

УДК 338.516.22:637.1(477)

Замроз М. В.

Львівський національний університет імені Івана Франка

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено конкурентоспроможність молокопереробних підприємств. Визначено конкурентоспроможність продукції молокопереробних підприємств, на основі побудови матриці «ціна-якість». Запропоновано основні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств молочної промисловості, залежно від позиції в матриці.

Ключові слова: конкурентоспроможність молокопереробного підприємства, чинники конкурентоспроможності, конкурентоспроможність молочної продукції, матриця конкурентоспроможності продукції.

Постановка проблеми. На сучасному етапі проблема підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств набуває все більшої актуальності. Довготривала збитковість підприємств з виробництва молочної продукції та зниження їх конкурентоспроможності, в основному спричинена багатократним скороченням чисельності поголів'я корів, зниженням якості молока та подорожчанням сировини внаслідок ускладнення процесу заготівель. Значний вплив на зниження конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, мають також дрібнотоварний характер виробництва, невідповідність вітчизняних стандартів і вимог до безпеки та якості харчових продуктів європейським аналогам, слабкі інтеграційні зв'язки між суб'єктами галузі. За сучасних умов розвитку зовнішньої торгівлі, підсилення процесів інтеграції країни в міжнародні організації, загострюється конкурентна боротьба як на внутрішньому, так і на світовому ринку. Для виживання в такій конкурентній боротьбі та досягнення домінуючих позицій лідера в галузі необхідно постійно здійснювати оцінку конкурентоспроможності підприємства та його продукції на ринку, а також досліджувати і аналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище, вдосконалити процес управління конкурентоспроможністю підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В сучасній світовій та вітчизняній літературі запропоновано безліч методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства та його продукції. Проблемам оцінки, аналізу і підвищення конкурентоспроможності підприємств присвячені дослідження багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців, серед яких Г. Азоев, Г. Багієв, С. Голубков, О. Гудзинський, Ю. Иванов, М. Клименко, Р. Фатхутдінов, А. Юданов, Н. Язвінська та інші. В своїх працях вони також досліджують питання діяльності підприємства в умовах конкуренції, наводять основні чинники конкурентоспроможності національної економіки, підприємств і продукції.

Метою статті є дослідження і аналіз конкурентоспроможності молокопереробних підприємства та визначення конкурентоспроможності молочної продукції на основі матриці «ціна-якість».

Необхідно зауважити, що нині у вітчизняній практиці відсутня загальноприйнята методика визначення та оцінки конкурентоспроможності підприємства. На нашу думку, найбільш точними методами є методи, що охоплюють усі аспекти функціонування підприємства. Отже, при дослідженні конкурентоспроможності молокопереробних підприємств необхідно проаналізувати і виробничу, і маркетингову, і фінансову діяльність, а також визначити рівень конкурентоспроможності продукції.

Одним із таких методів визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, запропонований М. С. Клименко, передбачає, що на коефіцієнт впливають такі чинники як ефективність виробничої діяльності, фінансовий стан, ефективність збуту і просування товару на ринку, а також конкурентоспроможність продукції підприємства [1, с. 356]. Кожен із перелічених факторів мають різний ступінь впливу і тому дослідником було запропоновано перелік універсальних для всіх підприємств коефіцієнтів вагомості. Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства розраховується за формулою:

$$K_{\text{КП}} = 0,15E_B + 0,29\Phi_{\text{П}} + 0,23E_3 + 0,33K_T \quad (1.1)$$

де E_B – значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

$\Phi_{\text{П}}$ – значення критерію фінансового стан підприємства;

E_3 – значення критерію ефективності організації збуту і просування товару на ринку;

K_T – значення критерію конкурентоспроможності товару;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коефіцієнти вагомості критеріїв.

Критерії ефективності виробничої діяльності розраховується за формулою:

$$E_B = 0,31B + 0,19\Phi + 0,40P_{\text{П}} + 0,10\Pi, \quad (1.2)$$

де B – відносний показник витрат виробництва на одиницю продукції;

Φ – відносний показник фондівіддачі;

$P_{\text{П}}$ – відносний показник рентабельності продукції;

Π – відносний показник продуктивності праці; 0,31; 0,19; 0,40; 0,10 – коефіцієнти вагомості показників.

Критерії фінансового стану діяльності підприємства розраховується за формулою:

$$\Phi_{\text{П}} = 0,29K_A + 0,20 \cdot K_{\text{П}} + 0,36K_{\text{Л}} + 0,15K_{\text{Об}}, \quad (1.3)$$

де K_A – відносний показник автономії підприємства;

$K_{\text{П}}$ – відносний показник платоспроможності підприємства;

$K_{\text{Л}}$ – відносний показник ліквідності підприємства;

$K_{\text{Об}}$ – відносний показник оборотності оборотних коштів;

0,29; 0,20; 0,36; 0,15 – коефіцієнти вагомості показників.

$$E_3 = 0,37P_{\text{П}} + 0,29K_{\text{ЗАТ}} + 0,21K_{\text{ЗВП}} + 0,14K_{\text{Р}} \quad (1.4)$$

де E_3 – критерій ефективності організації збуту і просування товару;

$P_{\text{П}}$ – відносний показник рентабельності продажів;

$K_{\text{ЗАТ}}$ – відносний показник затовареності готовою продукцією;

$K_{\text{ЗВП}}$ – відносний показник завантаження виробничих потужностей;

K_p – відносний показник ефективності реклами і засобів стимулювання збуту;

0,37; 0,29; 0,21; 0,14 – коефіцієнти вагомості показників.

Критерій конкурентоспроможності товару (K_{KT}) розраховується як співвідношення якості товару до його ціни споживання.

Для дослідження ми обрали провідні підприємства Львівської області, а також ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (Тернопільська область), ВАТ «Дубномолоко» (Рівненська область), ВАТ «Ковельмолоко» (Волинська область).

В жовтні-грудні 2012 року центром споживчих експертиз «Тест» було здійснено оцінку якості молока питного та твердого сиру. Для порівняльного тестування у Львові було закуплено 9 зразків молока 7 марок «магазинного» (запакованого промислового виробництва) і 2 зразки «домашнього» молока (розливного з базару). Після оцінки маркування та упаковки, уникнути якої судилося тільки розливному молоку, продукцію перевірили в лабораторії за мікробіологічними та фізико-хімічними показниками, а також продегустували, оцінили смакові властивості продукту.

До маркування молока зауважень виявилось небагато. Так, не коректно вказано склад у молока ТМ «Молоко Казкове», виробник ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та у виробника ТМ «Радимо».

Фізико-хімічні дослідження показали, що перше, фактична жирність всіх зразків магазинного молока відповідає даним, зазначеним на етикетках (з урахуванням відхилення і похибки методу). А, по-друге, сторонні рослинні жири не були виявлені ні в одному молоці.

Кислотність є для молока важливим показником свіжості. Зауважень щодо кислотності молока не було (з урахуванням похибки методу). Аміаку і соди в молоці не виявили.

Мікробіологічні дослідження на виявлення кишкової палички і МАФАМ (це кількість мезофільних аеробних і факультативно анаеробних мікроорганізмів), антибіотиків. Зауважень щодо цих показників були у трьох зразків: молока «Драгобрат» і обох зразків базарного молока, що призвело до зниження загальної оцінки до «по-

гано». В одному з 9 протестованих зразків були виявлені антибіотики – це молоко «Молокія. Молочна класика». За це оцінка цього зразком була знижена до «погано».

Органолептична оцінка передбачає оцінку за зовнішнім виглядом і консистенцією молока. Дегустувати молоко довірили фахівцям. Молока з органолептикою на «погано» і тим більше «дуже погано» у тесті не виявилися.

Щодо сирів твердих, то всього перевірили 12 зразків твердих сирів вітчизняного виробництва. Сири перевіряли за двома показниками. З одного боку, перевірили справжність сирів, тобто чи містили вони сторонні немолочні жири. З іншого боку, як показник безпеки перевірили мікробіологічний показник – кишкову паличку, якої в продукті бути не повинно.

Чотири зразки більш дешевих сирів виявились фальсифікованими, бо містили немолочні жири. Це продукція «Промінь-Фуд», «Елітний смак Гауда», «Кременецьке молоко» та «Молокозавод Самбірський». Ці «сири» коштували від 51грн до 41,60грн за 1кг. До того ж два з перерахованих («Кременецьке молоко» та «Молокозавод Самбірський») містили кишкову паличку, тобто виявились не лише несправжніми, але й небезпечними.

Результати оцінки якості молочної продукції молокопереробних підприємств зображені у таблиці 1.

Для того, щоб оцінити конкурентоспроможність молочної продукції побудуємо матрицю, у якій зобразимо співвідношення між двома категоріями: якість та ціни продукції. Ціни продукції згрупуємо у три категорії: низька (молоко – до 7 грн., сир твердий – до 50 грн.), середня (молоко – 7-8 грн., сир твердий – 51-80 грн.) і висока (молоко – від 9 грн., сир твердий – від 81 грн.). Матриця конкурентоспроможності зображена на рисунку 1.

Проаналізувавши співвідношення «ціна-якість», можна зробити висновок про конкурентоспроможність молочної продукції. Продукцію молокопереробних підприємств, яка розмістилася у полях 2, 3, 6 можна вважати торговими марками із високою конкурентоспроможністю, а також такими, що діють на перспективному ринку і мають на ньому стійкі конкурентні позиції.

Таблиця 1

Результати оцінки якості молочної продукції молокопереробних підприємств*

	Маркування	Упаковка	Фізико-хімічні показники	Мікробіологічні показники	Органолептичні показники	Загальна оцінка	Ціна за 1 літр/кг
ПрАТ «Галичина» (ТМ «Молочар»)	відмінно	задовільно	в нормі	в нормі	відмінно	відмінно	7,10
ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (ТМ «Молоко казкове»)	добре	відмінно	в нормі	в нормі	добре	добре	7,55
ТзОВ «Радивилівмолоко» (ТМ «РАДИМО»)	відмінно	задовільно	в нормі	в нормі	добре	добре	6,21
ПАТ «Дубномолоко» (ТМ «КОМО»)	-	-	в нормі	в нормі	-	відмінно	83,50
ТзОВ «Молокозавод «Самбірський»	-	-	не відповідає	не відповідає	-	погано	42,10
ПАТ «Дрогобицький молочний завод» (ТМ «Драгобрат»)	відмінно	задовільно	в нормі	не відповідає	задовільно	погано	6,80
ПАТ «Ковельмолоко» (ТМ «Молочна родина»)	відмінно	задовільно	в нормі	не відповідає	добре	погано	7,40
Філія «Львівський молочний комбінат ППҚФ «Прометей» (ТМ «Добряна»)	відмінно	задовільно	в нормі	в нормі	відмінно	відмінно	8,20

*розроблено автором на основі [2-3]

		ЦІНА		
		висока	середня	низька
ЯКІСТЬ	відмінні	1 КОМО	2 Молочар Добряна	3
	добре	4	5 Молоко казкове	6 РАДиМО
	погано	7	8 Молочна родина	9 Дрогобрат Самбірський молокозавод

Рис.1. Матриця конкурентоспроможності молочної продукції*

*власна розробка автора

До даної категорії відносять продукцію ПрАТ «Галичина» (ТМ «Молочар») та філії «Львівський молочний комбінат ППКФ «Прометей» (ТМ «Добряна»), які визначають високою якістю та середньою ціною. У полі 6, розмістилася продукція ПрАТ «Радивилівмолоко» (ТМ «РАДиМО») з середньою якістю та низькою ціною.

Молочну продукцію, яка займає поля 4, 7, 8 можна вважати продукцією з низькою конкурентоспроможністю. В даній категорії, у полі 8, знаходиться молоко ПАТ «Ковельмолоко» (ТМ «Молочна родина»), яке має низьку якість і середню ціну. Для того, щоб підвищити свою конкурентоспроможність підприємству необхідно велику увагу звернути на якість сировини і вдосконалити процес її контролю, адже під час дослідження якості у продукції знайшли антибіотики.

Найбільш вірогідний шлях потрапляння антибіотиків у молоко з організму тварини, яку лікували антибіотиками. Тварин, звичайно, лікувати можна і потрібно, в т.ч. і антибіотиками, але під час лікування молоко від цих тварин не можна ні продавати на базарі, ні здавати на пункти прийому молока, ні використовувати для виробництва молочних продуктів.

У поле 1, матриці конкурентоспроможності, потрапила продукція ПАТ «Дубномолоко», під торговою маркою «КОМО». Твердий сир виробника відзначився високою якістю та ціною. Для того, щоб зайняти стійку конкурентну позицію на ринку, виробникам необхідно переглянути ціну продукції, при можливості знизити собівартість.

У полі 5 знаходиться продукція ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (ТМ Молокія, «Молоко казкове») із середніми значеннями показників якості і ціни. Щоб підвищити свою конкурентоспроможність підприємству необхідно покращити якість продукції, адже під час дослідження виявили, що смак розбалансований, запах не виражений, а також на маркуванні конкретно не зазначений склад.

ТзОВ «Молокозавод «Самбірський» та ПАТ «Дрогобицький молочний завод» (ТМ «Дрогобрат») розмістилися у полі 9, яке характеризує низькі значення показника як ціни, так і якості. У продукції цих двох підприємств визначили невідповідність мікробіологічних показників нормам, а у продукції ТзОВ «Молокозавод «Самбірський» фізико-хімічні показники були не в нормі – знайдений у складі не молочний жир.

Отже, розрахунок коефіцієнта конкурентоспроможності для молокопереробних підприємств зображений у таблиці 2.

Таблиця 2

Розрахунок коефіцієнта конкурентоспроможності молокопереробних підприємств

Назва підприємства	Критерій ефективності виробничої діяльності	Критерій фінансового стану	Критерій ефективності організації збуту і просування товару	Коефіцієнт конкурентоспроможності товару	Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства
ПрАТ «Галичина»	0,281105	0,119255	-0,53495	0,33	0,1954
ПрАТ «Тернопільський молокозавод»	0,235514	0,475066	0,019114	0,165	0,8947
ПАТ «Ковельмолоко»	0,050878	0,093167	-0,03525	0	0,144
ПАТ «Дубномолоко»	0,163748	0,072918	-0,39163	0,165	0,01
ТзОВ «Молокозавод «Самбірський»	0,163721	0,235561	-0,03214	0,165	0,5321
ПАТ «Дрогобицький молочний завод»	0,188192	-0,03753	-0,0841	0,165	0,2316

Відповідно до результатів даного дослідження найвищу конкурентоспроможність має ПрАТ «Тернопільський молокозавод», так як і в попередньому дослідженні. ПрАТ «Галичина» із другої позиції перемістилося на четверте, через низьке значення критерію ефективності організації збуту і просування товару. Даний критерій повпливав і на коефіцієнт конкурентоспроможності ПАТ «Дубномолоко».

ПАТ «Дрогобицький молочний завод» зайняло третє місце, для того щоб підвищити конкурентоспроможність керівництву необхідно покращити фінансовий стан, а також ефективніше організувати збут і просування своєї продукції. ПАТ «Ковельмолоко» необхідно збільшувати конкурентоспроможність своєї продукції, щоб зайняти достойне місце у конкурентній боротьбі на ринку молочної продукції.

Список літератури:

- Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась [та ін.]. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
- Тест-исследование: сыр из Львова. Сыр для мышеловки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://test.org.ua/tests/food/387>.
- Тест: молоко Львовского региона. В поисках хорошего молока едем во Львов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://test.org.ua/tests/food/366>.

Замроз М. В.

Львовский национальный университет имени Ивана Франко

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

Исследовано конкурентоспособность молокоперерабатывающих предприятий. Определено конкурентоспособность продукции молокоперерабатывающих предприятий на основе построения матрицы «цена-качество». Предложены основные пути повышения конкурентоспособности предприятий молочной промышленности, в зависимости от позиции в матрице.

Ключевые слова: конкурентоспособность молокоперерабатывающего предприятия, факторы конкурентоспособности, конкурентоспособность молочной продукции, матрица конкурентоспособности.

Zamroz M. V.

Ivan Franko National University of Lviv

THE EVALUATION OF THE MILK PROCESSING PLANTS COMPETITIVENESS

Summary

The competitiveness of dairy enterprises is investigated. The competitiveness of milk processing plants is defined and it is based on the construction of the matrix «price – quality». The basic ways of improving the competitiveness of the dairy industry are suggested.

Key words: the competitiveness of dairy plants, the factors of competitiveness, the competitiveness of dairy products, the matrix of product competitiveness.