

УДК 658.6:664:339.1

Борисенко О.Є.¹, Павлова В.В.²

¹ канд. економ. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ФЕУ-411м НУ «Запорізька політехніка»

ЯКІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДОВОЛЬЧОГО ТОВАРУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В сучасних умовах господарювання одним з пріоритетних завдань, що постає перед виробником продукції є забезпечення її високої якості. Особливо це стосується продовольчих товарів. Цей аспект є надважливим для системи управління виробництвом, через необхідність безперервного підвищення конкурентоспроможності в умовах насиченого продовольчого ринку України. Тому, актуальність цього питання неможливо перевищити.

Загально прийнято визначати якість як «...сукупність властивостей та характеристик продукту, що надають йому здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби» [1]. В той же час якість є одним з основних елементів конкурентоспроможності товару. Вона вміщує в себе певні характеристики: призначення; технологічність; транспортабельність; стандартизація; екологічність, тощо. Також існують різні рівні якості

продукції: абсолютний, відносний, перспективний, оптимальний [2]. Параметри продукції кількісно характеризують будь-які її властивості, в тому числі й ті, які входять до складу якості продукції. Таким чином, показник якості може бути частковим випадком параметра продукції, а методи й показники якості відображають якість продукції в процесі дослідження її характеристик. Показники якості продовольчих товарів, на відміну від непродовольчих, вміщують додатково органолептичні, фізико-хімічні та мікробіологічні показники, які і є основними індикаторами при визначенні конкурентоспроможності продуктів харчування, тобто становлять інтерес для певного покупця, бо задовольняють його конкретні потреби, інші ж характеристики можуть не враховуватися.

В процесі дослідження споживання натуральної кави в Україні був встановлений вплив якісних характеристик цього продукту на рівень його конкурентоспроможності на ринку. Останнім часом ринок кави України динамічно зростає. Роздрібний товарооборот кави в 2019 року порівняно з 2018 роком зріс на 13%. Але в 2020 році під впливом карантинних заходів та кардинальних змін в поведінці споживачів цей показник знизився на 47% і вже в 2021 році показав зростання 122% порівняно з 2020 роком і 18% порівняно з 2019 року. При цьому лідерами споживання кави є м. Київ та Дніпропетровська, Київська, Одеська, Харківська і Запорізька області. Попит підтримується певними тенденціями споживання. Безліч міні-кав'ярень та кавошопів використовують якісні кавові зерна та застосовують альтернативні, авторські, технологічні методи приготування кави.

Доступними та зрозумілими для покупця критеріями визначення якості та безпечності натуральної кави, є органолептичні (зовнішній вигляд, смак, аромат) та фізико-хімічні показники (частка кофеїну, вологі, екстрактивні речовини, інші хімічні домішки та елементи). В 2020 році було проведено інтернет-опитування та інтернет-голосування звичайних споживачів кави за результатами якого було встановлено, що найбільш популярними й вживаними є світові торгові марки продукту. Так, найвищий рейтинг вподобань в категорії меленої натуральної кави є композиції таких брендів: «Illy Espresso», «Jacobs Monarch», «Jardin Breakfast Blend», «Tchibo Exclusive», «Julius Meinl», «Pelican Rouge Supreme», «Lavazza Mattino». Кожен з цих брендів добре себе зарекомендували на ринку України. Кожна кава має свої переваги та особливості які були винесені у рейтинг з певними показниками (табл. 1).

Таблиця 1 - Бальне оцінювання меленої натуральної кави*

Показники	Illy Espresso	Jardin Breakfast Blend	Jacobs Monarch	Tchibo Exclusive	Julius Meinl	Pelican Rouge Supreme	Lavazza Mattino
1. Якість	4.3	4.6	4.4	4.2	4.4	4.3	3.7

обсмаження							
2. Насиченість	4.7	4.4	4.3	4.3	4	4.3	3.6
3. Аромат	4.8	4.4	4.6	4.5	4.7	4.6	4.1
4. Зовнішній вигляд	4.2	4.3	4.1	4.4	4.2	4	4
5. Міцність	4.7	4.4	4.5	4.5	4.4	4.5	4.4
Загальний рейтинг	4.54	4.42	4.38	4.38	4.34	4.34	4.02

Представлені дані дозволяють встановити, що найякіснішою кавою на думку споживачів є «Illy Espresso», а вкінці рейтингу «Lavazza Mattino». Так як бренд «Лаватца» є лідером на всесвітньому ринку кави, така позиція може пояснюватись різними смаковими уподобаннями саме цієї “любительської” групи експертів. Аналіз конкурентоспроможності брендів з використанням графічного способу “Багатокутника конкурентоспроможності товарів” (рис.1) дозволив встановити, що жоден бренд не має рівномірного розподілення за означеними показниками. Лідуючі позиції займають кава «Illy», «Jardin» та «Jacobs». Основними виробниками кави в Україні є Food Empire, Jacobs Douwe Egberts, Luigi Lavazza Spa, Nestle, Strauss Coffee. Найбільша частка ринку кави в Україні серед означених виробників належать бренду «Jacobs» (32%).

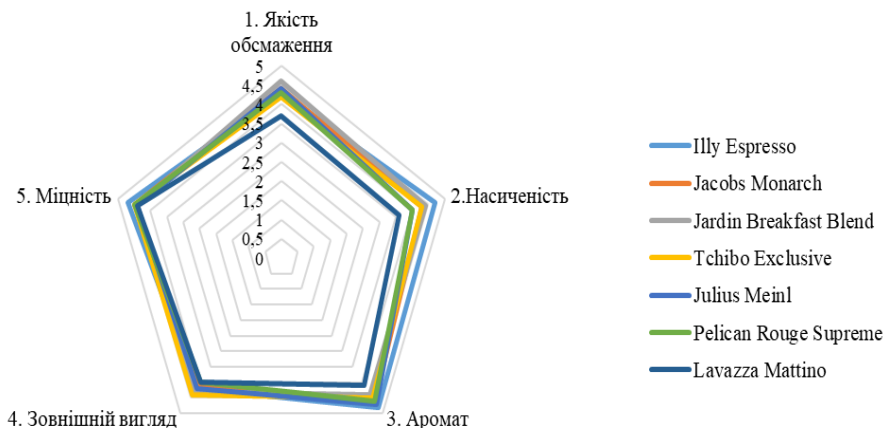


Рис. 1 Багатокутника конкурентоспроможності основних брендів натуральної меленої кави в Україні (складено автором)

Вивчивши систему управління ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна» було встановлено, що на підприємстві діють вимоги до продукції: FSSC 22000, ISO 9001:2015, OHSAS 18001:2007 та ISO 14001:2015. До цих вимог підприємство ставиться вкрай відповідально, постійно перевіряючи їх дотримання, що дозволяє займати лідуючі позиції на ринку.

В зв'язку з тим, що сучасний ринок кави в Україні надто насичений товаровиробниками цієї продукції, тому у споживачів наявний великий вибір. Неякісний товар не буде користуватись попитом, й навіть низька ціна не може гарантувати того, що товар буде взагалі купуватись. Отже, тільки якісна кава може бути конкурентоспроможною і зайняти певні позиції на ринку. Процес підвищення якості має бути постійним та організованим, як й будь-який інший, що має стратегічно важливе значення для підприємства. Він повинен здійснюватися в рамках розробленої стратегії відповідно до всіх встановлених норм і правил та існуючої системи показників оцінки якості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Афанасьєв М.В., Плоха О.Б. Економіка підприємства: навч.-метод. посіб. Харків: ВД "ІНЖЕК", 2007. 320 с.
2. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О Барабань та ін. Київ, 2009. 520 с.
3. Рейтинг натуральної меленої кави. Рейтинг кави: веб-сайт. URL: <https://reyting-kofe.ru> (дата звернення 20.01.2022).