

С. В. Чугасєвська

## Методологічні засади дослідження конкурентоспроможності молочної продукції

*Розглянуто три групи чинників, які формують рівень конкурентоспроможності молочних продуктів: нормативні, технологічні та економічні, а також визначена система показників конкурентоспроможності продукції молокопереробних підприємств з обґрунтуванням методології їх розрахунку. Для удосконалення конкурентоздатності вітчизняної продукції необхідне застосування системи показників конкурентоспроможності продукції молокопереробних підприємств з обґрунтуванням методології їх розрахунку.*

*Ключові слова:* молочна продукція, конкурентоспроможність, система показників.

**Постановка проблеми.** Сучасне вивчення взаємозв'язку між ступенем маркетингової орієнтації, конкурентоспроможності продукції та результатами діяльності підприємства свідчить, що у більшості досліджень основні економічні показники підприємств розглядаються як наслідок підвищення конкуруючих переваг їх продукції та розвитку ринкових процесів. Для успішного функціонування на ринку сучасне підприємство виробляє і пропонує товари, які задовольняють попит споживачів. Для переходу на якісно новий рівень виробництва у порівнянні з конкурентами виробники ставлять за мету скорочувати виробничий цикл і витрати, поліпшувати якість продуктів та послуг, зміцнювати співвідношення з постачальниками і споживачами, удосконалювати свої організаційні системи, щоб своєчасно відреагувати на зміну споживчих смаків та задовольнити потреби споживачів. Інакше кажучи, для підвищення конкурентоспроможності, підприємство створює й розвиває свої конкурентні переваги, які дозволятимуть щонайкраще використовувати фінансові ресурси в умовах макросередовища.

**Аналіз останніх досліджень.** Проблема дослідження конкурентоспроможності молочної продукції є недостатньо вивченою. Незважаючи на те, що це питання розглядалося в наукових працях С. М. Кваші, О. Ф. Луки, Г. В. Черевка, П. С. Березівського, Д. Г. Черевка, С. О. Шевельової [1; 5-6], але в основному на загальнотеоретичному та законодавчому рівні [2-4], актуальним є вивчення цієї проблеми на рівні молокопродуктового підкомплексу з обґрунтуванням системи показників конкурентоспроможності молочної продукції та методології їх розрахунку.

**Мета, об'єкт та методика дослідження.** Метою даного дослідження є визначення показників конкурентоспроможності продукції молокопереробних підприємств з урахуванням умов, пов'язаних зі вступом України до СОТ. Об'єктом став процес управління якістю молокопродукції переробних підприємств. Під час проведення дослідження було використано такі методи: індукції та дедукції, порівняння, розрахунково-графічні, статистичні та методи економіко-математичного моделювання.

**Результати дослідження.** Конкурентоспроможність молочної продукції є відносною характеристикою, яка виражає особливості виробництва даного

Система чинників конкурентоспроможності молочної продукції\*

Групи чинників	Ступінь впливу на формування конкурентоспроможності молочної продукції
Перша група – нормативні чинники	Чинники даної групи пов'язані зі стандартами на відповідні параметри продукції, їх дотримання та необхідність контролю за ними (наприклад, якість молочної сировини для виробництва товарів на зовнішньому і внутрішньому ринках; якість виробленого товару).
Друга група – технологічні чинники	Чинники другої групи стосуються технології виробництва продукції, її екологічної безпеки та безпеки для здоров'я людини, естетики оформлення, зручності використання (зокрема, екологічна безпека молокопродукції; місткість ринку – кількість щорічних продажів; питома вага проданої молочної продукції; легкість доступу на ринок; однорідність ринку; конкурентні позиції молокопереробних підприємств, які вже працюють на даному ринку; конкурентоспроможність молокопереробної галузі; можливість технічних нововведень у галузі; конкурентоспроможність регіону і країни).
Третя група – економічні чинники	Дані чинники визначаються безпосередньо ціною продукції з урахуванням відсотка коштів на придбання даного товару у споживчому кошику.

\* Власні дослідження.

продукту у порівнянні з аналогічною продукцією конкурентних молокопереробних підприємств, враховуючи ступінь задоволення своїми товарами потреб населення та ефективність виробничої діяльності. Даний показник впливає безпосередньо на конкурентоспроможність підприємства в цілому та характеризує його можливості пристосування до ринкових умов.

Сучасні економісти виділяють три групи чинників, які формують рівень конкурентоспроможності молочної продукції: нормативні, технологічні та економічні (табл. 1).

Як показують дослідження молокопродуктового підкомплексу, досить часто спостерігається, що окремі з даних конкурентоформуючих чинників можуть бути однаковими за формою, але різними за змістом. Так, якщо на рівні усіх трьох сфер даного підкомплексу – сільськогосподарських підприємств як виробників молочної сировини, підприємств переробної сфери та організацій із виробництва та збуту готової продукції – форма одного з вищезазначених чинників може бути однаковою, (прикладом цього може бути якість як один з найважливіших чинників конкурентоспроможності продукції), то зміст цього чинника на рівні підприємства кожної сфери буде дещо іншим. Якісні показники молочної сировини, її переробки, готової молочної продукції та сфери збуту охоплюють різні набори параметрів, які повинні бути витримані відповідно до існуючих стандартів якості [5, с. 30-31].

У процесі дослідження оцінки конкурентоспроможності молочної продукції конкретного підприємства слід враховувати відносний характер цього поняття, що визначає об'єктивну необхідність порівняння даної

продукції з продукцією конкурентів, які функціонують на ринку, а також уподобаннями покупців даної продукції, їх очікуваннями від її якості, надійності, безпечності, привабливості та, звичайно, ціни.

Економісти ближнього зарубіжжя пропонують досліджувати цей показник у статичі і динаміці [7]. Ми адаптували дану методику з урахуванням особливостей дослідження чинників якості молочної продукції, згідно зі Стандартами якості продовольчої продукції, прийнятими в країнах – членах СОТ.

У статичі конкурентоспроможність молокопродуктів визначається з урахуванням вагомості товарів і ринків, де вона реалізується:

$$K_m = \sum_{i=1}^n a_i b_i \rightarrow 1, \quad (1)$$

де  $a_i$  – питома вага  $i$ -го товару в обсязі продажів за період, який аналізується, частки одиниці;

$b_i$  – показник значимості ринку, на якому представлений даний товар. Для промислово розвинених країн значимість ринку рекомендують приймати рівну 1, для інших країн – 0,7 для внутрішнього ринку – 0,5.

При цьому питома вага  $i$ -ї молочної продукції в обсязі продажів визначається як частка за формулою:

$$a_i = \frac{V_i}{V}, \quad (2)$$

де  $V_i$  – виручка від реалізації  $i$ -го товару за аналізований період, грош. од.;

$V$  – загальний обсяг продажу цієї продукції даного молокопереробного підприємства за той же період, грош. од.

Для дослідження конкурентоспроможності молочної продукції в динаміці використовують чотири способи. *Перший спосіб* передбачає, що критерієм для характеристики конкурентоспроможності продукту на ринку є ціна споживання цього товару:

$$C_{cn} = C_{нпр} + B_{cn}, \quad (3)$$

де  $C_{cn}$  – ціна споживання молочної продукції;

$C_{нпр}$  – ціна придбання нової продукції;

$B_{cn}$  – витрати споживача, пов'язані з придбанням нової продукції.

Для споживача всі витрати при цьому поділяються на дві групи. Одна із них базується на постійних витратах, які відбуваються одночасно й не змінюють своєї величини: наприклад, реалізаційна вартість. Інша група витрат – змінні затрати, пов'язані з безпосереднім споживанням продукції: наприклад, транспортні витрати на придбання молочної продукції нового виду в спеціалізованому торговельному комплексі. Як тільки вид певної молочної продукції починає старіти, величина змінних затрат на неї починає зростати, і збільшується, відповідно, їх питома вага в ціні споживання. В основі цих протилежних тенденцій і формується відносна ціна споживання продукції, яка в деякий момент досягає мінімального значення, тобто стає оптимальною для споживання. Період,

за який досягається оптимальна ціна споживання молочної продукції, називається економічним ресурсом продукції. Як тільки відбувається різке зменшення даного ресурсу, споживання такої продукції перестає бути доцільним. Отже, існує велика ймовірність, що споживач перестане її купувати. В такому випадку виробникові слід або використовувати інноваційні нововведення стосовно зміни її оформлення, смакових якостей купівельної привабливості, екологічної безпеки, рецептури виготовлення, або налагоджувати виробництво принципово нової продукції такого типу. Таким чином, для споживача ціна споживання молокопродукції має велике значення: наскільки сподобається дана продукція під час споживання, до того ж – що нижчою буде її реалізаційна ціна, то вищою буде її конкурентоспроможність.

Другий спосіб дослідження конкурентоспроможності молочної продукції враховує два найважливіші критерії: ціну реалізації продукції та рівень її якості. Очевидно, що більш конкурентоспроможним є той товар, який має нижчу ціну при вищій якості продукту в порівнянні з аналогічною продукцією конкуруючого підприємства. Якщо рівень якості конкуруючих продуктів є однаковим, то більш конкурентоспроможною є продукція з меншою ціною реалізації.

Досліджуючи якість молочної продукції, необхідно враховувати як вертикально інтегровані процеси (тобто якість безпосередньо молочної сировини, термін зберігання на заготівельних пунктах, особливості її транспортування на переробні підприємства), так і горизонтально інтегровані процеси в молокопереробній галузі, які передбачають просування нових видів молочної продукції, зміни якості готової продукції шляхом використання інноваційних технологій та активізацію в роботі служб маркетингу та менеджменту.

Для всебічного аналізу якості молочної сировини ми попередньо визначили таку систему показників, які відповідають Державному Стандарту України та стандартам якості продовольчої продукції країн – членів СОТ:

- 1) високі санітарно-гігієнічні властивості молочної сировини (відсутність води, антибіотиків, соди, перекису водню);
- 2) кількість білка на рівні 3% і вище;
- 3) процент жиру 3% і вище;
- 4) показник бактеріального запліднення менше 1 млн. на 1 мл молочної сировини;
- 5) відсутність залишкових кількостей пестицидів, що свідчить про екологічно чистий склад кормів для утримання худоби.

У продовження вивчення ступеня покращення якості готової до споживання продукції пропонуємо враховувати такі параметри:

- 6) гарні її смакові якості;
- 7) застосування жорсткого контролю за хімічним складом продукту – а саме – використання в рецептурі добавок, барвників, жирів, мінеральних солей, стабілізаторів натурального складу;
- 8) оформлення продукції зручної форми, розміру, яскравого кольору, екологічно чистої упаковки;
- 9) продовження строків зберігання продукту;

10) високі мікробіологічні властивості продукту – наявність у складі живих корисних лакто- і біфідо- бактерій.

На подальшому етапі для інтегральної оцінки якості молочної продукції з урахуванням усіх вищеперелічених показників пропонуємо використовувати 10%-бальну оцінку для кожного показника. Таким чином, максимальне значення загального бала якості продукту становитиме 100%, або 1. Для продукції з високими показниками якості та відповідно високою конкурентоспроможністю цей загальний інтегральний показник буде наближатися до 1, і навпаки, продукція низької якості буде мати цей показник на рівні 0.

Третій спосіб дослідження конкурентоздатності молокопродукції заснований на співставленні кількох видів продукції молокопереробних підприємств-конкурентів з урахування їх відповідності нормам Державного Стандарту [2-4] та реалізаційної ціни. Спочатку відбирають декілька зразків продукції та визначають рівень якості відібраного зразка за такою формулою:

$$КП = КП_e \times КП_m \times КП_б, \quad (4)$$

де  $КП$  – комплексний показник рівня якості молочної продукції;

$КП_e$  – комплексний показник естетичності оформлення продукції;

$КП_m$  – комплексний показник характеристики технічного оснащення виробництва;

$КП_б$  – комплексний показник безпечності продукції.

При цьому естетичність оформлення та безпечність продукту можна оцінювати за допомогою 100-бальної системи оцінювання, а рівень технічного оснащення виробництва буде визначатися як коефіцієнт забезпеченості молокопереробного підприємства основними та оборотними засобами:

$$КП_m = \frac{ПВОВФ - ВОВФ_к}{ПВОВФ}, \quad (5)$$

де  $ПВОВФ$  – первісна вартість основних та оборотних засобів молокопереробного підприємства;

$ВОВФ_к$  – їх вартість на кінець року відповідно до даних фінансової звітності.

На подальшому етапі необхідно визначати показники конкурентоспроможності даної продукції та продукції, взятої за базу порівняння:

$$ПК_i = \frac{КП_i}{ЦР_i}, \quad (6)$$

$$ПК_б = \frac{КП_б}{ЦР_б}, \quad (7)$$

де  $ПК_i, ПК_б$  – показники конкурентоспроможності  $i$ -го та базисного виду продукції;

$KП_i, KП_6$  – комплексний показник рівня якості молочної продукції  $i$ -го та базисного виду;

$Ц_i, Ц_6$  – ціна реалізації по кожному зразку продукції.

Якщо  $PK_i > PK_6$ , то порівнюваний продукт є більш конкурентоздатним, якщо навпаки  $PK_i < PK_6$  – менш конкурентоздатним за базисний зразок. У разі  $PK_i = PK_6$ , то можна стверджувати про однакову конкурентоспроможність обох видів продукції.

Четвертий спосіб ґрунтується на індексному аналізі як технологічних, так і економічних характеристик молочної продукції. З технологічних параметрів відбираються такі, які найбільше цікавлять споживача: відсутність антибіотиків, соди, перекису водню, процент жиру, використання в рецептурі добавок, барвників, жирів, мінеральних солей, стабілізаторів натурального складу, строк зберігання продукту, наявність у складі живих корисних лакто- і біфідо-бактерій тощо. При цьому необхідно визначати питому вагу за кожним параметром. Наприклад, якщо зупинитися на переліку вищезазначених технологічних параметрів, то питома вага кожного з них буде  $1/12$ . На основі вищевикладеного визначимо індекс технологічних параметрів молочної продукції:

$$I_{mn} = \sum_{i=1}^n I_i \times ПВ_i, \quad (8)$$

де  $I_{mn}$  – зведений індекс технологічних параметрів даної продукції;

$I_i$  – індивідуальний індекс  $i$ -го технологічного параметру;

$ПВ_i$  – питома вага  $i$ -го параметра (в такому випадку  $1/12$ ).

У цій методиці найскладнішою та найвідповідальнішою роботою є визначення індивідуального індексу за кожним  $i$ -м технологічним параметром. Для вирішення такого завдання пропонуємо використовувати результати досліджень ринку молока та молочної продукції, дані про попит споживачів на продукцію кожного виду. Оцінку даного показника можуть дати спеціалісти, які пов'язані зі збутом молочної продукції та які враховують вимоги споживачів до її якості. Пропонуємо визначати даний індекс як частину вартості основних та оборотних виробничих засобів молокопереробного підприємства на досягнення даного технологічного параметра до їх повної вартості на кінець року відповідно до даних фінансової звітності.

При порівнянні розрахованих зведених індексів технологічних параметрів молочної продукції кількох видів з'являється можливість вибрати продукцію, яка найбільшим чином задовольняє потреби споживачів, тобто є більш конкурентоспроможною. Із кількох виробів однакового напрямку більш конкурентоздатним є той, де даний зведений індекс буде найбільшим.

Для характеристики економічних параметрів зведений індекс знайдемо за такою формулою:

$$I_{en} = \frac{ЦP}{Ц_{cn}}, \quad (9)$$

де  $I_{en}$  – зведений індекс економічних параметрів даної молочної продукції;

$ЦР$  – ціна реалізації даної продукції;

$Ц_{cn}$  – ціна споживача за дану продукцію, тобто така вартість продукту, яку готові платити споживачі.

Останній показник можна визначити за допомогою застосування анкетного методу опитування споживачів молочної продукції.

Якщо  $I_{en} < 1$ , то досліджуваний вид продукції є більш конкурентоздатним порівняно з базовим зразком, якщо менше одиниці, то навпаки, а при  $I_{en} = 1$ , рівень конкурентоспроможності даних продуктів є однаковим.

Для визначення рівня конкурентоспроможності як технологічних, так і економічних характеристик молочної продукції одночасно пропонуємо використовувати інтегральний показник, який розраховується як відношення зведених індексів технологічних та економічних параметрів даної продукції:

$$I_{нк} = \frac{\sum_{i=1}^n I_i \times ПВ_i}{ЦР / Ц_{cn}} \rightarrow \max \quad (10)$$

Даний метод дозволяє співставити технологічні та економічні характеристики молочної продукції та з застосуванням методів економіко-математичного моделювання вирішити задачу оптимізації даного інтегрального показника для досліджуваного молокопереробного підприємства, а також порівняти декілька видів продукції, вибравши з них найбільш конкурентоспроможну.

**Висновки.** Результати проведеного дослідження дають можливість зробити такі висновки. Для удосконалення конкурентоспроможності продукції молокопереробних підприємств необхідно застосування системи показників її конкурентоздатності при поєднанні заходів одночасно у двох напрямках:

1) у статичі – шляхом визначення вагомості кожного товару на ринку;

2) у динаміці, визначаючи на кожному етапі ціну споживання молочної продукції; інтегральний показник її якості з урахуванням властивостей сировини та готового продукту; комплексні показники конкурентоспроможності молокопродукції, засновані на співставленні кількох видів продукції молокопереробних підприємств-конкурентів з урахуванням їх відповідності нормам Державного Стандарту і Стандартів країн – членів СОТ; зведені індекси технологічних та економічних характеристик молочної продукції та інтегральний показник, який пропонуємо використовувати із застосуванням методів економіко-математичного моделювання.

#### Список використаних джерел

1. Кваша С. Конкурентоспроможність вітчизняної аграрної продукції в умовах вступу до СОТ / С. Кваша, // Економіка України. – 2003. – №10. – С. 79-85.
2. Про безпечність та якість харчових продуктів: Закон України. – Режим доступу : [www/zakon1.rada.gov.ua](http://zakon1.rada.gov.ua).
3. Про затвердження фізіологічних потреб населення в основних харчових речовинах та енергії: Наказ Мін-ва охорони здоров'я

України від 18.11.1999 р. №272. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0834-99.

4. Про молоко і молочні продукти: Закон України від 24 червня 2004 р. №1870–IV // Голос України. – 2004. – 29 лип.
5. Черевко Г. В. Конкурентоспроможність молокопереробних підприємств в умовах членства України у Світовій організації торгівлі : монографія / Г. В. Черевко, П. С. Березівський, Д. Г. Черевко. – Львів : Український бестселер, 2011. – 168 с.
6. Шевельова С. О. Конкурентоспроможність молочного підкомплексу: монографія / С. О. Шевельова. – Тернопіль : Збруч, 2001. – 408 с.
7. Данные з Информационно-образовательного портала Е. А. Ханадеевой. – Режим доступа : www.hanadeeva.ru / biblioteka/knigi\_economika/cergeev/kachestvo\_prodyksii/index.html.

#### **Чугаевская С. В. Методологические основы исследования конкурентоспособности молочной продукции.**

*Рассмотрены три группы факторов, формирующих уровень конкурентоспособности молочных продуктов: нормативные, технологические и экономические, а также определена система показателей конкурентоспособности продукции молокоперерабатывающих предприятий с обоснованием методологии их расчета. Для усовершенствования конкурентоспособности отечественной продукции необходимо применение системы показателей конкурентоспособности продукции молокоперерабатывающих предприятий с обоснованием методологии их расчета.*  
*Ключевые слова: молочная продукция, конкурентоспособность, система показателей.*

#### **Chugaevska S. V. Methodological Principles of the Study of Dairy Products Competitiveness.**

*Three groups of factors that shape the competitiveness level of dairy products are examined: regulatory, technological and economic. The system of indicators of milk processing enterprises' production competitiveness with substantiation of their calculation methodology is defined. To improve the competitiveness of domestic products the use of the system of indicators of milk processing enterprises' production competitiveness with justification of their calculation methodology is required.*  
*Keywords: dairy products, competitiveness, the system of indicators.*

Надійшло 26.02.2013 р.