

ЗАДОРОВНИЮК Н. О.

к. е. н., доцент

Одеський національний політехнічний університет  
zadorozhnyuk.nat@mail.ru

ШЕНДЕРОВСЬКА І. А.

студентка

Одеський національний політехнічний університет  
shenderovskaya.ia@mail.ru

### **АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЛЬВІВСЬКИХ ВИРОБНИКІВ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

*Метою статті є проведення аналізу конкурентоспроможності львівських виробників молочної продукції. У роботі досліджено діяльність основних виробників молочної продукції за допомогою порівняння базових економічних показників з урахуванням маркетингових аспектів ефективного функціонування на ринку. Особливу увагу приділено саме львівським виробникам молочної продукції, що обумовлено територіальними, екологічними та економічними факторами. Проведено аналіз конкурентоспроможності львівських виробників молочної продукції та виділено особливості цього аналізу з урахуванням специфіки молочних продуктів та галузі взагалі. Виявлено лідера серед виробників молочної продукції Львівщини.*

**Ключові слова:** молочна продукція, показники конкурентоспроможності, конкурентоспроможність.

ЗАДОРОВНИЮК Н. А.

к. э. н., доцент

Одесский национальный политехнический университет  
zadorozhnyuk.nat@mail.ru

ШЕНДЕРОВСКАЯ И. А.

студентка

Одесский национальный политехнический университет  
shenderovskaya.ia@mail.ru

### **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛЬВОВСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

*Целью статьи является проведение анализа конкурентоспособности львовских производителей молочной продукции. В работе исследована деятельность основных производителей молочной продукции посредством сравнения базовых экономических показателей с учетом маркетинговых аспектов эффективного функционирования на рынке. Особое внимание уделено львовским производителям молочной продукции, что обусловлено территориальными, экологическими и экономическими факторами. Проведен анализ конкурентоспособности львовских производителей молочной продукции и выделены особенности этого анализа с учетом специфики молочных продуктов и отрасли в целом. Выявлен лидер среди производителей молочной продукции Львовской области.*

**Ключевые слова:** молочная продукция, показатели конкурентоспособности, конкурентоспособность.

ZADOROZHNYUK N. A.

candidate of economical sciences, associate professor  
Odessa National Polytechnic University  
zadorozhnyuk.nat@mail.ru

SHENDEROVSKAYA I. A.

student

Odessa National Polytechnic University  
shenderovskaya.ia@mail.ru

### **COMPETITIVE ANALYSIS OF LVIV DAIRY PRODUCERS**

*The purpose of this paper is to analyze the competitiveness of Lviv dairy producers. We have studied the activity of the major producers of dairy products by comparing the basic economic indicators considering the marketing aspects of the efficient functioning of the market. Particular attention is paid to Lviv dairy producers, due to territorial, environmental and economic factors. The analysis of the competitiveness of Lviv dairy producers and highlighted features of this analysis, taking into account the specifics of dairy products and the industry as a whole. Identified leader among dairy producers in Lviv.*

**Keywords:** dairy products, indicators of competitiveness, competitiveness.

**Постановка проблеми.** Існуючі наукові підходи щодо аналізу конкурентоспроможності підприємств потребують доопрацювання відповідно до постійних змін сучасних умовах господарювання. Важливо підкріпляти теоретичні розробки у практичних роботах. Особливої уваги потребує молочна галузь, як соціально значуща галузь національної економіки будь-якої країни. Нажаль, сьогодні існує безліч проблем в цій галузі, однією з ключових є невисока конкурентоспроможність і продукції, і виробників. Тому конкурентоспроможність виробників молочної продукції необхідно аналізувати та знаходити шляхи та інструменти щодо її підвищення. Ця проблематика є безумовно актуальною, що обумовлює вибір напрямку дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Методологічні та прикладні проблеми й методи оцінки конкурентоспроможності підприємств досліджували у роботах таких вчених, як Воронов А., Кабальська Б. В., Кириленко І. Г., Фатхутдінов, Р. та ін. [1–4]. Розв'язанню сучасних проблем молочної галузі України присвячені праці таких вітчизняних науковців, як Моргун О. В., Якімчев А. А. та ін. [4–6]. Однак практичних розвідок для проведення аналізу конкурентоспроможності виробників молочної продукції недостатньо, що вимагає подальшої роботи в цьому напрямку.

Метою статті є аналіз конкурентоспроможності львівських виробників молочної продукції.

**Виклад основного матеріалу.** На ринку Львівської області представлено безліч виробників молочної продукції. Тільки регіональних налічується близько 22 молокопереробних підприємства. У зв'язку з поширенням моди на здорове харчування і натуральні продукти, попит на молоко зростає, що обумовлює посилення конкурентної боротьби львівських виробників.

В результаті дослідження ринку молочної продукції Львівщини було встановлено, що чотири великих молокопереробних підприємств випускають 66% від загального обсягу виробництва молочної продукції, а саме: ТОВ «Львівська маслосирбаза» – 30%, ТОВ «Молоко» (Сокільники) – 20%, ВАТ «Брюховічне сухе молоко» – 9%, ВАТ «Молоко» (Городець) – 7%.

Аналіз продукції основних львівських виробників молочної галузі представлено в табл. 1.

У більшості споживачів при виборі молочної продукції одним з основних факторів є вартість товару. Середня вартість продукції розраховувалася як вартість продукції в усереднених значеннях. Для розрахунку показника було взято кілька найменувань продукції по всіх розглянутих підприємствах і виявлено середнє значення. Даний показник оцінюється в гривнях. Середня вартість продукції: ТОВ «Львівська маслосирбаза» – 16 грн, ТОВ «Молоко» (Сокільники) – 14 грн, ВАТ «Молоко» м. Городець – 13 грн, ВАТ «Брюховічне сухе молоко» – 12 грн. Згідно з результатами ТОВ «Львівська маслосирбаза» реалізує свою продукцію за вартістю, яка перевищує ціну основних конкурентів. Різниця в ціні продукції між ТОВ «Львівська маслосирбаза» і іншими конкурентами коливається, залежно від товару в межах 1–40%. Причини, з яких ТОВ «Львівська маслосирбаза» утримує таку цінову позицію, полягають в тому, що на підприємстві останнім часом відбувалася модернізація виробництва і запуск нових ліній, здійснювався перехід до нової упаковки. При цьому підприємство позиціонує себе як виробника високоякісних екологічно чистих продуктів. Найнижча вартість молочних продуктів у ВАТ «Молоко» м. Городець, решта ж підприємства дотримуються «золотої середини» в ціні.

Аналіз продукції основних львівських виробників молочної галузі

Виробники	Основні критерії порівняння				
	Доля ринку	Вартість продукції	Упаковка	Широта асортименту	Інформаційний зв'язок
«Львівська маслосирбаза»	30%	Вартість вища	Фінн-пакет, тетра-пак, пюрпак, плівка, пласт. склянка, пергамент, фольга	Широка лінійка продукції, крім дитячого харчування,	Веб-сайт та зворотній зв'язок, публікації в журналах
«Молоко» (Сокільники)	20%	Вартість нижча «Молоко», але вище ніж інші	В основному тетра-пак, пластикові пляшки і склянки	Широка лінійка продукції, дитяче харчування та інноваційні продукти	Веб-сайт, зворотній зв'язок, публікації
«Брюховіч не сухе молоко»	9%	Відносно середня вартість	Фінн-пакет, РР банка, стакан, фольга, плівка, крафт-мішок	Менш широкий, близько 30 позицій	Веб-сайт з основною інформацією, мало публікацій
«Молоко» (Городець)	7%	Нижче ніж «Молоко», але вище інших конкурентів	Фінн-пакет, пергамент, плівка, фольга	Широка лінійка традиційних продуктів	Немає веб-сайту, мало відкритої інформації про підприємство

Виникає необхідність в проведенні аналізу конкурентоспроможності львівських виробників молочної продукції. При цьому доцільно виділити ключові показники конкурентоспроможності підприємств, які оцінювалися в десятибальній системі.

1. Частка ринку. На наш погляд даний показник дуже важливий, тому що він показує вагомість виробника на ринку.

2. Широта асортименту. Чим ширше асортимент, тим вище охоплення з урахуванням специфічних переваг різних сегментів ринку. Так, ТОВ «Львівська масло сир база» виробляє близько 70 найменувань товарів, включаючи дитяче харчування та інноваційні продукти. ТОВ «Молоко» (Сокільники) також випускає широку лінійку продукції (близько 50 найменувань), але не виробляє дитяче харчування. Асортимент ВАТ «Брюховічне сухе молоко» та ВАТ «Молоко» м. Городець випускає лише традиційні продукти.

3. Якість пакувального матеріалу. Найбільш якісним вважається упаковка, виготовлена з багатошарового картону всередині з плівкою або фольгою, далі йде пластикова тара і плівка-пакети (фінн-пакети). Максимальний показник свідчить про те, що підприємство в максимальних масштабах використовує найякіснішу упаковку. Більшість підприємств для упаковки своєї продукції використовують стандартні фінн-пакети, плівку, фольгу, пергамент, пластикову тару, і тільки ТОВ «Львівська масло сир база» і ТОВ «Молоко» (Сокільники) застосовують Tetra pak pur pak.

4. Рівень активності просування продукції. Даний показник враховує участь підприємств у заходах з просування продукції та їх активність. Багато підприємств для просування своєї продукції розробили веб-сайт, однак ВАТ «Брюховічне сухе молоко» розмістили лише базову інформацію про свій продукт, а у ВАТ «Молоко» м. Городець зовсім немає свого сайту. Такі компанії, як ТОВ «Львівська маслосирбаза» і ТОВ «Молоко» (Сокільники) активно використовують даний рекламний ресурс, у тому числі організують зворотний зв'язок зі своїми клієнтами за допомогою Інтернет. Ці ж компанії активно використовують інші засоби масової інформації для просування продукції. ТОВ «Львівська маслосирбаза» організувала безкоштовну «гарячу лінію» для спілкування зі своїми клієнтами.

5. Рівень інформованості споживачів про підприємство. Максимальний бал характеризує підприємство як найбільш пізнаване.

Розраховано показники якості (сума добутків коефіцієнта важливості та оцінки якості за всіма параметрами якості) і конкурентоспроможності (відношення показника якості товару до його ціни). Результати оцінки молочної продукції львівських виробників представлені у табл. 2.

Таблиця 2

**Аналіз конкурентоспроможності львівських виробників молочної продукції**

Показники конкурентоспроможності	Коеф. важливості	ТОВ «Львівська маслосирбаза»	ТОВ «Молоко» (Сокільники)	ВАТ «Молоко» (Городець)	ВАТ «Брюховічне сухе молоко»
1. Частка ринку виробника	0,4	10	7	2	1
2. Широта асортименту	0,2	10	7	3	3
3. Якість пакувального матеріалу	0,2	10	9	8	5
4. Рівень активності просування продукції	0,1	10	8	7	5
5. Рівень інформованості споживачів про підприємство	0,1	10	10	8	6
6. Показник якості		10	7,8	4,5	3,1
7. Середня вартість продукції, грн.		14	16	13	12
Показник конкурентоспроможності		0,22	0,16	0,10	0,08

Розглянувши всі характеристики по кожному підприємству, можна зробити наступний висновок. Лідером на ринку можна вважати ТОВ «Львівська маслосирбаза» (показник конкурентоспроможності 0,22). Друге за значимістю підприємство на ринку – ТОВ «Молоко» (Сокільники) (показник конкурентоспроможності 0,16).

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку.** За результатами аналізу можна зробити висновок, що лідери ринку випускають продукцію, конкурентоспроможність якої забезпечується високою якістю продукції; використанням у виробництві продукції натуральної сировини; широким асортиментом молочної продукції, що дозволяє задовольнити потреби великої маси споживачів та застосуванням зручною якісною упаковки.

В цілому багато львівських підприємств не приділяють належної уваги розширенню асортименту молочної продукції та її просуванню і, як наслідок, мають низький рівень пізнаваності серед цільової аудиторії. Найчастіше для просування використовуються такі види, як реклама і стимулювання збуту, але сьогодні комплексне застосування всіх видів маркетингових комунікацій дає найкращий результат. Авторами пропонується узгоджувати інтенсивність політики просування з новизною товару. При введенні нового товару необхідний більш потужний інформаційний вплив.

В подальших дослідженнях планується розглянути сучасні методи просування молочної продукції на українському ринку.

**Список використаних джерел**

1. Воронов А. Моделювання конкурентоздатності продукції підприємства / А. Воронов // Маркетинг. – 2003. – № 4. – С. 86–94.
  2. Кабальська Б. В. Методологічні аспекти комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства / Б. В. Кабальська // Наука й економіка. – № 2 (30). – 2013. – С. 129–134.
  3. Кириленко І. Г. Напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняного сільськогосподарського виробництва / І. Г. Кириленко // Економіка АПК. – 2003. – № 11. – С. 65–72.
  4. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 311 с.
  5. Моргун О.В. Напрями розвитку молочної галузі та молокопереробної промисловості / О.В. Моргун // Економіка АПК. – 2009. – № 7. – С. 62–66.
  6. Якімчев А.А. Молочна галузь Львівщини / А.А. Якімчев // Молочна промисловість. – 2008. – № 5. – С. 43–45.
-