

## СОЦІОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОКОПРОДУКЦІЇ

Л.Д. Павловська, к. е. н., доцент  
Житомирський національний агроекологічний університет

*На основі соціологічного опитування за параметрами ціна-якість визначений рейтинг ТМ-виробників молокопродукції у Житомирській області.*

**Постановка проблеми.** Існує необхідність у збереженні конкурентоспроможності національної продукції АПК з метою недопущення втрати вітчизняними товаровиробниками своїх

конкурентних позицій. У зв'язку з цим представляє інтерес соціологічне дослідження конкурентоспроможності молокопереробних підприємств, представлених на ринку Житомирської області.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема конкурентоспроможності продукції та забезпечення конкурентних переваг привертала і продовжує привертати увагу багатьох дослідників: Д. Рікардо, А. Сміта, М. Портера, Ф. Котлера, П. Зав'ялова, Р. Фатхудинова, А. Воронкової, Н. Тарнавської, З. Шершневої, В. Немцова, В. Андрійчука, С. Кваші, М. Маліка, П. Саблука, О. Шпичака. Проблеми молокопереробних підприємств знайшли відображення у працях П. Березівського, В. Бойка, С. Дем'яненка, Б. Пасхавера, П. Саблука, В. Уланчука, Г. Черевка, С. Шевельової, О. Шпичака та ін.

**Мета дослідження.** Визначення впливу конкурентоспроможності молокопродукції за параметрами ціна-якість на споживчі уподобання покупців.

**Виклад основного матеріалу.** Значний вплив на формування конкурентних переваг молокопродукції в сучасних умовах мають наступні особливості розвитку ринку молокопродукції: на ринку молока та молокопродуктів на сьогодні функціонує близько 370 підприємств [1, с. 61]. З них 10-15 підприємств контролює біля половини виробництва молокопродукції в Україні. Сумарна частка таких компаній на ринку, за оцінками експертів, складає 44%; значну частку ринку контролює іноземний капітал; триває процес структурної інтеграції молокопереробних підприємств; український ринок молочних продуктів практично досяг рівня насиченості; найбільш інтенсивно розвиваються такі сегменти молочних продуктів, як: сиркові десерти, фруктові кефіри, питні йогурти та глазуrowані сирки; спостерігається тенденція до більш чіткої сегментації ринку молочних продуктів (ринок кисломолочної продукції, масла фасованого та вагового, сирів, сухого молока та казеїну, морозива).

Проведено соціологічне опитування 125 респондентів-споживачів молокопродукції Житомирської області: 32% опитаних – чоловіки і 68% – жінки. Більше  $\frac{2}{3}$  респондентів складають молоді люди: віком від 21 до 30 років (38%) та від 16 до 20 років (36%).

Серед запропонованих для оцінки п'яти найбільш відомих торгових марок молокопродукції за параметрами ціна-якість споживачі надали перевагу продукції ТМ «Рудь»: 52,8 % опитаних оцінили на відмінно якість цієї продукції та 36,8 % – її ціну. ТМ «Рудь» – єдина торгова марка, що отримала в середньому найвищі бали за якість (4,3) та ціну (4,0).

Друге місце, за оцінкою споживачів, посідає ТМ «Presedent», відповідно 37,6 % і 20,8 % опитаних віддали найвищу оцінку продукції

даної торгової марки. На третьому місці – ТМ «Фаворит», де оцінки розділились відповідно: 27,2 % і 18,4 %; на четвертому ТМ «Вімм-Білл-Данн» з оцінками: 16,8 % та 10,4 %; п'яте місце посідає ТМ «Гурманіка»: 15,2 % та 6,4 %.

За умови врахування не тільки найвищої оцінки (за 5-ти бальною шкалою), але й усіх інших балів рейтинг ТМ-виробників молокопродукції прийняв дещо інший вигляд (у спадковому порядку): «Рудь», «Presedent», «Фаворит», «Гурманіка», «Вімм-Білл-Данн» (рис.).

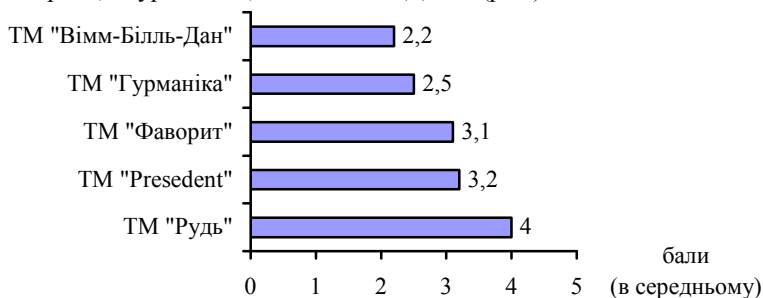


Рис. Розподіл ТМ-виробників молокопродукції за оцінками респондентів

**Висновки.** Задля досягнення високих результатів щодо конкурентоспроможності продукції молокопереробним підприємствам доцільно першочергову увагу звернути на: формування сировинних зон та забезпечення якості сировини, розробку ефективних інвестиційних проектів, формування мережі збуту продукції, виготовлення нових видів молокопродукції, широко використовувати маркетингові заходи, в т.ч. рекламу.

#### Список використаних джерел

1. Статистичний щорічник України за 2008 рік./За ред. Л.О. Рижкові ГУСЖО. – К. 2009, 491с.