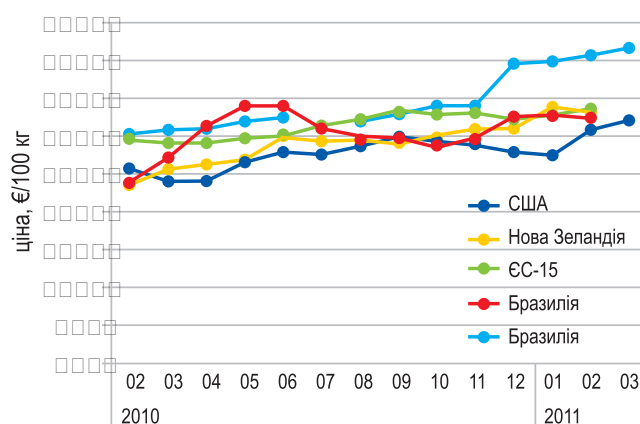
**Бельгія.** Закупівельна ціна сирого молока бельгійською компанією Milcobel становила €35,85/100 кг стандартного молока, що на €1,51 більше за показники січня. Порівняно з аналогічним періодом минулого року в лютому 2011 р. закупівельна ціна на молоко зросла на 25,75%, що відповідає збільшенню на €7,34.

**Німеччина.** У лютому 2011 р. закупівельна ціна на сире молоко німецького виробника молокопродуктів Alois Müller становила €33,63/100 кг, що на €0,54 вище ніж у січні поточного року. Ціни компаній Humana Milchunion та Nordmilch залишались стабільними та становили €31,05 і €31,20/100 кг стандартного молока відповідно.

**Скандинавія.** Ціна на молоко, що закуповувалось шведсько-датською компанією Arla Foods, у лютому поточного року змін не зазнала, водночас, в результаті незначного зниження курсу датської крони вартість молока в євро знизилась до €32,41/100 кг. Додаткові платежі Arla Foods до розрахункової ціни не включено. Згідно з річним звітом компанії за 2010 р. розмір додаткових платежів попередньо оцінюється на рівні €0,027/1 кг стандартного молока. (Нагадаємо, що в Україні урядова дотація за 1 кг зданого на переробку молока з 01.01.2011 р. становить €0,031).

**Франція.** Закупівельна ціна на сире молоко французької компанії Sodiaal у лютому 2011 р. становила €33,57/100 кг, що на 19 центів перевищує показники січня поточного року. Розрахункові закупівельні ціни французьких компаній Danone, Lactalis та Bongrain також зросли на 19 центів за 100 кг стандартного молока.

**Велика Британія.** Британська молочна компанія Dairy Crest у лютому 2011 р. підвищила закупівельну ціну на сире молоко на 1 пенс за 1 л, а також заявила про очікуване підвищення ціни у



\*Для зручності ціни в Україні подано в євро, тому графік не точно відображає ситуацію на внутрішньому ринку, а лише позицію країни в світі.

Рис. 15. Динаміка закупівельних цін на молоко у світі, €/100 кг

квітні на 0,25 пенс за 1 л та в травні на 0,75 пенс за 1 л стандартного молока відповідно. Водночас компанія First Milk підвищила закупівельні ціни на стандартне молоко на 1,25 пенс за 1 л, що в перерахунку на євро за 100 кг дає розрахункову ціну €28,38. Відповідно закупівельна ціна на стандартне молоко компанією Dairy Crest в євро за 100 кг у лютому становила €31,27.

**Ірландія.** Ірландська молочна компанія Glanbia у лютому поточного року підвищила закупівельні ціни на молоко на €1,5/100 кг. Таким чином, ціна, за якою компанія Glanbia закуповувала сире молоко, становила €36,8/100 кг. Слід зазначити, що така вартість включає зимовий бонус у розмірі €0,04 за 1 л. Лютнева закупівельна ціна компанії Kerry зросла на €3,0, що відповідає значенню €32,83/100 кг стандартного молока. Варто зауважити, що цей показник перевищує аналогічну ціну річної давнини на 22%.

**Нідерланди.** Голландська молочна компанія DOC Kaas підвищила закупівельні ціни на €0,5/100 кг стандартного молока – до €33,46. DOC Kaas також анонсувала наступне підвищення ціни в березні ще на €0,5/100 кг. Інша голландська компанія Friesland Campina в лютому зберегла рівень закупівельних цін на молоко сталими – €34,17/100 кг зданої продукції. Обидві голландські компанії оприлюднили розмір своїх дотацій виробникам молока за 2010 р. Так, у компанії DOC Kaas рівень дотацій становив €0,264 за 1 кг, а Friesland Campina сплачувала €0,0186 за 1 кг стандартного молока.

**Італія.** У лютому 2011 р. компанія Granarolo, що працює переважно на півночі Італії, пропонувала фермерам €39,7 за 100 кг стандартного молока.

У Новій Зеландії у лютому 2011 р. ціна на молоко становила €32,97/100 кг. В результаті зниження обмінного курсу валюти лютнева ціна знижувалась по відношенню до відповідного січневого показника на €0,92/100 кг (2,7%) стандартного молока.

У Бразилії – одній з найбільших країн-виробників і споживачів молока, ціна на сире молоко є відносно стабільною протягом трьох місяців. У лютому 2011 р. її було зафіксовано на рівні €32,38/100 кг. Однак протягом року (лютий 2010 р. – лютий 2011 р.) вона зросла на 36% (або €8,61/100 кг).

Середньозважені закупівельні ціни на молоко в Росії дещо зросли і в лютому 2011 р. становили €40,76/100 кг. Зростання ціни у лютому 2011 р. порівняно з січнем 2011 р. становило 2,2% (€0,87/100 кг). Упродовж року (лютий 2010 – лютий 2011 р.) ціна зросла на 35%.

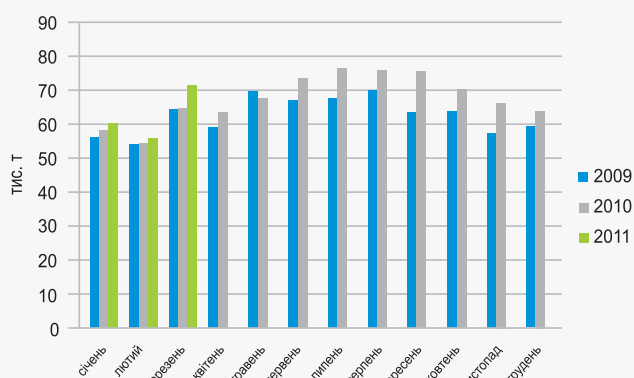
Таблиця 2. Закупівельні ціни на молоко у світі, €/100 кг

| Місяць, рік   | США   | Нова Зеландія | ЄС-15 | Бразилія | Росія |
|---------------|-------|---------------|-------|----------|-------|
| Лютий 2010    | 25,61 | 23,63         | 29,72 | 23,77    | 30,17 |
| Березень 2010 | 24,04 | 25,61         | 29,08 | 27,20    | 30,76 |
| Квітень 2010  | 24,01 | 26,26         | 29,10 | 31,30    | 31,00 |
| Травень 2010  | 26,49 | 26,83         | 29,73 | 34,04    | 32,00 |
| Червень 2010  | 27,99 | 30,14         | 30,23 | 33,94    | 32,50 |
| Липень 2010   | 27,62 | 29,32         | 31,39 | 31,08    |       |
| Серпень 2010  | 28,55 | 29,09         | 32,36 | 29,57    | 31,98 |
| Вересень 2010 | 29,86 | 29,21         | 33,28 | 29,88    | 33,00 |
| Жовтень 2010  | 29,35 | 29,71         | 32,98 | 28,93    | 34,00 |
| Листопад 2010 | 28,89 | 30,92         | 33,23 | 29,61    | 34,00 |
| Грудень 2010  | 27,86 | 31,12         | 32,29 | 32,16    | 39,63 |
| Січень 2011   | 27,56 | 33,89         | 32,85 | 32,60    | 39,89 |
| Лютий 2011    | 30,85 | 32,97         | 33,59 | 32,38    | 40,76 |
| Березень 2011 | 32,16 |               |       |          | 41,60 |

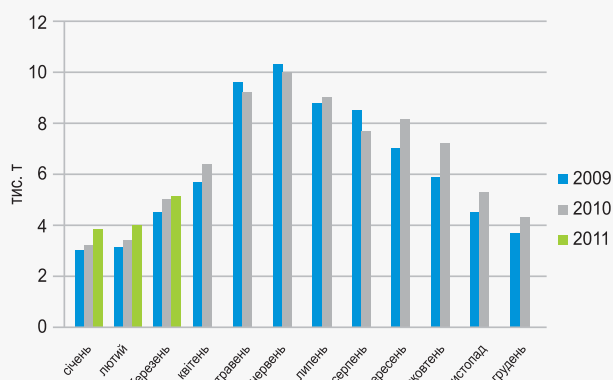
Таблиця 3. Параметри якості молока в Україні, Росії та світі

| Країна  | Жир, % | Білок, % | КСК в см <sup>3</sup> | Бактеріальна забрудненість в см <sup>3</sup> |
|---------|--------|----------|-----------------------|----------------------------------------------|
| Україна | 3,4    | 3,0      | <400 000              | <100 000                                     |
| Росія   | 3,4    | 3,0      | <500 000              | <300 000                                     |
| Світ    | 4,2    | 3,4      | 249 999               | 24 999                                       |

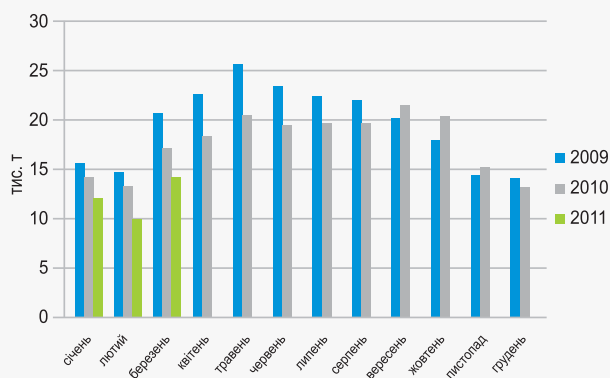
## ВИРОБНИЦТВО МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ



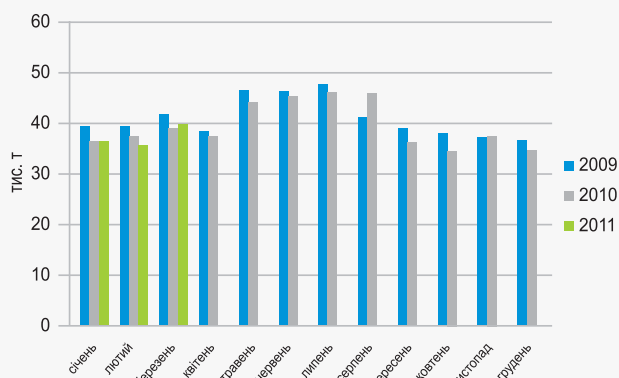
**Рис. 16.** Обсяги виробництва молока обробленого рідкого, 2009-2011 р. (за даними Держкомстату)



**Рис. 17.** Обсяги виробництва масла вершкового, 2009-2011 р. (за даними Держкомстату)



**Рис. 18.** Обсяги виробництва сирів жирних, 2009-2011 р. (за даними Держкомстату)



**Рис. 19.** Обсяги виробництва кисломолочних продуктів, 2009-2011 р. (за даними Держкомстату)

### МОЛОКО ОБРОБЛЕНЕ РІДКЕ

У березні 2011 р. в Україні істотно збільшились обсяги виробництва молока обробленого рідкого. Порівняно з лютим 2011 р. у березні кількість виробленого молока зросла на 27,8% (з 55,8 до 71,3 тис. т) (рис. 16). Цей показник є найвищим для даного періоду за останні роки. Обсяг молока, виробленого у березні поточного року, на 10 та 10,5% є вищим ніж у 2009 та 2010 р. відповідно.

### МАСЛО ВЕРШКОВЕ

У березні поточного року помічено суттєве зростання обсягів виробництва масла вершкового. Упродовж першого весняного місяця було вироблено 5,1 тис. т, що на 27,5% (1,1 тис. т) більше ніж попереднього місяця (рис. 17). Порівняно з аналогічним періодом 2009 та 2010 р. обсяги виробництва масла зросли на 2,0 і 13,3% відповідно.

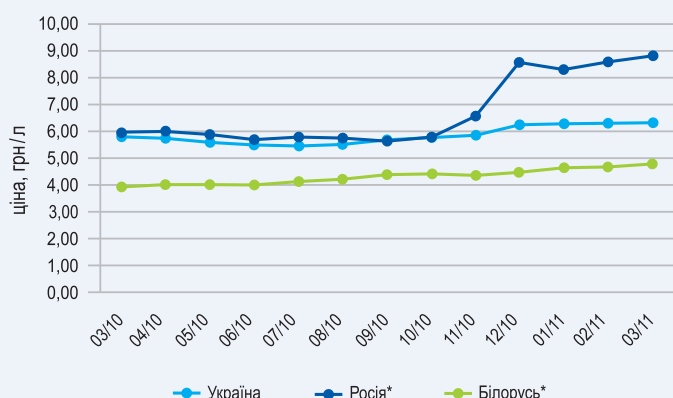
### СИРИ ЖИРНІ

Обсяги виробництва сирів жирних у березні 2011 р. також збільшились. Порівняно з лютим 2011 р. вони зросли на 42% (4,2 тис. т) і становили 14,2 тис. т (рис. 18). Проте якщо порівняти цей показник із показниками 2009 та 2010 р., то він нижчий на 31,4 та 17,4% відповідно.

### КИСЛОМОЛОЧНІ ПРОДУКТИ

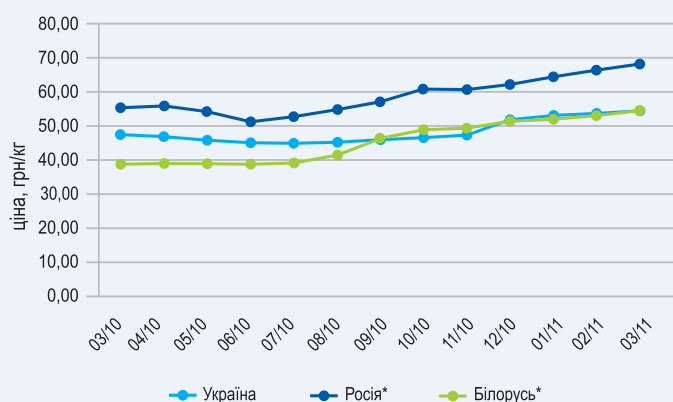
У перший весняний місяць поточного року помічено зростання обсягів виробництва кисломолочних продуктів. Порівняно з лютим 2011 р. виробництво готової кисломолочної продукції зросло на 11,8% (1,1 тис. т) та становило 39,9 тис. т (рис. 19). Цей показник на 1,8% є вищим, порівняно з відповідним періодом минулого року, і на 4,6% нижчий за показник 2009 р.

## РОЗДРІБНІ ЦІНИ НА МОЛОЧНІ ПРОДУКТИ В УКРАЇНІ, РОСІЇ ТА БІЛОРУСІ



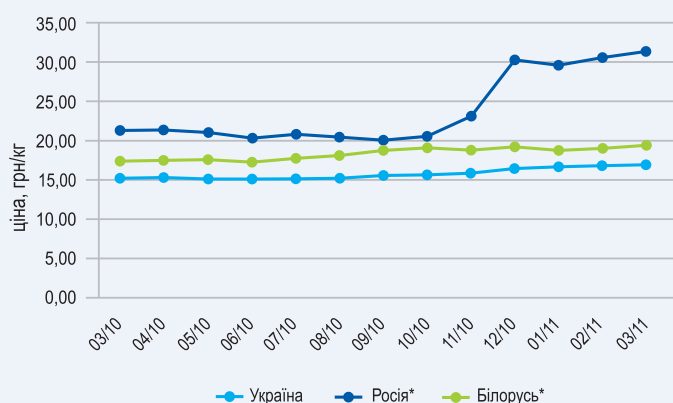
\*Для зручності порівняння ціни конвертовано в гривню

**Рис. 20.** Середньозважені роздрібні ціни на молоко в Україні, Росії та Білорусі, березень 2010 р. – березень 2011 р., грн/л



\*Для зручності порівняння ціни конвертовано в гривню

**Рис. 21.** Середньозважені роздрібні ціни на масло вершкове в Україні, Росії та Білорусі, березень 2010 р. – березень 2011 р., грн/кг



\*Для зручності порівняння ціни конвертовано в гривню

**Рис. 22.** Середньозважені роздрібні ціни на сметану в Україні, Росії та Білорусі, березень 2010 р. – березень 2011 р., грн/кг

## МОЛОКО

У березні 2011 р. відносно лютого поточного року роздрібні ціни на молоко в Україні зросли лише на 0,01 грн/л та встановились на рівні 6,33 грн/л (рис. 20). Найбільше у процентному співвідношенні за даний період зросли ціни в Білорусі – на 0,2 грн/л (2,6%), і становили 4,79 грн/л. У Росії ціни на молоко залишаються традиційно високими. Упродовж березня вони зросли на 0,2 грн/л (2,4%) та досягли позначки 8,8 грн/л.

Якщо порівняти показники березня 2010 та 2011 р., то варто зазначити, що рівень цін на молоко зріс в усіх трьох країнах, але вартість українського молока зросла найменше – на 8,8%. Білоруське молоко подорожчало на 21,6%, а російське майже на 48%.

## МАСЛО ВЕРШКОВЕ

Рівень цін на вершкове масло в мережі роздрібної торгівлі України та Білорусі був майже однаковим. Так, у березні 2011 р. відносно попереднього місяця ціна на цей продукт в Україні зросла на 0,79 грн/кг (1,5%) – до 54,28 грн/кг (рис. 21). На відміну від попереднього місяця в Білорусі ціна на вершкове масло зросла на 1,45 грн/кг (2,7%) та становила 52,94 грн/кг. Найвищий рівень цін, як і зазвичай, спостерігається в Росії: тут вартість вершкового масла зросла на 1,72 грн/кг (2,6%) – до позначки 68,1 грн/кг.

Порівнюючи показники березня 2011 і 2010 р. можна зауважити, що в поточному році ціни на вершкове масло зросли в усіх трьох країнах. Протягом року (березень 2010 – березень 2011 р.) найбільшого зростання зазнали ціни в Білорусі (40,7%). У Росії вони збільшились на 23,3% (однак ціна була найвищою). Ціни на українське вершкове масло зросли майже на 14%.

## СМЕТАНА

Вартість сметани, хоч і поволі, продовжує зростати. У березні 2011 р. роздрібні ціни в Україні збільшились на 0,05 грн/кг (0,3%), відносно лютого, та встановились на рівні 16,9 грн/кг (рис. 22). Ціни у Білорусі зросли на 0,51 грн/кг (2,7%) – до 19,5 грн/кг. У Росії також відмічено зростання вартості сметани. Упродовж березня 2011 р. ціна на цей продукт збільшилась на 0,72 грн/кг (2,3%) – до відмітки 31,33 грн/кг.

Спостерігаючи за динамікою цін протягом року, можна відмітити, що у березні 2011 р. порівняно з березнем 2010 р. ціни на сметану зросли в усіх країнах. Сметана українського виробництва подорожчала на 10,8%, а російського та білоруського – на 46,6% та 11,7% відповідно.

## ОПТОВІ РИНКИ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ

У Європі та світі ціна на масло продовжує невпинно зростати. За період із лютого по березень 2011 р. спостерігали найбільше зростання ціни на французьке масло – на 6,3% (до €4200/1 т); протягом року ціна зросла на 47,9%. Голландське масло подорожало на 2,2% (до €4150/1 т) (табл. 4 та рис. 23). Відносно лютого минулого року ціна зросла на 45,6%. За період із лютого по березень 2011 р. світові ціни на масло зросли на 2,2% (до \$4700/1 т), що на 27,0% більше ніж у березні 2010 р.

Таблиця 4. Ціни на масло, €/1 т і \$/1 т

| Показник                                                | Березень 2011 р. | Лютий 2011 р.   | Різниця березень – лютий, % | Березень 2010 р. | Різниця березень 2010 – березень 2011 р., % |
|---------------------------------------------------------|------------------|-----------------|-----------------------------|------------------|---------------------------------------------|
| Світова ціна на масло                                   | €3357<br>\$4700  | €3371<br>\$4600 | 2,2                         | €2724<br>\$3700  | 27,0                                        |
| Європейська ціна на масло:<br>голландське<br>французьке | €4150<br>€4200   | €4060<br>€3950  | 2,2<br>6,3                  | €2850<br>€2840   | 45,6<br>47,9                                |
| Інтервенційна ціна ЄС                                   | €2218            | €2218           | 0,0                         | €2218            | 0,0                                         |

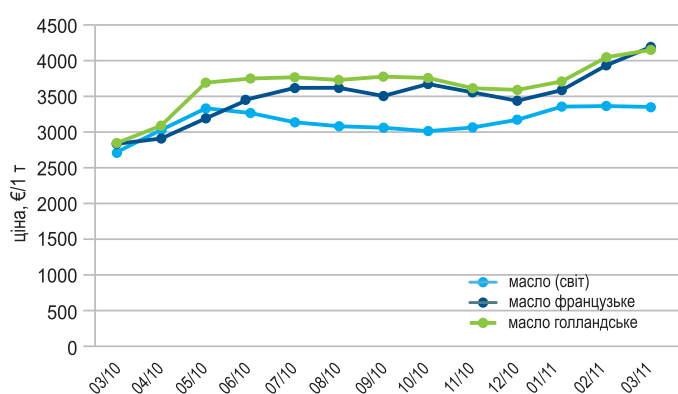


Рис. 23. Динаміка цін на масло, €/1 т

У березні 2011 р. світові ціни на сухе збиране молоко (СЗМ) залишались без змін. Вартість сухого незбираного молока (СНМ) зросла на 4,9% (\$200) – до \$4300/1 т (табл. 5 та рис. 24). Зростання цін уповільнило наближення сезонного піку виробництва молока в Європі та США, а також зниження попиту на продукт через тривалі проблеми в Японії, безпорядки на Близькому Сході та уповільнення темпів росту економіки Китаю.

Таблиця 5. Ціни на сухе молоко та сироватку, €/1 т і \$/1 т

| Показник                           | Березень 2011 р. | Лютий 2011 р.   | Різниця березень – лютий, % | Березень 2010 р. | Різниця березень 2010 – березень 2011 р., % |
|------------------------------------|------------------|-----------------|-----------------------------|------------------|---------------------------------------------|
| Світова ціна на СНМ                | €3071<br>\$4300  | €3004<br>\$4100 | 4,9                         | €2282<br>\$3100  | 38,7                                        |
| Світова ціна на СЗМ                | €2571<br>\$3600  | €2637<br>\$3600 | 0,0                         | €1988<br>\$2700  | 33,7                                        |
| Європейська ціна на СЗМ (харчове)  | €2650            | €2700           | -1,9                        | €2020            | 31,2                                        |
| Європейська ціна на СЗМ (кормове)  | €2250            | €2700           | -16,7                       | €1890            | 19                                          |
| Європейська ціна на суху сироватку | €810             | €915            | -25                         | €650             | 24,6                                        |

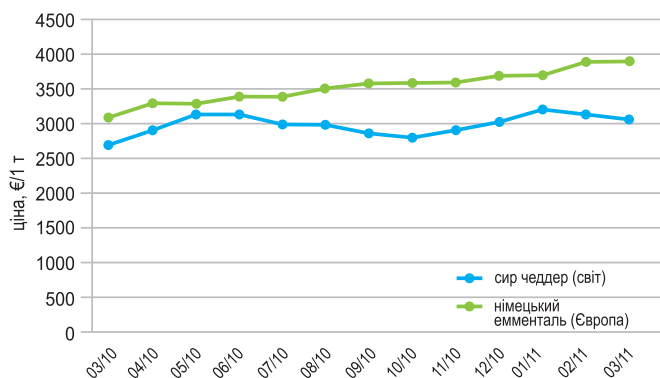


Рис. 24. Динаміка цін на сухе молоко та сироватку, €/1 т

Під час торгів на аукціоні «Фонтерра» (5 квітня 2011 р.) відбулось загальне зниження цін на 2,4% на всі продукти та за всіма контрактами. Це друге падіння цін, що спостерігалось після тривалого періоду зростання. Ціни на СЗМ знизились на 5,6% за всіма контрактами, однак на СЗМ дещо зросли – на 1,5%.

Упродовж року світові ціни на СЗМ зросли на 38,7% або на \$1200/1 т. Ціна на СЗМ зросла на 33,7% (\$900/1 т).

Із лютого по березень 2011 р. європейські ціни на СЗМ харчове і кормове знизились на 1,9 і 16,7% відповідно, на суху сироватку – на 25%.

Упродовж року (березень 2010 – березень 2011 р.) європейські ціни на СЗМ харчове та кормове зросли на 31,2% (€630/1 т) та 19% (€360/1 т) відповідно. Суха сироватка подорожчала на 24,6% (€160/1 т).

Із настанням сезонного піку виробництва молока в Європі в середині березня 2011 р. зупинилося зростання цін, що тривало від Різдва. Однак попри це ціни залишаються доволі високими порівняно з минулим роком.

За період із лютого по березень 2011 р. ціна на сир чеддер на світовому ринку залишилась без змін та становила \$4300/1 т (табл. 6 та рис. 25). Ціни на німецький сир емменталь також залишились без змін – €3900/1 т.

Таблиця 6. Ціни на сир, €/1 т і \$/1 т

| Показник                                | Березень 2011 р. | Лютий 2011 р.   | Різниця березень – лютий, % | Березень 2010 р. | Різниця березень 2010 р. – березень 2011 р., % |
|-----------------------------------------|------------------|-----------------|-----------------------------|------------------|------------------------------------------------|
| Світовий ринок, чеддер                  | \$4300           | \$4300          | 0,0                         | \$3700           | 16,2                                           |
| Європейський ринок, німецький емменталь | \$5460<br>€3900  | \$5343<br>€3900 | 0,0                         | \$4318<br>€3100  | 25,8                                           |

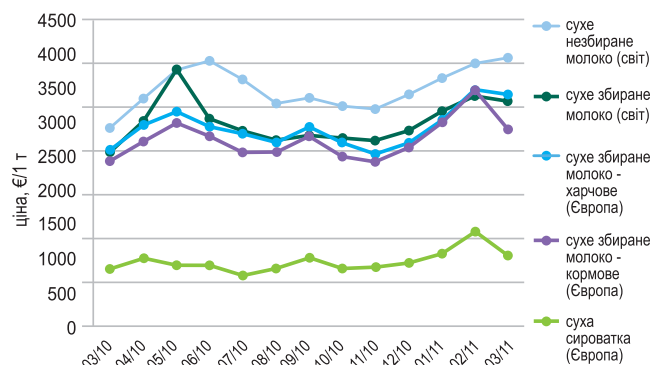


Рис. 25. Динаміка цін на сир, €/1 т

Аналітичний відділ Інтернет-порталу  
[www.MilkUa.info](http://www.MilkUa.info)

## ✓ Новини галузі

найсвіжіші новини молочного скотарства  
України та світу

## ✓ Ціни та аналітика

закупівельні ціни на молоко та м'ясо, ціни  
на корми, аналіз ринку молока, зернових  
та олійних

## ✓ Технології

статті вітчизняних та зарубіжних фахівців  
з питань годівлі, утримання, репродукції  
тварин, вирощування молодняку, здоров'я та  
управління стадом

## ✓ Гаряча тема

обговорення актуальних подій галузі, думки  
експертів

## ✓ Інтерв'ю

спілкування з провідними спеціалістами  
у молочному скотарстві

## ✓ Торговий майданчик

оголошення про купівлю/продаж

За підтримки:



# СИРЙОЗНІ СПРАВИ

Мирослава Хоменко, керівник аналітичного відділу компанії «ДикунГлобалКонсалт»

## Виробництво сиру в Україні та світі

Останні три роки виробництво сиру у світі неухильно зростає. У 2010 р. приріст становив 2,6% порівняно з попереднім роком. За прогнозами Міністерства сільського господарства США (USDA), у 2011 р. виробництво сиру у світі зросте на 1% порівняно з 2010 р. (14792 тис. т) і сягне 14954 тис. т (табл. 1).

Основними виробниками цього продукту були і залишаються країни ЄС-27, в яких, за прогнозами USDA, у 2011 р. буде вироблено 7040 тис. т, та США – 4765 тис. т. Це, відповідно, 47% та 32% усього світового виробництва сиру (рис. 1).

У січні поточного року обсяги виробництва сиру в ЄС зросли на 4,38% (і склали 678,6 тис. т) порівняно з січнем 2010 р. Основні виробники сиру серед країн Євросоюзу – Франція, Німеччина, Голландія та Польща. У Франції січневий приріст становив 5,58%, а загальне виробництво сягнуло 150,1 тис. т, у Німеччині – 2,71% і 175,27 тис. т, у Нідерландах – 5,16% і 65,2 тис. т, а в Польщі – 5,59% і 53,92 тис. т. США також демонстрували зростання обсягів виробництва. У 2010 р. приріст становив 3,36%, а виробництво сягнуло 4720 тис. т. У січні 2011 р. виробництво збільшилося на 5,37% відносно аналогічного періоду минулого року, а в лютому – на 4,11%. Таким чином, обсяги виробництва сиру в Сполучених Штатах в січні становили 402,3 тис. т, а в лютому – 366,12 тис. т.

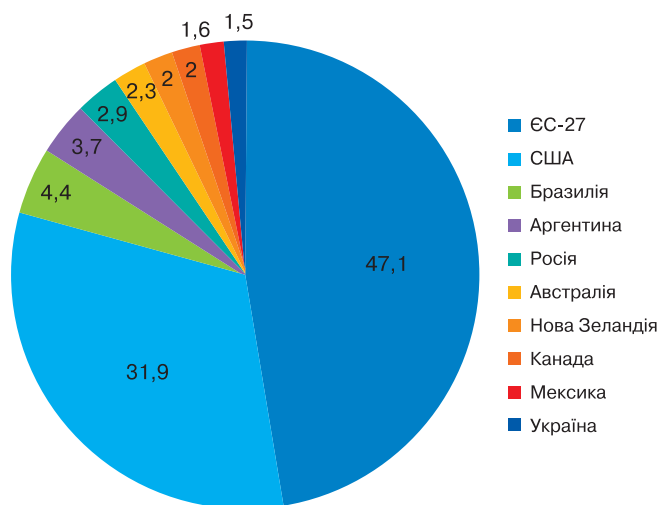


Рис. 1. Частка країн – найбільших виробників сиру на світовому ринку в 2010 р. (за даними USDA)

Серед решти лідерів – Бразилія (675 тис. т), Аргентина (550 тис. т), Росія (430 тис. т), Австралія (345 тис. т), Нова Зеландія (313 тис. т). Серед світових виробників сиру Україна займає далеко не останнє місце. Як прогнозують у Міністерстві сільського господарства США, 2011 року в нашій країні буде вироблено 205 тис. т цього продукту.

В Україні виробництво сиру має змінний характер. Так, у 2007-му та 2008 роках виробництво продукту нарощувалося, а з 2009 р. спостерігається тенденція

Таблиця 1. Виробництво сиру в деяких країнах світу (за даними USDA)

| Країна        | Виробництво у 2010 р., тис. т | Виробництво у 2011 р.*, тис. т | Зміна 2011 р. до 2010 р., відсотки |
|---------------|-------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| ЄС-27         | 6970                          | 7040                           | +1,0                               |
| США           | 4720                          | 4765                           | +0,9                               |
| Бразилія      | 648                           | 675                            | +4,2                               |
| Аргентина     | 540                           | 550                            | +1,9                               |
| Росія         | 430                           | 430                            | 0,0                                |
| Австралія     | 335                           | 345                            | +3,0                               |
| Нова Зеландія | 303                           | 313                            | +3,3                               |
| Канада        | 297                           | 305                            | +2,7                               |
| Мексика       | 244                           | 247                            | +1,2                               |
| Україна       | 220                           | 205                            | -6,8                               |
| Решта         | 85                            | 79                             | -7,1                               |
| Всього        | 14792                         | 14954                          | +1,1                               |

\* прогноз

Таблиця 2. Виробництво сиру в Україні (за даними USDA)

| Рік                       | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011* |
|---------------------------|------|------|------|------|------|-------|
| Обсяг виробництва, тис. т | 210  | 244  | 249  | 228  | 220  | 205   |

\* прогноз

до скорочення виробництва. У 2010 р. в Україні виробили 220 тис. т твердих сирів, а в 2011-му, за прогнозами USDA, виробництво становитиме 205 тис. т, на 15 тис. т (або майже на 7%) менше, ніж у 2010 р. (табл. 2).

## Споживання сиру

Фахівці Міністерства сільського господарства США інформують, що у світі разом із виробництвом сиру зростатиме і його споживання. Так, у 2011 р. прогнозується зростання споживання на 1,2 % порівняно з 2010 р.

Розглянемо обсяги внутрішнього споживання сирів на прикладі деяких країн. Лідером є США (табл. 3 і рис. 2). У 2010 р. було спожито 4649 тис. т, у 2011 р. планується ріст споживання майже на 2,3% до 4758 тис. т. Прогнозується ріст споживання сиру і в інших країнах, за винятком України. За даними USDA, споживання сиру в Україні у 2011 р. скоротиться майже на 14%, а його виробництво зменшиться, за попередніми підрахунками, на 6,8%.

Якщо говорити про споживання сирів в Україні, то спостерігається тенденція, тотожна їх виробництву. У роки, коли зростало виробництво сиру, збільшу-

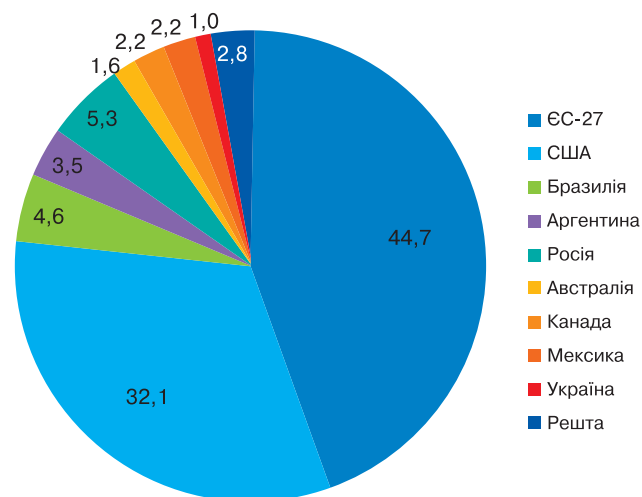


Рис. 2. Частка країн – найбільших споживачів сиру на світовому ринку в 2010 р. (за даними USDA)

валось і його споживання, коли ж наставав спад виробництва – скорочувалось і споживання (табл. 4). У 2010 р. в Україні було спожито 145 тис. т сирів, що на 15 тис. т менше, ніж у 2009 р. При цьому виробництво скоротилося на 8 тис. т. За прогнозами USDA, у 2011 р. споживання сирів в Україні знизиться ще на 20 тис. т (13,8%) порівняно з 2010 р.

Таблиця 3. Споживання сиру в деяких країнах світу (за даними USDA)

| Країна    | Споживання у 2010 р., тис. т | Споживання у 2011р. *, тис. т | Зміна 2011 р. до 2010 р., відсотки |
|-----------|------------------------------|-------------------------------|------------------------------------|
| ЄС-27     | 6471                         | 6530                          | +0,9                               |
| США       | 4649                         | 4758                          | +2,3                               |
| Бразилія  | 660                          | 686                           | +3,9                               |
| Аргентина | 500                          | 505                           | +1,0                               |
| Росія     | 773                          | 776                           | +0,4                               |
| Австралія | 225                          | 230                           | +2,2                               |
| Канада    | 317                          | 318                           | +0,3                               |
| Мексика   | 319                          | 321                           | +0,6                               |
| Україна   | 145                          | 125                           | -13,8                              |
| Решта     | 407                          | 390                           | -7,1                               |
| Всього    | 14466                        | 14639                         | +1,2                               |

\* прогноз

Таблиця 4. Споживання сиру в Україні (за даними USDA)

| Рік                      | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011* |
|--------------------------|------|------|------|------|------|-------|
| Обсяг споживання, тис. т | 170  | 194  | 185  | 160  | 145  | 125   |

\* прогноз

Яким сирам віддає перевагу український споживач? Левова частка серед твердих сирів припадає на «Російський» (60-65% ринку). Другу позицію займає «Голландський» (15-20% ринку). Решта 20% належать сирам «Радомер», «Маздомер», «Едам», «Гауда», «Мармуровий».

Стосовно м'яких сирів, то це продукт регіональних уподобань. Їх найбільше споживають на заході та півдні нашої країни. Як коментують виробники сиру південного регіону, населення віддає перевагу перш за все бринзі, потім сулугуні й моцареллі. Варто зазначити, що сир є продуктом сезонного споживання. Так, узимку та восени більше купують його тверді види, а навесні та влітку – м'які. Це пов'язано з появою овочів та приготуванням різних салатів із додаванням м'яких сирів.

## Експорт та імпорт сиру

За даними Міністерства сільського господарства США, у 2011 р. експорт сиру зростає на 1,7% порівняно з 2010 р. (1364 тис. т) і становитиме 1393 тис. т (табл. 5). Левова частка належить країнам ЄС (42% ринку), чий обсяг експортованої продукції у 2010 р. становив 580 тис. т. У 2011 р. прогнозується збільшення обсягів експорту сирів усіма найпотужнішими експортерами, крім США. Там передбачають скорочення експорту на 10,4% і пояснюють тим, що тем-

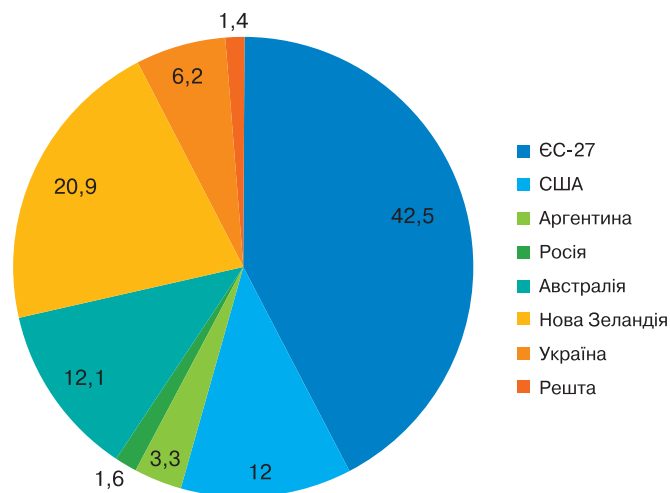


Рис. 3. Частка країн – найбільших експортерів сиру на світовому ринку в 2010 р. (за даними USDA)

пи росту споживання і виробництва неоднакові: при прогнозованому рості споживання сиру на 109 тис. т у 2011 році виробництво зростає лише на 45 тис. т.

Як видно з рис. 3, найпотужнішими експортерами сиру у світі після країн Євросоюзу, яким належить 42,5% ринку, є Нова Зеландія (20,9%), Австралія (12,1%), США (12%) та Україна (6,2%).

З початку 2011 р. експорт сирів з України становив 45% від експорту всіх молочних продуктів. У березні 2011 р. спостерігалось скорочення поставок

Таблиця 5. Експорт сирів деякими країнами світу (за даними USDA)

| Країна        | Експорт у 2010 р., тис. т | Експорт у 2011 р. *, тис. т | Зміна 2011 р. до 2010 р., відсотки |
|---------------|---------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| ЄС-27         | 580                       | 590                         | +1,7                               |
| Нова Зеландія | 285                       | 295                         | +3,5                               |
| Австралія     | 165                       | 180                         | +9,1                               |
| США           | 163                       | 146                         | -10,4                              |
| Україна       | 85                        | 90                          | +5,9                               |
| Аргентина     | 45                        | 48                          | +6,7                               |
| Росія         | 22                        | 23                          | +4,5                               |
| Решта         | 19                        | 21                          | +10,5                              |
| Всього        | 1364                      | 1393                        | +1,7                               |

\* прогноз

сирів на 7,14% порівняно з лютим. Так, у березні ц. р. експорт українських сирів становив 5,792 тис. т на відміну від 6,24 тис. т в цьогорішньому лютому та 5,81 тис. т в березні 2010 р. За перший квартал поточного року експорт становив 16,804 тис. т проти 17,202 тис. т у першому кварталі 2010 р.

Основними імпортерами українських сирів є Росія (84,97% всього українського експорту), Казахстан (11,31%) та Молдова (2,8%). Середня ціна березневих контрактів становила 46,78 тис. грн. за 1 т (\$5900).

Що ж до загального імпорту сирів у світі, то прогнозується, що у 2011 р. він скоротиться майже на 1%, до 1051 тис. т, порівняно з 2010 р. (1061 тис. т). Лідери-імпортери: Росія та Японія (табл. 6 і рис. 4). Там прогнозується ріст імпорту на 1,4% та 2,4% відповідно. Але якщо в Росії ситуація більш-менш стабільна, то в Японії після природних катаклізмів ситуація стає невизначеною. Оскільки Японія посідає друге місце у світі за обсягами імпорту сирів, то в разі їх скорочення на світовому ринку слід чекати змін, а саме зниження ціни.

Позитивну динаміку демонструє Південна Корея. За прогнозами USDA, ця країна у 2011 р. імпортує 64 тис. т сирів, що на 10,3% більше, ніж у 2010 р. (58 тис. т). Це є результатом того, що 2011-го прогнозують: споживання сиру зросте на 6 тис. т, тоді як виробництво залишиться без змін.

Імпорт сирів до України в 2011 р. прогнозовано залишиться на тому ж рівні, що й у 2010 р., –

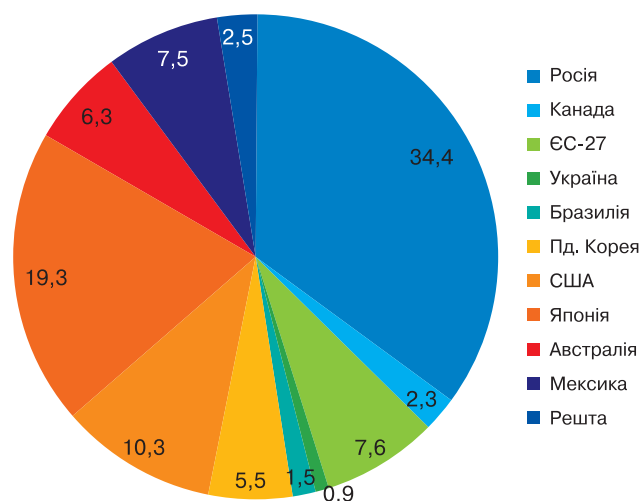


Рис. 4. Частка країн – найбільших імпортерів сиру на світовому ринку в 2010 р. (за даними USDA).

10 тис. т. У першому кварталі цього року серед усіх молочних продуктів, завезених до України, сири зайняли 35%. У березні поставки сирів до України скоротилися на 7,18% порівняно з лютим. У натуральному вираженні імпорт сирів у березні 2011 р. становив 764,5 т проти 823,6 т в попередньому місяці.

У березні найбільше сиру надійшло до України з Росії (56,8%), Польщі (14,9%) та Німеччини (6,7%). Середня ціна встановилася на рівні 36,65 тис. грн. за 1 т (\$4615).

Таблиця 6. Імпорт сирів деякими країнами світу (за даними USDA)

| Країна    | Імпорт у 2010 р., тис. т | Імпорт у 2011 р. *, тис. т | Зміна 2011 р. до 2010 р., відсотки |
|-----------|--------------------------|----------------------------|------------------------------------|
| Росія     | 365                      | 370                        | +1,4                               |
| Японія    | 205                      | 210                        | +2,4                               |
| США       | 109                      | 107                        | -1,8                               |
| ЄС-27     | 81                       | 80                         | -1,2                               |
| Мексика   | 80                       | 80                         | 0,0                                |
| Австралія | 67                       | 65                         | -3,0                               |
| Пд. Корея | 58                       | 64                         | +10,3                              |
| Україна   | 10                       | 10                         | 0,0                                |
| Канада    | 24                       | 25                         | +4,2                               |
| Бразилія  | 16                       | 16                         | 0,0                                |
| Решта     | 26                       | 24                         | -7,7                               |
| Всього    | 1061                     | 1051                       | -0,9                               |

\* прогноз

# Піднятися над повсякденною метушнею і дивитися в майбутнє



## ДОСЬЄ-ПЕРСОНАЛІЇ

**Юркевич Анатолій Іванович, засновник, співвласник і голова ради директорів групи компаній «Мілкіленд»**

У 1990 р. закінчив Київське вище військово-інженерне училище зв'язу.

У 1992-му залишив військову службу й почав займатися підприємницькою діяльністю. Коло бізнес-інтересів Анатолія Юркевича охоплює експортно-імпорتنі операції, виробництво сільськогосподарської продукції та продуктів харчування, інформаційні технології, будівництво, видавництво та поліграфію. Він є співвласником кількох супермаркетів.

У 2005-2007 рр. працював заступником голови Київської облдержадміністрації з питань агропромислового комплексу, охорони довкілля, промислової політики та житлово-комунального господарства.

Кандидат економічних наук.

Одружений, має двох синів і дочку.

Анатолій Юркевич посідає 38-е місце у рейтингу найбагатших людей України 2011 р. (журнал «Фокус»).

**Анатолію Івановичу, коло ваших бізнес-інтересів досить широке. Що привело вас у молочну справу?**

Переробкою молока ми займаємося з 1994-го. Кілька років до того імпортували в Україну різні товари, але коли проаналізували стан справ, зрозуміли, що треба мати ще й зустрічний експортний потік, і найкраще, коли то буде молочна продукція. Нашим першим переробним підприємством став Тетіївський маслозавод, а першим продуктом, що пішов на експорт, — казеїн. Потім ми придбали Кам'янець-Подільський сирзавод «Лактіс» і в 1997-му запустили першу в Україні лінію з виробництва сиру «Гауда». Він став другим молочним продуктом, який ми почали експортувати. Згодом ми купили ще низку підприємств, модернізували їх і значно розширили асортимент молочної продукції.

Нині на території України працюють десять виробничих майданчиків. Російську частину бізнесу «закриває» Останкінський молочний комбінат. Щороку переробляємо майже 625 тис. т молока. Вироблене поставляємо українським споживачам та на міжнародний ринок.

**Чому обрали для компанії не зовсім українську назву «Мілкіленд»?**

Якщо компанія націлена на те, щоб поставляти продукцію в інші країни і розширювати міжнародні ринки збуту, то і її назва має бути зрозумілою для іноземців — тоді її продукція стає популярнішою. Ось так 2001-го і з'явилася компанія з новою назвою «Мілкіленд» — спочатку під юрисдикцією Панами, а згодом Нідерландів. Нині наш головний офіс в Амстердамі, а всі активи в Росії й Україні належать голландському холдингу Milkiland N. V., акції якого в кінці минулого року було розміщено на Варшавській фондовій біржі.

**Що спонукало зареєструвати компанію в одній із західноєвропейських країн?**

Ми поставили собі мету зробити компанію публічною, а значить, цікавою і зрозумілою для інвесторів. Коли компанія стає публічною за європейським законодавством, усі великі транзакції стають достатньо прозорими. У нашому випадку, наприклад, під час здійснення будь-якої операції, голландське законодавство вимагає

прозорості щодо того, хто кінцевий бенефіціар, звідки в нього гроші, чому він це робить, які ризики. Частина пакету акцій холдингу належить іноземним інвесторам, а для них дуже важливо знати й розуміти, що насправді відбувається в компанії. Залучення коштів іноземних інвесторів змушує саму компанію працювати прозоро за світовими стандартами, та й перед акціонерами стоять високі вимоги. Крім того, публічність компанії робить її менш привабливою для рейдерських атак.

**Залучення коштів іноземних інвесторів змушує компанію працювати прозоро за світовими стандартами.**

### **На яких засадах розбудовуєте бізнес і яких принципів намагаєтесь дотримуватись?**

Завжди орієнтуємося на споживача. Наш принциповий підхід до справи — виробляти потрібно те, що сам готовий споживати. Якщо ти виготовляєш щось таке, що тобі самому не до вподоби, — це недовгостроковий бізнес і неправильний підхід. Наприклад, такий варіант: сьогодні будь-якою ціною «склепав» бізнес, а завтра його продав і наживав п'ятами, — нас не влаштовує. Ми завжди налаштовані на довготривалість. А ще конче важливо правильно зорієнтуватися на світовому ринку і визначити, в чому твої переваги. Якщо ситуація складається не на твою користь у країні, де маєш чи плануєш справу і скоріш за все програєш, краще цим не займатися. У таких випадках ми не входимо в бізнес або ж згортаємо його.

Зрештою, успіх будь-якого починання залежить від людей. Потрібно сформувати команду фахівців, які будуть вести і розвивати справу. І коли ця команда виготовляє продукти, затребувані на ринку, працює ефективно, от тоді й розумієш, що бізнес склався і становить собою конкретну цінність.

Я пишаюся своєю компанією. За обсягами переробки молока в Україні ми є одними з перших. Ми й далі будемо розвиватися, зберігаючи лідерські позиції, тому що маємо кістяк, він сформувався не за один рік.

**Наш принциповий підхід до справи — виробляти потрібно те, що сам готовий споживати.**

### **Яку планку ставите нині?**

У нас все йшло від продукту до продукту. Спочатку ми навчилися виготовляти якісні сухі молочні продукти: казеїн, молоко, вершки. Наступним етапом став хороший сир. Нинішнє завдання — виготовляти якісну незбирану молочну продукцію. Цей напрям ми інтенсивно розвиваємо в Росії і з цією метою придбали

### **ДОСЬЄ-КОМПАНІЯ**

Холдингова компанія групи – Milkiland N.V. (Нідерланди). Їй належить ДП «Мілкіленд-Україна» та ВАТ «Останкінський молочний комбінат» у Росії. Річний обсяг переробки сировини становить 625 тис. т.

Групу заснував Анатолій Юркевич у 1994 р. як компанію з експорту сухої молочної продукції. Згодом упродовж десяти років (з 1997 р. по 2007 р.) було придбано 26 переробних заводів на території України.

Нині в Україні компанія володіє 10 виробничими майданчиками, де виробляють широкий асортимент молочної продукції. Її сири, масло і продукти з незбираного молока відомі під торговельними марками «Добряна», «Коляда» і «Кринка». Компанія поставляє продукцію у більш як 30 країн світу і за підсумками 2010 р. стала найбільшим експортером сиру в Україні.

Останкінський молочний комбінат (Росія), перше переробне підприємство групи за межами України, придбано у 2008 р. Тут виробляють свіжі молочні продукти під торговельними марками «Останкінська», «36 копійок», «Останкінська мрія» та іншими.

У 2010 р. «Мілкіленд» досяг стратегічної мети: набув статусу публічної компанії, успішно здійснивши первинне розміщення 22,4% акцій на Варшавській фондовій біржі, що дозволило залучити 49,4 млн. євро.

Минулого року отримано рекордний чистий прибуток 22 млн. євро, який збільшився в 2,7 разу порівняно з 2009 роком.

Останкінський молочний комбінат. Обсяг незбираної молочної продукції в загальному продажі компанії займає дуже несуттєву частку. Однак на молочному ринку це один із найважливіших сегментів. Щоб стати стабільною національною компанією, нам потрібно розвивати саме цей напрям.

### **На які обсяги переробки плануєте вийти?**

Нині щорічні обсяги переробки молока компанії в Україні становлять 500 тис. т, у Росії — 125 тис. т. У найближчі п'ять років ми б хотіли розширитися вдвічі

і досягти 1-1,2 млн т. Наші найближчі конкуренти переробляють близько 2 млн т і це той рівень, коли компанія входить до сотні найбільших світових операторів із переробки молока.

**До українського холдингу «Мілкіленд» входять сільськогосподарські підприємства-виробники молока. До того ж ваша компанія заявила про спорудження кількох сучасних тваринницьких комплексів. Це слід розуміти як спробу розбудувати власну сировинну базу?**

Сировина, яку ми переробляємо на наших українських потужностях, на 55% складається з молока від сільськогосподарських підприємств, решта 45% — це молоко від населення. Частка сировини з власних ферм не перевищує одного відсотка. Сьогодні ми маємо чотири підприємства з виробництва сировини — два в Чернігівській і два в Сумській областях. Не можемо стверджувати, що вони працюють з високою ефективністю, але нам удалося підтягти деякі аспекти виробництва.

Що стосується виробництва молока, то вибудовуємо свою роботу так. Ремонтуємо, модернізуємо і підтримуємо вже існуючі потужності. Паралельно створюємо команду фахівців, які можуть налагодити ефективне виробництво, і плануємо будівництво нових ферм. Нині йдеться про спорудження двох комплексів на більш ніж 3 тис. голів дійного стада кожен. Частина поголів'я буде вітчизняного походження — українська чорно-ряба, решта — привізна, джерсейська. Молоко джерсеїв, багате на білок та жир, будемо використовувати для виробництва сиру. Обидва комплекси плануємо ввести в експлуатацію у 2012 р., тоді сировина власного виробництва складатиме 10% від загального обсягу переробки. Потім на черзі спорудження ще двох потужних молочнотоварних ферм.

Будуючи комплекси, ми не ставимо мету створити власну сировинну базу. Ми розглядаємо їх як пілотний проект із розвитку основного бізнесу і плануємо на їхній базі створити освітній центр для наших партнерів, які поставляють молоко на переробку. Там ми зможемо навчати і розвивати персонал. Адже виробництво сировини — це теж бізнес зі своїми нюансами та підходами.

**Будівництво молочних комплексів — це пілотний проект із розвитку основного бізнесу; на їхній базі плануємо створити навчально-освітній центр для виробників сировини.**

Звичайно, можна очікувати, що хтось інший прийде, побудує і зробить виробництво ефективним. Але ми вважаємо себе лідерами на цьому ринку і не можемо стояти осторонь. Ми дійсно хочемо стабілізувати в нашій країні ситуацію з сировиною. Коли це вдасться зробити і буде розуміння, на який ринок працювати,

то наступним кроком стане розширення виробництва молока в інших країнах.

Нині завершуємо формування команди, яка буде ефективно керувати цим напрямом. І вже після того ми зможемо працювати над підвищенням ефективності, досягненням високих виробничих показників у тваринництві й реалізацією амбітних планів.

**Чи не простіше було почати будувати молочні комплекси не в Україні, а в Росії, де є державна підтримка, діє національний проект з розвитку молочного скотарства?**

Зрозумійте, нині 70% нашого виробництва припадає на Україну, а на Росію — 30%. Для нас важливо стабілізувати ситуацію у своїй країні і зберегти цей ринок. Та й виробляти молоко сьогодні вигідніше у нас: як не крути, кращі кліматичні умови. Російська сировина обходиться дорожче і її доцільніше використовувати для виробництва незбираної молочної продукції. Наприклад, сироварам у Росії живеться важко, там найвища у світі ціна на сире молоко. Як із дорогого молока зробити дешевий сир? Такого не буває. Тому там ціна виробленого власноруч сиру, особливо твердих сортів, зростає. Вони неконкурентоспроможні. Отож, що стосується виробництва сирів, то з економічної точки зору тут перевага на нашому боці. Крім того, в Україні ми маємо ресурси, команду, персонал. Тут зможемо цей проект реалізувати швидше, а найголовніше — матимемо навчених та підготовлених людей, з якими можна рухатися вперед. Тоді можна йти в Росію.

**Для нас важливо стабілізувати ситуацію у своїй країні і зберегти цей ринок.**

**Як складаються стосунки з постачальниками сировини? Чи є конфлікт інтересів?**

Маємо звичайні ринкові взаємини продавців і покупців. Перші рідко бувають задоволені тим, як продали, а другі — тим, як купили. Вважаю, що найчастіше причини у невизначеності критеріїв: що таке дороге і що таке дешево? Насправді ні виробник, ні переробник не є тими, хто визначає ціну. Вони лише ланка в ланцюгу постачання продуктів харчування споживачеві. Саме споживач, який є громадянином якоїсь країни, приходить до магазину і приймає рішення, на що витратити гроші — на цей чи на інший товар. У цей момент запускається весь ланцюг і визначається ціна.

У нашій країні, на жаль, нема стабільного споживання молочних продуктів, воно відбувається хвилюподібно. Наприклад, пішла мода на споживання молочних продуктів, зріс попит, ми намагаємося виробити більше продукції. Виробили більше, а мода, дива, змінилася, а ланцюжок уже відпрацьований і все налаштоване на те, щоб виробляти більше.



Висока ефективність  
зادля високої  
прибутковості

## Щоденне втілення Ваших рішень

Доїльний зал «Карусель PR3100HD» компанії ДеЛаваль – комплексне рішення для забезпечення високої продуктивності, оптимального розташування корів, процесу доїння без стресу, і, як наслідок, максимальних надойів.

Різноманітні модифікації доїльного залу «Карусель PR3100HD» і широкий асортимент додаткового обладнання можуть задовольнити будь-які Ваші вимоги.

## ДОСЬЄ-ПІДПРИЄМСТВО

**СЗАТ «Іскра»**

с. Басівка, Сумський р-н, Сумська обл.

|                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|
| Площа с.-г. угідь, га | 4221                  |
| Розмір стада, голів   | 1280                  |
| Дійне стадо, голів    | 540                   |
| Порода                | українська чорно-ряба |

**Молоко та доїння**

|                                                   |                                 |
|---------------------------------------------------|---------------------------------|
| Річний надій на 1 корову, кг                      | 6936 (дійна),<br>6032 (фуражна) |
| Відсоток жиру                                     | 3,6                             |
| Відсоток білка                                    | 3,07                            |
| Кількість соматичних клітин, тис./см <sup>3</sup> | < 285                           |
| Бактеріальна забрудненість, тис./см <sup>3</sup>  | < 320                           |
| Кількість доїнь на день                           | 2                               |
| Доїльне обладнання                                | УДС -3                          |

**Репродукція**

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Відсоток тільних корів у стаді | 67 |
|--------------------------------|----|

**Здоров'я**

|                                             |                             |
|---------------------------------------------|-----------------------------|
| Довговічність корови,<br>кількість лактацій | 5                           |
| Основні проблеми зі здоров'ям               | мастит,<br>хвороби кінцівок |

**Вирощування молодняку**

|                                               |                                     |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------|
| Випоювання телят, вид рідкого корму           | 3 дні молозиво,<br>незбиране молоко |
| Вік телят при відлученні, дні                 | 52-55 днів                          |
| Відсоток смертності                           | 4,1                                 |
| Вік телиць при першому<br>заплідненні, місяці | 17                                  |
| Вік первісток, місяці                         | 25-26                               |

**Раціон дійної корови**

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| Силос кукурудзяний, кг    | 25  |
| Сінаж бобово-злаковий, кг | 18  |
| Сіно люцерни, кг          | 8   |
| Солома ячмінна, кг        | 3   |
| Комбікорм, кг             | 6   |
| Макуха соняшникова, кг    | 3   |
| Жом сухий, кг             | 1,2 |

У цей момент товар починає залежуватися на полицях, треба знижувати ціну, щоб простимулювати попит. Не слід забувати, що у споживача завжди є альтер-

натива. Щоб задовольнити потребу чи втамувати голод, людина може купити сир або м'ясо — те й інше джерела білка. Якщо ціни на м'ясо низькі, то виникає дилема: купити шматок дешевого м'яса чи дорогого сиру. В нашій країні в більшості випадків спрацьовує принцип «краще куплю м'ясо». Традиції споживання сиру і молочних продуктів не такі розвинені, як споживання м'яса. Ситуаційність на ринку впливає на ситуаційність цін. Які механізми можна використати, щоб зменшити такі коливання? Питання залишається відкритим.

**Що то можуть бути за механізми?**

Ми вивчали досвід багатьох країн (Китаю, США, Європи), де споживання молочних продуктів постійно зростає. Чому б не використати їхній досвід, адаптувавши його до наших умов? І ось тут потрібна колективна робота асоціацій виробників і переробників молока. Ми повинні розуміти, що ні держава, ні підприємства із сусідніх галузей, ні міністерства не зроблять за нас те, що ми повинні зробити самі.

Ми маємо вибудувати чіткий і зрозумілий ланцюжок — від ефективного використання землі до ефективного виробництва продукції. Також слід подбати і забезпечити інформаційний та юридичний захист просування продукту на ринку. Подивіться, що відбувається. На споживача щодня виливається потік антиреклами про несправжність української молочної продукції. Усі в один голос заявляють, що якісного молока немає. Брудом поливають усіх без розбору. Споживачам потрібно показати, в яких умовах виробляють молоко, як воно потрапляє на завод і що якість його нічим не гірша від закордонної. Слід розповідати і про те, що молоко, отримане на травах, воді й мікроелементах, які притаманні цій території, споживається краще, ніж завезене здалеку.

Ми маємо вибудувати чіткий і зрозумілий ланцюжок — від ефективного використання землі до ефективного виробництва продукції. Також слід подбати і забезпечити інформаційний та юридичний захист просування продукту на ринку.

Усе це треба зробити коштом приватних компаній-виробників, лише тоді система працюватиме стабільно. За нинішніх обставин будь-яке втручання держави завдасть більше шкоди, ніж користі. Якщо це будуть державні кошти, то будь-які зміни в державному апараті призведуть до того, що нові люди захочуть зробити щось по-іншому. Нам потрібна програма дій, розрахована на 10 років, яка переживе усі зміни в керівництві держави і яка, незважаючи ні на що, постійно і плано-мірно втілюватиметься в життя. І так буде лише тоді, коли в галузь прийдуть люди, які хочуть будувати довгостроковий бізнес.

**Анатолію Івановичу, оскільки ви торкнулися змін, як би ви прокоментували зміну механізму виплати дотацій виробникам молока? Ваші прогнози розвитку ситуації.**

У країні була система дотацій, яка працювала. Її вирішили вдосконалити і змінили настільки, що навіть складно передбачити наслідки. Дуже скоро ми будемо спостерігати перші результати і реакцію ринку на цю новачку. Прогнози? Зрозуміло, що ринок іде туди, де є гроші. Як тільки ціна на молоко падає, знижується інтерес його виробляти. Люди знайдуть інші способи заробити. Отже, знизяться обсяги виробництва молока. І коли його не вистачатиме, нам доведеться завозити його з-за кордону, платити дорожче, можливо, доведеться призупинити експорт. До чого це призведе? Зростатиме ціна на молоко — здорожчають молочні продукти на полицях магазинів. Споживач готовий платити більшу ціну і повертати виробникам затрати? Певне що ні. Ринок виведено зі стану рівноваги і стабільності. Маятник запущено. Скільки він зробить коливань і в якій точці зупиниться, ніхто не знає. Зрозуміло лише те, що комусь стане просто нецікаво працювати в молочній галузі і вони її залишать. Повернути назад чи залучити нових людей буде значно складніше.

**Яким може бути майбутнє тих, хто залишиться в галузі? На що орієнтуватися і в якому напрямку рухатися?**

Будь-яке виробництво існує доти, доки в нього є споживач. Про нього потрібно думати передовсім. Молочна галузь України залежить від двох складових: внутрішнього споживання молочної продукції та її споживання нашими сусідами. Ми можемо і мусимо виробляти корисні й функціональні продукти, які є у традиційному споживчому кошику. До того ж, щоб упродовж року ефективно виробляти молоко і молочні продукти, ми маємо певні ґрунтово-кліматичні переваги і, головне, воду. Один із основних критеріїв того, варто чи не варто займатися тваринництвом, є віддача з 1 га землі. Якщо ми можемо збільшити цю віддачу, займатися тваринництвом варто. Продукти тваринництва коштують дорожче, ніж продукти рослинництва. І якщо ми на нашій землі здатні виробити щось таке, що можна вивезти подальше і продати дорожче, чому цього не робити? А буде це м'ясо чи молоко — то вже інше питання.

Виробництво продуктів харчування загалом і молочних зокрема — вічна галузь. Вона буде доти, доки буде людство. Для того, щоб вона була успішною, потрібні люди, які прагнуть працювати, знаючі й умілі. Це мають бути люди, готові розраховувати на власні сили, а не на підтримку держави чи ще когось. Я б навіть порівняв їх із переселенцями, які можуть прийти на іншу територію й ушляхетнити її — організувати виробництво, випускати якісну продукцію, продавати її, жити і працювати самодостатньо. Основне завдання галузі — знаходити таких людей, передавати досвід і



### Найкраща порада в моєму житті

У моєму житті були різні етапи і періоди. Та щоразу зустрічались сильні люди, які по-філософськи допомагали й підтримували. У 1998-му я познайомився з людиною, яка, по суті, змінила моє життя. Це пан Розбедрій, громадянин США українського походження. Він залишив Україну давно, одразу після війни. Працював технічним директором IBM, був інвестиційним банкіром. Спілкуючись із ним, я відволікся від повсякденної метушні та задумався над тим, що таке наша компанія і якою вона буде через 10 років. Його порада — дивитися вдаль, у майбутнє, а не навкруг себе і під ноги, — змінила підходи до розуміння самої сутності компанії. Тоді ми задумались про неї як про самодостатній сегмент, який для багатьох має бути цікавим і, звичайно, зрозумілим. Після того ми провели першу реорганізацію і розділили бізнес на сегменти, почали проводити міжнародний аудит і справді вибудовувати компанію. Спілкування з паном Розбедрієм стало поштовхом до того, що сталося минулого року: Milkiland N. V. відбулась як публічна компанія.

готувати спадкоємців. Як тільки запрацює ланцюжок підготовки спадкоємців і вони пишатимуться тим, що виробляють молочні продукти, — аж тоді галузь відбудеться. Вона буде сталою і самодостатньою і, що найголовніше, вона розвиватиметься.

# ПОПЕЛЮШКА ХАРЧОВОГО БОМОНДУ

Тетяна Антоненко, *International Dairy Magazine*

Останнім часом корисність молока для здоров'я людини доволі часто ставиться під сумнів. Численні публікації в різноманітних ЗМІ, деякі програми на телебаченні поширюють тези, мовляв «молоко корисне тільки дітям», «людям старшого віку молоко пити шкідливо», «молоко шкідливе через непереносність лактози» (скільки таких людей — не кажуть), «від молока гладшають», «те, що ми зараз п'ємо, взагалі не молоко», «всі корови хворі», «все молоко — з порошку, все масло — з пальмової олії» і т.п. Тільки ліниві ще не долучилися до цього хору.

Безглуздо стверджувати, що масована атака ЗМІ — це єдина причина скорочення споживання молока. Причин багато, серед них і претензії до якості деяких молочних продуктів, і зростання цін. А результат такий: статистика свідчить, що споживання молочних продуктів в Україні щороку зменшується. Нині воно майже вдвічі менше за фізіологічно обґрунтовану норму. У той же час здоров'я як дітей і молоді, так і загалом українського населення, погіршується. Знову ж таки, не будемо наполягати, що причина лише у недоїданні молочного. Але навряд чи хто стане заперечувати роль здорового харчування, в якому не останнє місце посідають молоко і молочні продукти. Проблема в тому, що коли споживачеві настирливо нав'язують стереотип молока як продукту, від якого невідомо чого більше — користі чи шкоди, то постає запитання: чи будуть споживачі сприймати його як продукт здорового харчування?

Різні народи цінують різні продукти, і кулінарні вподобання у різних кутках земної кулі різні. Десь їдять смажену саранчу і запевняють, що дуже смачно, в інших краях делікатесом вважають добряче протухлу рибу. І хоча останніми роками глобалізація дуже суттєво впливає на національні кулінарні традиції, навряд чи українці відмовляться від оселедчика з цибулею і масово перейдуть на суші, або замість вишневого й малинового почнуть варити варення з авокадо і манго. У харчуванні нашого народу, як і всякого іншого, віками склалися певні традиції, і молочні продукти в українській кухні завжди займали почесне місце. Донедавна. Останніми роками спостерігаються очевидні зміни. І зміни ці тривожні. Молоко, як продукт, від якого, наприклад, гладшають, не може надихати. Як ви думаєте, якщо у групі українських підлітків з нормальною вагою 20% вважають себе «жирними», чи будуть вони пити необхідне у їх віці молоко, про яке популярні у їхньому середовищі сайти безвідповідально пишуть, що молоко і молочні продукти — це саме

те, від чого треба відмовитися, якщо хочеш у випускному класі школи носити речі дитячого розміру? І діти відмовляються. Радикально. З наслідками добре знайомі лікарі.

## Діти і молоко



На фото **Олег Геннадійович Шадрін**, доктор медичних наук, професор, керівник відділення проблем харчування та соматичних захворювань дітей раннього віку Інституту педіатрії, акушерства та гінекології АМНУ

**ЗДОРОВ'Я  
ДІТЕЙ  
ОСОБЛИВО  
ПОГІРШУЄТЬСЯ  
У ШКІЛЬНІ  
РОКИ**

**Олег Геннадійович Шадрін**, доктор медичних наук, професор, керівник відділення проблем харчування та соматичних захворювань дітей раннього віку Інституту педіатрії, акушерства та гінекології АМНУ, дуже занепокоєний тим, що на протязі останніх років спостерігається падіння споживання молока саме дітьми. Аналізуючи інформацію МАСМІ (Міжнародне агентство соціальних та маркетингових досліджень) про споживання молока міськими дітьми (в середньому 81-90 мл на добу), він порівнює ці цифри з добовими нормами, встановленими Міністерством охорони здоров'я України для питного молока: 450-500 мл для дітей віком від року до півтора та 400-450 мл для вікової групи півтора—три роки. Таке істотне недоотримання дітьми основного продукту їхнього харчування, який є запорукою правильного і здорового розвитку, не може не турбувати. Цікаво, що навіть у сільській місцевості споживання молока становить 76% від норми.

Яким чином це позначається на дитячому здоров'ї? Лікарі вважають, що останніми роками діти всіх вікових груп стають дедалі

хворобливішими. Збільшується загальна захворюваність та кількість дітей з хронічними патологіями. Про це свідчать звіти лікарень і поліклінік, які регулярно отримує Міністерство охорони здоров'я. Дослідження показують, що здоров'я дітей особливо помітно погіршується у шкільні роки. І це можна зрозуміти. Ті навантаження, яких зазнають діти в сучасній школі, стреси, неправильний режим харчування, підпорядкований режиму навчання та позашкільних занять, а особливо — його незбалансованість та сумнівна якість деяких продуктів, призводять до погіршення імунітету і ослаблення захисних сил організму. Крім того, впродовж останніх 10 років в Україні спостерігається поширення у дітей алергічних захворювань, перебіг яких часто супроводжується ускладненнями.

Ні в кого не викликає сумніву те, що саме для дітей молоко є продуктом номер один, продуктом повноцінним і адекватним з точки зору біології. У процентному відношенні до загальної калорійності дитячого раціону питома вага молока в ньому становить 45% для дітей 6-7 років, 40% для 8-9-річних, 34% — для тих, кому 10-12 років. Молоко — це передусім природне джерело енергії, кальцію, інших життєво необхідних елементів, мінералів і вітамінів. Споживання молочних продуктів — запорука нормальної роботи травної системи та кишечника. Медики стверджують, що саме здорова травна система забезпечує 70% сили імунітету. Кисломолочні продукти, таким чином, мають особливо важливе значення для збереження здоров'я в цілому та запобігають виникненню аліментарно-залежних захворювань.

Одним із наслідків недостатнього споживання молока і молочних продуктів може бути, приміром, гіпокальцемія. За даними дослідження ДУ «ІПАГ АМН України» (Державна установа «Інститут педіатрії, акушерства та гінекології»), що проводилось у 2008 році, гіпокальцемія спостерігалася у 60,2-80,6% обстежених дітей та підлітків. А підтримка гомеостазу кальцію в дитячому організмі важлива не тільки для забезпечення росту, а й для побудови кісткової тканини. Дані російських дослідників також свідчать, що серед практично здорових дітей від 5 до 16 років зниження кісткової мінералізації різного ступеня має місце у 10-30% обстежених, причому частіше у підлітків. Зменшення кісткової маси відзначається у кожній третій дитини при зниженій м'язовій масі та прискореному темпі росту. Ці дані підтверджуються дослідженнями, за якими максимальна кількість переломів припадає на вікові категорії 5-7 та 13-14 років, тобто періоди збільшення довжини тіла на фоні недостатнього накопичення вікової кісткової маси.

Відомо, що кальцій в організмі не утворюється, ми залежимо від його надходження з

продуктами харчування. Організм використовує кальцій для формування скелету і м'язової тканини, він потрібен для нормального розвитку і функціонування залоз внутрішньої секреції, продукування гормонів, побудови нервових клітин, в тому числі головного мозку. Оскільки 86% кісткової маси формується у дитячому й підлітковому віці, зрозуміло, що споживання молока є необхідним у першу чергу для дітей. Добова потреба кальцію у дітей віком 7-10 років становить 1200 мг, 11-13 років — 1500 мг, а 14-17 років — 1400 мг. Для дорослих цей показник 800-1100 мг.

Якими можуть бути наслідки гіпокальцемії? Це патології кістково-м'язової системи (остеопороз, остеопенія, карієс зубів), серцево-судинної та травної систем, це проблеми нігтів і волосся, затримка росту, зниження працездатності й пам'яті, швидка втомлюваність, у тяжких випадках — судоми та підвищена кровоточивість, а також зміни психіки (роздратованість, гіперзбудливість).

Не можна оминати й роль жирів. Саме вони на 50% забезпечують енергетичні потреби дитини. В організмі жири виконують як енергетичну, так і пластичну функції, вони є обов'язковою частиною таких клітинних структур, як цитоплазма, ядро і мембрана, основною складовою статевих гормонів. Жири слугують розчинниками вітамінів А і D й забезпечують їх оптимальне засвоєння. Недостатність молочних жирів у дитячому харчуванні впливає на імунобіологічні властивості організму й інтенсивність пластичного обміну. Забезпечення дитячого організму вітамінами А і D задовольняється, головним чином, за рахунок вершкового масла, молока, вершків та інших молочних продуктів. І це тільки деякі дані, що демонструють важливість молока і молочних продуктів для здоров'я дітей та підлітків.

Олег Геннадійович Шадрін говорить: «Молоко в харчуванні дітей — це та їжа, яка містить усі необхідні інгредієнти в оптимальному співвідношенні, воно найповніше задовольняє потреби інтенсивного росту дитини. Проблема дефіциту молока в харчуванні наших дітей викликає у лікарів велику тривогу. Дефекти харчування в шкільному віці негативно впливають на дитячий організм. Знижується здатність до навчання, погіршується пам'ять, підвищується втомлюваність. І хоча, з наукової точки зору, важко виокремити вплив саме «молочного» фактора серед інших харчових продуктів, багаторічні спостереження та наукові дослідження доводять беззаперечну цінність молока і молокопродуктів. Доведено, наприклад, що споживати кисломолочні продукти потрібно для зміцнення імунітету, оскільки вони добре впливають на роботу кишечника і нормалізацію його мікрофлори. Проблеми зі здоров'ям школярів потрібно негайно вирішувати, зокре-

**ЗДОРОВА  
ТРАВНА  
СИСТЕМА  
ЗАБЕЗПЕЧУЄ  
70%  
СИЛИ  
ІМУНІТЕТУ**

ма через повернення до обов'язкової практики наших шкіл: щоденного забезпечення школярів безкоштовним молоком.

Можу сказати, що певні кроки в цьому напрямку вже зроблено. Торік у Харкові почала діяти програма «Школа здоров'я», за якою 10300 першокласників харківських шкіл отримують безкоштовне молоко. Зараз, я чув, що ідею підтримали у Дніпропетровську. Думаю, що й іншим містам, особливо індустріальним, варто було б приєднатися до цієї ініціативи. До речі, якщо порівнювати стан здоров'я міських та сільських дітей, я не сказав би, що сільські діти здоровіші, хоч вони, так би мовити, ближче до здорових харчів. Тут, мабуть, відіграє свою негативну роль одноманітність та незбалансованість їхнього раціону. Крім того, на мою думку, економічна ситуація на селі гірша, ніж у місті. І це теж впливає на повноцінність харчування сільських дітей».

На жаль, ніхто в Україні не намагається вирішити проблему повноцінного харчування школярів комплексно і системно на національному рівні. У засобах масової інформації наводився коментар головного спеціаліста з гігієни харчування МОЗ України Валентини Кульчицької, яка підтвердила, що захворюваність дітей стабільно зростає. Не виконуються норми забезпечення школярів продуктами, що містять білки. Наприклад, забезпеченість молоком і молочними продуктами становить усього 40-70%. Відомі випадки, коли адміністрація шкіл просто не замовляє молоко, пояснюючи це тим, що «з ним так багато мороки». При цьому ніхто не зважає на те, що 200 мл молока містять до 16% жиру та білку і до 40% добової норми кальцію, а також вітаміни, такі необхідні нашим дітям.

На цьому тлі особливої уваги заслуговують ініціативи компанії «Бель-Шостка Україна», яка здійснила проект «Молочними шляхами України» (про це журнал «Молоко і ферма» розповідав у вересні 2010 року). Метою проекту було показати дітям шлях, який проходить молоко від ферми до їхнього столу, дати зрозуміти, який він складний, виховати повагу до продукту та до тих людей, які працюють у молочній галузі.

### Практика позитивних зрушень

**Наталія Фесюн, PR-директор компанії «Бель-Шостка Україна»,** розповідає як народилася ідея популяризації молока серед дітей. Головною метою було відновити позитивний імідж молока та молокопродуктів, який останнім часом явно страждає. Головною причиною є проблема фальсифікату, яка особливо загострилася під час кризи, коли деякі переробники з міркувань економії почали нехтувати якістю.



На фото **Наталія Фесюн**, PR-директор компанії «Бель-Шостка Україна»

**НІХТО  
В  
УКРАЇНІ  
НЕ  
НАМАГАЄТЬСЯ  
ВИРІШИТИ  
ПРОБЛЕМУ  
ПОВНОЦІННОГО  
ХАРЧУВАННЯ  
ШКОЛЯРІВ**

«Потік фальсифікату, який заповнив ринок останнім часом, боляче б'є по іміджу вітчизняних виробників молочних продуктів. Причому всіх, у тому числі й тих, які за будь-яких умов не дозволяють собі порушень технології і чітко дотримуються вимог якості. Наша компанія високо цінує довіру споживачів, яку вона здобувала роками, і тому ми велику увагу приділяємо соціальним ініціативам, які, за великим рахунком, працюють не тільки на імідж нашої компанії, й на імідж галузі в цілому. Коли в рамках проекту під час екскурсій на молочні ферми діти бачать, як утримуються телята, корови, як відбувається автоматичне доїння, скільки уваги потребує кожна тварина, у цих дітей виникає повага до молока. Я вважаю цю ініціативу важливою з багатьох причин. В тому числі й тому, що дітям розповідають про користь молока, і вони потім сприймають його зовсім інакше.

Крім проекту «Молочними шляхами України» можу навести приклад ще одного цікавого заходу: уроків здорового харчування.

Я маю на увазі проект «Здоров'я дитини — здорове харчування», що його ініціювала й успішно впровадила наша компанія разом із партнерами — ЗАТ «Віллард груп» та благодійною організацією «Центр споживчих ініціатив». У рамках проекту ми розробили навчальний курс про здорове харчування для початкових класів. Зокрема навчально-методичний посібник для вчителів, затверджений Міністерством освіти і науки, Національною академією педагогічних наук та Інститутом інформаційних технологій і засобів навчання (ISBN: 978-966-1656-06-1), а для дітей — чудо-



во оформлений робочий зошит «Подорож країною здоров'я».

Пілотний проект з упровадження цього курсу ми успішно провели в Шостці, місті, до якого в компанії «Бель-Шостка Україна» особливе ставлення. Проект стартував у листопаді 2010 року. Було розроблено методичні матеріали для вчителів і методистів. Велику підтримку компанія отримала від місцевого відділу освіти. Відібрали кілька шкіл і класів, які й стали випробувачами курсу. Вчителі поставилися до цієї справи з ентузіазмом. У всякому разі, за півроку ми відпрацювали весь курс і на закінчення проекту 19 квітня провели у Шостці велике свято — завершення подорожі у країну здоров'я. Ми нагородили вчителів та учнів, які брали участь у проекті. 24 викладачі та 60 школярів отримали грамоти й подарунки як найактивніші учасники. Захід викликав велику зацікавленість: діти самі пропонували номери художньої самодіяльності для концерту, самостійно зробили виставку малюнків, присвячених темі здорового харчування, на урочистості зібралося стільки людей, що зал не міг умістити всіх бажаючих. Відгуки, які ми отримали, дають можливість стверджувати, що ми на правильному шляху.

Нині ми готуємо презентацію результатів проекту, плануємо провести прес-конференцію і сподіваємося, що наш локальний досвід можна буде тиражувати по всій країні.

### Дорослі і молоко

Коли мова заходить про споживання молока дорослими, виникають додаткові питання (до речі, з точки зору купівлі та вживання молока до «дорослих» можна віднести і підлітків. Адже саме в цьому віці діти вже мають змогу самостійно робити покупки та вирішувати, що саме їм купувати і пити).

Дуже поширена думка про те, що дорослим пити молоко некорисно, а інколи навіть шкід-

ливо. Можете розпитати своє оточення, і ви не знайдете людини, яка б не чула десь щось про те, що молоко для дорослих у кращому разі «не дуже корисне», у гіршому — «шкідливе». Взагалі, спостерігаючи за поширенням інформації у сучасному світі, можна помітити, що шлях, який проходить повідомлення від оригінального джерела до людини, яка його сприймає, з одного боку дуже простий, зважаючи на доступність Інтернету. З іншого боку — він дуже складний та заплутаний у тому сенсі, що по мірі розповсюдження інформація багаторазово інтерпретується, причому по-різному. Відстежити, звідки вона взялася, чи була висловлена фахівцем, а якщо фахівцем, то з якого приводу та за яких обставин, практично неможливо.

Думки лікарів про те, яке місце має посідати молоко у харчуванні дорослих, різняться. Олег Геннадійович Шадрін коментує це так: «Справа в тому, що хвороби шлунково-кишкового тракту в більшості випадків порушують слизову оболонку кишечника та пригнічують ферментативну систему, яка бере участь у перетравлюванні лактози. Випадків уродженої непереносності лактози не так багато, як б навіть сказав — дуже мало. Наскільки мені відомо, широкого дослідження з визначення частки населення з уродженою непереносністю лактози в Україні не проводилося, але, орієнтуючись на доступні дані, можна говорити, що це доволі рідкі випадки. Зміни у переносності молока досить часто зумовлені змінами всмоктувальної спроможності кишечника, які, у свою чергу, можуть бути наслідком різних захворювань. Оскільки кількість таких захворювань більша серед людей старшої вікової категорії, то й випадків непереносності там реєструється більше. Але ми не можемо на цій підставі стверджувати, що взагалі всі дорослі страждають на непереносність лактози. Відносити це до всього дорослого населення або до здорових людей неправильно. Саме по собі молоко тут ні при чому. Якщо вилікувати основну хворобу, людина може позбутися і похідної — непереносності.

Може сказати, що навіть у дітей раннього віку може спостерігатися тимчасова лактазна недостатність. Але потім вона минає і діти можуть спокійно споживати молоко. В таких особливих випадках треба уважніше стежити за харчуванням дитини. Але не можна зовсім вилучати з раціону всі молочні продукти, позбавляючи дитячий організм речовин, необхідних для росту й розвитку.

Думаю, що мої колеги, гастроентерологи, які мають справу з дорослими пацієнтами, можуть розкрити проблему детальніше, тому що вони регулярно спостерігають хворих людей зі специфічною реакцією на молоко. Але я впев-

**ПОТІК  
ФАЛЬСИФКАТУ  
БОЛЯЧЕ  
Б'Є  
ПО ІМІДЖУ  
ВІТЧИЗНЯНИХ  
ВИРОБНИКІВ  
МОЛОЧНИХ  
ПРОДУКТІВ**

нений, що всі вони віддають належне молоку як надзвичайно корисному продуктові. Не думаю, що хтось із моїх колег став би узагальнювати і переносити проблеми непереносності лактози окремих хворих на все доросле населення. Для повноцінного та збалансованого харчування дорослих молоко є необхідним компонентом раціону, хоча, звичайно, не таким важливим, якщо порівнювати з раціоном дітей».

### Хто почне?

Ми продовжимо спілкування з лікарями у наступних випусках, а поки що спробуємо розібратися, звідки отримує споживач інформацію про молоко і молочні продукти. Чому вже ніхто не звертає увагу на молодика із бляшанкою пива в руці, а коли бачиш студентку з коробочкою кефіру в парку політехнічного університету, то це зразу впадає у вічі? Чому молоко стало для нас продуктом, явно орієнтованим на мам, дітей або сімейне споживання? Ви часто бачите чоловіче обличчя на упаковках молочних продуктів? Чому молоді матері, маючи обмежений бюджет, купують своїм дітям дешеві газовані напої або соки підозрілого складу тим самим скорочуючи сімейні можливості купити молочні продукти? Питань безліч.

Звернімося до фахівців із маркетингу. **Ольга Побєдаш**, експерт із розробки марке-



На фото **Ольга Побєдаш**, експерт із розробки маркетингових стратегій та дослідження ринків споживчих товарів

**РИНОК  
МОЛОЧНИХ  
ПРОДУКТІВ  
МАЄ  
ПОТУЖНИЙ  
ПОТЕНЦІАЛ  
ЗРОСТАННЯ**

тингових стратегій та дослідження ринків споживчих товарів, багато років працювала і як дослідник, і як маркетолог. Наразі її думка — це підкріплений досвідом фахівця погляд споживача, причому такого, який цікавиться молочним ринком, уболіває за виробників молочних продуктів і щиро зацікавлений у тому, щоб молоко відновило свою почесну позицію особливого продукту харчування.

Ольга оцінює поточну ситуацію з маркетингом молочних продуктів так: «Говорячи про ринок молочних продуктів, я б сказала, що він має потужний потенціал зростання. Як це можливо за умови щорічного спаду середньодушового споживання молочних продуктів, спитаєте ви? Потрібно змінити дві речі: по-перше, стереотип сприйняття молока як некорисного для дорослих продукту, а по-друге, переглянути підходи до маркетингу молочної продукції».

Давайте розберемося з першим. Я ніколи не бачила на упаковці молока ніяких обмежень стосовно споживання на зразок «Надмірне вживання молока призводить до ожиріння» або «Міністерство охорони здоров'я попереджає: якщо вам за 18, не зловживайте молоком!». Зазвичай на пакетах молока написано про позитивний вплив молока на здоров'я. Чи логічно буде зробити висновок, що молоко корисне? На мій погляд, так. Принаймні, так вважає виробник. Звідки ж узався цей сумнів у нас, споживачів, мовляв «молоко некорисне для дорослих»? Я спеціально поцікавилась у кількох десятків своїх знайомих, чи п'ють вони молоко, і майже всі вони, ніби змовившись, одразу казали: «Молоко некорисне для дорослих». Згадати, звідки про це дізнався, ніхто не міг. Ризикну зробити припущення, що саме через таке сприйняття молока дорослими закладаються стереотипи його споживання дітьми і підлітками.

Розумію, що молоко — продукт вередливий і непростий. Потребує спеціальних умов транспортування, зберігання і таке інше. Але хіба здоров'я не варте зусиль? Адже навіть якщо підійти до цього питання з економічної точки зору, то й тоді зрозуміло, що лікування захворювань, які провокуються недостатнім уживанням молока, коштує набагато дорожче, ніж звичайна щоденна склянка молока.

Тепер про друге, про маркетинг. Коли я дивлюся на молочні полиці в супермаркеті, у мене завжди виникає питання: до кого звертаються виробники продуктів? Те, що я бачу, адресоване мамам і дітям. Власне, судячи з набору концепцій та використаних підходів, це явно «продукт для сімейного вживання», «дитячий продукт». Приблизно те саме можу сказати і про телевізійну рекламу. В Інтернеті, чесно скажу, не бачила ніяких кампаній. Можливо, їх там ще немає?

Сегментація споживача на цьому ринку дуже розмита. Основна маса молокопродуктів адресована «всім мамам», дитячий сегмент, правда, дещо деталізований за віком. А от підлітки, наприклад, абсолютно випадають із кола впливу. Немає також продуктів, які б приваблювали те дуже велике коло міських споживачів, молодих людей, які працюють в офісах і часто не мають можливості нормально поїсти. Якби вони навіть і усвідомили, що для їхнього режиму та типу роботи молоко — це справжній порятунок, і захотіли купити зручну та стильну пляшечку з молоком для полуднування на роботі або «на бігу», то вони її не знайдуть. Молоко — це чудовий продукт, де є безмежне поле для свіжих ідей та захоплюючих кампаній з його «розкручування». На моє переконання, пити молоко має стати модно, і шлях до різних категорій споживачів має бути різним. Я впевнена, що не можна адресувати одне й те саме рекламне повідомлення підліткові й діловій заклопотаній жінці, чоловікові, що стежить за своєю фізичною формою і ходить у спортзал, та, наприклад, водіям авто, які під'їжджають до віконця «Мак-Дональдса».



А чому б не пропонувати тим самим водіям разом із бігмаками молоко в зручній упаковці?

Аналізуючи маркетингові ходи різних компаній (не тільки молочних), я бачу, що кампанії виробників інших напоїв — наприклад, алкогольних, енергетичних, газованих, а також пива — дуже агресивні. У них чітко визначені групи впливу, і тому дія прицільна, здебільшого «індивідуально спрямована». А от реклама молока «узагальнена». Мені здається, варто спробувати використати більш сегментований підхід. Чому б не розширити свій ринок?

От, наприклад, лікарі говорять про проблеми дітей шкільного віку, особливо підлітків та студентів. З дівчаток, які зараз уживають мінімум молочних продуктів, виростають матері, які переносять безмолочну модель харчування у власну сім'ю. Вже у віці 11 років діти починають робити самостійні покупки. Чим можна привернути їхню увагу? Чому молодь, чоловіки, а також старші люди випадають з поля зору маркетологів?

Можна підійти до питання і з іншого боку. Скажімо, за добу людина може спожити певну кількість рідини. Це може бути вода, молоко, кефір, а може бути й пиво, горілка, газовані чи енергетичні напої, чай, кава, соки. Що це буде за рідини, великою мірою залежить і від виробників молокопродуктів.

Я знаю, що деякі виробники вже борються за встановлення здорових моделей харчування серед дітей та молоді, проводячи відповідні кампанії. Немає сумніву, що це дуже добра справа, але, на мою думку, такі «точкові удари» не можуть принципово змінити загальний стан речей. І підтвердження цьому — сумні цифри споживання молока дітьми, які наводить професор Шадрін. Мені здається, що у благородній справі популяризації молока треба використовувати комплексний підхід. «Криголамом» могла б стати якась із великих молокопереробних компаній, присутніх на нашому ринку. Поставивши метою змінити ставлення до молока, так би мовити, в національному масштабі, «достукатися» до тих споживачів, які зараз поза увагою, ця компанія зробила б добру справу, долучивши сотні тисяч людей до споживання корисного продукту, і попутно збільшила б свою частку ринку. Думаю, подібним шляхом пішли б за нею і інші компанії».

Ось такі думки висловили цього разу фахівці різних напрямків. Це свідчить про те, що проблема існує, проблему визначено і деякі заходи вживаються. У наступному номері ми продовжимо зустрічі з тими, кому небайдужий імідж молока, хорошого молока, яке могло б стати справжньою гордістю та особливою прикметою країни. Для того, щоб так сталося, потрібно дуже багато зусиль, але справа того варта.

# ЗРУЙНУВАТИ СТЕРЕОТИПИ



О.М. Остапенко, директор СТОВ «Промінь»

Історія їхнього становлення та розвитку є дуже типовою для більшості успішних молочних ферм України. Власники починали розвивати молочну справу із кількох десятків корів, доволі часто вихудлих і голодних. Не сподівалися на підтримку держави та пільгове кредитування, а покладалися лише на власні сили, підприємливість та винахідливість. Розвивалися за кошти, отримані від продажу молока, і передоплати від переробних підприємств за майбутню сировину. Завдяки наполегливості й старанням зуміли зібрати команду однодумців, налагодити успішне виробництво, здолавши восьмитисячну межу річних надойв на корову, і готові ділитися своїм досвідом з усіма, хто прагне більшого.

Знайомтесь — СТОВ «Промінь», с. Воеводське, Арбузинський район, Миколаївська область. Займатися виробництвом молока нові власники господарства почали у 2004 р. На фермі було 50 корів, від них отримували 200 л молока на день. За словами директора, Олександра Миколайовича Остапенка, особливого бажання тримати корів не було і планували їх позбутися. Але тут на захист рогатих стала Анастасія Романівна, зоотехнік господарства, плакала й благала: «Давайте спочатку нагодуємо корів, а тоді й подивимося, що робити». Нагодували. Надої із 2 л на корову зросли до 12, замість 200 л, які отримували раніше, почали доїти 600. Позитивні зрушення у господарстві примітили і оцінили на молокопереробному заводі, й запропонували співпрацю: переробник виділяє кошти — передплата за майбутню сировину — і знайомить виробника із сучасними технологіями та підходами до справи, останній — нарощує обсяги виробництва і здає сировину на переробку.

## ДОСЬЄ-ПІДПРИЄМСТВО

### СТОВ «Промінь»

с. Воеводське, Арбузинський р-н, Миколаївська обл.

|                                           |                                            |         |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------|---------|
|                                           | 2010 р.                                    | 2011 р. |
| Розмір стада, голів                       | 1535                                       | 2263    |
| Дійне стадо, голів                        | 678                                        | 1055    |
| Порода                                    | Українська чорно-ряба, чорно-рябий голштин |         |
| <b>Молоко та доїння</b>                   |                                            |         |
| Річний надій на 1 фуражну корову, кг      | 7898                                       | 9000    |
| Відсоток жиру                             | 3,89                                       |         |
| Відсоток білка                            | 3,25                                       |         |
| Кількість соматичних клітин, тис/см³      | <180                                       |         |
| Кількість доїнь на день                   | 3                                          |         |
| Доїльна зала                              | «Карусель» на 40 місць, Milkline           |         |
| Кількість обертів зали на годину          | 4,2–4,8                                    |         |
| <b>Репродукція</b>                        |                                            |         |
| Відсоток тільних корів у стаді            | 54                                         | 58,8    |
| Кількість спермодоз на 1 запліднення      | 2,3                                        | 1,88    |
| <b>Вирощування молодняка</b>              |                                            |         |
| Випоювання телят, вид рідкого корму       | Незбиране молоко                           |         |
| Вік при відлученні, дні                   | 52                                         |         |
| Збереженість, %                           | 98                                         |         |
| Вік телиць при першому осіменінні, місяці | 14-15                                      |         |
| Вік первісток, місяці                     | 23                                         | 22      |

За рахунок тієї передоплати і, звичайно, власних коштів у господарстві реконструювали приміщення, придбали доїльну залу «ялинка», закупили тварин, перейшли на безприв'язне утримання ... і вже через півтора року постачали на переробку 6 т молока.

Так тривало доти, поки господарство не стало таким потужним, що змогло самостійно розвиватися, будувати нові корівники, закуповувати високопродуктивних нетелей. Нині на фермі утримують 1055 корів, середньодобовий надій становить 27,2–28,5 л молока на дійну корову, середній річний показник — 9300 л на дійну і майже 8700 л на фуражну корову. Щодня постачають 27 т високоякісного молока на переробку.

## Усе робили власними силами

Перший корівник, побудований з нуля, почав працювати з 2007-го. Усі будівельні, монтажні та зварювальні роботи виконані власними силами. Корівник побудовано за проектом, скопійованим в одному з господарств Укра-

їни. У ньому використовуються вентиляційні шахти, а не «коньок». Будівля, на думку Олександра Миколайовича, має певні недоліки, через це влітку буває жарко. Цього-річ запланували внести зміни до конструкції, аби краще циркулювало повітря і корови почувались комфортніше.

Коли постало питання про будівництво ще одного корівника, то зрозуміли, що самим не впоратися. Новий комплекс споруджували у тісній співпраці з одним із кращих українських консультантів з молочного скотарства. До речі, разом із сучасними технологіями він передав і філософію організації й управління молочним виробництвом. Новий корівник запустили в експлуатацію минулого року.

Він побудований подібно до сучасних американських комплексів. Як і у випадку з першим корпусом, другий спорудили власноруч, самі змонтували усі металеві конструкції, окрім шийних фіксаторів типу «хедлок». Завдяки відкритим боковим стінам та вентиляційному прозору повітроводу («коньку») у будівлі завжди чисте й свіже повітря. Родзинка в тому, що він розміщується над гноєвими алеями, а не над кормовим столом. До того ж, під час монтажу даху використали ізоляційні повітряні подушки, завдяки чому повітря не нагріватиметься до критичної для корів температури влітку. Для більшого комфорту корів встановили вентилятори, на черзі — монтаж системи зрошення. Контроль мікроклімату здійснюватиметься автоматично.

### Усе найкраще – коровам

Пам'ятаєте колись добре відомий лозунг: «Усе найкраще — дітям!» Працівники «Променя» керуються подібним принципом, коли справа стосується тварин та особливо годівлі. «Ми не можемо собі дозволити бавитися із кормом, усе має бути так, як має бути», — наголошує Олександр Миколайович.

Майже усі інгредієнти раціону власного виробництва.

Для заготівлі грубих кормів мають повний набір техніки і обладнання. «Минулого року заклали злаковий сінаж (тритикале і вика), вміст білка 16%, дещо низький», — коментує О.Остапенко. Люцерновий сінаж містить 19-20% білка.

Вдалося заготовити якісний кукурудзяний силос. Під час збирання уся маса проходить через корнкрекер. Корнкрекер — це святе під час заготівлі силосу, якою б не







## ПРОГРАММЫ КОРМЛЕНИЯ ДЛЯ КРС

от крупнейшего производителя комбикормов из Германии

ООО «Агравиа АГ» (Украина)  
03022 г. Киев, ул. Ломоносова, 83а  
Тел./факс: +38 044 250 9335, +38 044 250 9336  
Моб.: +38 067 405 7080  
E-mail: info.ukraine@agravis.ru



ЗАМЕНИТЕЛИ МОЛОКА • ЛИЗУНЦЫ • БВМД  
БИОКОНСЕРВАНТЫ • ДЕЗИНФЕКТАНТЫ

ДОВЕРИЕ, ЗАСЛУЖЕННОЕ ДЕЛОМ! [www.agravis.ru](http://www.agravis.ru)

була його вартість. Фаза збирання — перехід від молочно-воскової до воскової стиглості.

Під час заготівлі силосу й сінажу використовують консерванти.

Процес закладання грубих кормів постійно і ретельно контролюють. Вологість сінажної маси має бути в межах 55-60% — її визначають за допомогою ваг та мікрохвильової печі. Зробити аби швидше — не те правило, яким слід керуватися під час заготівлі силосу і сінажу, саме ці корми — основа надоїв.

Силосні ями вистилають плівками, масу добре ущільнюють, щоб не пліснявіла.

Минулого року сінажну та силосну масу ущільнювали навантажувачем «Кавасаки» вагою 16 т.

Примітним є те, що верхній шар сінажу й силосу не згодовують не те що коровам, а навіть бичкам — щоб не ризикувати здоров'ям тварин.

### Зруйнувати стереотипи

Існує стереотип, що, мовляв, наші українські корови більше 6 т молока не дають. Та коли в господарстві застосували й стали застосовувати американську технологію вирощування молодняку, годівлі й утримання тварин, то зуміли досягти восьмитисячних надоїв від українських чорно-рябих, червоно-рябих та інших порід. Коли наросували поголів'я, корів та нетелей купували в сільськогосподарських підприємствах і навіть у власників присадибних господарств по всій Україні — такий собі зоопарк зібрали, жартома розповідають господарі. Належність до



А.Р. Івченко, зоотехнік-селекціонер СТОВ «Промінь»

тієї чи іншої породи чи й усяка відсутність належності не стали на заваді отримати від корови високий надій. Це свідчення того, що немає корови, яка не дасть більш як 7-8 т молока, потрібно лише докласти зусиль. У «Промені» навіть чистопородні симентали дають 7,5 тис. л на рік.

#### Корова Свобода

Порода — українська чорно-ряба.

Одна із 12 корів, яких першими закупили в 2005 р.

Дата народження — 14.02.2004. Придбали тільною.

Отелилася 05.10.2004 (бичок). Продуктивність:

1-ша лактація — 7600 кг

2-га лактація — 7300 кг

3-тя лактація — 9635 кг

4-та лактація — 9929 кг

5-та лактація — 11 094 кг

6-та лактація (417 днів) — 13 281 кг

На 417-й день лактації дає 37 кг молока із вмістом жиру 3,91%, білка — 3,12%.

І все ж різниця в продуктивності корів є. У квітні 2010 р. в Німеччині закупили першу партію нетелей голштино-фризької породи, у вересні прибула друга. Нині їх у господарстві 400 голів. Умови утримання корів-німкенів і наших рідних українських однакові, а продуктивність дещо відрізняється. Уже в першу лактацію завезені з-за кордону тварини дають в середньому 37 л молока, а деякі навіть 55–57 л на день.

#### Хто володіє інформацією, той володіє світом

Про кожну тварину, яка утримується на фермі, збирають і фіксують достовірну інформацію: дата народження, рух із групи в групу, прирости, показники продуктивності, дата розтелення тощо. Для цього використовують автоматизовані програми обліку, за допомогою яких у будь-яку хвилину швидко й без метушні можна отримати усі необхідні дані. Інформацію не лише ретельно збирають та вносять до бази даних, нею користуються для того, щоб, наприклад, порівняти ефективність використання тієї чи іншої технології. Анастасія Романівна Івченко, зо-



отехнік-селекціонер, зробивши кілька кліків мишкою, видає нам інформацію: «Ми почали згодовувати телятам молозиво через зонд півтора року назад. Після застосування примусового згодовування добо́ві прирости телят становлять 756 і 739 г, до того вони були 523 і 560 г. Отже, застосовуючи зонд, ми отримуємо кращі результати». Ретельний облік Анастасія Романівна веде і до того, як на фермі почали використовувати автоматизовані програми. У її безцінних записниках історія становлення й розвитку ферми.

#### Управління

Напевне найбільше досягнення, а відповідно й запорука успіху господарства у тому, що їм вдалося організувати і втілити у життя ефективну систему управління виробництвом, створити працівникам достойні умови праці та через правильні мотиваційні чинники стимулювати сумлінність і якість виконання технологічних операцій. Чітко розподілено ролі, сформульовано завдання, визначено індикатори оцінки виконаної роботи, від яких залежить платня.

Коли ми проходили виробничим майданчиком, то біля кожної технологічної групи бачили екран, де вказано бажані й реальні показники. Інформація поновлюється з певною періодичністю. Наприклад, біля загону з телицями висить табличка, де зазначено бажаний приріст для даної вікової групи і фактичний показник. Це дає змогу одразу оцінити, що відбувається на фермі, наскільки показники відповідають меті, усе гаразд чи є збої.

У господарстві організували щоденний внутрішній аудит. Спеціалісти, відповідальні за виробничі блоки, контролюють якість виконання технологічних операцій, виставляють бали за виконану роботу і одразу вказують платню. І це також відображено на екранах.

Контролюють абсолютно усі аспекти виробництва, наприклад, подрібнення компонентів раціону, споживання сухої речовини, надої, залишки корму на кормовому столі.

Цього разу ми торкнулися лише основних принципів та правил, якими керуються працівники молочної ферми СТОВ «Промінь». У наступному номері ми продовжимо висвітлювати досвід господарства.

# ВИБІР – БЕЗ СТЕРЕОТИПІВ. ТЕХНІКА – БЕЗ КОМПРОМІСІВ

## JUMBO combiline

- Оптимальна структура сінажу
- Зниження витрат на паливе
- Зменшення потреб у персоналі
- Новий механізм індивідуального захисту ножів
- Навантажує 20 т маси
- Необхідна потужність до 320 к.с.



## NOVACAT 3507 T CRW

- Причіпна косарка - відмінна якість скошування без заторів
- Чистота зрізу
- Легкість руху скорочує потребу пального та енергії
- Зміна ширини валка

## HIT 312 NZ

- Накроща якість розподілення маси
- Шарніри не потребуючі змащення
- Збільшений строк служби граблин завдяки особливостям кріплення
- Висока надійність та невелика маса конструкції

## TOP 1252 C

- збільшення продуктивності комбайнів і причепів
- від 50 га в день
- сіно, сінаж, солома
- чистий корм



# Іноземні менеджери в українських компаніях: плюси та мінуси співпраці

**Ірина Панібратець**, директор з розвитку рекрутингової компанії «AgriPersonnel»

**Дар'я Ветренко**, спеціаліст з пошуку та підбору персоналу рекрутингової компанії «AgriPersonnel»

Експати — доволі новий термін в українській мові, ще не внесений до словника. Попри це, в Україні його використовують у різних контекстах досить часто. Тому, насамперед, варто визначитися з термінологією, що використовується.

Експат (лат. *ex* — поза, *patria* — батьківщина) — працівник, який отримав призначення на роботу поза межами своєї країни. У даному разі принциповим буде зазначити, що експат з самого початку розглядає свій переїзд як тимчасовий. Попри визначення, під яке підпадають усі іноземні громадяни, які приїхали на роботу, експатами в Україні прийнято називати лише топ-менеджерів і провідних фахівців, що працюють за контрактом.

Моду на експатів — іноземних управлінців і фахівців середньої ланки — було започатковано в середині 1990-х через нестачу досвіду роботи в ринкових умовах у місцевого менеджменту. На відміну від інших секторів економіки, в АПК ця тенденція проявилась пізніше — менш ніж десять років тому. Тоді разом з попитом на нову техніку і технології зросла потреба в людях, які вміють з ними працювати і здатні передати свій досвід іншим.

Однак якщо на перших етапах залучення іноземних фахівців керівники компаній ставилися до експатів як до панацеї, то зараз прийшло усвідомлення, що іноземний менеджер — це, перш за все, співробітник, у разі правильного використання досвіду якого можна отримати хороший результат.

Під час підготовки цієї статті ми поспілкувалися з керівниками близько десяти компаній, які мали безпосе-

редній досвід залучення експатів. Спробуємо детальніше розібратись, хто й навіщо запрошує цих фахівців в український агробізнес, а також визначити плюси та мінуси такого залучення.

Якщо говорити про кваліфіковані кадри, то експатів здебільшого залучають там, де потрібні унікальні знання в специфічних сферах сільського господарства, які ще не досить розвинені в Україні, або в разі необхідності проведення виробничої експертизи з метою вдосконалення використовуваних технологій. Це продиктовано, найперше, тим, що запрошені фахівці мають більше досвіду в налагодженні бізнес-процесів, а також впровадженні нових стандартів контролю якості. У випадку, коли вимоги до позиції включають міжнародний досвід, компанія, найпевніше, буде більш охоче розглядати залучення експатів. Роботодавці розуміють, що іноземні менеджери привозять із собою специфічну експертизу як в області загального управління, так і в більш вузьких областях: технологіях або новітніх розробках у різних індустріях.

Існує думка, що експати, порівняно з українськими фахівцями аналогічної кваліфікації, є більш дисциплінованими, мають великий досвід роботи в ринкових умовах, досвідченіші щодо технологій. Коли компанія переоснащується і переходить на сучасні технології — без іноземних фахівців обійтися буде важко.

Перед ухваленням рішення про залучення співробітника-експата роботодавцеві слід врахувати усі вигоди і ризики такого найму. Однак є ситуації, які потребують





залучення іноземних фахівців. Це пов'язано, наприклад, із застосуванням новітніх технологій.

Наразі основною цінністю експатів є можливість їхнього використання в ролі носіїв корпоративної культури саме тому, що вони є представниками інших країн. Експати мають велику свободу висловлювань, прямо і відкрито заявляють про своє ставлення щодо різних ситуацій, що зміцнює в компанії культуру відкритості й довіри. Експати «приносять» нові знання, варіанти вирішення проблем з урахуванням міжнародного експертного досвіду. Налагоджені зв'язки з колегами в інших країнах допомагають швидше знаходити правильне рішення. Але, як завжди, тут є й зворотний бік. За спостереженнями учасників ринку, не всім компаніям вдається повністю інтегрувати «варягів» у своє локальне середовище, що пов'язане з коротким терміном перебування — у середньому від одного до двох років. У зв'язку з цим, пояснюють фахівці, у місцевих співробітників може виникнути недовіра, спроба дистанціюватися від тимчасово відрядженого іноземного колеги.

Серед інших переваг іноземного менеджера перед вітчизняним можна виділити досвід ведення бізнесу в розвинених країнах, прогресивний підхід до вирішення завдань, європейський стиль управління, культуру європейських вишів. Але й ми швидко вчимося. Наразі багато українських студентів отримують необхідну освіту за кордоном, крім того, вони краще розуміють специфіку вітчизняного ринку, швидше адаптуються і пропонують не менш ефективні рішення для розвитку бізнесу.

До того ж вітчизняний «менеджерський продукт», що б там не казали про зменшення розриву в розмірах компенсаційних пакетів «наших» і «не наших», є дешевшим. Зокрема, на сьогодні середня заробітна плата для експатів — головних агрономів або керівників департаментів рослинництва — становить \$5–8 тис., а заробітна плата керівників (генерального, операційного директора)

може сягати \$25 тис. Зазвичай для експатів передбачено солідний компенсаційний пакет, що включає повне забезпечення перебування в країні іноземця та його сім'ї (дружини/чоловіка і дітей). Тобто компанія зобов'язана взяти на себе всі турботи з пошуку і оплати квартири, реєстрації в органах міграційного обліку, надання податкової підтримки, що є зовсім не простою процедурою.

Компанія-роботодавець часто бере на себе турботи щодо оформлення документів для всієї сім'ї іноземного фахівця, включно з придбанням медичної страховки і пошуку школи й дитячого садочка для дітей. Крім того, з метою безпеки компанії нерідко не дозволяють експатам самостійно керувати автомобілем і надають засіб пересування разом з водієм. Кінець-кінцем витрати на утримання експата в нашій країні цілком відповідні їхнім зарплатам, що фактично подвоює витрати компанії.

Тим, хто в змозі утримувати європейського менеджера, складно змусити його працювати з повною віддачею — нарікають експерти і керівники компаній. На відміну від українців, які звикли до «битви за врожай» та інших виробничих форс-мажорів, іноземці вважають за краще працювати більш розмірено, ділитися своїми спостереженнями один з керівників агрокомпанії. Різниця в менталітеті, помножена на незнання мови, іноді знижує ефективність проектів, для реалізації яких їх запрошують.

Експерти визнали, що в іноземних менеджерів є перевага у вигляді досвіду ведення бізнесу в розвинених країнах, європейського стилю управління і прогресивного підходу до вирішення проблем, а також освіти у європейських вишах. Водночас вони зазначають, що наразі цим можуть похвалитись й вітчизняні фахівці: з часом вони перестали поступатися експатам щодо освіти, досвіду й підходів до ведення бізнесу. До того ж українці мають важливу перевагу — знання специфіки місцевого бізнесу, на відміну від іноземців, які не завжди розуміють особливості нашого менталітету.



### Переваги та недоліки у залученні співробітника-експата

#### Беззаперечні плюси

##### 1. Запровадження новітніх технологій.

У деяких компаніях (переважно транснаціональних) період запровадження європейських технологій уже минув, в інших лише починається. Бізнес активно розвивається, і в цих умовах виникає серйозна потреба в іноземних фахівцях, які вже опанували певну технологію.

**2. Передача досвіду.** Безпосередньо впливає з попереднього пункту. Якщо іноземці володіють новітніми технологіями, то вони можуть передавати цей досвід українським фахівцям, тобто готувати кадровий резерв.

**3. Покращення іміджу.** Наявність співробітників-іноземців підвищує престиж компанії в бізнес-співтоваристві.

**4. Ведення переговорів.** Переговори з іноземними партнерами краще вдаються експатам, грає на руку роль «свого», що є дуже важливим для просування компанії на міжнародний ринок.

**5. Культурна складова.** Експати є носіями європейської культури і європейської системи управління, але плюсом це буде лише в тому разі, якщо компанія має бажання виходити на міжнародний ринок. В іншому випадку це може бути негативним, так як європейська система управління не сумісна з нашим менталітетом.

#### Основні мінуси

**1. Витрати.** На жаль, співробітник-експат обійдеться компанії на порядок дорожче, ніж місцевий фахівець. Щоб «переманити» співробітника, роботодавцеві слід запропонувати йому заробітну платню більшу ніж та, яку він отримує на старому місці роботи. Додайте до цього плату за житло, витрати на обслуговування корпоративного автомобіля та зарплату водія, витрати на перекладача, транспортні витрати для поїздки до своєї країни і назад, а якщо потрібний вам фахівець приїздить із сім'єю, то оплату дитячих дошкільних і шкільних установ. Також доведеться оплатити реєстрацію експата і видачу всіх необхідних дозволів для в'їзду фахівця до країни.

**2. Оформлення експата на роботу у компанію.** Щоб залучити іноземного фахівця до роботи, роботодавцю знадобиться не один місяць: потрібно оформити квоту, отримати дозволи на компанію та іноземного фахівця, оформити запрошення. Цілком ймовірно, що компанії буде потрібна додаткова штатна одиниця, яка буде опікуватись оформленням усієї документації.

**3. Менталітет.** Більшість іноземних топ-менеджерів не володіють українською чи російською мовами і не знайомі з нашою культурою. Як наслідок – труднощі у застосуванні правильних бізнес моделей, та й взагалі проблеми з комунікацією на роботі.

Дедалі більше компаній залучають іноземних фахівців в якості консультантів чи перевіряльників. Якщо говорити про статистику, то вона вказує, швидше за все, не на якийсь домінуючий тренд, а на те, що кожна комерційна структура вирішує питання про європейських фахівців в індивідуальному порядку, керуючись не модою, а винятково доцільністю для власного бізнесу та планами щодо розвитку.

Без залучення іноземних професіоналів українським компаніям не обійтись. Але кожне рішення щодо запрошення експата має бути обґрунтованим, підготовленим та професійно реалізованим. Варто чітко усвідомлювати, що іноземці сприймають Україну як тимчасове місце роботи, а отже, потрібно розуміти та планувати, що буде, коли закінчиться контракт.



# Якщо є бажання, можна досягнути всього



**З огляду на ваш багаторічний досвід, з якими основними проблемами доводиться мати справу тим, хто займається молочним скотарством?**

На перше місце я б поставив менеджмент, мотивацію та капіталовкладення. Звісно, є ще багато всього іншого, але ці аспекти головні. Чому менеджмент? Потрібно правильно організувати виробництво і налагодити роботу всіх ланок. Дуже важливою є команда, з якою працюєш. Правильна мотивація спонукає всіх членів команди працювати злагоджено. Капіталовкладення? Без цього не обійтися на будь-якому виробництві. Нам потрібно інвестувати кошти в обладнання, комфорт тварин, у кормову базу — від капіталовкладень залежить кінцевий результат.

**Які ваші враження від українських ферм?**

Я відвідав «Українську молочну компанію» і враження від побаченого неймовірні. Ферма дуже сучасна й успішна. Подібні я бачив лише в Сполучених Штатах. До речі, я вважаю, що там найкращі ферми. Власники «Української молочної компанії» взяли правильний напрям. Це приклад для всієї Європи.

Наша компанія працює з різними українськими виробниками впродовж кількох років. Мої колеги, які працюють тут не перший рік, відзначають, що остан-

## ДОСЬЄ-ПЕРСОНАЛІЇ

**Вайнан Пон, власник компанії «Альта дженетикс» (Alta Genetics), Нідерланди**

Вайнан Пон народився 1943-го. З дитинства відчув потяг до сільського господарства, хоча його батьки не були фермерами. Після закінчення аграрного коледжу разом із батьком заснує власну молочну ферму на півночі Голландії (1966 р.). Щоб знайти найкращу продукцію для запліднення корів, їде до США та Канади. Під час подорожі знайомиться з людьми, які займаються штучним осіменінням.

У 1971-му розпочинає імпортувати спермопродукцію з Канади.

У 1974-му стає міжнародним представником із продажу спермопродукції компанії Semex.

У 1997-му заснує фонд Коероп («Корови Пона») та громадську благодійну організацію.

У 2000 р. купує контрольний пакет акцій генетичної компанії «Альта дженетикс». Нині Вайнан Пон володіє:

- шістьма молочними фермами в різних країнах світу (загальне поголів'я – 4000 дійних корів голштино-фризької породи) – холдингова компанія Коероп;
- селекційними станціями в Нідерландах, Бразилії, Китаї та США;
- компанією «Альта дженетикс» – найбільшою в світі компанією з відтворення великої рогатої худоби;
- нуклеусними стадами в Нідерландах та Німеччині; бізнесом з управління нерухомістю в Німеччині;

Одружений, має трьох дочок.

Життєве кредо – бути посереднім найгірше («Average is shit»).

25 лютого 2011 року був гостем IV Всеукраїнського молочного конгресу.

нім часом ваші молочарі стали більше уваги приділяти вдосконаленню бізнесу. Помітно зріс технологічний рівень виробництва молока. У вашій країні є багато ферм із великим потенціалом, їх власники рішуче налаштовані на те, щоб зробити якісні зміни у відтворенні, поліпшити комфорт корів, установити програмне забезпечення для управління стадом. Звичайно, є ще дуже багато проблем. Одних можна позбутися легко і швидко, а інші потребують значних інвестицій. На мою думку, якщо виважено поєднати капіталовкладення в генетику, комфорт та менеджмент, можна досягти дуже хороших результатів.

## ДОСЬЄ КОМПАНІЇ

**«Альта дженетикс інк.»** (Alta Genetics Inc.) – найбільша у світі приватна компанія, що надає послуги з відтворення та генетичного вдосконалення великої рогатої худоби.

Вона утворилася шляхом злиття генетичних компаній США «Карнейшн мілк компані» (Carnation Milk Company) і «Лендмарк дженетикс» (Landmark Genetics) та Канади «Уестерн брідерс сервіс» (Western Breeders Service) й увібрала в себе передовий досвід цих країн. У середині 1990-х до неї приєднався ще й європейський сегмент. У 2000-му її придбав холдинг «Коепон» (Koepon Holding), який очолює Вайнан Пон. З того часу вона є найбільшою міжнародною генетичною компанією.

Штаб-квартира компанії знаходиться в Канаді (Калгарі, провінція Альберта). Продукцію виробляють у Канаді, США, Нідерландах та Бразилії.

Нині «Альта дженетикс» постачає спермопродукцію, сухе молозиво, ембріони, а також програмне забезпечення у більш ніж 80 країн. Щороку компанія реалізує більше 8 млн спермодоз.

## Ви згадали про проблеми. Які для українських ферм є найголовнішими?

Повірте мені, на світі немає жодної ферми, яка б не могла стати кращою чи ефективнішою. Варто лише захотіти. Мої колеги зауважують, що українці мають значний потенціал для розвитку кормової бази, але, як не дивно, на багатьох фермах це чомусь залишається поза увагою. Чому? Адже у вас родючі ґрунти, чудові природно-кліматичні умови – усе для того, щоб виробляти якісні й відносно дешеві корми.

А ще я звернув би увагу на поліпшення комфорту корів у старих корівниках, особливо це стосується вентиляції – коровам потрібне свіже повітря. Також, як на мене, дещо шкутильгає менеджмент телиць і сухостійних корів. Ідеться не лише про умови утримання тварин, а й про організацію праці – на багатьох фермах немає протоколів із відтворення. Також вважаю, що не варто економити на програмному забезпеченні з управління стадом. Зрештою, і генетика залишається болючою темою. Шкода, що у більшості випадків найпоширенішим чи навіть єдиним критерієм добору бугая є ціна спермопродукції.

## А які ваші критерії?

Усі бугаї-плідники канадської чи американської

селекції мають потенціал продуктивності щонайменше 10 тис. кг молока. Тому, добираючи бугая, варто було б керуватися такими ознаками: плодючість, легкість перебігу отелення, а також якість вимені та кінцівок. Не радив би виробникам намагатися поліпшити одразу більше двох ознак у стаді. Із того нічого не вийде. Зосередьтеся на поліпшенні однієї, максимум двох ознак. Для телиць парувального віку (наприклад, в Україні й США вони на момент першого осіменіння приблизно однакового віку) я б порадив добирати плідників за ознакою легкості перебігу отелення. Можна також спробувати використати сексовану сперму.

Добираючи бугаїв, передусім слід пересвідчитися, що ви справді розумієте систему, за якою проводилася оцінка і відбір тварин. Особливо це стосується бугаїв породи «Червоно-рябий голштин». Надзвичайно важливо достовірно знати чисельність популяції, з якої походить бугай, її якість, стабільність оцінки і відбору, а також генетичну мету певної країни. Наприклад, якщо ви доберете плідників із Нової Зеландії, може виникнути проблема, тому що в цій країні селекція бугаїв ведеться за притаманними лише для неї критеріями. Українським коровам, на мою думку, більш підійде генетичний матеріал від бугаїв північноамериканської селекції (Канада або США).

Якщо маєте справу з бугаями, що оцінюються за потомством, і у вас мало інформації про популяцію тварини, добирайте плідників із більшим числом дочок. Сильна материнська лінія в родоводі – це завжди добре, але не слід віддавати перевагу плідникам за молочною продуктивністю їхніх матерів, а таке часто трапляється.

Якщо вирішили використати спермопродукцію від бугаїв, відібраних за геномною оцінкою, візьміть принаймні 3-5 плідників для поліпшення бажаної ознаки і використовуйте їх одночасно.

І, напевне, останнє: дуже важливо знати, як генетичний матеріал співвідноситься з найважливішими та економічно значущими ознаками, котрі ви хочете вдосконалити.

## Якщо ми прагнемо поліпшити молочне стадо, що є вирішальним?

Має бути баланс між ростом молочної продуктивності та доходом від інвестицій у виробництво, які доводиться постійно робити. Формула досить проста: чудова генетика та хороший менеджмент. Завдяки сучасній науці фермери мають чудову нагоду використовувати сексовану сперму і геномну селекцію як додаткові засоби підвищення генетичного потенціалу стада. Однак слід пам'ятати, що підвищення потенціалу виробництва молока – це ретельно спланований і довготривалий процес, але це найкраща інвестиція, яку може зробити фермер заради стабільності стада та прибутковості молочного бізнесу.



**Ви пройшли довгий життєвий шлях від простого фермера до власника холдингу і найбільшої в світі компанії зі штучного осіменіння. Що вам допомагало?**

Я ніколи не зупинявся на досягнутому і завжди дотримувався батькової поради: «Не будь посереднім, прагни більшого!»

Свій молочний бізнес я почав із двадцяти корів. Розумів: їх треба запліднювати лише найкращим сім'ям. Я знав, що до Європи голштинів завозять із Канади і США, тому й вирушив туди, щоб більше про все дізнатися. Під час подорожі я познайомився з людьми, що займаються штучним осіменінням. Ми почали замовляти спермопродукцію, а згодом я став представником компанії Semex в Європі.

Мій молочний бізнес стрімко розвивався, невдовзі я вже мав 200 корів і тоді подумав: якщо у мене все йде добре, чому б не допомогти сусідам? Але це було ой як непросто, адже молочне скотарство в Нідерландах тільки набирало обертів. Я влаштовував семінари, переконував людей у перевагах використання голштинської породи. По суті, я став проповідником породи «Голштин». Лише через чотири роки мої зусилля дали результат. Я постачав спермопродукцію всій Європі. Заробітки дали змогу придбати ще кілька ферм. Однак я не почувався щасливим — я ж можу і хочу більшого! А тут ще й компанія Semex відмовила у партнерстві. Це мене не зупинило. Спершу я створив холдинг Коєпон («Корови Пона»), а потім купив компанію «Альта дженетикс» — щоб розвивати молочний бізнес.

**Що б ви побажали українським фермерам?**

Бажаю молочному виробництву України вирости до такого рівня, щоб ви могли забезпечити свої внутрішні потреби та ще й постачати якісну молочну продукцію в сусідні країни.

## ДОСЬЄ-ПІДПРИЄМСТВО

### Молочна ферма холдингу Коєрон, Шотландія

|                          |                  |
|--------------------------|------------------|
| Площа с.-г. угідь, га    | 265              |
| Чисельність стада, голів | 1010             |
| Дійне стадо, голів       | 500              |
| Порода                   | голштино-фризька |

### Молоко та доїння

|                                                  |                        |
|--------------------------------------------------|------------------------|
| Середній річний надій на 1 корову, кг            | 10200                  |
| Вміст жиру, %                                    | 3,85                   |
| Вміст білка, %                                   | 3,35                   |
| Кількість соматичних клітин, тис/см <sup>3</sup> | 185                    |
| Бактеріальна забрудненість, тис/см <sup>3</sup>  | 7                      |
| Кількість доїнь на день                          | 3                      |
| Доїльна зала                                     | «карусель» на 26 місць |

### Здоров'я

|                                          |                                                                |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Довговічність корови, кількість лактацій | 3,5                                                            |
| Розчистка ратиць                         | 2 рази на рік під час запуску і на 7-10 тиждень після отелення |

### Відтворення

|                 |                                                                                                                                                                                     |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Спермопродукція | використовують несексовану сперму, 25-30% якої від бугаїв-плідників з геномною оцінкою; вартість однієї спермодози – приблизно €18-19; кількість спермодоз на 1 запліднення 2,2 шт. |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### Вирощування молодняку

|                                           |         |
|-------------------------------------------|---------|
| Вік при відлученні, дні                   | 56 днів |
| Вік телиць при першому осіменінні, місяці | 5       |
| Вік телиць при першому отеленні, місяці   | 24      |

### Раціон дійної корови

|                                           |      |
|-------------------------------------------|------|
| Трав'яний силос, кг                       | 20   |
| Злаково-стебельна маса озимої пшениці, кг | 2,5  |
| Пшениця, оброблена каустичною содою, кг   | 3,5  |
| Кукурудза, кг                             | 3,5  |
| Зерново-спиртова барда, кг                | 4,5  |
| Солома, кг                                | 1,5  |
| Меляса, кг                                | 1,5  |
| Премікс, кг                               | 6,5  |
| Суха речовина раціону, кг                 | 20,5 |

# Німецькі аристократи в степах Херсонщини

*Світова криза 2008-го порушила плани багатьох людей. Здавалося б, усе йде на спад... Але це не відлякало іноземних інвесторів, які повірили в те, що сільське господарство України, зокрема молочний напрям, має майбутнє, і вирішили вкласти гроші в СТОВ «Дніпро» на Херсонщині. Молочна ферма цього господарства невелика, вона ще не оснащена новітнім обладнанням, але перспективна.*



## ДОСЬЄ-ПЕРСОНАЛІЇ

**Еберхард Лассон, головний менеджер у представництві князя Етінгена Шпільберга**

Доктор Еберхард Лассон проживає в місті Петінген, Баварія, Німеччина. Має аграрну освіту та ступінь доктора наук. Пропрацював 27 років у лісівництві.

З 25 лютого 2008 р. представляє в Україні інтереси князя Е. Шпільберга, інвестора СТОВ «Дніпро» (Херсонська обл.)

Одружений, має трьох дітей.

**Що спонукало вас звернути увагу на сільське господарство в Україні?**

Ми — підприємці. Ми постійно повинні думати і шукати щось нове. Одна німецька компанія, яка займається сільськогосподарським виробництвом, порадила нам дослідити рентабельність бізнесу в Україні. Ваші родючі ґрунти та сприятливий клімат відомі да-

леко за межами вашої країни. Саме тому ми вирішили «осісти» на Херсонщині. Спочатку планували займатися виключно рослинництвом, але коли порахували, що може принести більший прибуток, з'ясувалося — тваринництво.

**Перед тим, як розпочати бізнес, ви з кимось радились?**

Звісно. На початковому етапі нам допомагав один професор із німецької аграрної академії. Він дуже розумний та ще й обізнаний щодо українського агросектору. До речі, саме він допоміг нам знайти це господарство. Нині з нами співпрацюють німецькі фахівці: юрист, бухгалтер, досвідчений консультант-економіст, а також консультант із рослинництва й тваринництва.

**З якими труднощами ви зіткнулися, коли починали бізнес в Україні?**

Найбільша проблема — бюрократія. До того, як прийти в Україну, я вважав, що нуднішої бюрократії, ніж у нас в Німеччині, немає в жодній країні світу. Але ваша перевершила всі порівняння.

А ще ми найняли радника з України і пустили купу грошей на вітер. Це була наша головна помилка. На щастя, ми познайомилися з Андрієм Пастушенком, який спочатку працював перекладачем, а згодом очолив підприємство. Він ідеальний помічник і дуже хороша людина. Він знає німецьку мову, добре розуміє наш менталітет і систему менеджменту. Він усе це оптимально поєднує, а тому успішно керує господарством.

**Якою була молочна ферма, коли ви тільки прийшли, і що відтоді змінилося?**

Форма організації самої ферми не змінилася. Однак змінилися деякі технологічні аспекти: перейшли з три-на дворазове доїння, поліпшили кормову базу. Завдяки поливу отримуємо до п'яти укосів люцерни. Ми закла-



даємо силос та сінаж за європейськими технологіями — використовуємо консерванти, різні типи плівки для накриття (світлі, темні, тонкі, товсті) та мішки з піском. Змінили раціон. Раніше надої були на рівні 4500-4600 л, а торік вийшли на 6000 л. Щоправда, 2010-го через погані погодні умови нам не вдалося заготовити достатньо якісних кормів. Надої зменшилися — до 5500 л, сподіваємося, що з новим урожаєм ситуація поліпшиться.

Тож попереду ще багато роботи. Нам необхідно налагодити інфраструктуру, перебудувати корівники, систему утримання та доїння. Також ми серйозно думаємо, як утилізувати гній. Ну і, звісно, хочемо збільшити стадо.

Нині ми на тому етапі, коли шукаємо проєктантів та оцінюємо можливість реконструкції або й будівництва нової ферми. Інколи буває так, що збудувати нове вигідніше, ніж перебудувати чи реконструювати старе.

#### **Якими досягненнями пишаєтеся найбільше?**

Говорити про великі досягнення ще рано. Але можу з гордістю згадати про якість нашого молока. Ми здаємо продукцію на ДП «Лакталіс—Україна», а в них вимоги високі. У нас немає доїльної зали, але якість молока пристойна. Ми не економимо на засобах для миття та дезинфекції, купуємо виключно найякісніше. Наприклад, торік 90% нашого молока було гатунку екстра. В цьому році, на жаль, цей показник дещо зменшився.

Ми реалізуємо пастеризоване молоко, частину якого постачаємо в районну лікарню та дитячі садки.

#### **Як вам удається все це контролювати? Чи багато часу проводите в Україні?**

В Україні буваю не часто, за останні чотири місяці — лише двічі. Але ми постійно підтримуємо зв'язок з українським директором підприємства, спілкуємося



двічі-тричі на тиждень по півтори-дві години. Ми задоволені, що працюємо з такою людиною. Він цілком розуміє нашу філософію управління, вміє делегувати обов'язки та розподіляти відповідальність між працівниками.

#### **Які ваші враження від роботи в нас?**

Є речі, які мене дуже дивують. В Україні багато безробітних людей, які готові сумлінно працювати. Але ви чомусь любите геть усе звалювати на одну людину, яка мусить сама-одна тягнути важкий віз. І тоді ця людина не може працювати якісно. Коли працівник знає, за що він відповідає, це його стимулює. Також у вас дивна система мотивації, тому ми хочемо і її дещо змінити. Зрештою, в наших народів різний менталітет та культурні традиції. Але в тому я не бачу великої перепони — завжди можна навчитися чомусь новому.

Найголовніше — у вашій країні можна бути підприємцем. В Україні дуже широке поле для «польоту». Тут можна починати з нуля і за короткий час досягати великих звершень. І не лише з точки зору грошей (хоч це і дуже важливий фактор). Ви ще й можете розвивати підприємницьку діяльність, забезпечувати людей робочими місцями, покращувати добробут і таке інше. Це чудово.

#### **Враховуючи ваш досвід, якою буде ваша порада українським фермерам?**

Я завжди досить обережний з порадами, особливо якщо це українські виробники. Мої міркування такі: у Німеччині й Україні по-різному ставляться до робітників. Вважаю, є сенс інвестувати в працівників. А от своїм німецьким колегам я б порадив забути все, чого вони навчилися в Німеччині, та бути готовими до значних інвестицій. І якщо ви справді хочете створити щось нове, їдьте в Україну й починайте сільськогосподарський бізнес. Але якщо для цього вам треба банківська позика — забудьте про це.



#### ДОСЬЄ-ПЕРСОНАЛІЇ

**Пастушенко Андрій Іванович,  
генеральний директор СТОВ «Дніпро»**

2000-2005 р. – студент Житомирського державного університету ім. Івана Франка. Спеціальність – німецька та англійська мова, світова література.

2005-2008 р. – викладач та аспірант на кафедрі німецької мови університету.

З лютого 2008 р. – генеральний директор СТОВ «Дніпро».

Під час навчання в школі й університеті щороку влітку стажувався в Німеччині.

Працював у лісовому господарстві, гольф-клубі (догляд за травою) та на кінній фермі.

#### Андрій Пастушенко:

«Я жодного разу не пошкодував, що покинув професію викладача. Новий досвід, який я здобуваю зараз, мені дуже подобається. Я навчаюся і працюю. Ця робота цікава, а тому є бажання працювати.

Багато моїх знайомих не можуть працювати з німцями, тому що не розуміють їхнього менталітету. Я багато часу провів у Німеччині і тому добре розумію, що від мене вимагають.

Головна риса німців – прямота. Вони дотримуються законів і не порушують своїх принципів. Завдяки німцям в нас усе відбувається чітко, прозоро, тому що це їхній стиль роботи.

Вони працюють, як машини, за налагодженою схемою. З ними легко і просто. Труднощі виникають тоді, коли вони не можуть зрозуміти наших реалій. Наприклад, коли до господарства приїздить податковий інспектор і шантажем вимагає податки авансом. Вони ніколи такого не збагнуть.

Що стосується управління і мотивації, ми теж працюємо за схемою, неприйнятною для іноземців. Для них звичнішою є погодинна оплата, для нас – оплата праці залежно від виробленої продукції (надій, приріст). У нас на підприємстві використовується дуже багато ручної праці, від якості якої залежать надходження та прибуток. Тому нині ми можемо використовувати лише таку систему мотивації. Але цілком можливо, що згодом перейдемо на погодинну оплату чи фіксовану ставку, як того хочуть інвестори.

Головне – залишатися самим собою, бути порядним, уміти визнавати помилки, – тоді з будь-яким роботодавцем проблем не буде».



## досьє – підприємство

## СТОВ «Дніпро»

с. Новодмитрівка, Іванівський р-н, Херсонська обл.

|                          |                                  |
|--------------------------|----------------------------------|
| Площа с.-г. угідь, га    | 2077,5                           |
| Чисельність стада, голів | 201                              |
| Дійне стадо, голів       | 195                              |
| Порода                   | Українська чорно-ряба<br>молочна |

## Молоко та доїння

|                                                  |                                          |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------|
| Середній річний надій<br>на 1 фуражну корову, кг | 6000 (2010 р.)                           |
| Вміст жиру, %                                    | 3,9                                      |
| Вміст білка, %                                   | 3,21                                     |
| Кількість соматичних клітин, тис/см <sup>3</sup> | 251,54                                   |
| Кількість доїнь на день                          | 2                                        |
| Доїльне обладнання                               | Доїльні апарати<br>з переносними відрами |

## Відтворення

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| Відсоток тільних корів у стаді          | 93 |
| Використання спермодоз на 1 запліднення | 2  |

## Здоров'я

|                               |                                             |
|-------------------------------|---------------------------------------------|
| Довговічність корови, роки    | 6-7                                         |
| Рівень вибраковки, %          | 23                                          |
| Основні проблеми зі здоров'ям | Відтворювальна здатність,<br>продуктивність |
| Розчистка ратиць              | Останній раз проводили<br>у 2009 р.         |

## Вирощування молодняка

|                                           |                                        |
|-------------------------------------------|----------------------------------------|
| Випоювання телят, вид рідкого корму       | Молоко, замінник<br>незбираного молока |
| Рівень смертності, %                      | 0                                      |
| Вік телиць при першому осіменінні, місяці | 14-15                                  |
| Вік телиць при першому отеленні, місяці   | 23-24                                  |

|                                        |      |
|----------------------------------------|------|
| Реалізаційна ціна молока, грн/л        | 3,00 |
| Собівартість виробництва молока, грн/л | 1,57 |
| Витрати на корми, грн./л молока        | 0,89 |
| Оплата праці, грн./л молока            | 0,24 |
| Кількість корів на 1 робітника         | 7    |

## Раціон дійної корови

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Силос кукурудзяний, кг          | 17 |
| Сінаж люцерновий, кг            | 13 |
| Дерт (ячмінна, кукурудзяна), кг | 5  |
| Сіно, кг                        | 2  |
| Макуха, кг                      | 1  |

МАКСИМАЛЬНО СТРИМКА  
ТА ВЛУЧНА ТЕРАПІЯ

# Енроксил® Макс

енрофлоксацин  
Розчин для ін'єкцій 100 мг/мл

## Антибактеріальний препарат для лікування системних інфекцій

## Сучасна терапія для МАКСимального ефекту

**Склад** 1 мл розчину для ін'єкцій містить 100 мг енрофлоксацину. **Цільові групи** Велика рогата худоба та свині. **Показання** Лікування всіх категорій свиней та великої рогатої худоби, в тому числі в період лактації і вагітності; маститу, ендометриту у корів та синдрому ММА у свиноматок; хвороб дихальних шляхів; гострих і змішаних інфекцій, особливо тих, які викликані мікоплазмами; інших інфекцій, викликаних чутливими до енрофлоксацину збудниками. **Період очікування** М'ясо і внутрішні органи — 14 днів, молоко — 48 годин (ВРХ), м'ясо і внутрішні органи — 5 днів (свині). **Протипоказання** Підвищена чутливість до енрофлоксацину. Не лікувати тварин з ознаками захворювань центральної нервової системи. Не застосовувати одночасно з препаратами тетрациклінового ряду, макролідами (еритроміцином), хлорамфеніколом, теофіліном. Не застосовувати при виявленні стійких штамів патогенних бактерій, резистентних до хінолонів. **Побічні реакції** В місці введення ін'єкції може з'явитися місцева реакція.

ТОВ «КРКА Україна», 01015, м. Київ, п/с 42, вул. Старонаводницька, 13, оф.125, тел.: (044) 569-28-38, факс: (044) 569-28-48, ел. адреса: ukraine@krka.biz

# Контроль споживання сухої речовини

Сергій Филь, консультант АВМ

Нині на більшості молочних підприємств України скласти раціон для корів різних технологічних груп не є проблемою. Як зазвичай усе відбувається? Ми відправляємо зразки кормів до лабораторій на аналіз. (Ніде правди діти, в деяких господарствах ще й досі «аналізують» корми виключно за книжкою!) Знаючи поживність та вміст сухої речовини (СР) кожного компонента, готуємо повноцінну кормосуміш.

Важливо не тільки правильно розрахувати раціон для кожної технологічної групи, а й правильно його приготувати, роздати та проконтролювати споживання. Питання контролю та стимулювання споживання СР корму ми й хотіли б обговорити із читачами.

## Куди зникає молоко

Щоб не бути голослівними, наведемо приклад роботи одного господарства, де нам довелося нещодавно працювати. Одразу відзначимо, що облік використання та споживання кормів на фермі організовано досить добре. Щоразу ретельно фіксується інформація про завантаження кормів у кормозмішувач, роздачу, залишки їжі на кормовому столі. Маючи такі дані, ми спробували проаналізувати ситуацію. Що виходить? Високопродуктивні корови з'їдають 45-50 кг корму у фізичному вираженні, у сухій речовині це буде приблизно 23-24 кг при вологості кормосуміші 50%. Скільки молока можна отримати в цьому разі? Для забезпечення життєдіяль-

Таблиця 1. Взаємозв'язок між продуктивністю та обсягом і якістю корму (для корів вагою 600 кг)

| СР корму, кг | Надій за вмістом СР, кг | Вміст білка в раціоні, %             |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|--------------|-------------------------|--------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|              |                         | 12,0                                 | 13,0 | 14,0 | 14,5 | 15,0 | 15,5 | 16,0 | 16,5 | 17,0 | 17,5 | 18,0 | 18,5 | 19,0 |
|              |                         | Надій за вмістом білка в раціоні, кг |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| 26           | 40                      | 26                                   | 28   | 30   | 31   | 33   | 34   | 35   | 36   | 40   | 41   | 43   | 44   | 41   |
| 25           | 38                      | 25                                   | 27   | 29   | 30   | 31   | 32   | 33   | 34   | 39   | 40   | 41   | 42   | 40   |
| 24           | 36                      | 24                                   | 26   | 28   | 29   | 30   | 31   | 32   | 33   | 37   | 38   | 39   | 40   | 38   |
| 23           | 34                      | 23                                   | 25   | 27   | 28   | 29   | 30   | 31   | 32   | 36   | 37   | 38   | 39   | 36   |
| 22           | 32                      | 22                                   | 24   | 26   | 27   | 28   | 28   | 29   | 30   | 34   | 35   | 36   | 37   | 35   |
| 21           | 30                      | 21                                   | 23   | 25   | 25   | 26   | 27   | 28   | 29   | 32   | 33   | 34   | 35   | 33   |
| 20           | 28                      | 20                                   | 22   | 23   | 24   | 25   | 26   | 27   | 28   | 28   | 29   | 30   | 31   | 32   |
| 19           | 26                      | 19                                   | 21   | 22   | 23   | 24   | 25   | 25   | 26   | 27   | 28   | 29   | 29   | 30   |
| 18           | 24                      | 18                                   | 20   | 21   | 22   | 23   | 23   | 24   | 25   | 26   | 26   | 27   | 28   | 29   |
| 17           | 22                      | 17                                   | 18   | 20   | 21   | 21   | 22   | 23   | 23   | 24   | 25   | 26   | 26   | 27   |
| 16           | 20                      | 16                                   | 17   | 19   | 19   | 20   | 21   | 21   | 22   | 23   | 23   | 24   | 25   | 25   |
| 15           | 18                      | 15                                   | 16   | 18   | 18   | 19   | 19   | 20   | 21   | 21   | 22   | 23   | 23   | 24   |
| 14           | 16                      | 14                                   | 15   | 16   | 17   | 18   | 18   | 19   | 19   | 20   | 20   | 21   | 22   | 22   |
| 13           | 14                      | 13                                   | 14   | 15   | 16   | 16   | 17   | 17   | 18   | 18   | 19   | 20   | 20   | 21   |
| 12           | 12                      | 12                                   | 13   | 14   | 15   | 15   | 16   | 16   | 17   | 17   | 18   | 18   | 19   | 19   |

ності тварини на 1 ц ваги витрачається 1 кг СР раціону. Усе, що корова споживає понад цю норму, йде на виробництво молока (табл. 1). У першій половині лактації з 1 кг СР ми повинні отримувати 2 л молока, у другій — дещо менше з урахуванням поправки на тільність.

Отож у нашому господарстві вважають, що корова споживає 23 кг СР і розраховують отримати 34 літра молока, а мають лише 29. Чому ж ми недоотримуємо цілих 5 літрів? Спробуймо розібратися.

### Мікрохвильова піч – незамінний помічник на фермі

Розпочнемо з того, що точно встановимо кількість спожитої сухої речовини, а для цього потрібно достовірно знати вологість раціону. У пригоді нам стане мікрохвильова піч. Із кормового столу щонайменше у чотирьох різних місцях беремо зразки корму, ретельно перемішуємо і порцію вагою 50, 100 чи 200 г висушуємо, зважуємо і обов'язково фіксуємо результат. Вага порції принципового значення не має. Корм слід сушити доти, доки вага не перестане зменшуватися — отже, залишиться лише суха речовина. У той день, коли ми визначаємо вміст СР у кормі, ретельно контролюємо, скільки корму було завантажено до змішувача і роздано. Через добу прибираємо залишки з кормового столу і також досліджуємо проби на вміст СР. У першому і другому випадках вміст СР може бути різним. Адже з корму вивірюється вологість. Крім того, зазвичай корови споживають найсмачніший корм, а грубі частки залишають (але й вони можуть бути різної вологості!). Якщо від ваги СР розданого корму віднімемо вагу СР залишків, дізнаємося, скільки всього СР спожили корови відповідної секції чи групи. Далі визначаємо середньодобове споживання СР на корову.

Із 23 кг СР, про які йшлося на початку нашої розмови і з яких ми планували отримати 34 л молока, насправді корови споживають 21,5 кг СР і відповідно мають давати 31 л. Із 5 недоотриманих літрів три ми відшукали. Де ще 2 літра? Потрібно зробити поправку на хворих корів (маститних, з порушеннями обміну речовин). Як правило, від маститних корів ми недоотримуємо 15% молока, інші хвороби — теж мінус певний відсоток.

### Вчасно накрити стіл

Нам удалося з'ясувати, що корови насправді споживають 21,5 кг СР, але ж мета — 23 кг. Як її досягти? Далі ми аналізуємо графік доїння, інтервали між доїннями, послідовність доїння груп. У цьому господарстві з графіком та інтервалом усе було гаразд, але послідовність доїння груп була така, що тварин не вдавалося нагодувати одразу після доїння. Вранці, вдень і ввечері послідовність доїння груп повинна бути однаковою! Першими доять високопродуктивних, потім малопродуктивних тварин, у кінці — хворих і маститних. Також слід проаналізувати графік роздачі корму. Усім відома прописна істина: найбільше корму корови споживають одразу після доїння. Уявімо собі таку ситуацію. Корови після доїння йдуть до кормового столу, а там мало що залишилося або й зовсім порожньо. Лише 10% корів намагатимуться відшукати щось, аби поживитися, решта (і зверніть увагу, їх більшість) попрямують у стійла (фото 1). У цей час порушуємо ще одне правило: одразу після доїння корова не повинна лягати щонайменше 40 хв., щоби бруд не потрапив у сфінктер соска. Отже, свіжорозданий корм одразу після доїння — це ще й профілактика маститу.

Найкраще роздавати корм, коли корови пішли на доїння. Спочатку прибираємо залишки з кормового столу

### Одразу після доїння корови йдуть до кормового столу



Фото 1. Якщо на кормовому столі порожньо, прямують у стійла



Фото 2. Якщо на кормовому столі свіжорозданий корм, починають трапезувати

в секції, а потім роздаємо свіжу порцію. Якщо на фермі один кормороздавач і немає змоги вчасно «накрити стіл», ми можемо допустити півгодинне зволікання, але тільки у групі найменш продуктивних корів. Корм має бути доступним протягом 23 годин на добу за винятком тієї однієї години, коли корова перебуває в доїльній залі.

В іншому господарстві нам довелося спостерігати картину, коли після доїння корови першої групи чекали на свіжий корм 30-40 хв., а останньої – 1,5 год. (Світовий досвід та власні спостереження свідчать, що корова за годину може спожити 2 кг СР!) Після того, як ми внесли зміни у графік роздачі корму, а також у послідовність доїння технологічних груп, усі корови вчасно отримували корм (фото 2). Ці зміни та ретельний облік з'їденого дозволили збільшити споживання СР на 1,5 кг, а надої – на 2 л на корову.

### Як часто проводити контроль споживання СР

Припустимо, що за сухої погоди корови споживають 23 кг СР. Але бризнув дощик, силос та сінаж намокли. Трактористи завантажують у змішувач таку ж за вагою порцію, як і в суху погоду, але вологість корму вища. Корова з'їдає корм, але не отримує потрібну кількість сухої речовини. Отож за стабільних погодних умов достатньо проводити контроль споживання СР 2-3 рази на тиждень, при зміні погоди – щоденно. Взагалі, щоб опанувати описану нами методику контролю, потрібно щодня проводити аналіз вмісту вологості в кормі, доки не навчимося це робити бездоганно. Ці обов'язки можна покласти на працівника ферми, який відповідає за годівлю та утримання.

### Підгортання має значення

Зазвичай узимку корм роздаємо двічі, влітку – тричі, а то й чотири рази на день. Наприклад, ми визначилися, що роздача корму відбувається двічі на день, у відсотковому співвідношенні (ранок–вечір) це може бути 50:50

або ж 60:40. Якщо корм роздаємо за схемою 50:50 (плюс поправка на залишок), вранці на кормовий стіл мали б покласти 12 кг у СР. Насправді ж після аналізу вмісту вологості, з'ясували, що було всього 10 кг СР. Отже, під час вечірньої роздачі корму ми повинні збільшити кількість СР. Якщо своєчасно аналізувати дані й оперувати ними, то щодня корови будуть споживати однаковий раціон і потрібну кількість СР, і таким чином ми зможемо уникнути стрибків виробництва молока і перевитрат корму. Дуже важливо контролювати, як споживають СР високопродуктивні корови, тому що більшу частину молока тварини віддають протягом перших 120 днів лактації.

Підгортання відіграє неабияку роль у споживанні СР. Корм потрібно підгортати вдень між роздачами, а також уночі щогодини. Зайвий рух техніки порушує спокій тварин, але це слід робити.

### Кормовий стіл

Поверхня кормового столу повинна бути гладенькою та рівною, щоб не виникали вологі кармани, де зазвичай розмножуються бактерії. Поверхню покривають спеціальною фарбою, епоксидною смолою чи рідким склом. Гладеньку поверхню легко чистити і видаляти з неї залишки кормів. Однак з часом її якість може погіршуватись.

Для кожної корови відводять 61-76 см кормового столу. У трьох- і шестирядних корівниках частіше трапляються скупчення корів біля кормового столу, тому що збільшується насиченість корів на квадратний метр у порівнянні з двох- та чотирьохрядними. Перевантаження корівника, особливості планування доїльної зали та її пропускна спроможність також позначаються на споживанні СР та комфорті корів. Бажано, щоб поверхня кормового столу знаходилась на 15-12 см вище рівня постановки передніх ніг. Таке положення є більш природним (положення пасовища) для корів і в них краще відбувається слиновиділення.

### А якщо у нас прив'язне утримання?

Звичайно, легше контролювати споживання СР корму на фермах із безприв'язним утриманням та доїльною залом. Прив'язне утримання має свої особливості, але стверджувати, що в таких умовах ми не можемо контролювати годівлю і стимулювати споживання СР, було б несправедливо. Можемо і мусимо це робити.

При прив'язному утриманні корови менше рухаються, тому менше споживають корму, відповідно і надої будуть нижчі порівняно з тваринами, яких утримують вільно. Найперше, що б ми порадили, – запровадити потоково-цехову систему утримання тварин. Корів потрібно розподілити по секціях: високопродуктивні, низькопродуктивні, сухостій. Доїти корів слід у такій само послідовності, як і при безприв'язному утриманні, – починаємо з високопродуктивних і закінчуємо хворими



Фото 3. Робота з екраном споживання сухої речовини та добових надоїв

та маститними. Відповідно до цього вибудовуємо графік прибирання залишків, роздачі корму та підгортання. Корм слід роздавати двічі, а краще тричі на день.

Якщо починаємо доїти корів о 5-й ранку, то й корм теж роздаємо о 5-й. За 15 хв. до доїння доярки приступають до прибирання залишків корму, а потім — до підключення доїльних апаратів. Тим часом кормороздавач рухається по корівнику і роздає корм. Корови, особливо високопродуктивні, не повинні залишатися без їжі. Графік підгортання такий само, як і при безприв'язному утриманні, — через 1 год.

### Якість змішування

Якість змішування при будь-якому типі утримання відіграє важливу роль. Змішування після останнього завантаження у міксер має тривати 8-15 хв., в окремих випадках, щоб досягти бажаного подрібнення та однорідності, — до 20 хв., а то й більше.

Коровам властиво сепарувати корм. Вони видають смачніші компоненти кормосуміші, а грубі частки залишають. Якщо корм добре перемішати і відповідно подрібнити, корови краще споживатимуть його і менше перебиратимуть. Тому вже при заготівлі грубих кормів (силосу та сінажу) потрібно враховувати довжину нарізки. Щоб уникнути сепарації корму та підвищити споживання СР, слід дотримуватися таких правил:

- використовувати корми найкращої якості;
- якщо тварини сепарують корм, додавати буфер, щоб знизити ризик виникнення ацидозу;
- змішувати інгредієнти стільки, скільки потрібно, аби досягти бажаного розміру частинок;
- годувати тварин кілька разів на день;
- додавати воду або мелясу для кращого склеювання частинок.

Під час завантаження міксера похибка ваги інгредієнтів раціону не повинна перевищувати: для концентрованих кормів  $\pm 5-7\%$ , силосу й сінажу  $\pm 3\%$  (похибка найменша тому, що ці корми становлять основу раціону), сіна й соломи  $\pm 10\%$ .

Усю інформацію про добовий надій, споживання СР та залишки корму слід фіксувати в журналах та в настінних екранах, тоді вам буде простіше аналізувати і контролювати ситуацію на фермі (фото 3).

Такі на перший погляд прості речі відіграють дуже важливу роль у контролі та стимулюванні споживання сухої речовини корму. Ми не змінюємо раціон і не робимо великих інвестицій, але маємо результат — досягаємо бажаної продуктивності і стабільності виробництва молока.



## Актісаф Сц47 - лідер на ринку захищених живих дріжджів.

Унікальний процес виробництва Актісаф Сц47, що є досягненням компанії Лесафр, гарантує високу якість та стабільність продукту, а це означає, що максимально можлива кількість життєздатних дріжджових клітин потрапляє до рубця.

### Актісаф Сц 47 -

живі дріжджі, на які можна покластися:

- Підвищують надої та якість молока
- Покращують здоров'я тварин
- Покращують засвоєння кормів
- Зменшують ризик ацидозу, ламініту, кетозу



**LFA LESAFFRE**  
FEED ADDITIVES

ТОВ «Лесафр Україна»

м. Київ, вул. Бориспільська, 9, корпус 91

Тел./факс: (044) 369 51 35/36 - info@lesaffre.ua

# Вода – ключовий компонент живлення

**Герт-Ян Геррітс**, комерційний та технічний директор ТОВ «Цехаве корм ЛТД»

Вода для напування тварин повинна бути смачною, чистою, без запаху та кольору. Якщо фермер сам може пити воду, яку споживають тварини, можна бути спокійним: вода добра. Вода — це той компонент живлення, значення якого у тваринництві часто недооцінюють.

Тварини повинні мати постійний доступ до якісної води, оскільки погана вода стрімко породжує цілу низку проблем, які, в свою чергу, роблять гіршими виробничі показники. Найкраще проводити аналіз води щороку. Причому для перевірки потрібно брати зразки води безпосередньо із джерела та з поїлок. Результати аналізу можуть істотно відрізнятися. Вода псується через брудні автоматичні поїлки, високу температуру, занадто повільний потік води, через різні типи добавок та залишків, численні загиби та глухі кінці в трубах тощо. Навіть без лабораторних тестувань можна визначити якість води, яку п'ють тварини. Потрібно лише налити у чисту прозору пляшку воду безпосередньо з поїлки. Якщо після струшування пляшки у воді не буде помітно ніяких

пластівців, а через чотири години вона не набуде неприємного запаху — у вас хороші шанси, що вода у системі придатна для пиття.

## Вода для напування великої рогатої худоби

Слід пам'ятати, що погана вода може призвести до порушення обміну речовин. Найчастіше вона забруднюється безпосередньо в поїлках. Це трапляється через розмноження у воді мікробів та коліформ. Мікроби та коліформи — додатковий стрес для тварин. Мікроби порушують діяльність рубця, це знижує ефективність споживання корму, у дійних корів зменшується виробництво молока. Одразу помітити порушення неможливо, і рубець продовжує виконувати функцію буфера, але на це тварина витрачає багато енергії, яка їй необхідна для продукування молока чи росту. Окрім зниження споживання корму, коліформи негативно впливають на стійкість тварин до хвороб. Деякі коліштами, які є в воді, можна виявити у вимені, коли корова хворіє на колімас-

**Таблиця 1.** Розрахунок кількості поїлок

| Система напування             | Місткість поїлки, л | Стандартна кількість корів на 1 поїлку | Інтенсивність постачання води, л/хв. |
|-------------------------------|---------------------|----------------------------------------|--------------------------------------|
| Автоматичні поїлки            | 0-100               | 10                                     | 20                                   |
|                               | 100-150             | 15                                     | 25                                   |
|                               | >150                | 20                                     | 30                                   |
| Центральна автоматична поїлка | 0-100               | 10                                     | 20                                   |
|                               | 100-150             | 15                                     | 25                                   |
|                               | >150                | 20                                     | 30                                   |
| Швидкісні поїлки              | 0-20                | 20                                     | >20                                  |

тит. Як відомо, Е. солі традиційно присутня в довкіллі, отже цілком логічно припустити, що захворюваність на колімастит зростає, якщо концентрація коліформ у воді для напування висока.

Досить часто на тваринницьких фермах кількість поїлок не відповідає кількості тварин. Залежно від температури довкілля, вмісту сухої речовини в кормі та рівня продуктивності потреба у споживанні води великою рогатою худобою може коливатись від 40 до 200 літрів на день. Особливо важливим є споживання достатньої кількості води високопродуктивними коровами, адже вони виробляють багато метаболічного тепла. Коли їм бракує води, значно зростає ризик теплового стресу. Якщо тварини, які потребують багато води, мають до неї поганий доступ, то рано чи пізно ви зіткнетеся з проблемами. Розрахунок робиться так: на одну корову має бути мінімум 8 см довжини резервуару (наприклад, для 50 корів потрібно мінімум 400 см (8 см x 50) довжини поїлки). У табл. 1 наведено співвідношення кількості поїлок та кількості корів у стаді.

Дослідження свідчать, що на забруднення поїлок впливає не стільки частота їх очищення, скільки ретельність виконання процедури. Навіть незначні залишки бруду в поїлках сприяють швидкому розмноженню мікробів. Дуже важливо, щоб у відкритих жолобах було щонайменше 10 см води, інакше ризик забруднення значно зростає.

Швидкісні поїлки мають значні переваги щодо якості води, бо її подача постійно свіжа і ризик зараження низький. Але правило щодо кількості корів на одну поїлку залишається незмінним. Втім, у швидкісних поїлок є й недоліки. Як свідчать дослідження, корови віддають перевагу воді з відкритих поїлок.

Але не лише поїлки впливають на різницю між якістю води з джерела та безпосередньо в поїлці. Винуватцем може бути біоплівка на трубах. Якщо на певний час труби залишали без води (так часто трапляється влітку), їх треба обов'язково ретельно промити перед тим, як тварини повернуться в корівник. Бажано використовувати пластикові або труби з нержавіючої сталі. Під час монтажу трубопроводів слід уникати зайвих вигинів та тупих кінців. Основний висновок простий: правила монтажу молокопроводу і водогінних труб мають бути однакові.

### Значення води для молочних корів

Вода необхідна для всіх процесів, що відбуваються в організмі корови. Її тіло на 55-80% складається з води.

Зменшення ваги в перші тижні лактації відбувається в основному за рахунок води. В організмі жирної корови води менше, ніж у худой. Вода виводиться з організму у вигляді молока, сечі, калу, поту і повітря, що видихається. Обмеження доступу до води швидко призводить до помітного зниження споживання кормів і вироблення молока.

### Потреба у воді та її споживання

Організм тварини отримує воду із трьох джерел: безпосередньо пиття, корму та в результаті обміну речовин. Частка останнього «джерела» досить незначна.

Більшість досліджень свідчать, що кількість випитої води залежить від споживання сухої речовини (СР), виробництва молока, вмісту СР в раціоні, від температури довкілля та від кількості спожитої солі. Для вироблення 25 кг молока корова має в середньому спожити 65 кг води (із коливаннями в межах від 35 кг до 90 кг).

### Фактори впливу

Тепловий стрес та споживання солі зазвичай збільшують потребу у воді. Її температура особливо не впливає на бажання пити чи поведінку тварин. Охолодження

**ГОДІВЛЯ**  
як точна наука

корми + премікси = гроші  
час годівлі

**ЦЕХАВЕ КОРМ ЛТД**  
вул. Старонаводницька, 13,  
офіс 126-г  
Телефон: 569-12-24,  
569-12-25  
Email: info@cehave.kiev.ua



питної води до 10°C ненадовго впливає на температуру тіла і зовсім не впливає на виробництво молока та споживання СР. Корови віддають перевагу воді з темпера-

турою 17-28°C. А після доїння вони радо п'ють підігріту воду (приблизно 20°C) із теплообмінника попереднього охолодження молока.

#### Вимоги до резервуару з водою

Корови люблять пити воду з резервуара. На 15-20 корів потрібен щонайменше один резервуар. Довжина його має бути такою, щоб на кожну тварину припадало 6-12 см, тоді корови зможуть вільно пити воду.

Вода має відповідати трьом вимогам:

- смачна;
- доступна;
- без шкідливих речовин.

Пам'ятайте: брак води та її низька якість негативно позначаються на продуктивності великої рогатої худоби, а отже, і на економічних показниках господарства.

**Таблиця 2.** Стандарти якості води для напування жуйних тварин

| Показник                                | Оптимальний рівень | Неприпустимий рівень |
|-----------------------------------------|--------------------|----------------------|
| Рівень кислотності, pH                  | 5-8                | <5 та >9             |
| Жорсткість, °FH                         | <25                | >45                  |
| Сульфати, мг/л                          | <100               | >250                 |
| Хлор, мг/л                              | <500               | >2 000               |
| Амоній, мг/л                            | <2                 | >10                  |
| Нітриди, мг/л                           | <0,1               | >1                   |
| Нітрати, мг/л                           | <100               | >200                 |
| Залізо, мг/л                            | <0,5               | >5                   |
| Кількість мікроорганізмів, кількість/мл | < 100 000          | >100 000             |
| Фекальні палички, кількість/мл          | < 100              | >100                 |

# Ділимося досвідом

**Василь Неборачок,**  
управляючий плезмзаводом ВРХ:

«Ми забезпечуємо корів чистою і якісною питною водою. Вона настільки хорошої якості, що й працівники ферми використовують її для власних потреб.

## Поїлки

Ми використовуємо бетонні поїлки місткістю 0,5 т води — по 4 поїлки на секцію, де утримуємо 100 корів. У кожній з поїлок є поплавковий механізм, який регулює рівень води. Чим хороші такі поїлки? Вони завжди наповнені водою (2 т води на 100 тварин), а у разі якщо виникають перебої у постачанні, коровам вистачає запасу на півдня, цього часу достатньо для усунення проблеми. Кран розміщено у товщі води, тому він ніколи не замерзає навіть в холодну пору року. Однак взимку доводиться стежити, аби не утворювалась льодяна кірка: через певні проміжки часу робітники вичерпують лід друшляком. Цього року ми плануємо встановити електротенти потужністю 0,5 кВт (12-24 В) — вони будуть підігрівати воду в поїлках до 13-15°C. Завдяки цим нехитрим пристроям ми зможемо регулювати температуру води в холодну пору року і збільшити її споживання. Адже якщо температура води становить 3-5°C, то корови п'ють менше і менше споживають корму, отже й молока отримуємо менше.

Новий корпус ферми — це копія одного з американських проєктів, а поїлки — точна копія їхніх. Взагалі то до



цього ми перепробували багато різних варіантів. Якийсь час використовували невеликі канадські поплавкові поїлки. Основним їх недоліком було те, що на стадо потрібно встановлювати велику кількість. Якщо їх мало, то вистроюється черга на водопій. Коли траплялися перебої з водопостачанням, поїлки по кілька годин залишалися порожніми, а втрати молока сягали 2-3 л на корову.

## Якість води

Воду для напування корів беремо із 4 артезіанських свердловин, а аналіз робимо у лабораторії санепідемстанції. Проби на аналіз беремо із свердловини і поїлок, і результати обов'язково звіряємо.

## ДОСЬЄ-ПІДПРИЄМСТВО

### СТОВ «Промінь»

с. Воеводське, Арбузинський р-н, Миколаївська обл.

Дійне стадо — 1055 корів

Порода — українська чорно-ряба, чорно-ряба голштинська

Річний надій на фуражну корову (2010 р.) — 7898 кг

Вміст білка — 3,89%

Вміст жиру — 3,25%

КСК, тис/см³ — <180

Вода проходить дві стадії очищення — грубу й тонку. Маємо установку для опріснення, що знижує її жорсткість. М'яка вода краще підходить для напування тварин і для миття доїльної зали. Вона настільки хорошої якості, що й працівники ферми використовують її для власних потреб.

Ретельно стежимо за чистотою поїлок. Миємо їх по черзі один раз на тиждень. Усього маємо 8 секцій, отже доводиться мити по 2 секції або, іншими словами, 8 поїлок щодня. Для цього ми закручуємо крани, щоб припинити водопостачання, частину води випивають корови, решту зливаємо й миємо місткості щітками.

Контроль за якістю води, яку споживають тварини на фермі, — постійний».

**Олександр Богдан,**  
управляючий комплексом «Ліза»:

«Обсяг споживання води коровою залежить від кількості з'їденої сухої речовини (СР) раціону і в середньому становить 4-6 л на 1 кг СР. Якщо дійна корова споживає 20 кг СР, то випиває 80-100 л води на добу, а якщо 23 кг — то 90-140 л.

Під час сухостою потреба у воді зменшується. Сухостійна корова з'їдає 12-14 кг СР й випиває 50-70 л води на добу.

У літній період корови випивають на 10-15% води більше, ніж у зимовий. Додаткова волога потрібна для підтримання термобалансу в організмі.

## Температура води в поїлках

Температура води для напування корів має становити 15-25°C у будь-яку пору року. У деяких іноземних джерелах радять навіть довести її до 30°C. Завдяки такій температурі зростає споживання СР на 1-1,5 кг, також стимулюється саме



споживання води твариною і підтримується нормальне середовище для життєдіяльності мікрофлори рубця. Особливо це важливо в сухостійний і новотільний періоди.

Якщо температура води нижча за 10°C, то корова менше п'є, загальмовується активність життєдіяльності бактеріаль-

## ДОСЬЄ-ПІДПРИЄМСТВО

**ТОВ «Агрофірма «Тріо»**, с. Покровське, Тербунський р-н, Липецька обл., Росія

Дійне стадо — 1270 корів

Порода — голштинська

Річний надій

на фуражну корову (2010 р.) — 8447 кг

Вміст білка — 3,8%

Вміст жиру — 3,4%

КСК, тис/см³ — <200

ної мікрофлори рубця і перетравлення корму, знижується споживання СР і молочна продуктивність, але збільшується кількість різних захворювань.

Особливо ретельно стежимо за споживанням води у новотільний період. Дуже важливо забезпечити саме цих тварин водою в достатній кількості. Це дає змо-

гу активізувати роботу рубця і знизити ризик виникнення ацидозу, кетозу, зміщення сичуга та інших хвороб новотільного періоду.

Щоб забезпечити корів водою оптимальної температури, потрібно планувати низькоенерговитратну систему підігріву ще на стадії проектування ферми або комплексу. Особливо важливо забезпечити корову теплою водою в холодні періоди року. Для цього ми використовуємо електропідігрів поїлок і теплу воду з теплообмінника попереднього охолодження молока.

### Поїлки

На комплексі використовуємо поліетиленові поїлки групового напування відомої іноземної компанії. Їх висота становить 500 мм, довжина 1512 мм, ширина 712 мм, глибина наповнення водою 25 мм, а об'єм води в поїлці — близько 200 л при швидкості подачі до 35 л/хв. Одна така поїлка розрахована на 15 корів, вона має циркуляційну систему запобігання замерзання клапана і труби підведення води, а також систему підігріву та клапан «ясного зливу». Поїлка не має загострених травмонебезпечних для корів і персоналу ділянок. Внутрішня її поверхня гладка, без кишень, що дозволяє легко очищати та мити. Для очищення

застосовуємо щітку зі щетиною середньої жорсткості. Клапан «ясного зливу» дає змогу швидко зливати воду з поїлки під час миття.

Маючи поїлку такої конструкції, ми можемо збільшити фронт поїння, під'єднавши одну чи кілька поїлок без клапана. Подача води відбувається до основної поїлки, а до додаткових переливається через спеціальні отвори.

Поїлки виготовлено з міцного матеріалу, але в кожному стаді є корови, яким влітку подобається ставати передніми ногами в поїлки, аби охолодитися. Будь-яка поїлка не призначена для цього і не розрахована на таке навантаження. Щоб пластик не прогинався, ми додатково огорожуємо саму поїлку, що обмежує усі дії корови, не пов'язані з питтям.

Ми задоволені поїлками, тому що вони міцні, гігієнічні, зручні для корів, мають підігрів, не замерзають, недорогі в ремонті, клапан і нагрівальні елементи надійно захищені й недоступні для корови.

### Якість води

Якість води перевіряємо один раз на 6 місяців. Проби беремо в кількох місцях, а саме: із джерела (свердловина, водонапірна башта), з точки надходження води до поїлки, насосної станції та точки спо-

живання (доїльна зала, система промивки доїльного обладнання).

Аналіз води робимо у лабораторії Росспоживнагляду відповідно до прийнятих законодавством норм і вимог.

Щоб покращити якість води, використовуємо заздалегідь встановлені системи пом'якшення, зниження вмісту заліза й бактерицидної дії. Також воду фільтруємо.

### Проблеми з водою

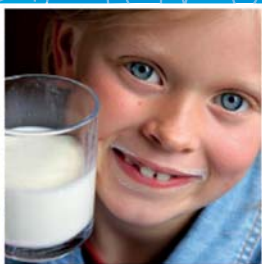
На щастя, проблем із якістю води у нас не виникало, але були випадки з відключенням насосів її подачі зі свердловини до водонапірних веж через перебої з електрикою, поломку насоса, порив силового кабелю. У такому разі воду із водонапірної вежі використовували, але із свердловини її запас не поповнювався. Зниження тиску в системі водопостачання виявляли не відразу, і за 2-3 години зменшувалось надходження води для напування корів. Як наслідок, миттєво знижувалося споживання СР раціону і молочна продуктивність. Відбувалося порушення фізіологічного ритму життя корови. Замість того щоб споживати корм і відпочивати, корова вимушена шукати воду. Щоб надалі таких випадків не траплялося, ми встановили систему оповіщення зниження рівня води у водонапірних вежах».

## Як ефективно управляти молочною фермою?

# Uniform-Agri

Сучасна програма обліку та управління дійним стадом, яка допомагає щоденно заощаджувати час та гроші.

- Простота у використанні
- Сумісність з усіма доїльними залами
- Робота з усіма групами ВРХ
- Під'єднання до кормового комп'ютера
- Формування оптимального раціону
- Щоденний моніторинг виробництва молока на кожну корову
- Контроль показників відтворення
- Моніторинг стану здоров'я тварин
- Формування власних звітів (продуктивність, здоров'я, відтворення)
- «Щоденник» – нагадування, які дії потрібно виконати і з якими групами тварин
- Кваліфікована та оперативна служба підтримки



Представництво в Україні:

Моб: 096 5177376

Тел/факс: 04744 36985

Інтернет: [www.agro-oblik.com](http://www.agro-oblik.com)

# Утилізація гною як бізнес для ферми

Валерій Курочкін, кандидат технічних наук, директор ТОВ «ЕКБІТ»

Насамперед давайте зазирнемо до тлумачного словника. У ньому слово «бізнес» трактується так — діяльність, яка приносить дохід. Якщо ферма не приносить доходу, то це не бізнес, а щось інше, і в цьому випадку ми нічого порадити не можемо. Якщо ж ви ставитеся до виробництва молока як до справи, що має приносити дохід, тоді пропонуємо обговорити тему утилізації гною.

## Запах і ціна гною

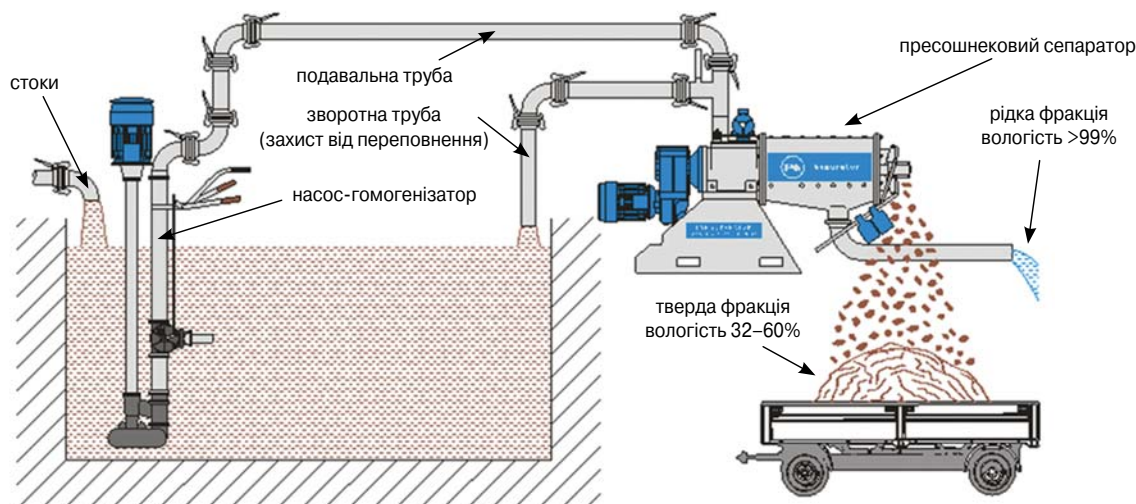
Утилізація — це вживання з користю, повторне використання або повернення в обіг відходів виробництва. Це якраз той процес, у якому прихований величезний потенціал і на який мало звертають увагу вітчизняні тваринники. При створенні тваринницьких комплексів зазвичай піклуються про їх високу оснащеність засобами механізації та автоматизації для збільшення продуктивності основного виробництва, але не вирішеними залишаються питання утилізації гною. Майже всі підприємства, побудовані після 2000-го року, намагаються застосовувати лише новітні технології та сучасне обладнання для утримання тварин. Однак з переробкою гною все виглядає інакше. Раніше будували молочну ферму і поруч з нею гноєсховище на кілька тисяч тонн. Атмосферні опади та ґрунтові води допомагали тваринам його заповнити. І ось уже навколо ферми грузьке болото, сморід розноситься по околицях, відходи потрапляють до ярів, річок. Знайома картина? До неї обов'язково потрібно додати той факт, що періодично люди роблять героїчні зусилля для очищення гноєсховища і вивезення вмісту на поле. Але дуже скоро все повертається до попереднього стану ...

Відомі випадки збору гною в лагунах і потім внесення його в підорний шар поля спеціальними культиваторами з інжекторами під тиском. Для цього гнойову рідину під-

возять до культиватора у величезному причепі-ємності або перекачують по пластикових трубах. Це дуже витратний процес, що вимагає енергомісткого обладнання для перемішування і перекачування гною. До того ж варто пам'ятати, що гнойова рідина у первинному вигляді не є повноцінним добривом для рослин. Вона перетворюється в доступні рослинам поживні речовини лише через доволі тривалий час (12-24 місяці) у результаті бродіння і впливу мікробів.

Витрати на експлуатацію систем з переробки і внесення гною на поля безпосередньо впливають на рентабельність і собівартість продукції тваринництва, тому варто замислитися над необхідністю використання енергозберігаючих та низьковитратних технологій з утилізації й переробки гною в органічні добрива.

Гній — це значний за обсягом субпродукт тваринного виробництва, а потенційно — універсальне біодобриво, але лише потенційно. Його правильне використання є необхідною передумовою інтенсивного землеробства. Там, де зберігають зв'язок між землеробством і тваринництвом, природний приплив органічних речовин у ґрунт та грошових знаків на рахунок не припиняється. Ще одним проблемним моментом є великі втрати азоту (до 80%!) на полях і луках. Найбільшим цей показник стає тоді, коли сирий гній вивозять у невідповідний час. Перенасичення довкілля викидами аміаку викликає особливо великі проблеми біля житлових будівель. Враховуючи те, що сирий гній у більшості випадків неможливо внести оптимальним способом і в оптимальний час, доводиться додатково застосовувати більшу кількість пестицидів та гербіцидів. За кілька років такої роботи господарству гарантовано надмірний вміст фосфору у ґрунті. Як наслідок — ерозія, яка в свою чергу веде до зниження родючості посівних площ і врожаю.



Крім того, сфера утилізації гною та стоків із об'єктів тваринництва ретельно контролюється державними органами. Дотримання норм вимагає значних площ, які не завжди є. Окремі підприємства, не маючи достатньо власних сільгоспугідь, змушені платити за вивезення та утилізацію гною. Це підвищує собівартість продукції та зменшує конкурентоспроможність господарств.

### Вихід є

Вихід — інтенсифікація процесів компостування, яка дає можливість перетворити витратну частину виробництва на рентабельну, і навіть прибуткову. Якщо в нашій країні ще далеко не всі тваринницькі підприємства це зрозуміли і почали утилізувати гній, то за кордоном така практика застосовується давно і є дуже популярною. Доказом може слугувати хоча б той факт, що все якісне обладнання для утилізації гною є виключно імпортованого виробництва. Звичайно, вартість такого обладнання стримує його впровадження. Проте розроблені та сертифіковані в Україні технології роблять їх доступними і прибутковими навіть для невеликих (потужністю менше 500 голів) господарств.

Найбільш сучасною і економічною системою з утилізації та переробки гною є технологія розділення (сепарації) стоків з подальшою переробкою розділеної рідкої і твердої фракції у високоякісні добрива, що згідно з нормами дає змогу зменшити вміст відстійників у 2,5 раза. Цей ефект досягається за рахунок того, що час витримання рідкої фракції скорочується вдвічі. Більше того, розділення спрощує технологію внесення рідкої фракції гною на поля, знижує строки зберігання та мінімізує шкідливий вплив на довкілля. При будівництві лагун для рідкої фракції рекомендується застосовувати плівкові матеріали, що дає змогу зменшити витрати на спорудження у 15 разів порівняно з бетонними конструкціями. Вся система в комплексі доступна навіть для малих господарств. Наприклад, її ціна для ферми ВРХ на 400-1200 голів або свиногокомплексу на 8-16 тис. голів становитиме близько 1 млн грн. До цієї вартості увійдуть: вартість обладнання цеху розділення з системою насосних станцій, витрати на будівництво, а також вартість плівкових гноєнакопичувачів (лагун) з встановленим обладнанням для перемішування і відкачування гною.

У світі поширені різні технології утилізації гною, і для кожної ферми є своє оптимальне рішення. Системи ви-

далення, перекачування, перемішування, складування гною повинні бути адаптовані до потреб конкретного господарства. Проте всі технології утилізації мають однукову схему: реагентна обробка та сепарація.

Фізико-хімічна (реагентна) обробка гною здійснюється шляхом внесення у накопичувач, при постійному перемішуванні, 10-процентного розчину реагенту (сірчаноокислого заліза, сірчаноокислого алюмінію, хлорного заліза, вапна). Ця операція дає змогу зв'язати леткі сполуки, запобігти забрудненню атмосфери, знищити запахи, полегшити і прискорити подальшу обробку гною. Дозування і вид реагенту визначають за попереднім аналізом. Наступний крок — сепарація для отримання високоцінного добрива у твердому та рідкому вигляді, далі обидві фракції обробляють окремо за відносно простими технологіями.

Тверду фракцію (70% вологості) найчастіше обробляють біопрепаратом (висококонцентрована суха суміш природних бактерій та ензимів) і складають у бурти на майданчику компостування. При цьому відбуваються дегельмінтизація та біодеструкція органічних сполук у гумус. Через 6 тижнів у теплу пору року (і 10 тижнів у холодну), добриво готове для внесення у ґрунт або фасування на продаж.

Рідку фракцію (98-99% вологості) обробляють біопрепаратом і спрямовують у біореактор, де при періодичній подачі повітря під впливом мікроорганізмів — нітрифікаторів і денітрифікаторів — протягом 7-10 днів органічні сполуки перетворюються на збалансоване комплексне добриво, яке після відстоювання у накопичувальній лагуні готове для поверхневого або внутрігрунтового внесення.

Обробка у біореакторі дає змогу в декілька разів скоротити час отримання добрив, зменшити розміри місткостей для зберігання і запобігає появі запахів. Така технологія має свої переваги:

- кращі гідравлічні властивості сепарованого гною дозволяють вносити його за допомогою шлангових насадок, проникнення відбувається значно швидше;
- мінімізація роз'їдання рослин і повстяного дерну при зменшенні вмісту твердих речовин у сепарованому гною (це гарантує пришвидшений ріст трав і більш раннє використання пасовищ, завдяки чому із лук отримують додаткові укоси);
- відсутність потреби гомогенізувати рідку фракцію у сховищі, що заощаджує витрати на насоси і мішалки;
- скорочення обсягу зберігання рідкої фракції;



Фото 1. Подача гною із накопичувача у сепараторну



Фото 2. Сепаратор рідкої та твердої фракції



Фото 3. Біореактор в дії

- хороше компостування, фасування чи таблетування твердої фракції (її можна просто розподіляти звичайними розкидачами або продавати у розфасованому вигляді).

Дуже привабливо виглядає анаеробна технологія обробки гною з отриманням крім добрив біогазу. Біогазові установки успішно працюють у сусідніх країнах — розвинутих і не дуже. Плюси такої утилізації гною добре відомі і реклами не потребують. Однак слід брати до уваги, що ця технологія вимагає для переробки гною на добриво не менш як 28 днів (ємності повинні вміщувати місячний обсяг), видобуток біогазу (якщо сировина — лише гній) у наших широтах ледве перекидає енергетичні витрати цієї установки, а купувати додаткову сировину небезпечно через нестабільну кон'юнктуру цін. Крім необхідності великих стартових інвестицій, технологія анаеробної утилізації гною вельми примхлива: потрібна стабільна якість і кількість сировини, її не можна зупинити на сезон, а потім запустити знову, оскільки цей процес дорогий і займає два-чотири місяці. Основною прибутку є продаж електроенергії за «зеленим тарифом». Але, щоб здобути право продавати електрику, слід витримати «тортури» отримання 748(!) підписів на проектних та дозвільних документах. Далі перелічувати недоліки і труднощі, властиві лише нашій країні, немає сенсу.

На відміну від анаеробної технології переробки гною за допомогою біогазових установок, прості й доволі прибуткові реактентно-аеробні технології утилізації не потребують великих початкових капіталовкладень і дають змогу господарству знизити собівартість продукції, підвищити її якість і досягти кращих конкурентних переваг. Тому низка вітчизняних господарств уже почала впроваджувати цю технологію.

### Окупність

Утилізація гною на тваринницьких комплексах дозволяє не лише вирішувати екологічні проблеми, а й створювати додаткову статтю прибутку для господарства завдяки виробництву цінного біодобрива, що особливо актуально у контексті ситуації, яка склалася на ринку мінеральних добрив останнім часом. З листопада минулого року аміачна селітра подорожчала на 25% і сягнула позначки 3–3,1 тис. грн/т. На 1 га ріллі вносять близько 17–18 кг мінеральних добрив: щоб отримати високий результат потрібно внести більш як 100 кг. Зауважте, що вартість твердих біодобрив на продаж становить

**ТОВ «ЕКБІТ»** —   
очисні споруди для тваринництва

Телефон: (044) 502-22-82  
Факс: (044) 501-53-92

info@ttt.net.ua  
www.ecbit.com.ua

2,2 тис. грн/т, рідких — 45 грн/т, а собівартість — 1,6 грн/т та 3,25 грн/т відповідно. Для тваринницької ферми на 500 голів ВРХ термін окупності затрат на будівництво з нуля усієї системи утилізації гною в комплексі становить приблизно 14 місяців за умови використання добрив на власні потреби. У разі використання біодобрив замість мінеральних урожайність ґрунтів підвищується на 30–50%. Крім того, тверді біодобрива є дефіцитним товаром для тепличних господарств. Продаж добрив тепличним господарствам — стабільний додатковий дохід та скорочення терміну окупності.

### Аматорство дорого коштує

Причини можливих негараздів у застосуванні технології реактентно-аеробної утилізації гною приховані, перш за все, у бажанні «винайти велосипед» попутно заощаджуючи на всьому підряд. Проста на перший погляд технологія базується на точних розрахунках, лабораторних дослідженнях, досконалому знанні біохімічних процесів. Щоб відразу отримувати дохід, а не витратити час і гроші на нескінченні переробки та доопрацювання, необхідно розробити проект для конкретного майданчика. Господарства, які вже побудували такі очисні споруди на одному виробничому майданчику, мають досвід експлуатації, а для наступного закладають аеробні очисні споруди окремим проектом.

З огляду на суворий контроль з боку державних органів щодо дотримання екологічних і санітарно-епідеміологічних вимог під час утилізації гною та стічних вод, будівництво без дотримання норм і правил, тим більше аматорство, можуть не лише не гарантувати позитивного результату, а й дорого коштувати (у всіх значеннях цього слова).

І ще: слід враховувати європейську перспективу нашої країни. Необхідність відповідати європейським нормам може торкнутися тваринництва вже у недалекому майбутньому.



Фото 4. Біореактор (перша і друга черга)



Фото 5. Плівковий гноснакопичувач (лагуна)



Фото 6. Майданчик для компостування

# Побачити світло в кінці тунелю

*Інтерв'ю з Андрієм Даниленком, головою Правління Національної спілки виробників молока Російської Федерації «СОЮЗМОЛОКО» про те, як створити дієве об'єднання виробників*



## ДОСЬЄ-ПЕРСОНАЛІЇ

**Даниленко Андрій Львович**, голова Правління Національної спілки виробників молока Російської Федерації «СОЮЗМОЛОКО», президент групи компаній «Російські ферми»

Народився 6 квітня 1967 р. у м. Сан-Франциско, штат Каліфорнія, США, в родині російських емігрантів.

У Росії постійно проживає з 1989-го.

Освіта – вища гуманітарна (Московський державний університет ім. М.В. Ломоносова, історичний факультет) та вища економічна (Санкт-Петербурзька академія права і бізнесу, факультет менеджменту організацій).

У 1986–1989 р. керував курсами російської мови в американсько-російському інституті в Сан-Франциско.

Одночасно працював координатором у Центрі російсько-американських ініціатив за програмами обміну фахівцями.

У 1989–1992 р. працював директором з міжнародних питань у Московській міській лікарні № 17, де займався налагодженням співпраці з США та Європейськими організаціями в галузі профілактики та лікування алкоголізму та наркоманії.

У 1990-му заснував і став головою ради директорів центру з профілактики та лікування алкоголізму і наркоманії «Рекавері».

Сільськогосподарський бізнес розпочав із обробки 5 га картоплі.

У 1993 р. заснував і очолив фонд «Російські Ферми».

З 1997 р. – президент групи компаній «Російські ферми».

У червні 2008 р. обраний головою правління Національної спілки виробників молока Російської Федерації «СОЮЗМОЛОКО».

З березня 2009-го – член Комітету Торгово-промислової палати РФ з підприємництва в аграрно-промисловій сфері.

З липня 2010 р. – голова Громадської ради при Міністерстві сільського господарства Російської Федерації.

Андрій Даниленко відзначений нагородами Російської Федерації за значний внесок у розвиток агропромислового сектору Росії.

Вільно володіє англійською та російською мовами.

Захоплення – спортивні літаки та вітрильні яхти.

25 лютого 2011 р. був гостем IV Всеукраїнського молочного конгресу.

**Кому належить ідея створення Національної спілки виробників молока Російської Федерації?**

Це була спонтанно підхоплена ідея. Майже три роки тому Віктор Зубков, перший заступник глави Уряду Російської Федерації, як тільки заступив на посаду, зібрав провідних виробників молока. Нас було чоловік десять, велася розмова стосовно того, як і чим керівництво держави може нам допомогти. Тоді у мене й вирвалося, що, мовляв, в інших країнах світу є організації, які захищають права виробників молока, а в нас такої немає – було б добре створити подібне об'єднання. Перша реакція Віктора Зубкова була така: «То в чому проблема?! Беріть і створюйте!» А далі ви вже, напевне, здогадалися, як буває: хто висловив ідею, той і втілює її в життя. Перший рік я займався цим доволі мляво, можна сказати, факультативно, а потім зрозумів – або справу треба робити професійно, або відмовитися від неї взагалі. Ось так і сталося, що нині я на дев'яносто відсотків задіяний у «СОЮЗМОЛОЦІ» і лише на десять – у власному виробництві, де більше 10 тис. корів. Нині я більше займаюся громадською діяльністю і потроху дистанціююся від оперативного управління, однак докладаю всіх зусиль, щоб хоча б один раз на тиждень побувати на виробництві, аби не втратити почуття реальності. А почав я займатися громадською діяльністю не від того, що мені цього дуже хотілося, а тому що зрозумів – пора захищати свої інтереси.

**Доводиться чути закиди у свій бік про використання об'єднання у власних інтересах?**

У спілці я працюю на громадських засадах і не приховую, що використовую контакти і зв'язки для підтримки власного бізнесу, але користь від того мають усі – адже ми вирішуємо питання, що є загальними для усієї галузі.

**Яка головна мета очолюваного вами федерального об'єднання?**

Я б розділив мету на кілька складових. Найперше, ми прагнемо створити зрозумілі правила гри для всіх учасників ринку. Спочатку ми переймалися лише інтересами сільгоспвиробників. Потім еволюційно дійшли до розуміння того, що інтереси виробника і переробника більш схожі, ніж нам це здається. Тому йдеться про правила гри для всієї галузі. Зрозумійте, якщо переробник почувається не дуже добре, то й виробник відчуває те ж саме, і навпаки. Отже, нашим завданням є створення стабільних правил гри. Це стосується як державного регулювання, так і системи державної та регіональної підтримки виробників і переробників.

Другим завданням є розроблення стратегії розвитку галузі, визначення напрямку руху. Молочна галузь – це така сфера виробництва, де треба планувати на десять років наперед.

Третім – до якого ми нині приступаємо – створення системи навчання та підготовки кадрів, а також прове-

дення досліджень. Нам потрібно запроваджувати нові підходи до бачення і роботи галузі, стимулювати використання сучасних технологій виробництва і управління.

Є ще одна проблема, яку варто виокремити і працювати над її вирішенням. У нас в країні втрачене поняття цінності молока для здоров'я людини, а через це його споживання в цілому знижується. Якщо раніше ніхто не міг собі уявити, як жити без молока, то зараз люди не уявляють, як обійтися без кока-коли і харчів із Макдональдса. Потрібно змінювати ці стереотипи, тому в нас є дуже важлива мета — стимулювати споживання молока і доносити до споживача розуміння цінності цього продукту.

### Хто є членами об'єднання і яку структуру має «СОЮЗ-МОЛОКО»?

Найвищим органом спілки є з'їзд, який відбувається раз на рік, а також розширене засідання правління, яке також організовуємо раз на рік. Головний керуючий орган — правління. Воно збирається на засідання щомісяця.

Членами «СОЮЗМОЛОКА» можуть бути як індивідуально господарючі суб'єкти (сільгоспвиробники чи переробники), так і регіональні спілки виробників. У нас немає щодо цього жорстких обмежень. Це можуть бути також і виробники обладнання, і переробні підприємства, і науково-дослідні інститути — тобто усі, хто хоч якимось чином причетний до молочної галузі.

Найцікавішим є те, що до спілки входять як великі господарства, так і дрібні. Наприклад, найбільший виробник молока — компанія «Красний Восток», у якої більш як 30 тис. дійного стада, найменший — особисте присадибне господарство із 1-2 коровами. Звичайно, ті, хто має 1-2 корови, входять до складу об'єднання не безпосередньо, а через регіональні підрозділи й асоціації. Річ у тім, що дуже часто місцеві адміністрації розподіляють підтримку для виробників через регіональні підрозділи. Отож, будучи членами регіональної асоціації, власники особистих присадибних господарств отримують доволі пристойні субсидії й підтримку.

### Яким є ставлення влади до Спілки?

Без підтримки влади Спілка не відбулася б і ми не змогли б вийти на той рівень, на якому перебуваємо сьогодні. В якому сенсі? На початку діяльності великі переробні компанії ставилися до нас дуже прискіпливо. Звичайно ж, той факт, що ми починаємо об'єднуватися, щоб визначати ціни на сире молоко, викликав у них велике напруження. І якщо б держава в особі віце-прем'єра та уряду не зайняли жорсткої позиції, давши зрозуміти, що буде уважно дослухатися як до думки переробника, так і виробника, нам було б важко. Уявіть собі, одна річ — виділити кошти на лобювання певних питань з бюджету великої компанії, а інша — з тисячі фермерів зібрати кошти, щоб винайняти штат, який би цим займався. Держава нас підтримала, а ми почали методично переносити на терена Російської Федерації досвід інших країн і, вважаю, правильно скористалися підтримкою у пошуках компромісів.

### Об'єднання виробників яких країн брали за зразок?

Щодо молочного тваринництва, то просто взяти систему виробництва якоїсь країни і перенести її на Росій-

## ДОСЬЄ КОМПАНІЇ

### Група компаній «Російські ферми»

«Російські ферми» — агропромисловий холдинг, що здійснює основну діяльність на території Московської й Білгородської областей та у Ставропольському краї. Член об'єднання «СОЮЗМОЛОКО».

Основні напрямки діяльності — виробництво рослинницької і тваринницької продукції, проектування і будівництво сільськогосподарських об'єктів, консалтинг, постачання техніки і обладнання для молочних комплексів.

### Виробництво молока

#### ЗАТ «Дмитровські молочні ферми»,

с. Насадкіно, Дмитровский р-н, Московська обл.

Молочнотоварна ферма на 600 голів дійного стада.

Щорічний обсяг виробництва молока — 4 тис. т.

Порода — голштино-фризька.

Утримання худоби — безприв'язне, холодне, на піщаній підстилці, загальний кормовий стіл.

Доїльна зала — «європаралель» (Blue Diamond), 2х20;

автоматизована програма управління стадом шведської компанії DeLaval.

#### ТОВ «Агрофірма «Село Ворошилова»,

станція Суворовська, Передгірний р-н, Ставропольський край.

Засноване 1 жовтня 2003 р. Загальна площа орних земель — 6175 га.

Молочнотоварна ферма на 1800 голів дійного стада.

Щорічний обсяг виробництва молока — 20 тис. т.

Порода — голштино-фризька.

Утримання худоби — безприв'язне, холодне, на матах, загальний кормовий стіл.

Доїльна зала — «європаралель» (Blue Diamond), 2х20;

автоматизована програма управління стадом шведської компанії DeLaval.

#### ВАТ «Белгородські молочні ферми»,

с. Івня і Багате, Івнянський р-н, Білгородська обл.

Початок проектування — квітень 2006 р.,

реалізація першого молока — грудень 2006 р.

Молочнотоварний комплекс на 5000 голів

(дві ферми по 2500 голів дійного стада кожна).

Річне виробництво молока — 50 тис. т.

Порода — голштино-фризька.

Утримання худоби — безприв'язне, холодне, на піщаній підстилці, загальний кормовий стіл.

Доїльна зала — «паралель» 2х30 і 2х40 компанії GEA WestfaliaSurge.

#### ТОВ «Російська молочна компанія»,

с. Потодеєво, Наровчатський р-н, Пензенська обл.

Початок реалізації проекту — 14 листопада 2008 р.

Завершення будівництва — 21 вересня 2010 р.

Загальна сума інвестицій — 1,6 млрд руб.

Молочний комплекс на 3600 голів.

Проектна потужність — 85 т молока на добу, 30 тис. т на рік.

У грудні 2009 р. компанія запустила завод з виробництва високоякісних італійських сирів на базі ЗАТ «Дмитровські молочні ферми» в Московській області. Проектна потужність — 20 т сировини на 3 т готової продукції на добу. Продукція випускається під брендом «Villaggio». Лінійка сирів представлена такими найменуваннями: «Моцарелла столова», «Моцарелла для піци», «Рікотта», «Москарпоне» і т.д.

ську Федерацію бачиться неможливим. Те саме стосується й об'єднань виробників. У нас інший менталітет і умови. Росія — не фермерська країна, а країна великих колективних господарств, у нас общинний спосіб мислення. Звичайно, за основу ми взяли досвід потужних виробників молока — Франції, Німеччини, Нідерландів, США, Канади і, певною мірою, Нової Зеландії та Австралії.

## дос'є спілки

**Національна спілка виробників молока Російської Федерації «СОЮЗМОЛОКО»**

«СОЮЗМОЛОКО» створено у січні 2008 р. Спілка об'єднує більш як 3000 підприємств з виробництва і переробки молока Росії та Білорусі.

**Мета та завдання** – забезпечення економічно вигідних умов для виробництва та переробки молока, своєчасне інформування членів Спілки про ситуацію в молочній галузі, стимулювання підвищення якості та ефективності виробництва у молочній галузі Росії, представництво і захист інтересів членів Спілки в державних і муніципальних органах влади, громадських і міжнародних організаціях.

«СОЮЗМОЛОКО» має угоди про співпрацю з Міністерством сільського господарства Російської Федерації, Росспоживнаглядом Російської Федерації, Російською спілкою підприємств молочної галузі.

Однак найближче ми до Канади і використовуємо їхній підхід до вибудови співпраці з державою у плані фінансування проектів, тобто: 50% – кошти Спілки і 50% – частка державних грошей.

**Якими досягненнями Спілки найбільше пишаєтесь?**

Головне наше досягнення – встановлення більш-менш справедливого балансу цін на ринку. У Росії склалася неринкова ситуація – ціни на сировину були занадто низькими і не сприяли розвитку галузі. Сьогодні ми досягли справедливого співвідношення ціни готової молочної продукції на полиці між виробником і переробником, коли 50% від кінцевої вартості дістається сільгоспвиробнику.

Наступне, що нам вдалося, то це схилити на свій бік сільгоспвиробників. Регіональні переробні підприємства також побачили користь у тому, що ми робимо. Найприємнішим є те, що великі переробні компанії зрозуміли, що з нами краще домовлятися, ніж боротися, і ми знайшли спільні точки дотику. Ми зуміли змінити ситуацію із взаємних претензій та звинувачень на пошук компромісу у стосунках виробників і переробників. Не можна сказати, що ми досягли повної гармонії з усіх питань, цього, напевне, ніколи й не трапиться, але учасники ринку зрозуміли: якщо сільгоспвиробникові працювати не вигідно, то він цього і не робитиме, отже і переробник не отримає сировину. На чийому боці в такому разі буде перемога?

**Які завдання стоять перед Спілкою?**

Ми дуже сподіваємося, що найближчим часом нам вдасться налагодити партнерські стосунки із усіма переробними підприємствами в країні, і, звичайно ж, з торговельними мережами. Чому? Тому що в Росії молоко та молочна продукція мають найбільшу частку в загальному продовольчому обігу. Нам треба досягти максимальної стабільності в галузі, інакше вона не розвиватиметься.

Наступне завдання, яке нам потрібно вирішити, – паралельно вибудувати взаємини з усіма іншими галузями і тими операторами ринку, які мають суміжні з нами інтереси – виробниками зерна, мінеральних добрив, цукру. Існує цілий комплекс питань, які потрібно спільно вирішити, щоб максимально стабілізувати ринок. Він

має бути прозорим, з біржовими торгами молочною продукцією. До речі, щодо цього питання, так тут також потрібна державна підтримка.

Отже, нашою метою є максимальна стабільність і прозорість галузі, щоб усі, хто захоче займатися виробництвом молочної продукції, знали, що є світло в кінці тунелю.

**Якою ви бачите молочну галузь Росії і якою могла б бути роль Спілки у її розвитку?**

Росія має забезпечувати внутрішні потреби і повинна стати експортером молочної продукції. Нам слід розвивати основні молочні регіони: Південний федеральний округ (Краснодар, Ставропілля, Ростов), Центральну Чорноземна зону, Приволзький федеральний округ (Пензенська область, Татарстан) і, звичайно, Сибірський федеральний округ (Новосибірська область, Алтай). Природно-кліматичні умови в цих регіонах дозволяють їм бути надійними постачальниками молока.

Основну роль «СОЮЗМОЛОКО» вбачаємо у тому, щоб боротися з «перекосами» цін як в один, так і в інший бік. Ми маємо добиватися максимальної державної підтримки галузі й кредитування діяльності. Також маємо робити усе можливе, аби застосовувати сучасні підходи до виробництва. Під сучасними підходами ми розуміємо не роботизацію і автоматизацію, а використання максимально виправданих технологічних рішень і економічну ефективність виробництва. Ми не прагнемо отримати максимальні надії, нам потрібно досягти оптимальної собівартості літра молока. Це все можна зробити завдяки якісним кормам і ветеринарному обслуговуванню, оптимальним способам утримання худоби. І найголовніше, наша продукція має бути затребувана, і над цим теж потрібно працювати.

**Чи вбачає в Україні конкурента?**

Будь-яка країна, яка є експортером молочної продукції, є і її імпортером. Це нормальне явище. Є продукти, які країна виробляє, а є такі, які доводиться завозити. Україна – наш найближчий сусід, вона є і неодмінно буде постачальником певного асортименту продукції, в тому числі й молочної. А загалом, конкуренція це добре, вона стимулює до дій. Головне, що нас турбує, аби конкуренція була на рівних умовах. В Україні, на жаль, більша частина молока, що йде на переробку, виробляється господарствами населення, відповідно й сировина не найкращої якості. Цілком логічним є припущення, що і молочна продукція такої ж якості. Ми проти того, щоб неякісна продукція потрапляла на наш ринок і мала таку саму ціну, як і якісна.

Є ще одна проблема, спільна для України і Росії, – це широке використання заміників молочних жирів, що теж породжує нездорову конкуренцію. Отож ми за конкуренцію, але на рівних умовах.

**Що б ви побажали українським виробникам молока?**

Для всіх нас важливо розуміти, для чого ми працюємо і куди рухаємося. То ж усім нам бажано стабільності та зрозумілих перспектив і, звісно, здоров'я, щоб отримувати задоволення від життя. Треба любити життя, насолоджуватися сьогоднішнім днем і займатися тим, що подобається.

Naturally ahead

≡Biomín®≡

# Больше энергии, больше прибыли!

## **БИОМИН® БиоСтабил**

улучшает ферментацию и аэробную стабильность силоса, увеличивает количество сухого вещества и питательной энергии.

### **ООО «БИОМИН УКРАИНА»**

ул. Щекавицкая, 30/39, оф. 167

04071, г. Киев, Украина

Тел.: +38 044 360 18 81

+38 044 496 17 63

факс: +38 044 207 12 10

e-mail: office.ukraine@biomin.net

www.biomin.net

Результаты опытов, а также другую полезную информацию Вы найдете на сайте:

**[www.biostabil.biomin.net](http://www.biostabil.biomin.net)**

# Рада старійшин

Ганна Дорофеєва

*На провінційний завод призначено нового керівника. Молодий директор, щоб привести виробництво у відповідність із найкращими європейськими аналогами, змушений вдаватися до низки непопулярних заходів. Але, як виявилось, провінційний уклад життя і консервативність колективу стали серйозною перепорою на шляху до реалізації задуманого. Як бути молодому керівникові в цій ситуації?*

Завгосп Іван Петрович поставив біля проходної свій велосипед і пройшов до приймальні. Там уже юрилися інші члени правління заводу. Заввиробництвом Лідія Іванівна скаржилася на жадливу спеку та відсутність дощів, через що предмет її особистої гордості, — фірмові огірки, — передчасно пов'яли і допомогти їм не могло навіть найщедріше поливання. Завлабораторією Ніна Григорівна, мовчазна серйозна жінка, яка розміняла п'ятий десяток, слухала колегу без ентузіазму, час від часу співчутливо киваючи головою. Головний технолог — красуня Милочка — пишалась у новому вбранні і щось щебетала завгару Ігорю Васильовичу. «Вертихвістка, — подумав Іван Петрович. — Знашла місце і час чоловікові голову дурити...» Але промовчав, тому що батька Милочки на заводі поважали й побоювались. Колишній партійний працівник, один із керівників райради, він свого часу відправив не вельми здібну дочку в технологічний інститут і потім без зусиль прилаштував на завод. Так 25-річна Милочка вже через півроку змінила на посту Ганну Іванівну, якій коректно натякнули, що, мовляв, пора й на відпочинок, дати дорогу молодим. Незмінний головний інженер Василь Гнатович читав у куточку вчорашню газету, яка валялась на столі в секретарки. Його, здавалось, ніскільки не хвилювали сьогоднішні збори. За сорок із гаком років роботи на заводі він пережив не одного директора і знав підприємство так, як не знав його ніхто. Для місцевих журналістів, які цікавилися історією заводу, Василь Гнатович був як знахідка. Він достеменно пам'ятав усю історію заводу з найменшими подробицями з моменту закладення першої цеглини й міг поділитися безліччю історій про людей і події різних часів.

З усіма привітавшись, перекинувшись парою слів із Гнатовичем, Іван Петрович почав чекати наради, яка обіцяла бути непростою.

## Нова мітла

Прокинувшись у номері найпростішого у райцентрі готелю, який сміливо претендував на статус відмінного при такому ж відмінному ресторані з національною кухнею (подейкували, що в цьому ресторані любить обідати сам президент під час поїздок по історичних місцях нашої батьківщини), Володя перші кілька секунд не міг зрозуміти причину свого похмурого настрою. За звичкою поніжившись кілька хвилин у накрохмалених простирадлах, він згадав: сьогодні нарада. Це подіяло, як крижаний душ: сон як рукою зняло.

Швидко вдягнувшись і наспіх поснідавши ресторанною їжею, він завів мотор свого службового авто й помчав на завод. Дорогою він не міг позбутися неприємного відчуття: йому було не по собі від думки, що зараз він ладен виконувати найтяжчу і найневдячнішу роботу, аби тільки не проводити нараду. Десь глибоко в душі він розумів, що почувается не в своїй тарілці з цими людьми, для яких півтора місяця тому він став новим начальником. Хоч вони у більшості своїй віддано дивилися йому в очі і зверталися тільки на ім'я й по батькові (Володя цьому не опирався, хоча й не звик до таких церемоній), але щось підказувало новому директорові, що все це роблене і нешире. Не став він поки що для колективу, де молодих спеціалістів можна було порахувати на пальцях однієї руки, авторитетним керівником. Це очевидно.



Машиною діставши з бардачка пачку «Парламенту», прикуривши і зробивши першу затяжку, чортихнувся про себе — вчора ввечері він вирішив кинути курити...

Чесно кажучи, все йшло не так, як уявляв собі Володимир до приїзду в маленький райцентр. Він поласився на посаду генерального директора підприємства — новий для нього статус і завдання, поставлені акціонерами, збуджували його уяву. Він, технічний директор від Бога, який пройшов за кілька років шлях від простого технічного фахівця до управлінця, об'їздив усю планету в пошуках нового цікавого досвіду, звик до динаміки й мобільності ділового життя, потрапив у зовсім інший світ. Підприємство, яке він очолив, кардинально відрізнялося від того бізнесу, яким він займався досі. Життя тут ішло своїм звичаєм, час, здавалось, зупинився. Нікого не бентежила відсутність Інтернету чи перебої з мобільним зв'язком. Проте завод працював. Не можна було дорікнути його працівникам за зухвалу недбалість чи тотальні лінощі. Що не кажи, одне з містоутворювальних підприємств, флагман галузі в колишньому Союзі, і люди дорожили робочими місцями.

Хоч його працівники і не вітали новачка, але мужньо пережили технічне «переозброєння», затіяне колишнім власником, і пристосувалися до нових умов. Навіть пишаються новим обладнанням, демонструючи різноманітним делегаціям переваги свого виробництва. От Василь Гнатович, приміром, — феноменальний чоловік! Він пам'ятав усі дати і всі гвинтики заводу, ставився до нього, як до рідної дитини. Спробуй знайти такий виробничий патріотизм на будь-якій західній фабриці. А Іван Петрович? Завдяки його сумлінності й хазайновитості завод буквально сяяв чистотою і справляв враження дуже благополучного виробництва. Що й казати, кожен окремий працівник підприємства був спеціаліст що треба. От тільки всі разом вони перетворювались на потужну силу, яка не хотіла нічого змінювати, а тим більше змінювати з ініціативи чужинця. А саме чужинцем почувався Володя на цьому заводі. І завуальована неприязнь до нового керівника з боку колективу була для нього просто нестерпною.

## Хто друг, хто ворог?

Зараз Володя чудово розумів причини тихого саботажу. З ініціативи нового власника заводу він прийшов на нову посаду з низкою непопулярних рішень: наприклад, скорочення щомісячного пайка викликало багато розмов і невдоволення.

І це попри те, що за перший місяць своєї роботи нове керівництво ліквідувало тримісячну заборгованість у зарплаті й організувало транспортну розвозку робітників. Обурив громадськість і той факт, що новий керівник відмовив місцевій бібліотеці у фінансуванні оновлення фонду. Але ніхто не згадав, що завод купив школі комп'ютерний клас. Потік «прохачів» дедалі наростає, і Володя просто почав ховатися від міських радіостанцій, культурних і релігійних товариств, які дошкуляли вимогами фінансової допомоги. Один з начальників управлінь райради, з яким у Володі склалися товариські стосунки, радив: не відмовляй, іди назустріч, інакше довго не протримаєшся, бо в тебе тут і так «доброзичливців» до біса. І Володя не відмовляв: на прохання райради профінансував святкування дня міста з феєрверком і виступом столичної зірки. І засмутився, коли на святі ніхто й словом не згадав, що за це свято місто має дякувати його заводі. Провінційна еліта стежила за кожним кроком молодого керівника, не прощаючи ані найменших помилок і намагаючись не помічати його спроб «подружитись».

Сьогодні на нараді Володя мав довести до відома працівників ще одну нерадісну новину. У зв'язку з різким спадом обсягів продажу, спричиненим торговою війною з Росією (а лівова частка виробленої продукції експортувалася до Росії), на підприємстві треба було скоротити п'ятнадцять чоловік. Крім того, технологія виробництва потребувала серйозних коректив. Порівняно з аналогічними європейськими фабриками сировина використовувалася дуже неекономно, а це в кінцевому підсумку виливалось у вищу собівартість продукції. Володя вже провів розмову з головним технологом і інженером, але ті його вимогу розробити пропозиції з раціоналізації виробництва спустили на гальмах. І тепер Володя вирішив пройти разом з ними весь виробничий ланцюжок, до грама прорахувати використання сировини й визначити зони її перевитрат. Новий директор передчував, що його ініціативу тихо саботуватимуть, але іншого виходу не бачив.

Великі претензії були у Володі й до відділу сировинного забезпечення. Завдання з удосконалення роботи з постачальниками не було виконано. Перебої з сировиною виливались у простої, але фахівці з сировини тільки розводили руками: мовляв, що поробиш, треба діждати нового врожаю, ми тут безсилі.

Плутанина на складі готової продукції призвела до того, що великий оптовий клієнт повернув партію продукції, під час відвантаження якої ніхто не помітив, що строк її зберігання майже сплив. Свою провину начальниця складу заперечувала: виявляється, того дня вона виконувала важливу громадську роботу — організовувала прийом делегації з облради.

Ускладнювало ситуацію те, що винуваті співробітники горою стояли одне за одного. Десятиріччями гартована кругова порука не давала Володі можливості знайти слабку ланку, через яку можна було б пробитися до свідомості підлеглих. «Узяти б та й звільнити одним махом усіх цих пенсіонерів!» — якось спересердя подумав Володя. «І що далі? — спитав самого себе. — Хто поїде працювати у провінцію? Як заманити сюди потрібних спеціалістів? Та й ігнорувати громадську думку не можна — місцеві власті пильнують. А звільнення шанованих людей у маленькому містечку, де всі одне одному кум, сват або брат, не простять...» Новому директорові слід було прийняти непрості рішення.

**Ситуацію коментує Валерія Каздарова, генеральний директор українського відділення міжнародної компанії з забезпечення персоналом «Келлі сервісез»**

*Із безлічі проблем, які стоять перед Володимиром, найбільша — відсутність стратегії створення команди*

Ситуація з точки зору науки управління доволі стандартна: у компанію приходить новий керівник зі сторони. Як ми знаємо, у президентів і прем'єрів є 100 днів для того, щоб пока-

зати себе, а в нових менеджерів, керівників та й у працівників загалом — 90. За ці 90 днів треба встигнути багато чого, але є й головне, без чого неможливий подальший успіх керівника і його компанії.

Багато чого — це й уміння відірватися від свого минулого, усвідомивши, що те, що привело вас до цієї посади, навряд чи допомагатиме вам далі просуватися кар'єрними щаблями, уміння швидко вчитися, оперативно розібратися в ситуації і розробити відповідну стратегію, означити можливості для закріплення в новій ролі (свого роду легкі перемоги). Важливе також уміння збудувати команду, визначити ключові постаті поза своїм прямим підпорядкуванням і зрозуміти, як можна вплинути на них, уміння дотримувати балансу в прийнятті рішень, розвинути своїх працівників до такого рівня, щоб вони стали надійним тилом у досягненні поставленої вами мети.

З усієї безлічі проблем, що стоять перед Володимиром, а також помилок, яких він припустився, я зосередила б свою увагу на двох: його діях на початковому етапі «приходу до влади» і на обраній стратегії (точніше, її відсутності) побудови команди.

Перед керівником, який прийшов зі сторони, стоїть завдання перш за все швидко вивчити формальні й неформальні методи роботи підприємства. Йому слід зрозуміти, що ж насправді рухає цей складний організм. Уразливість нових керівників на початковому етапі доволі висока, бо в них нема достатніх знань про те, які перепони можуть виникнути на їхньому шляху і як їх можна буде подолати. В них немає власної вибудованої системи внутрішніх зв'язків, на яку вони могли б спиратися. Усе це ми бачимо на прикладі нашого головного героя, рішення й дії якого саботуються, на якого навалюється безліч прохачів, відмовити яким неможливо, і т.д.

Не завжди у менеджерів є можливість приділити розумінню організації й вибудові стосунків належний час і увагу. Більше того, не завжди вони розуміють важливість цього. Зате завжди є спокуса «ринутись у бій», показати результат або діяти заради того, щоб діяти. Насправді ж найпершим завданням нового менеджера має бути «слухання» підлеглих, щоб зрозуміти, як функціонує завод і де його досвід і навички можуть знадобитися. Судячи з усього, в ситуації нашого героя Володимира якраз і не було виваженого підходу до розуміння, що до чого. Володимир піддався спокусі діяти — поряд з іншими непопулярними рішеннями він скоротив щомісячний пайок.

Своє спілкування з підлеглими новий директор, схоже, будував лише в рамках офіційних планірок і тільки з ключовими працівниками. Рядові співробітники, що є носіями інформації про підприємство, залишилися поза увагою нового директора. А якби він поговорив зі своїми прямими підлеглими, іншими працівниками підприємства, у нього, цілком імовірно, вималювався б інший план дій, а не урізання пайків і звільнення. Він, найімовірніше, здобув би підтримку працівників у проекті модернізації виробництва, зрозумів би, що є проблеми у складському обліку й закупівлях, а не розрулював ситуацію по ходу виникнення проблем.



Немаловажним фактором успішного «входження у владу» нового керівника є і акціонери підприємства, його власники. Крім того, що директору було нав'язано комплекс непопулярних заходів, з якими він прийшов на підприємство, від нього, судячи з усього, і акціонери, і ситуація вимагали негайних дій. На мій погляд, вимагати від нового керівника швидких результатів — неправильно. Звичайно, якщо тільки це не кризова ситуація і підприємство треба швидко реанімувати на рівні фінансового становища. У таких випадках про комплексний підхід і мови не може бути. Але коли завдання полягає в тому, щоб планомірно вивести підприємство на новий рівень, то чекати від нового керівника кардинальних поліпшень у перші 4-6 місяців, мені здається, не зовсім виправдано.

Друга ключова проблема, на якій я хотіла б зупинитися, — підхід до створення команди. Складається враження, що Володимир не вважає це пріоритетом узагалі. Новий керівник має визначити ключових людей, які допоможуть йому в досягненні мети. Майже в самому кінці нашої історії головний герой думає про те, що розв'язанням усіх проблем може стати звільнення «одним махом усіх цих пенсіонерів!». Приходячи у нову компанію, керівник повинен чітко розуміти, що від успіху тієї команди, яку він створить, залежатиме подальше процвітання компанії. При створенні команди на новому місці роботи слід подумати не тільки про те, кого найняти, а й про те, кого залишити. Почати треба було б з оцінки існуючої команди, щоб зрозуміти, з ким розпрощатися, а з ким ні. Звільнити всіх одним махом буде неправильно. Після оцінки наявного персоналу треба вже розробити план із пошуку і найму нових людей, у тім числі знайшовши відповідь на запитання «Хто поїде працювати у провінцію?».

Це всього лише два аспекти початку роботи керівника на новому місці. Успіх нової ролі завжди в умінні правильно оцінити ситуацію, побачити можливості й перепони на своєму шляху й зіставити їх з особистими сильними і слабкими сторонами.

**Ситуацію коментує Світлана Дробот, керівний партнер на-  
прямку бізнес-коучингу AIMS International**

*Тільки через розв'язання конфліктів учасники ситуації при-  
йдуть до єдиного рішення, і для Володі це найкращий час  
зміцнення управлінського авторитету і встановлення меж  
і правил для нових стосунків*

Цілком нормально, що поява нового керівника спровокувала етап в організації, коли працівники з'ясовують рамки дозволеного стосовно керівника, саботуючи управлінські рішення. Володі треба усвідомлено прийняти, що це етап, який треба пройти, за умови, що робляться правильні кроки.

У першу чергу не сприймати те, що відбувається, на свій рахунок. Ні в якому разі не можна відходити від конфліктів чи загравати з їх учасниками. А конфлікт існує — він дуже завуальований і явно не проявляється (не виконали, не встигли, не зрозуміли). Важливо розуміти, що тільки через розв'язання конфліктів учасники ситуації прийдуть до рішення, і для Володі це час зміцнення своїх позицій керівника та встановлення рамок і правил для нових відносин.

Перша складність, яка лежить на поверхні, — Володя не готовий проводити нараду. Звідси і тяжкі думки. Невпевненість і страх неодмінно відчують підлеглі.

Для початку йому слід зрозуміти, чого він хоче від цієї зустрічі:

- Які особистісні риси йому знадобляться на цій зустрічі? Яким він має бути на нараді?
- Яку інформацію він хоче донести працівникам?
- Який буде ідеальний результат цієї зустрічі?
- Як він може добитися цього результату?
- Хто з ключових постатей в організації може йому в цьому допомогти?

Це дасть змогу Володі бути зібранишим перед зустріччю.

Йому необхідно відкрито поспілкуватися з командою з приводу наявної ситуації, його сподівань, можливих шляхів розв'язання проблем. Слід прояснити цілі і бачення організації, щоб працівники їх прояснили і зрозуміли. Можна припустити, що Володя візьме за правило регулярно проводити збори всієї компанії, на яких підбиваються підсумки попереднього періоду, відзначаючи, що хорошого відбулося на підприємстві, перемоги і успіхи, ставити мету на наступний період, встановлювати строки, контролювати і відповідно мотивувати (заохочувати чи карати).

На заводі є цінні професіонали — незмінний головний інженер Василь Гнатович, завгосп Іван Петрович та інші. Може, є сенс заручитися підтримкою саме цих працівників.

Не треба забувати, що в заводу вже був досвід успішного технічного переозброєння колишніми власниками. Причому це стало предметом гордості заводчан. Досвід успішних змін в організації можна використати.

Певно, є сенс прояснити цілі і цінності ключових працівників.

- Чи зацікавлені вони в успіху підприємства?

- Що для них успіх? Чим він вимірюється? Як вони можуть зрозуміти, що прийшли до мети?

- Як їм слід працювати, щоб досягти командного успіху?

Що робити інакше, щоб досягти спільної мети?

- Що зараз заважає досягти мети команди?

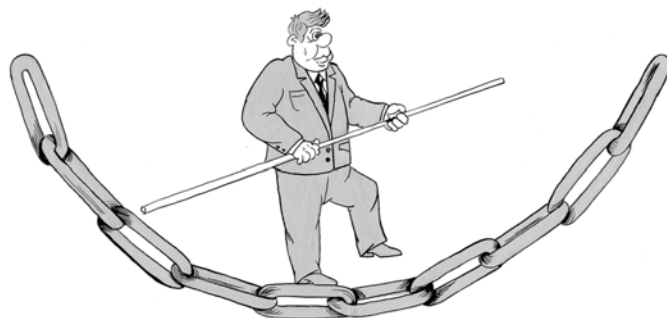
Давши можливість працівникам відповісти на ці запитання, усвідомити, які цілі і цінності їх об'єднують, які переконання заважають працювати високоякісно, з часом Володя одержить команду соратників, пов'язаних однією метою. Об'єднання векторів протидіючих сил дасть зовсім інший танDEM, який діятиме на благо підприємства. Ця потужна сила, не бажаючи нічого змінювати на своєму підприємстві з ініціативи чужинця, почне переіменувати з власної ініціативи.

Яким чином молодому керівникові можна усунути наявні заводські проблеми?

1. З приходом нового управлінця на заводі сталися якісні зміни. Громадськість бачить тільки те, чого вони позбулись, і не бачить явних переваг, отриманих заводчанами і громадськістю в особі міської школи. Якби ці події були вчасно висвітлені в заводських і міських ЗМІ, поліпшився б імідж заводу як роботодавця і мецената.

2. Є сенс вибудувати на взаємовигідних умовах взаємодію з міською владою, обумовивши, що одержить підприємство в обмін на участь у громадському житті міста. У заводу сильна позиція, бо він містоутворювальне підприємство і флагман галузі. Перш ніж брати участь у міських заходах, треба відповісти на запитання: чи вигідно це обох сторонам? Це дасть можливість заводові перейти з позиції «давайте подружимося» на позицію партнера.

3. Ситуація з перевитратою сировини — простежується явний саботаж (замаскована протидія). Володі слід в особистій бесіді прояснити мотив і, залежно від ситуації, заручитися підтримкою й делегувати завдання лідерів саботажу



або звільнити його в рамках трудового законодавства. Якщо учасники саботажу не піддаються впливові, їх треба звільняти. Небезпечно тримати прихованого ворога в організації.

Володине рішення особисто пройти весь технологічний ланцюжок — це небезпека втягнення в рутину процесів. Включаючись у них, він втрачатиме як власні ресурси керівника, так і ресурсний стан працівників. Втягуючись в операційну діяльність, йому доволі складно буде вирішувати проблеми організації.

4. Плутанина на складі готової продукції — наслідок поганої організації його роботи. Ситуацію можна виправити (і відвернути надалі) створенням зрозумілих посадових інструкцій для всіх працівників, проясненням їм їхніх обов'язків і зон відповідальності.

5. Відділ сировинного забезпечення — наслідок непрофесіоналізму й безініціативності працівників. Через явні збитки від їхньої бездіяльності працівники відділу можуть стати реальними кандидатами на звільнення. Можна припустити, що відсутність ініціативи спричинена тим, що заводчани не знають мети керівництва чи організації і діють виходячи з власних цілей.

Володі треба налагодити контроль цього відділу, озвучивши строки і санкції за невиконання розпорядження.

6. Питання скорочення персоналу обговорити на нараді, обґрунтувавши його необхідність і аргументуючи як директивне рішення, причому не приховуючи від працівників наявні в організації проблеми. З урахуванням висвітлених вище проблем можна побачити перших кандидатів на звільнення. Володі необхідно залучити групу до вирішення цих ситуацій і, запропонувавши відповідальній людині розробити критерії оцінки існуючого персоналу. Встановити строки, проконтролювати виконання. Спільно вирішені проблеми створюють команду.

Від Володі вимагається продемонструвати новим підлеглим твердість у прийнятих рішеннях і відкритість для зворотного зв'язку.

Якщо молодий керівник у змозі створити бачення компанії, здійснення якого можливе через реалізацію особистих цілей працівників заводу, то його починання підтримають. В такому разі організація через стадію конфлікту перейде до продуктивної стадії становлення команди.

В ідеальній ситуації було б правильно прийти на нове підприємство з командою ключових працівників, які стали б опорою нового директора. А коли це неможливо, підтримкою для працівника зазвичай стає персональний коуч.

**Ситуацію коментує Павло Іванов,  
заступник голови правління ДК «Верес»**

*На етапі втілення плану в життя потрібні дві речі: визнання і заохочення успіхів, з одного боку, і жорстка виконавська дисципліна з відповідним покаранням за невиконання — з другого*

Ситуація, що склалася на підприємстві, доволі характерна: молодий і амбіційний керівник, з одного боку, і колектив зі своїми консервативними поглядами і звичками, який складався роками, — з другого. Провінційна специфіка додає гостроти в ці взаємини.

Оскільки всі проблеми містяться у нас в головах, молодому керівникові варто подивитися на все, що відбувається, іншими очима і спитати себе: «А чого, власне, працівники повинні негайно і незаперечно виконувати всі мої вказівки?»

Певно, амбітні цілі, поставлені власниками, є одним з найважливіших мотиваторів для самого Володі, однак це не означає, що мотивація його підлеглих зміниться за помахом чарівної палички диво-менеджера. Не менш очевидно, що одним з основних факторів мотивації Володиних підлеглих є стабільність, і вони сприймають свого директора як чужинця, котрий намагається цю стабільність зруйнувати.

**Звідси низка послідовних порад для керівника.**

**Порада перша.** Володі терміново слід визначитися, кого ж він бачить учасниками своєї команди. Зараз у його голові чіткий стереотип — «я і вони», отож йому необхідно змінити стереотип на «ми» і зрозуміти, хто такі «ми». Саме з мотивацією цих людей слід працювати в першу чергу — по-перше, треба чітко дати зрозуміти, що їх персональна стабільність не суперечить інтересам керівника; по-друге, потрібно дуже акуратно починати роботу з іншими мотиваторами, даючи зрозуміти, що виконання певних завдань позитивно позначиться на майбутньому цих людей (питання, що таке «позитивно», залишимо за рамками цього коментаря, бо «стартові кнопки» в людей різні). Тільки використовуючи авторитет учасників своєї команди як важіль, Володя може починати зміни — а інакше його жде колективний саботаж.

**Порада друга.** Володі варто на деякий час самому засукати рукави, поринути в роботу окремих підрозділів заводу і на базі власного досвіду дати кілька резонних рекомендацій своїм працівникам. Таким чином він завоює необхідний авторитет, і багато хто подивиться на нього не як на чужого менеджера, а як на досвідченого і вдумливого фахівця, котрий не тільки роздає вказівки типу «розробити пропозиції з раціоналізації виробництва», а й може надавати підлеглим реальну допомогу і словом і ділом.

**Порада третя.** Спираючись на авторитет людей у своїй команді (див. пораду першу), Володі слід означити, яким він бачить підприємство через певний проміжок часу, і втягнути своїх людей у формування плану дій. Принциповий момент — участь працівників у прийнятті рішень, в такому разі вони поділяють відповідальність із керівником. Керівник спрямовує і підштовхує підлеглих до прийняття рішення, а не диктує їм свою волю. Його працівники самі зможуть вказати на слабкі ланки, якщо розумітимуть, що коли не вжити цих заходів, може зупинитися весь завод із піввіковою історією і сотні людей опиняться на вулиці. Для цього їм треба вказати не кількість людей, а суму витрат, яку треба скоротити. І тільки коли рішення нема, керівник приймає його одноосібно, однак тоді його підлеглі вже хай нарікають на себе, бо вони самі не змогли виробити необхідне рішення. Інакше Володя ризикує залишитися вовком-самітником і в кінцевому підсумку бути звільненим за відсутність результату.

**Порада четверта.** На етапі втілення плану в життя потрібні дві речі: визнання і заохочення успіхів, з одного боку, і жорстка виконавська дисципліна з відповідним покаранням за невиконання — з другого. Такий підхід може зруйнувати кругову поруку, що склалася, а також утвердити репутацію Володі як суворого, але справедливого керівника.



# Притча про мудреця й метелика

*Розказав Андрій Шпаковський, менеджер з виведення продуктів на глобальний ринок компанії DeLaval International AB, Швеція*

Це сталося давним-давно у старовинному місті, де жив великий мудрець. Слава про його мудрість линула далеко за межі його рідного міста. Та був тут чоловік, який заздрив цій славі.

І вирішив він придумати таке запитання, щоб мудрець не зміг на нього відповісти. Пішов на луг, спіймав метелика, посадив його між стуленими долонями й подумав: «Спитаю-но я в мудреця: скажи, о наймудріший, який метелик у мене в руках — живий чи мертвий? Якщо він скаже «живий», я стисну долоні й метелик помре, а якщо скаже «мертвий», я розтулю долоні й метелик полетить. І тоді всі зрозуміють, хто з нас розумніший».

Заздрісник спіймав метелика, посадив його між долонями й пішов до мудреця. І спитав: «Який метелик у мене в руках, о наймудріший, — живий чи мертвий?»

І тоді мудрець, який справді був мудрою людиною, сказав:

«УСЕ В ТВОЇХ РУКАХ...»

Все у ваших руках, люди!



Щоквартальний журнал «Молоко і ферма»  
Свідоцтво про реєстрацію KB 16660-5232P від 25.05.2010

ЖУРНАЛ ДЛЯ ТИХ, ХТО ПРАЦЮЄ В МОЛОЧНОМУ СКОТАРСТВІ



Журнал «Молоко і ферма» виходить 4 рази на рік (березень, червень, вересень, грудень).  
Ціна становить 150 грн/рік (37,5 грн/квартал). У вартість підписки входить доставка журналу.  
**ПЕРЕДПЛАТНИЙ ІНДЕКС В КАТАЛОЗІ «УКРПОШТИ» 49565**

Ф. СП-1

ДЕРЖАВНИЙ КОМІТЕТ ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ

**АБОНЕМЕНТ**  
Молоко і ферма

на ~~газету~~  
журнал

49565

(індекс видання)

(найменування видання)

Кількість  
комплектів

на 201\_\_ рік по місяцях

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |

Куди

(поштовий індекс)

(адреса)

Кому

(прізвище, ініціали)

**ДОСТАВНА КАРТКА-ДОРУЧЕННЯ**

ПВ місце літер

на ~~газету~~  
журнал

49565

(індекс видання)

Молоко і ферма

(найменування видання)

Вартість

передплати

грн.

коп.

Кількість

переадресування

грн.

коп.

комплектів

на 201\_\_ рік по місяцях

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |

поштовий  
індекс

місто  
село

область

код вулиці

район

вулиця

буд.

корп.

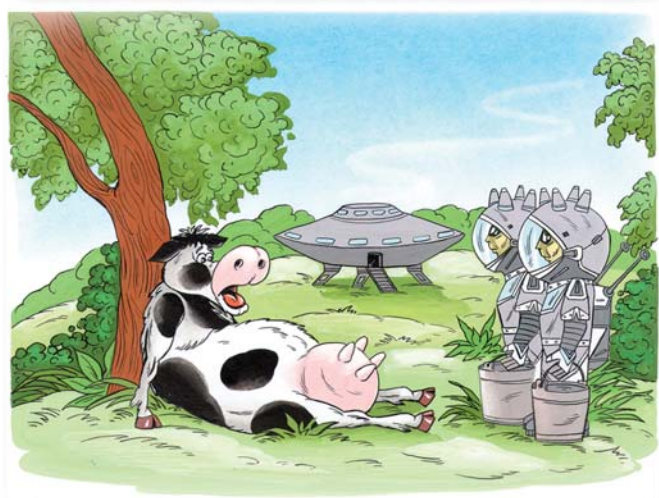
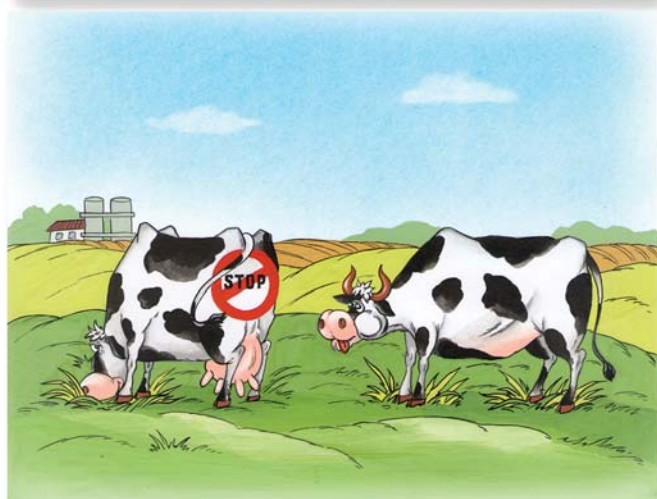
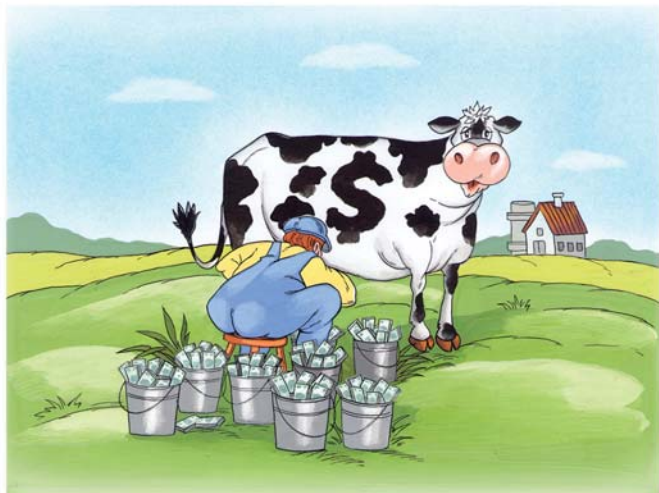
кв.

прізвище, ініціали

**РЕДАКЦІЙНУ ПІДПИСКУ** можна оформити надіславши заповнену анкету  
по факсу (04744) 3-06-61 або на e-mail [milk.and.farm@gmail.com](mailto:milk.and.farm@gmail.com)

ПІБ.....  
Назва підприємства.....  
Посада.....  
Контактна особа.....  
Телефон.....  
e-mail або факс.....  
Адреса доставки.....  
Період передплати (квартали).....  
Кількість екземплярів.....  
Дата.....

Підпис .....





Асоціація виробників молока

# У ногах правди нема, а в ратицях є ...



Крок 1



Крок 2



Крок 3



Крок 4



Крок 5

## Скупий платить двічі!

Дуже часто фермери не звертають уваги на стан ратиць корів або роблять це вкрай рідко, і коли у тварин з'являються проблеми з кінцівками, то лише тоді господарі задумуються, чому так сталося?

Найчастіше основні капіталовкладення на фермі здійснюються в утримання і комфорт тварин, годівлю, доїння, відтворення, але ніяк не у догляд за ратицями. І це зрозуміло – який фермер не хотів би заощадити хоча б на цій процедурі.

Та якщо тварина кульгає, більше лежить, менше їсть, то в результаті надої скорочуються, а запліднюваність зменшується. В решті-решт, якщо не лікувати, то тварина може загинути. Невже не простіше й дешевше попередити проблему? Головне – не допустити хвороб, які впливають на стан ратиць і в цілому на тварину.

## Не розчистиш – не надоїш!

Багато залежить від того, як підготувати тварину до сухостою. Це стосується й ратиць також. Потрібно зробити їх розчистку перед запуском – навіть просто з метою профілактики.

Якщо ж цього не зробити, то всі проблеми, пов'язані зі здоров'ям у сухостійний період, не вирішаться самі собою, а при отеленні лише ускладняться. Адже добре відомо, що період після отелення є найважливішим і найнебезпечнішим для здоров'я тварини, так як корові потрібно відновити імунітет і добре «стартувати» для досягнення максимального піку лактації.

Факти свідчать, що копитний ріг відростає в середньому на 0,5 см, а в деяких випадках і на 0,7 см за місяць. Одним словом, він повністю відновлюється й відростає за рік.

Для підтримання оптимальної форми і довжини (7,5 см) тварині необхідно обрізати ратиці двічі на рік. Це дає змогу уникнути деформації копитного рога і розтягнення зв'язок в результаті неправильної постановки кінцівок і подальшого захворювання на кульгавість. У проблемної корови, зокрема хворої на кульгавість, значно знижується продуктивність.

**Згідно з оцінкою кульгавості, за період лактації при 2 балах втрачається 5-10% молочної продуктивності, при 3 – до 25%, при 4-5 – до 40% і більше.**

Спеціалісти консультативного центру Асоціації виробників молока України (АВМ) проведуть моніторинг стада на наявність кульгавості, перевірять стан ратиць, допоможуть освоїти голландську методику розчищення, протезування, запропонують схеми лікування та профілактики. На місці проведуть майстер-класи з навчання фахівців молочних ферм.

Бригада техніків з розчистки ратиць на чолі з провідними фахівцями в області ортопедії допоможе вам у вирішенні будь-яких проблем на фермі.

**ПП «Консультаційний центр АВМ»**

**Тел. моб.: (096) 462-95-44**



Ваш правильний вибір

## Комплексне рішення для утримання сільськогосподарських тварин

Управління стадом



Обладнання  
для доїння



Планування  
та проектування



Сервісне  
обслуговування



Продукти гігієни



Зберігання  
та охолодження



Поради по догляду  
за тваринами



Обладнання  
для видалення гною



Автоматизоване  
годування

Стійлове  
обладнання



GEA Farm Technologies  
WestfaliaSurge

ТОВ «ГЕА Фарм Технолоджиз Україна»

09107, Україна, Київська область, м. Біла Церква, вул. Пролетарська, 17

тел./факс: +38 (04563) 9-21-07, 5-23-33

E-mail: [info-wsua@geagroup.com](mailto:info-wsua@geagroup.com), [www.westfalia.com](http://www.westfalia.com), [www.gea-farmtechnologies.com](http://www.gea-farmtechnologies.com)