

Магістрант Кошулько Л.І., д.е.н., к.е.н., доцент Яременко С.С.

Університет імені Альфреда Нобеля

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «АЛАН»

І РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Сучасний рівень конкурентної боротьби як в національному, так і в світовому розрізі, висуває все більш жорсткі вимоги до управління конкурентоспроможністю продукції підприємств. У зв'язку з цим виникає необхідність у вдосконаленні управління конкурентоспроможністю продукції підприємства шляхом використання інноваційних принципів менеджменту, маркетингу, забезпечення стратегічного підходу до їхньої діяльності.

Дослідженням теоретичних та практичних аспектів конкуренції та конкурентоспроможності продукції підприємств займаються І. Бурачек, Я. Базилук, М. Турченко, М. Швець, А. Загородній, С. Клименко, Ф. Котлер, М. Портер, М. Саєнко та інші вітчизняні й зарубіжні вчені. В їх працях розглядаються питання діяльності підприємства в умовах конкуренції, шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства і його продукції, окремі аспекти оцінки конкурентоспроможності підприємств.

В загальному розумінні конкурентоспроможність продукції – це сукупність якісних та вартісних характеристик товару, що сприяють створенню переваги даного товару перед товарами-конкурентами в задоволенні конкретної потреби покупця на певних ринках протягом даного часу.[1]

Сучасний ринок м'ясопереробної галузі характеризується високим рівнем конкуренції. Значна кількість вітчизняних товаровиробників м'ясної продукції та постійне зростання її імпорту створюють підвищений рівень пропозиції м'ясних товарів. Протягом січня-березня 2021р. обсяг виробництва м'яса та м'ясних продуктів склав 54,4 тис. т, приріст продукції проти січня-березня 2020р. становив 1,8%, тоді як приріст 2020 р. порівняно з 2019 р. складав лише 0,6% [5, 6]. В 2020 році імпорт ковбас склав 4,7 тис. т, що в 12 разів перевищує показник п'ятирічної давності та в 2 рази більший в порівнянні з попереднім

роком. Однак незважаючи на зростання таких поставок, частка імпортованих ковбас в загальній пропозиції на українському ринку залишається незначна (1,4%). [2]

Упродовж останніх двадцяти років на ринку м'яса та м'ясних виробів сформувалась когорта лідерів, серед яких і ТОВ «Алан». Діяльність підприємства починає свій відлік з 1997 року. На сьогодні ТОВ «Алан» входить в десятку найбільших виробників м'ясної продукції в Україні. [3] Це підтверджують як експерти, так і споживачі. Висока оцінка експертів підтверджена неодноразовими нагородами, які компанія отримувала на міжнародних виставках [3]. Оцінка якості продукції ТМ «Алан» споживачами також висока. За даними опитування споживачів [4] продукції фірми «Алан» віддали перевагу 19,79% респондентів (табл. 1). Середньорічний бал оцінки продукції споживачами в 2020-2021 р.р. зріс з 1,42 до 2,76 бали (рис.1)

Таблиця 1. ТОП-10 товаровиробників за результатами інтернет-опитування споживачів ковбасних виробів, січень-листопад 2021 р.

Міс-це	Назва торгової марки	Частка позитив-них відпо-відей, %	Міс-це	Назва торгової марки	Частка позитив-них відпо-відей, %
1	ТМ "Глобино"	34,38	6	ТМ "М'ясна гільдія"	14,58
2	ТМ "Бащинський"	29,17	7	ТМ "Ювілейний"	16,67
3	ТМ "Алан"	19,79	8	ТМ "БМК"	10,42
4	ТМ "Фарро"	19,79	9	ТМ "Ранчо"	10,42
5	ТМ "Ятрань"	15,63	10	ТМ "М'ясна лавка"	12,5

Джерело: складено автором на основі [4].

Рис. 1. ТОП-10 товаровиробників за результатами інтернет-опитування споживачів ковбасних виробів, 2020-2021 р.

Джерело: складено автором на основі [4].

Основна конкурентна перевага продукції «Алан» в тому, що вона виготовляється виключно зі свіжого українського м'яса худоби та птиці. Асортимент продукції підприємств постійно оновлюється. Високі стандарти якості були підтверджені сертифікатом FSSC 22000 – схема сертифікації для систем безпеки продуктів харчування, яка включає ISO 22000:2005, ISO/TS22002-1:2009 та додаткові вимоги FSSC 22000. [12]

Високий рівень конкуренції та високі вимоги споживачів продукції мають спонукати ТОВ «Алан» постійно працювати над підвищенням рівня своєї конкурентоспроможності. З цією метою доцільно переглянути цінову політику підприємства, орієнтуючи її більше на ринковий попит; приділити увагу розширенню каналів збуту продукції за рахунок розширення мережі фірмових магазинів в інших регіонах України та довгострокової співпраці з великими мережами супермаркетів; працювати над підвищенням іміджу фірми, впізнаваності торгових марок – спонсоринг, участь в івентах тощо.

ТОВ «Алан» функціонує на ринку більше 20 років. За цей період підприємство зайняло сильні конкурентні позиції серед товаровиробників м'ясних виробів. ТОВ «Алан» має високий потенціал виробничих потужностей, технологій, якості продукції. Щодня компанія працює над їх збереженням та підвищенням.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Григор'єв М.Н. Маркетинг. stud.com: веб-сайт. URL: <https://stud.com.ua/22265/marketing/marketing>
2. За 5 років імпорт ковбас в Україну зріс в 12 разів. Новини. УКАБ: веб-сайт. URL: https://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/za_5_rokiv_import_kovbas_ukrainoyu_zris_v_12_raziv
3. Офіційний сайт Алан. URL: <http://alan.ua/about/>
4. Оцінка продукції товаровиробників м'ясних виробів споживачами. FAVOR: веб-сайт. URL: <https://favor.com.ua/vote/products/kowbasa/?results=U>
5. Про соціально-економічне становище України за січень–березень 2021 року. Держкомстат України: веб-сайт. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2021/dop/05/dop_03%202021.pdf
6. Соціально-економічний розвиток України за 2020 рік. Держкомстат України: веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/infografika/2020/soc_ek_r_Ukr/soc_ek_r_Ukr_12_2020.pdf