

business is the isolating the areas of labor relations in a separate independent, system-segment and priority areas of implementation.

Conclusions. *An opportunity of the channeling domestic social policy market entity to implement employment programs, improving workforce motivation is creating within the CSR strategy.*

УДК:339.137.2:637.12:613.287

Дацюк-Томчук М.Б., к.е.н., доцент,
Луцький інститут розвитку людини Університету «Україна»
Петриняк У. Я., к.е.н., викладач
Львівський регіональний інститут
державного управління при Президентіві України

ЯКІСТЬ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ

Анотація. *Вихід на ринок, завжди пов'язаний із конкурентною боротьбою. При великій насиченості товарного ринку, коли пропозиція значною мірою перевищує попит, кожен товаровиробник веде активну боротьбу за споживача. У такій ситуації споживач надає перевагу найконкурентнішому товару, із хорошими якісними характеристиками. Саме якість та конкурентоспроможність продукції молокопродуктового підкомплексу, розглянуто у даному науковому дослідженні.*

Ключові слова: *якість, конкурентоспроможність, підприємства, молокопродуктовий підкомплекс, SWOT-аналіз, комерційний успіх, стратегія, споживачі, науково-технічний прогрес.*

Постановка проблеми. Сучасний стан вітчизняних підприємств характеризується значною мірою низькою ефективністю господарювання та відсутністю адекватних моделей стратегічного розвитку на основі соціально-економічного зростання. Ці проблеми є актуальними для такої чутливої в економічному та технологічному відношенні як молочна промисловість, інтенсифікація якої та забезпечення на цій основі сталого зростання обсягів виробництва до рівня фізіологічних потреб споживання молочної продукції залишається пріоритетним завданням, обумовленим її важливістю в харчуванні населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями проблеми конкурентоспроможності продукції займалися багато вітчизняних та зарубіжних науковців. Зокрема теоретичним надбанням є наукові праці вчених

різних часів: А. Смітт, Д. Рікардо, А. Курно, М. Портера, А. Юданова, Г. Азоєва, В. Липчук, С. Васильчак, П. Березівський та інші.

Формування цілей статті (постановка завдання). Основними цілями є дослідження якості продукції як основи конкурентоспроможності молокопереробних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Головна роль в збутовій політиці підприємства відводиться товару, на який формується попит. Комерційний успіх фірми на ринку залежить насамперед від конкурентоспроможності підприємства, яка являє здатність підприємств молочної продукції виробляти та реалізувати ті товари, які є більш привабливими для споживачів ніж товари їх конкурентів.

Визначити рівень конкурентоспроможності підприємства молочної продукції доцільно на основі: рейтингових оцінок експертної групи, загального показника конкурентоспроможності, аналізу маркетингового середовища, SWOT-аналізу. Даний аналіз ґрунтується на детальному вивченню чотирьох напрямків, які утворюють основу програми маркетингу: вивчення тенденцій галузі; аналіз конкурентів компанії; оцінка власної позиції; дослідження реальних і потенційних споживачів компанії. Нижче подано узагальнений аналіз сильних і слабких сторін підкомплексу, розглянуто зовнішні сприятливі й несприятливі чинники впливу на розвиток під комплексу (рис.1).

На основі даного аналізу молокопродуктовий підкомплекс Волинської області перебуває у лівому верхньому куті в таблиці SWOT-аналізу, що означає перевагу сильних сторін за зростанням зовнішніх можливостей. Молокопродуктовому підкомплексу Волинської області доцільно обрати такі продуктово-ринкові стратегії (рис.2).

Внутрішні чинники	Сильні сторони молокопродуктового підкомплексу Волинської області	Слабкі сторони молокопродуктового під- комплексу Волинської області
	Цілковита обізнаність в основних питаннях. Досвід розроблення нових товарів. Наявність стабільної сировинної бази в екологічно чистих регіонах України. Повний цикл виробництва. Уміння уникати сильного тиску з боку конкурентів.	Недостатній імідж на ринку. Внутрішні виробничі проблеми. Залежність від зниження попиту й етапу життєвого розвитку бізнесу.
Зовнішні чинники	Потенційні можливості ринку	Потенційні загрози
	Поява нових ринків та нових сегментів. Зниження торговельних бар'єрів на привабливих іноземних ринках. Можливість швидкого розвитку у зв'язку з різким зростанням попиту на ринку.	Вихід на ринок іноземних конкурентів з меншими витратами. Зростання вимог покупців та постачальників. Зміна потреб та смаків покупців. Несприятливі демографічні зміни. Недостатня сировинна база.

Рис.1. SWOT- аналіз підприємств молокопродуктового під комплексу Волинської області.*

*Джерело: власні узагальнення.

Ринки	Продукти	
	Наявні	Нові
Наявні	Проникнення на ринок Збільшення обсягу продажу продукції молокопродуктового підкомплексу Волинської області(за допомогою методів стимулювання збуту).	Розвиток продукту Виробництво і продаж нових продуктів українським споживачам(продуктів на екологічно чистій сировині за певними цінами).
Нові	Розвиток ринку Організація збуту продукції молокопродуктового підкомплексу Волинської області на ринках інших областей (Львівська, Рівненська, Житомирська, Тернопільська).	Проникнення в інші галузі Використання в лікувальних та косметологічних цілях.

Рис.2. Стратегії розвитку молокопродуктового підкомплексу Волинської області.*

*Джерело: власні узагальнення.

Проаналізувавши ситуацію в якій знаходяться підприємства молоко-продуктового підкомплексу Волинської області, охарактеризуємо параметрами конкурентоспроможності товару. Такими параметрами є вартісні та неwartісні характеристики.

Якість продукції можна охарактеризувати як сукупність її споживчих властивостей, які забезпечують задоволення запитів, потреб і вимог населення. Якість молока – це сукупність його споживчих властивостей, здатних в тій чи іншій мірі задовольняти потреби споживачів: населення – в продуктах харчування, промисловість – у сировині.

Якість молока і продуктів його переробки характеризується різними параметрами, одні з яких піддаються виміру, інші – ні, але в цілому характеризують властивості споживчі, смакові чи естетичні. Якість молока передусім визначають його хімічний склад і гігієнічна якість. Хімічний склад має вплив на витрати і продуктивність переробки, гігієнічна якість визначає придатність до споживання і оздоровчі гарантії (характеристики). Практично цим визначаються найвищі цінності людини – життя і здоров'я.

Якість молока і продуктів його переробки характеризується різними параметрами, одні з яких піддаються виміру, інші – ні, але в цілому характеризують властивості споживчі, смакові чи естетичні. Якість молока передусім визначають його хімічний склад і гігієнічна якість. Хімічний склад має вплив на витрати і продуктивність переробки, гігієнічна якість визначає придатність до споживання і оздоровчі гарантії (характеристики). Практично цим визначаються найвищі цінності людини – життя і здоров'я.

Підвищенню якості молочної продукції приділяється велика увага, але особливе значення вона набуває в умовах ринку. Висока якість - це в кінцевому рахунку збереження матеріальних і трудових ресурсів та підвищення рівня рентабельності виробництва.

Суттєвий вплив на рівень конкурентоспроможності підприємств молокопродуктового підкомплексу мають: науково-технічний прогрес, технології виробництва, новітні винаходи, автоматизовані системи виробництва. Дані

фактори можна розглядати з двох сторін, з однієї як зменшення рівня собівартості продукції, а з іншої здатність підприємства виробляти конкурентоспроможні товари забезпечуючи комерційний успіх підприємства.

На сьогоднішній момент часу одним із стратегічних напрямків підвищення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, зокрема молочної продукції та розвиток національного виробництва є виробництво екологічно чистої продукції. Відомо, що попит на таку продукцію достатньо швидкими темпами зростає у всьому світі, що підтвердили і результати анкетного опитування. Із всієї кількості опитаних респондентів всіх без винятку цікавить якісна складова та наявність консервантів. Соціологічне дослідження, яке було проведено у Волинській області, показало, що із 498 респондентів, 84,2% готові платити вищу ціну за високоякісну, екологічно чисту продукцію (табл.1).

Таблиця 1

Результати соціологічного опитування споживачів щодо готовності платити вищу ціну за екологічно цисту продукцію у Волинській області

Вид продукції	Група респондентів, готових платити цінову надбавку, %		
	більше 100	100-50	до 50
Дитяче харчування	72,6	23,4	4,0
Молоко	16,0	68,4	15,6
Твердий сир	4,5	43,4	52,1
Кисломолочний сир	12,7	67,5	19,8
Масло вершкове	25,8	67,3	6,9
Кефір	0,4	42,7	56,9
Інші види	4,3	15,5	80,2

За результатами проведеного дослідження нами було встановлено, що за екологічно чисту молочну продукцію споживачі готові заплатити втричі вищу ціну. До цієї продукції споживачі відносять: кисломолочний сир, продукцію

дитячого харчування, вершкове масло. Також проведені дослідження констатують той факт, що цінові надбавки у межах 50-100% стимулюють до того, що певна категорія споживачів готова заплатити за якісну продукцію.

Для успішного розвитку ринку екологічно чистої сільськогосподарської продукції безумовно необхідне впровадження державної підтримки, а саме розробка і ухвалення Закону України “Про органічне сільське господарство”, створення державного органу сертифікації органічної продукції, широке залучення органів державної влади до підтримки розвитку бізнесу органічного виробництва, інформаційне забезпечення та формування організованої системи дистрибуції. Дана стратегія дасть змогу розвивати агропродовольчий ринок України.

Сформована система чинників, що впливає на продуктивність тварин безпосереднім чином визначає і якість молока. До їх складу можна віднести: покращення умов утримання та догляду за тваринами, повне використання генетичного потенціалу продуктивності тварин, забезпечення їх повноцінної годівлі, вдосконалення апаратури і технології доїння.

З метою підвищення санітарної якості молока і зниження його бактеріального осіменіння необхідний певний послідовний процес, який проходить у певній послідовності дій: первинна обробка молока, зокрема очищення молока, яке проводять одразу після видоювання, охолодження молока та його зберігання. Ця проблема є найбільш гострою для господарств населення, які є основним постачальником молока для молокопереробних заводів. Через відсутність централізованих пунктів такої первинної обробки в господарствах населення, селяни використовують традиційний метод фільтрування молока (марлевий) та його охолодження, що негативно впливає на якість молока. Якісні характеристики молока, проданого сільськогосподарськими товаровиробниками переробній промисловості в основному коливаються і мають тенденцію до зниження. Так, лише за 2006-2008 роки частка молока вищого гатунку зменшилась із 3,1% до 1,0%, а першого гатунку, проданого молокопереробним підприємствам Волинської

області зменшилась з 96,0% до 95,0% (табл.2). На державному рівні якісні параметри молока визначаються на основі стандартів, які впроваджені з липня 2002 року. Новий стандарт на коров'яче молоко ДСТУ 3662-97. Даний стандарт регламентує фінансові можливості переробних підприємств щодо придбання відповідного обладнання для збору та переробки молока, а також приладів для вимірювання якісних параметрів молока.

Таблиця 2

Якісна структура молока, реалізованого переробним підприємствам сільськогосподарськими виробниками Волинської області, %*

Якість проданого молока	Роки			Зміни (+/-)	
	2006	2007	2008	2007/2006	2008/2007
Вищого гатунку	0,0	3,1	1,0	+3,1	-2,1
I гатунку	96,0	86,9	95,0	-9,1	+8,1
II гатунку	2,9	9,0	3,0	+6,1	-6,0
Негатункове	1,1	1,0	1,0	-0,1	-

*Джерело: за даними головного управління агропромислового розвитку Волинської облдержадміністрації.

Вітчизняний ринок продовольства є надто слаборозвиненим. Не збалансований ринок та низький рівень конкуренції на ньому роблять низькими вимоги покупців до якості молока як товару.

На сьогоднішній момент часу якісні правила і норми стосовно молока і молочних продуктів знаходиться на неналежному рівні. На цей процес впливає багато традиційних чинників, які обумовлені особливостями “радянського способу споживання”. Враховуючи перспективи виходу на європейський і інші ринки українським виробникам необхідно пристосуватись до того рівня якості молока, який там існує. Надходження молочних продуктів із-за кордону на український ринок дозволило споживачам певною мірою оцінити відмінності вітчизняних і зарубіжних молочних продуктів. Останні (якщо це був офіційний імпорт) відрізнялися кращою якістю, видами упакування (упакування типу УНТ), більш тривалим терміном зберігання.

В Україні відсутні споживчі правила й норми стосовно молока і молочних продуктів і, звичайно, їх якість є на низькому рівні. Це склалося під впливом багатьох традиційних чинників, розширених особливостями “радянського способу споживання”. Водночас перспективи виходу на європейський та інші ринки вимагають пристосування до того рівня якості молока, який там існує. Надходження молочних продуктів з-за кордону дозволило вітчизняним споживачам частково оцінити відмінності вітчизняних і зарубіжних молочних продуктів. Останні (якщо це був офіційний імпорт) відрізнялися вищою якістю, кращим упакуванням (упакування типу УНТ), були більш тривалішими у споживанні.

Відповідно до європейських норм якості молока, в яких визначено, що вміст бактерій повинен становити 100 тис. на 1 см³ проти 300 тисяч бактерій, що існувало раніше.

У світі наступили зміни в тенденції переваг споживання, зокрема з молочного жиру переважно на молочний білок. Закупівля молока за принципом “до нього нічого не додано і нічого не віднято” від здорових корів в даний час недостатня. Якість молока і його хімічний склад треба формувати під час виробництва молока завдяки відповідній породі, способі годівлі, фізіологічному стану тварин, гігієні тварин і доїнні [1, с. 289].

Проведені дослідження свідчать, що господарства населення виступають вагомими виробниками молока в області, це змушує більшу увагу приділяти якісним параметрам даної молочної сировини. Міністерством аграрної політики України (наказ № 262 від 05.08.2003) затверджено “Рекомендації щодо виробництва і реалізації молока від корів, які утримуються у господарствах населення відповідно до вимог ДСТУ 3662-97” для покращення якості молока від корів населення, удосконалення системи розрахунків між виробниками та закупівельниками сировини. В даних рекомендаціях визначені санітарно-гігієнічні вимоги з утримання, догляду, годівлі та доїння корів, первинної обробки, зберігання, транспортування молока та його закупівлі.

У зв'язку з еволюційним шляхом розвитку розпочали використовувати новітні організаційні форми заготівлі молока. До таких форм можна віднести збутові молочні кооперативи, які повинні бути забезпечені новітніми технологіями, що дають можливість оцінити якість, температуру, кислотність молочної сировини тощо. Певну увагу варто приділити і вдосконаленні існуючих стандартів і норм якості молока

У сучасних ринкових умовах значного вдосконалення потребує існуюча система оцінки молока. Для того, щоб досягти європейської якості необхідно покращувати гігієнічний стан молока на всіх етапах його переробки. Важливим чинником покращення якості молока виступає відповідна система оплати за молоко різної якості, тому, що тільки тоді існуватиме відповідна мотивація до підвищення якості молока та молокопродуктів.

Варто зауважити, що в Європейських країнах для закупівлі приймається лише молоко класу "екстра", молоко I і II сорту не є предметом закупівлі. В нашій державі, якщо молоко відповідає вимогам вищого, першого та другого гатунків, з температурою вище 10°C, приймається, як неохолоджене на певних умовах за домовленістю сторін.

Беззаперечний вплив на якість молочних продуктів мають сенсоричні властивості (смак, запах, вигляд), а також хімічні властивості. Вченим К. Бабуховським у своїй праці зазначено, що хімічний склад визначає ефективність виробництва молочних продуктів, а гігієна є похідною організації доїння, закупівлі, транспорту і збуту [2, с. 17]. Сировиною для переробних підприємств є цільне молоко, яке одержане в гігієнічних умовах. до складу якого нічого не додано і нічого не віднято.

Одним із елементів якості молока та молочних продуктів є період протягом якого вони повністю придатні до споживання. Цей елемент важливий з двох сторін, як з економічної сторони так і з погляду здорового споживання.

Для того щоб існувала можливість одержання молочних продуктів високої якості і тривалого терміну зберігання рекомендовано використовувати для їх виробництва молоко, яке містить визначену кількість бактерій без

хворобоутворюючих організмів, з низьким (допустимим) вмістом соматичних клітин.

Одним із елементів покращення якості молока є зменшення кількості постачальників молока. У малих господарства відповідно й малі обсяги виробництва, а це призводить до підвищення видатків на оцінку його якості та закупівлю молока. Для таких підприємств додаткові витрати на різні маркетингові дослідження чи адаптація до змін кон'юнктури ринку призводять до збитковості, оскільки вони виробляють молоко на межі окупності.

Важливою проблемою для споживачів є значна фальсифікація молочної продукції. В основі фальсифікації асортиментної та за якістю лежать заміна молочних продуктів дешевшими і менш якісними того ж найменування (фальсифікація за якістю) чи іншого найменування (асортиментна фальсифікація). Особливо кількість фальсифікованої продукції збільшилася з початком випуску багатьма виготовлювачами, в тому числі й великими підприємствами, так званого “комбінованого масла” [3, с. 81].

Висновки. Покращення якості молока і його продуктів є тривалим та безперервним процесом. Він може проходити у такі послідовні етапи:

Можна відзначити два основних етапи його проведення: зменшення кількості бактерій принаймні до 300 тис. у 1 л молока. В сьогоденних умовах це реально, оскільки потребує дотримання відповідних елементарних норм гігієни; зменшення кількості бактерій принаймні до 100 тис. у 1 л молока.

Цей етап значно складніший, оскільки вимагає проникнення в мікробіологічне середовище і хімічний склад молока, впровадження нових інструментальних методів аналізу і оцінки. Це призведе по-перше до зменшення кількості постачальників молока, по-друге до зменшення проб.

Сучасний споживач шукає на ринку здорових і безпечних продуктів харчування, які виготовлені відповідно до встановлених норм і стандартів. Тому якість, виступає як один з найважливіших елементів конкурентоспроможності молочних продуктів на ринку.

Список літератури:

1. Економіка виробництва молока і молочної продукції в Україні : монографія / за ред. П. Т. Саблука і В. І. Бойка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 340 с.
2. Кравців Р. Й. Молочна справа / Р. Й. Кравців, В.І. Хоменко, Я. Ю. Островський ; за ред. В. І. Хоменка. – К. : Вища шк., 1998. – 279 с.
3. Леонова Т. Н. Конкуренция на рынке молочных продуктов / Т. Н. Леонова // Молочная промышленность. – 1999. – № 9. – С. 4–6.
4. Статистичний щорічник Волинь 2007 р. – Луцьк : Головне управління статистики у Волинській області, 2008. – 602 с.
5. Статистичний щорічник України за 2007 р. – К. : 2008. – 602 с.
6. Статистичний щорічник Волинь 2009 р. – Луцьк : Головне управління статистики у Волинській області, 2010. – 558 с.

***Annotation.** Entering the market is always associated with the competition. At high saturation commodity market where supply greatly exceeds demand, each commodity is actively fighting for the consumer. In such a situation, the consumer prefers the most contested goods with good quality characteristics. It is the quality and competitiveness of products molokoproduktovoho subcomplex, considered in this research study.*

The current state of domestic enterprises is characterized largely inefficient management and lack of adequate models of strategic development through social and economic growth. These are problems for such a sensitive economically and technologically as the dairy industry, which intensified and on that basis for sustainable growth in output to the level of physiological needs of consumption of dairy products remains a priority, due to its importance in the diet of the population.

The main role of the sales policy of the enterprise given product, which is formed by the demand. The commercial success of firms in the market depends primarily on competitiveness, which is the ability of the dairy product manufacture and implement those products that are more attractive to consumers than the products of their competitors. Product quality can be described as a set of consumer characteristics that provide satisfaction, needs and demands of the population. Improving the quality of milk and its products have a long and continuous process. The modern consumer is looking at the market of healthy and safe food products that are manufactured in accordance with established standards. Therefore, the quality, acts as a key element of competitiveness of dairy products on the market.

***Key words:** quality, competitiveness, companies molokoproduktovyy subcomplex, SWOT-analysis, commercial success, strategy, consumer, scientific and technological progress.*