

Список використаних джерел:

1. Горчелс Л. Управление каналами дистрибуции/ Л.Горчелс, Э.Мариен, Ч.Уест.- М.: Издательский Дом Гребенникова, 2005.- 248с.
2. Уиллер С. Властелины каналов/ С.Уилер, Э.Хирш.- М.: Издательский Дом Гребенникова, 2006.- 256с.
3. Штерн Л.В. Маркетинговые каналы/ Л.В.Штерн, А.И.Эль-Ансари, Э.Т.Ковфлан; 5-е изд.: пер.с.англ.- М.: Вильямс, 2003.-624 с.
4. Anne T. Coughlan. Marketing Channels / Anne T. Coughlan, Erin Anderson, Louis W. Stern, Adel I.El-Ansary; 6 ed.: Prentice Hall, 2001. – 590 p.

УДК 338

О.Ю.Сопоцько,
Національний транспортний університет,
м. Київ

**АНАЛІЗ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ
У ГАЛУЗІ ВИРОБНИЦТВА КОВБАСНИХ ВИРОБІВ**

Проведено аналіз ринкового середовища підприємств у галузі виробництва ковбасних виробів. Визначено шість популярних брендів виробників ковбасних виробів, які знаходяться в споживчому кошику українців. Дано характеристику великих підприємств виробників ковбасних виробів. Проаналізовано переваги та недоліки малих і невеликих підприємств виробників ковбасної продукції.

Проведен анализ рыночной среды предприятий в области производства колбасных изделий. Определены шесть популярных брендов производителей колбасных изделий, которые находятся в потребительской корзине украинцев. Дана характеристика крупных предприятий производителей колбасных изделий. Проанализированы преимущества и недостатки малых и небольших предприятий производителей колбасной продукции.

Analys of market environment of enterprises in the production of sausages are provided. Six popular brands of sausages that are in the consumer basket Ukrainian are defined. Characteristic of large companies manufacturers of sausages are made. The advantages and disadvantages of small businesses and small manufacturers of sausages analyzed.

Ключові слова: ковбасні вироби, ринкове середовище, споживчий кошик.

Сутність ринку ковбасних виробів можна визначити як цілісну, відкриту організаційно-економічну систему, що розвивається під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища та складається із сукупності підприємств, які беруть участь у виробництві, переробці, зберіганні, транспортуванні та реалізації такої продукції. Для ефективного управління ланцюгами постачань ковбасних виробів необхідно здійснити аналіз ринкового середовища таких підприємств.

Сучасні проблеми й шляхи розвитку м'ясопереробної галузі на підставі статистичних даних динаміки та структури виробництва основних видів м'ясної продукції окреслено В.О.Янковим. Теоретичні й практичні аспекти функціонування та формування конкурентоспроможності підприємств м'ясної галузі розглянуто В.І.Ємцевим, Ю.П.Подухович зазначив основні напрями удосконалення виробничого процесу м'ясопереробних підприємств і підвищення якості продукції. Аналіз основних виробників м'ясної продукції на українському ринку провів Н.Рибачок. Аналіз ринку ковбасних виробів здійснив В.Михайленко.

Водночас існує необхідність здійснити аналіз ринкового середовища підприємств у галузі виробництва ковбасних виробів, оскільки окремі важливі

питання безпосередньо пов'язані з підвищенням ефективності управління ланцюгами постачань ковбасних виробів.

Метою статті є аналіз ринкового середовища підприємств у галузі виробництва ковбасних виробів. Завдання дослідження – максимально широкий аналіз інформації, що відображає динаміку, структуру та поточний стан ринкового середовища підприємств у галузі виробництва ковбасних виробів. Дане дослідження базується на методи якісного та кількісного аналізу інформації про підприємства, які виробляють ковбасні вироби.

У дослідженні проводиться аналіз тих підприємств, які поряд із виробництвом ковбасних виробів виготовляють сировину для власного виробництва, зберігають виготовлену продукцію, транспортують до точок продажу, а також здійснюють реалізацію такої продукції.

За даними журналу Фокус було визначено 50 найбільш популярних українських брендів, які завоювали та утримують своє місце в реальному споживчому кошику українців, серед них – шість популярних брендів виробників ковбасних виробів (таблиця 1 та 2).

Таблиця 1

*Аналіз брендів виробників ковбасних виробів,
які знаходяться у споживчому кошику українців [13]*

№ п/п	Назва торговельної марки	Місце в рейтингу	Продажі 2011 р.
1	ТМ «Глобино»	11	1,166 млрд. грн.
2	М «Ятрань»	24	619,2 млн. грн.
3	ТМ «Фарро»	30	511,7 млн. грн.
4	ТМ «Юбилейный»	36	403,4 млн. грн.
5	ТМ «Дружба Народів»	40	340 млн. грн.
6	ТМ «Башинський»	50	234,4 млн. грн.

Також до великих підприємств м'ясопереробної галузі можна віднести: ПрАТ «Тульчинм'ясо» (торгова марка «Тульчин»), ПрАТ «Ідекс», МПЗ «Колос» (ТМ «Чернівецькі ковбаси»), ПрАТ «Ковельські ковбаси», ПрАТ «Горлівський м'ясокомбінат», ПрАТ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс», ПрАТ «М'ясная фабрика «Фаворит», ПрАТ «ВМП», ПрАТ «Луганський м'ясокомбінат» (табл. 3).

Таблиця 2

Характеристика підприємств-виробників ковбасних виробів, які знаходяться у споживчому кошику українців [1, 3, 4, 8, 11]

Найменування торговельної марки/ підприємство-виробник / система управління якістю	Продуктовий портфель	Представництва компанії (міста)
1	2	3
ТМ «Глобино»/ група компаній «Глобино» ДСТУ ISO 9001:2009 - в 2007 р.; ДСТУ ISO 22000:2007 - в 2010 р. У 2012 році підприємство пройшло сертифікаційний аудит на відповідність вимогам Міжнародного стандарту на харчову продукцію IFS	400 найменувань продукції: варені ковбаси, сосиски, варено-копчені та напівкопчені, сиров'ялені та сирокочені ковбаси, шинка, а також м'ясні та курячі делікатеси. Компанії належать 2 виробничі комплекси: м'ясомолочний та свинокомплекс.	Івано-Франківськ, Умань, Прилуки, Тернопіль, Львів, Луцьк, Рівне, Хмельницький, Вінниця, Житомир, Київ, Одеса, Чернігів, Миколаїв, Черкаси, Кіровоград, Лубни, Кривий Ріг, Херсон, Кременчук, Суми, Полтава, АР Крим, Дніпропетровськ, Запоріжжя, Харків, Донецьк, Луганськ
ТМ «Ятрань», ТМ «Ятранчик»/ компанія-виробник: м'ясокомбінат «Ятрань»	Асортимент: варені ковбаси, сосиски, сардельки, сосиски без оболонки, «Пікнік», «Ятранчик», сирокочені, сиров'ялені ковбаси, варено-копчені ковбаси,	Підприємство знаходиться в Кіровограді, а його регіональні представництва в таких містах: Київ, Кривий Ріг,

Продовження табл. 2

1	2	3
ISO 9001 – система управління якістю продукції та ISO 22 000 – система управління харчовою безпекою, яка включає в себе принципи НАССР.	напівкопчені ковбаси, копченості, шинки, паштети, заливні, кров`яні ковбаси, нарізка, пельмені, вареники.	Дніпропетровськ, Одеса, Харків, АР Крим, Полтава, Черкаси, Умань, Миколаїв, Херсон, Рівне, Житомир, Вінниця, Хмельницький, Чернівці, Івано-Франківськ, Львів, Трускавець, Калуш, Ужгород, Мукачєво.
ТМ «Фарро»/ компанія-виробник: ПрАТ «Кременчуг-м`ясо» 2006 р. – сертифікат ДСТУ 9001-2000 у системі УкрСепро.	Асортимент: варені ковбаси у натуральній оболонці, варені ковбаси у векторній оболонці, варені ковбаси у поліамідній оболонці, сосиски у натуральній оболонці, сосиски у поліамідній оболонці, сардельки у поліамідній упаковці, інші субпродуктові вироби, ковбаси напівкопчені, ковбаси варено-копчені, ковбаси сирокопчені, ковбаси сиров`ялені, паштети, хлібці, м`ясні делікатеси копчено-варені курячі, м`ясні делікатеси копчено-варені зі свинини, м`ясні делікатеси копчено-варені зі свинини та яловичини, м`ясні делікатеси копчено-варені з яловичини, шинки у поліамідній оболонці, м`ясні сирокопчені делікатеси, сервіровочна нарізка.	Торгові представництва в Києві, Харкові, Одесі, Донецьку, Львові, Рівному.
ТМ «Юбилейный»/ М`ясокомбінат «Юбилейный» Сертифікат системи управління безпечністю харчових продуктів, який відповідає вимогам ДСТУ ISO 22000-2007 і ДСТУ 4161-2003	Продукція підрозділяється на такі серії: «Премиум» (ковбаса сирокопчена, копченості, делікатеси, ковбаса варено-копчена, напівкопчена, варена, сосиски, сардельки); «Классика» (ковбаса варено-копчена, напівкопчена, варена, ковбаса варена – фіксована вага, сосиски, сардельки, шинки); «Добрий смак» (ковбаса варено-копчена, напівкопчена, варена, сосиски, сардельки, шинки); ТМ «Петрович» (шинки варені).	На даний момент близько 13 000 торгових точок у різних областях України отримують продукцію м`ясокомбінату як через власні філії компанії, так і через дистриб`юторів. Продукція представлена в багатьох національних роздрібних мережах. Існує кілька філій м`ясокомбінату в таких регіонах: Луганський, Донецький, Дніпропетровський, Криворізький, Запорізький, Львівський, Харківський, Одеський, Київський.
ТМ «Дружба народів»/ компанія-виробник: м`ясокомбінат «Дружба народів», ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» Сертифіковане відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9001 + FSSC 22000	Виробнича потужність м`ясокомбінату складає 50 тонн м`ясної продукції на добу, асортимент продукції – 90 найменувань. Унікальний смак й аромат ковбасних виробів і м`ясних делікатесів отриманий завдяки копченню на букових трісках, близько 10% найменувань продукції випускаються згідно з ГОСТом.	До структурного напрямку компанії – м`ясопереробки належать такі підприємства: Миронівський м`ясопереробний завод «Легко», м`ясокомбінат «Дружба народів» – філіал «Дружба народів», ПрАТ «Український бекон».
ТМ «Башинський»/ компанія-виробник: м`ясокомбінат «Український бекон», «Миронівський хлібопродукт» Стандарти системи безпеки та якості продукції НАССР. На даний момент на підприємстві впроваджені стандарти ISO 9001 + FSSC 22000.	Спеціалізується на переробці м`яса птиці, свинини та телятини і входить в десятку найбільших м`ясопереробних підприємств України. Широкий асортимент ковбасних виробів і м`ясних делікатесів. Всі вони проходять термічну обробку в суворо заданих технологічних режимах, що дозволяє отримувати продукт стабільної якості. Поточні виробничі потужності заводу складають 48 т / добу м`ясо-ковбасних виробів, 19,8 т / добу напівфабрикатів і 20 т / добу м`яса птиці	Підприємство засноване у 2005 році, а до «Миронівського хлібопродукту» приєдналось у 2008 році.

Перевага малого виробничого цеху перед великими м`ясопереробними підприємствами – гнучкість. Малі виробники швидше реагують на потреби ринку – «неходовий» товар знімають з виробництва, натомість наповнюють ринок новинками.

До витрат на початку бізнесу належать витрати на ремонт, переобладнання чи будівництво приміщення, його купівлю чи купівлю земельної ділянки. Ремонт

чи будівництво повинні бути проведені із урахуванням відомчих норм технологічного проектування для підприємств м'ясної промисловості та відповідних санітарних правил.

Таблиця 3

Характеристика великих підприємств-виробників ковбасних виробів [2, 5-7, 9, 12]

Найменування торгівельної марки/підприємство-виробник	Характеристика підприємства та виробів, що виготовляються
ТМ «Луганські делікатеси» / ПрАТ «Луганський м'ясокомбінат»	До складу ПрАТ «Луганський м'ясокомбінат» входять 3 підприємства. Комбінат працює на обладнанні відомих фірм Німеччини, Австрії, Італії. Підприємство ПрАТ «Луганський м'ясокомбінат» багато років утримує лідируючі позиції, входить до п'ятірки найбільших підприємств-виробників ковбасних виробів та м'ясних напівфабрикатів України. У торгових мережах Луганського регіону запитують в основному продукцію ТМ «Луганські делікатеси». На сьогодні близько 94% всієї м'ясної продукції, споживаної в Луганській області, – це ковбасні вироби ПрАТ «Луганський м'ясокомбінат». За останні 7 років обсяги виробництва ковбасних виробів зросли в 3 рази, м'ясних напівфабрикатів – у 5 разів. Дуже широкий асортимент вироблюваної продукції: 150 найменувань ковбасних виробів та 100 видів м'ясних напівфабрикатів і виробів з тіста.
ТМ «Чернівецькі ковбаси» / МПЗ «Колос»	Асортимент пропонованої продукції складає до 160 найменувань. Підприємство виробляє різні групи ковбасних виробів: сосиски, сардельки, варені ковбаси, напівкопчені ковбаси, варено-копчені ковбаси, копченості, паштети, сальтисон, ліверні і кров'яні ковбаси. У Чернівцях працює шість фірмових торгових центрів "Колоса". В даний час створена нова функціональна структура фірми, створені 7 регіональних центрів з продажу.
ТМ «Тульчин» / ТОВ «Тульчинське м'ясо»	Потужність забійного цеху складає 24 тонни м'яса за зміну. Худоба заготовляється від приватного сектора, а також від колективних с/г підприємств. Потужність ковбасного цеху – 20-25 т готової продукції на добу. В асортимент продукції підприємства входить понад сто видів ковбасних виробів, а також м'ясо та м'ясопродукти яловичини та свинини. Ковбасні вироби виробляються у вакуумних упаковках від 0,200 кг до 2,0 кг. Широка дилерська мережа постійно працює на розширення ринків збуту продукції як в Україні, так і за її межами. Штат ТОВ «Тульчинське м'ясо» налічує близько 520 працівників, 22% із них мають вищу освіту, 24% – середню спеціальну.
М'ясокомбінат ПрАТ «ІДЕКС»	До складу компанії входить м'ясокомбінат, який виробляє 2000 тонн м'ясної продукції на місяць, логістичний центр та адміністративний комплекс. З серпня 2005 р. м'ясокомбінат «Ідекс» отримав «сертифікат відповідності» міжнародного стандарту ISO 9001:2000. Оцінка відповідності системи менеджменту якості була проведена міжнародною організацією «SGS-Україна».
М'ясна Фабрика «Фаворит плюс»/ ТМ «Добров», ТМ «М'ясна лавка», ТМ «Ковбасний ряд».	Підприємство виробляє широкий асортимент ковбасних виробів: варені ковбаси, сосиски, сардельки, варені шинки, напівкопчені та варено-копчені ковбаси, паштети та м'ясні делікатеси. Підприємство оснащене сучасним обладнанням. Завдяки використанню вакуумного куттера варені ковбаси відрізняються пружною консистенцією. Коптильні-варильні камери, встановлені фірмою «Schaller», забезпечують можливість створювати оптимальний режим теплової обробки ковбасних виробів. Автоматичний етикерувальник «TAVIL» дозволяє виробляти ковбаси з яскравою етикеткою, що виділяє продукцію фабрики серед присутніх на прилавках магазинів ковбасних виробів.
ТМ «Ширий кум» / ПрАТ «Горлівський м'ясокомбінат»	«Горлівський м'ясокомбінат» за період з 2001 р. по 2008 р. (включно) має позитивну динаміку зростання обсягів виробництва та реалізації продукції – обсяги збільшилися в 10 разів. Комбінат випускає більше 160 найменувань ковбасних виробів у різних видах оболонки й упаковки, а саме: варені ковбаси, паштети, сосиски, напівкопчені, варено-копчені, сирокопчені та сиров'ялені ковбаси, копченості свинячі, яловичі і курячі, інші. На ПрАТ «Горлівський м'ясокомбінат» методично розроблені і впроваджені: 1) Система менеджменту якості відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2000 (Сертифікат № 213607 від 10.07.2007 р.); 2) Система менеджменту безпеки харчових продуктів (НАССР) відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 22000:2005 (сертифікат №2120714 від 16.07.2007 р.).

Щодо витрат на обладнання, то для цього невеликому цехові, який за добу зможе виробляти до 2 тонн м'ясних і ковбасних виробів, буде достатньо суми до 100 тис. грн. При цьому обладнання буде найдешевшим з можливих (китайським або українським).

Основні витрати, які протягом кожного місяця повинен здійснювати ковбасний цех, – це витрати на закупівлю сировини (м'яса, спецій, додатків), виплату зарплати, комунальні послуги.

Типовий штат підприємства, що виготовляє м'ясопродукти, виглядає так: директор, бухгалтер, працівники виробничого цеху (завідувач виробництвом, кілька технологів та робітники), менеджери з продажу, охоронці на складах та водії. Якщо організувати роботу таким чином, що клієнти самостійно забирають готову продукцію, а постачальники самостійно підвозитимуть сировину, то без водіїв можна обійтися.

Великі заводи, що виробляють продукцію під відомими торговими марками, пропонують до продажу свою продукцію на всій території країни. На противагу їм, менші виробники концентруються на конкретному регіоні. Одні виробники можуть надавати перевагу співпраці з супермаркетами, а інші збувають свою продукцію через ринки.

Здебільшого постійними клієнтами ковбасних цехів є магазини. Як свідчить практика, невеликі виробники надають перевагу співпраці з невеликими торговими точками.

Якщо великі м'ясокомбінати можуть торгувати своєю продукцією через дистриб'юторів в усіх регіонах країни і доставляти її в будь-яку точку країни, то малі виробники надають перевагу схемі, за якою самі покупці власним транспортом забирають придбану продукцію.

Основна проблема, з якою майже завжди стикаються виробники у роботі з магазинами чи торговельними мережами – це так звана усушка, коли магазин може авансом списати 3-5% від ваги прийнятої на реалізацію продукції. До того ж торговці завжди можуть повернути неліквідну продукцію назад виробникові.

Торгівля через базари, яку вважають дешевим різновидом фірмової (фірмова торгівля передбачає існування у виробника мережі власних магазинів чи просто магазину), є доцільною лише для сільської місцевості, де розташовані підприємства. Натомість, у містах на базарах є доволі висока конкуренція, та й продають там здебільшого дешеві або не сертифіковані ковбасні вироби, що, звісно, є значно дешевшими, ніж виготовлена легальним виробником.

На ковбасному ринку конкуренцію витримують лише ті малі цехи, які орієнтуються на дотримання санітарних норм, роблять ставку на якість та випускають продукцію, орієнтовану на споживача середнього класу.

У ході проведеного аналізу ринкового середовища підприємств у галузі виробництва ковбасних виробів визначено шість популярних брендів виробників ковбасних виробів, які знаходяться в споживчому кошику українців. Наведено характеристику підприємств-виробників цих брендів за критеріями: продуктовий портфель, представництва підприємства в інших містах та наявність сертифікованих систем управління на підприємстві, а також,

характеристику інших великих підприємств-виробників ковбасних виробів. Проаналізовано переваги та недоліки малих і невеликих підприємств виробників ковбасної продукції.

Зроблено висновок, що перевагою більшості великих підприємств виробників ковбасних виробів є наявність власного виробництва сировини, логістичних комплексів, представництв в інших містах та систем управління якістю.

Таким чином, великі підприємства продають свою продукцію по всій країні, а менші виробники концентруються на конкретному регіоні.

Результати дослідження можуть використовуватись при формуванні ланцюгів постачань ковбасних виробів, а також для підвищення ефективності управління існуючими ланцюгами постачання ковбасних виробів, із врахуванням наведених характеристик та особливостей підприємств виробників ковбасних виробів.

Список використаних джерел:

1. Група компаний «Глобино». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ru.globino.ua.
2. Луганские деликатесы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lmk.lg.ua.
3. Миронівський хлібопродукт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mhp.com.ua.
4. М'ясокомбінат «Юбилейный» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://yuvileinyi.com.ua/.
5. М'ясокомбінат ТОВ «ІДЕКС» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://idex.uaprom.net/.
6. М'ясна фабрика «Фаворит плюс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.mffavorit.com.ua/ru/news/2009/10/.
7. Публічне Акціонерне Товариство «Горлівський м'ясокомбінат» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kum.com.ua/.
8. Публічне Акціонерне Товариство «Кременчукм'ясо» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://krm.com.ua/doc.php?id=296.
9. Приватне підприємство «Колос» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kolos.ua/.
10. Співпраця з METRO; Наші партнери [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.metro.ua/public/YF.
11. Товариство з додатковою відповідальністю «М'ясокомбінат Ятрань». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.yatran.com.ua.
12. Товариство з обмеженою відповідальністю «Тулчинм'ясо» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tulchin-zemlyaki.com.ua/ua/tulchinskij_rajon/rov_tulchinmyaso/.
13. Фокус представляет 50 украинских брендов, которые завоевали и удерживают своё место в реальной потребительской корзине украинцев. (Рейтинги). [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн.: http://focus.ua/charts/244307/.