

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Інститут економіки та менеджменту

Кафедра прикладної економіки

Рошко Ангеліна Романівна

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

Шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємств харчової промисловості

Бізнес-економіка

(назва освітньої програми)

051 - Економіка

(шифр і назва спеціальності)

/Рошко А.Р./

(підпис, ініціали та прізвище здобувача освітнього ступеня)

Науковий керівник Войтків Людмила Степанівна, канд. екон.наук,

доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

_____ Бережницька У.Б.

(підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Рецензент

(підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Івано-Франківськ-2022

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Кафедра Прикладної економіки

Спеціальність 051 - Економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри _____

«__» _____ 20__ року

ЗАВДАННЯ

НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ

Студенту: Рошко Ангеліні Романівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема магістерської роботи: Шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємств харчової промисловості затверджена наказом ректора університету від «__» _____ 20__ р. №
2. Термін здачі студентом закінченої роботи: «15» грудня 2022 р.
3. Вихідні дані до проекту (роботи): статистична та звітна інформація ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» за 2019-2021 рр.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити):

Вступ

1. Теоретико-методичні основи дослідження якості та конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості

2. Аналіз та оцінка ефективності якості та конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості

3. Напрями та шляхи підвищення ефективності якості та конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості

Висновки

5. Перелік ілюстративного матеріалу:

1. Мета і завдання магістерської роботи.

2. Структура майна підприємства ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів».

3. Структура майна підприємства «Брошнівська хлібопекарня».

4. Структура пасивів ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів».

5. Структура пасивів «Брошнівська хлібопекарня».

6. Результати опитування споживачів щодо значення параметру «ціна».

7. Інформація для розрахунку показників «Ваговий коефіцієнт» за результатами опитування споживачів.

8. Проблеми, що впливають на потужність національної системи харчової промисловості.

9. Напрями підвищення розвитку хлібопекарської промисловості.

6. Консультанти з роботи, із зазначенням розділів роботи, що стосуються їх

Розділ	Консультант	Підпис, дата	

7. Дата видачі завдання: «__»_____20__р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Номер і назва етапів магістерської роботи	Термін виконання етапів магістерської роботи	Примітка
Вступ		
Розділ 1. Теоретико-методичні основи дослідження якості та конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості	15.10.2022	Виконано
Розділ 2. Аналіз та оцінка ефективності якості та конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості	05.11.2022	Виконано
Розділ 3. Напрями та шляхи підвищення ефективності якості та конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості	27.11.2022	Виконано
Висновки	15.12.2022	Виконано

Студентка

(особистий підпис)

Рошко А.Р.

(розшифровка підпису)

Керівник роботи

(особистий підпис)

Войтків Л.С.

«__»_____20__р.

Реферат

Магістерська робота містить 83 сторінки, 24 таблиці, 3 рисунків, перелік джерел і посилань із 42 найменувань і 4 додатків.

Сучасні процеси глобалізації світової економіки, світові інтеграційні процеси призвели до зростання конкуренції як на світових ринках, так і на внутрішньому ринку України. В контексті завдань інтеграції України до світової економічної системи це свідчить про те, що кардинальному підвищенню конкурентоспроможності продукції немає альтернативи. Економічна глобалізація, розширення кола країн, що вступають до Світової організації торгівлі, та ринкові реформи в країнах постсоціалістичного економічного простору знижують власні бар'єри на шляху до відкритої національної економіки; запровадження моделей інноваційного розвитку, посилення конкуренції всередині їх. Вони стали тими основними чинниками, які піднесли проблему конкурентоспроможності продукції до рівня особливо важливих і гостро актуальних.

Об'єктом дослідження є процеси управління рівнем якості та конкурентоспроможності продукції підприємства.

Предметом дослідження є система методологічних, науково-теоретичних, організаційних, нормативно-правових, технологічних і практичних питань підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

У роботі досліджено теоритичні основи дослідження якості та конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.

ЯКІСТЬ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ХАРЧОВА
ПРОМИСЛОВІСТЬ, БРОШНІВСЬКА ХЛІБОПЕКАРНЯ, ДП «ІВАНО-
ФРАНКІВСЬКИЙ КОМБІНАТ ХЛІБОПРОДУКТІВ»

ABSTRACT

The master's thesis contains 83 pages, 24 tables, 3 figures, references from 42 titles and 4 appendices.

Modern processes of globalization of the world economy, world integration processes have led to increased competition both on world markets and on the domestic market of Ukraine. In the context of the tasks of Ukraine's integration into the world economic system, this indicates that there is no alternative to a radical increase in the competitiveness of products. Economic globalization, expansion of the range of countries joining the World Trade Organization, and market reforms in the countries of the post-socialist economic space reduce their own barriers on the way to an open national economy; introduction of models of innovative development, strengthening of competition within them. They became the main factors that raised the issue of product competitiveness to the level of particularly important and acutely relevant.

The object of the study is the processes of managing the level of quality and competitiveness of the company's products.

The subject of the study is a system of methodological, scientific-theoretical, organizational, regulatory, technological and practical issues of improving the quality and competitiveness of products.

The paper examines the theoretical foundations of research into the quality and competitiveness of food industry enterprises.

QUALITY, COMPETITIVENESS, FOOD INDUSTRY, BROSHNIVSK BAKERY, SE "IVANO-FRANKIVSKY BAKERY PLANT"

Зміст

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	11
1.1. Сутність якості та конкурентоспроможності продукції.....	11
1.2. Система показників якості та конкурентоспроможності продукції.....	16
1.3. Чинники якості та конкурентоспроможності продукції.....	24
1.4. Методика оцінки та аналізу якості та конкурентоспроможності продукції	30
Висновки до розділу 1.....	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	36
2.1. Загальна характеристика підприємств харчової промисловості.....	36
2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників харчової промисловості	44
2.3. Аналіз конкурентоспроможності продукції підприємств харчової промисловості.....	51
2.4. Аналіз якості продукції.....	56
2.5. Вплив чинників на якість та конкурентоспроможність продукції харчової промисловості.....	59
Висновки до розділу 2.....	64
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	66
3.1. Розробка процесу покращення якості та конкурентоспроможності продукції.....	66
3.2. Напрями удосконалення політики інтеграції підприємств харчової промисловості.....	69

					МР.Екмз – 00.00.000 ПЗ			
Змн.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата				
Розроб.		Рошко А.Р.			«Шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємств харчової промисловості»	Літ.	Арк.	Акрушів
Перевір.		Войтків Л.С.						
Реценз.						ІФНТУНГ, Екмз-21-1		
Контр.								
Затверд.								

Висновки до розділу 3.....	76
ВИСНОВКИ.....	78
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ НА ДЖЕРЕЛА.....	83
ДОДАТКИ.....	89

					МР.Екмз –00.00.000 ПЗ			
Змн.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата	«Шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємств харчової промисловості»	Літ.	Арк.	Акрушів
Розроб.		Рошко А.Р.						
Перевір.		Войтків Л.С.						
Реценз.		.				ІФНТУНГ, Екмз-21-1		
Контр.								
Затверд.								

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасні процеси глобалізації світової економіки, світові інтеграційні процеси призвели до зростання конкуренції як на світових ринках, так і на внутрішньому ринку України. В контексті завдань інтеграції України до світової економічної системи це свідчить про те, що кардинальному підвищенню конкурентоспроможності продукції немає альтернативи. Економічна глобалізація, розширення кола країн, що вступають до Світової організації торгівлі, та ринкові реформи в країнах постсоціалістичного економічного простору знижують власні бар'єри на шляху до відкритої національної економіки; запровадження моделей інноваційного розвитку, посилення конкуренції всередині їх. Вони стали тими основними чинниками, які піднесли проблему конкурентоспроможності продукції до рівня особливо важливих і гостро актуальних.

Конкурентоспроможність продукції нині висунулася в ряд практичних проблем, розв'язання яких продиктоване інтересами національної безпеки країн, виживання окремих галузей і підприємств.

З іншого боку, цей процес сформувався так швидко, що економічна наука лише протягом останніх двох-трьох десятиліть поставила для себе і почала досліджувати конкурентоспроможність як самостійну теоретичну проблему.

Певний внесок у дослідження окремих аспектів проблеми якості та конкурентоспроможності продукції зробили науковими працями вітчизняні вчені. Серед них роботи Аверчева Н. О., Благоразумова О. В., Бондар Т. Л., Воротніков В. А., Гегель Г.В., Данько Ю. І., Євтушенко В. Д., Іванченкова Л. В., Кирилук І. М., Кузьома В. В., Легеза Д. Г., Мідик І.-М. В., Новіков Д. Ф., Орел В. М., Палюх О. О., Савіцький А. В., Тітенко З. М., Фейгейбаум А., Хатім Е., Чернишева О. М., Шаповал М.І., Ягелюк С. В.

Однак в науковій економічній літературі все ще тривають активні дискусії з питань теоретичного і методичного забезпечення оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів.

Зокрема, недостатньо вивченими залишаються такі аспекти оцінки конкурентоспроможності продукції, як врахування особливостей міжнародної конкуренції і об'єктивно існуючого чинника невизначеності всіх складових міжнародної конкурентоспроможності продукції; специфіки продукції виробничого призначення.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є комплексне науково-теоретичне дослідження проблем підвищення якості та конкурентоспроможності продукції та обґрунтування практичних пропозиції щодо її підвищення на основі попередньо проведеної економічної діагностики підприємства.

Реалізація цієї мети обумовила необхідність постановки і вирішення наступних **завдань**:

- дослідити сутність якості та конкурентоспроможності продукції;
- визначити систему показників якості та конкурентоспроможності продукції;
- охарактеризувати чинники якості та конкурентоспроможності продукції;
- дослідити методику оцінки та аналізу якості та конкурентоспроможності продукції;
- визначити загальну характеристику підприємств харчової промисловості;
- здійснити аналіз основних техніко-економічних показників харчової промисловості;
- проаналізувати конкурентоспроможність продукції підприємств харчової промисловості;
- здійснити аналіз якості продукції;
- визначити вплив чинників на якість та конкурентоспроможність продукції харчової промисловості;
- розробити процес покращення якості та конкурентоспроможності продукції;
- визначити напрями удосконалення політики інтеграції підприємств харчової промисловості.

Об'єктом дослідження є процеси управління рівнем якості та конкурентоспроможності продукції підприємства.

Предметом дослідження є система методологічних, науково-теоретичних, організаційних, нормативно-правових, технологічних і практичних питань підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

Методи дослідження. В основу наукового дослідження покладено загальнонаукові методи пізнання: системності діалектики й історизму – при визначенні концептуальних основ конкурентоспроможності продукції, її факторів і критеріїв; системного підходу, аналогії й порівняльного аналізу – групування і класифікації, принципи інституціоналізму - при дослідженні макроекономічних чинників зростання рівня конкурентоспроможності; аналізу і синтезу – у процесі оцінки конкурентоспроможності.

Обсяг і структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи – 83 сторінки. Робота містить 24 таблиці, 3 рисунки, 4 додатків. Список використаних джерел включає 42 найменувань та розміщений на 6 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

1.1. Сутність якості та конкурентоспроможності продукції

Вирішення проблеми зростання якості продукції підприємств харчової промисловості потребує чіткого уявлення про розуміння дефініції «якість». Виходячи з того, що являє собою ємне та складне поняття, в літературі можна зустріти дуже багато її формулювання. Визначимо сутність поняття якості закордонними та вітчизняними науковцями, а також законодавчо-нормативною документацією. Необхідно зауважити, що поняття «якість» розглянув Аристотель в III ст. до н.е. говорячи те, що існує саме по собі, і утворює якість, далі дослідженнями щодо поняття «якість» займався розглядав філософ Гегель. Проблемам еволюції розвитку категорії якості продукції підприємств харчової промисловості присвячено чимало наукових досліджень.

Доцільно погодитись з думкою Соболевої М.А., яка зазначає, «Пряма відповідність шаблонам забезпечує лише мінімальний ступінь якості продукції», тобто відповідність лише існуючим кресленням, стандартам, законодавчо-нормативним документам, є лише однією з атрибутів якості продукції і не вичерпує всієї значимості даної категорії. Економіст Сиськов В.І. зазначає, що «під якістю продукції слід розуміти ступінь, міру задоволення потреби в даному виді продукції за фіксованих умов споживання, що визначаються сукупністю характеристик, створених в процесі виробництва продукції у відповідності до вимог стандартів».

Дж. М. Джуран, зазначає, що категорія якості виробу відрізняється від поняття якості конструкції, будови, технології. Перше означає тільки рівень відповідності кресленням, нормативам та шаблонам, а друге - характеристику використовуваної сировини, засіб виробництва та контролю і т.д. Але відповідність кресленням, технічним умовам та нормативам характеризує не тільки якість продукції як таку, а скільки якості робіт щодо її досягнення. Дж. Джуран розрізняє категорії якості, виробу, конструкції, технологій і досліджує

якість як придатність до застосування, тобто відповідність призначенню та ступінь задоволення споживача, з чим не можна не погодитись в умовах сучасності.

Погляди Фейгенбаума А. щодо категорії якості теж виходять з того, що між якістю і задоволенням потреб і сподівань споживачів існує прямий взаємозв'язок. Категорія «якість» визначається вченим з точки зору повного задоволення потреб покупця.

Іншими вченими такими як Зиков Ю.А., Матвеев Л.А., Полишко С.П., Козлов А.Л., Аристов О.В., Мішин В.М. якість зазначається як набір особливостей, які характеризують ступінь їх відповідності певній конкретній потребі у фіксованих умовах споживання. Найбільш вагомим критерієм є врахування прояву властивостей продукції у конкретних умовах споживання.

Стандарт ISO 8402-86 визначає якість як сукупність ознак та характеристик продукції або роботи, які надають їм здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби».

Установлені потреби зафіксовані в правових, законодавчих нормах, шаблонах, договорах, угодах, технічних умовах поставок та інших документах. Варто зазначити, що вищевказаними вимогами є: вимоги, що зазначаються при укладанні контракту, договору, угоди, вимоги законодавчо-нормативної документації щодо реалізації умов зовнішнього середовища. Недотримання більшості встановлених вимог притягає до організаторської чи законодавчої відповідальності. Очікувані вимоги мають бути виявлені та визначені (результати маркетингових досліджень, нові розробки, формування споживчої потреби тощо). Це мають бути естетичні вимоги, відповідність продукції моді, вподобання покупців, національні та культурні атрибути.

Згідно до міжнародного стандарту ISO 9000:2000 якість - це рівень з якою сукупність характеристик продукції, процесу або системи задовольняє потреби або очікування, які є встановленими, передбачуваними чи обов'язковими [13].

Згідно до стандарту ДСТУ ISO 9000:2007 якість - рівень, до якого сукупність характеристик об'єкту задовольняє вимоги зацікавлених осіб [13].

Таким чином, говорячи про категорію якості, варто зазначити, що потребам відводиться центральне місце. При цьому не варто забувати, що потреби покупців є невитривалими і безперервно змінюються. Навіть коли параметри продукції можуть чітко відповідати нормативній та технічній документації, проте змінюються вимоги покупців і якість при незмінних параметрах погіршиться чи втратиться зовсім.

Однак фактично всіма авторами в умовах сучасності підкреслюється, що якість - це атрибут продукції задовольняти потреби споживача.

Тобто, якість продукції безпосередньо пов'язана із задоволенням потреб покупців. В умовах ринкових відносин значення потреб та їх дослідження повинні зайняти вирішальне місце, адже досліджувати якість продукції поза наявних суспільних потреб неможливо через те, що існує тісний зв'язок між цими двома поняттями.

Стан потреб чи їх задоволення тісно пов'язано з даними якості продукції, що кількісно характеризують атрибути продукції, тому при систематизації потреб можемо спиратись на систематизацію даних якості продукції. Існуючі споживчі потреби Ребрин Ю.І. систематизує по декількох категоріях, що відрізняється один від одного часовими чинниками дії: опорні, що є центральними та неупередженими при обранні товару та додаткові, що відображають суб'єктивні бажання споживачів.

Говорячи про сучасний стан взаємозв'язку таких понять як якість продукції та потреба, варто зазначити, що доволі часто недостатньо високий ступінь якості продукції залежить від невивчених потреб як по асортименту, так і по насиченості потреби конкретними товарами. Тому вивчення потреб сьогодення і перспективних потреб - перший крок при рішенні задачі підвищення якості продукції.

Із різних характеристик якості продукції виділяється сукупність особливостей, які зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби. Кожна окрема ознака продукції - це об'єктивна властивість, яка може виявити себе при її виробництві, обороту та споживанні, і характеризується певними даними. Тобто, якість продукції визначається на базі кількісного виміру визначальних її

особливостей, і сучасна наука і практика реалізували систему кількісної оцінки особливостей продукції, що і дають показники якості.

Показник якості відповідно ДСТУ 2925-94 визначається як кількісна характеристика одної чи декількох властивостей продукції, що складають її якість, яку досліджують відповідно до визначених умов її виробництва та експлуатації або споживання. Властивість продукції - це об'єктивна ознака продукції, яка може виявлятися під час її виробництва, експлуатації чи споживання» [12].

Таблиця 1.1 - Історична еволюція поняття якості

Автор формулювання	Формулювання визначення якості
Аристотель (III ст. до н.е.)	Відмінність між предметами. Диференціація за атрибутом «гарний - поганий»
Гегель (XIX ст. н.е.)	Якість є, в першу чергу, еквівалентна з буттям визначеність, так що дещо перестає бути тим, що воно є, коли воно втрачає свою якість
Китайська версія	Ієрогліф, який формулює якість, складається з двох частин - «рівновага» і «гроші» (якість = рівновага + гроші), отже, якість тотожна поняттю «висококласний», «дорогий»
Шухарт (1931 р.)	Якість має два аспекти: об'єктивні фізичні характеристики; суб'єктивна сторона: наскільки річ «хороша»
Ісікава К. (1950 р.)	Якість - атрибут, що реально задовольняє покупців
Джуран Дж. М. (1979 р.)	Придатність для застосування (відповідність призначенню). Якість є рівень задоволення покупця (для реалізації якості виробник має з'ясувати вимоги покупця і зробити свою продукцію такою, щоб вона задовольняла цим вимогам)
ГОСТ 15467-79	Якість продукції - сукупність атрибутів продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення
КО 8402-86	Якість - сукупність атрибутів і характеристик продукції або послуги, що надають їй спроможність задовольняти зумовлені або очікувані потреби
ISO 9000:2007[13]	Якість - рівень, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги.

Отже, якість як рівень відповідності потребам покупця безперервно змінюється в часі із зміною вимог та потреб споживачів, і те, що напередодні значилось якісним товаром, наразі може не відповідати технічним новаціям, спроможним краще задовольняти потреби покупців, які вже змінилися. Якість як економічна поняття пов'язана із задоволенням потреб покупців, при цьому продукція володіє множиною властивостей, вимірявши які можемо оцінити якість.

Конкурентоспроможність продукції є порівняльною, а отже, відносною, а не абсолютною, тому що вона може бути оцінена тільки шляхом зіставлення характеристик продукції підприємств-конкурентів однієї галузі. Підприємство може мати високий рівень конкурентоспроможності продукції в одних умовах і посередній рівень в інших умовах, зокрема, на закордонному ринку.

Визначення терміну «конкурентоспроможність продукції наведені в табл. 1.2.

Таблиця 1.2 - Визначення терміну «конкурентоспроможність продукції»

№	Автор	Конкурентоспроможність продукції - це:
1	Богомолова К.С. [9]	• узагальнююча ознака життєстійкості підприємства, його вміння ефективно застосовувати свій фінансовий, матеріальний, виробничий, науково-технічний та трудовий потенціал
2	Воротніков В.А. [10]	• економічне поняття, яка є наслідком суб'єктивного співставлення покупцем споживацької користі у випадку купівлі товару даного підприємства із споживацькою користю від придбання аналогічних товарів фірм-конкурентів
3	Данько Ю.І. [13]	• все те, що забезпечує плюси на зовнішньому ринку, допомагає вдалому збуту в умовах конкуренції
4	Євтушенко В.Д. [14]	• рівень його відповідності на певний момент вимогам цільових груп покупців або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, фінансовими, економічними, екологічними тощо
5	Кіфоренко О.В. [18]	• порівняльна характеристика товару, відображає комплексну оцінку усієї сукупності його якісних і економічних атрибутів (вимірів) порівняно виявлених вимог ринку або атрибутів другого товару
6	Легеза Д.Г. [24]	• здійснюється на ґрунті аналізу і прогнозування динаміки трьох головних циклів: життєвого циклу товару, циклу прибутковості товару, відтворюючого циклу товару; • рівень задоволення конкретної потреби при порівнянні з найкращою аналогічною продукцією за наявності сертифіката якості
7	Офіленко Н.О. [28]	• атрибут, яку оцінюють за сукупністю головних техніко-економічних, якісних та вартісних показників, що розрізняють товар від товару-конкурента
8	Пасічник І.Ю. [30]	• категорія відносна, зв'язане з ринком та часом продажу (для товарів сезонного попиту), і визначається лише тими якостями, які мають суттєвий інтерес для покупців
9	Пилипенко І.А. [31]	• сукупність трьох складових: якості виробу; умов виробництва, реалізації, сервісу товару, що формулює його вартість; реклами, засобів стимулювання продажу, товарного знаку, пакування, гарантій, іміджу підприємств
10	Степасюк Л.М. [34]	• сукупність якісних та вартісних характеристик продукції, що забезпечують її відповідність вимогам ринку у певний період часу. Ця категорія характеризує рівень привабливості товарів для покупців у певних часових та просторових умовах.

Кожне з наведених вище визначень поняття «конкурентоспроможність продукції» є цікавим і заслуговує на увагу.

Аналізуючи наведені в економічній літературі наукові трактування категорії «конкурентоспроможність продукції», ми вважаємо, що дефініцією, яке найбільш всебічно розкриває її сутність, є: «конкурентоспроможність продукції - це перевага у зіставленні з яким-небудь іншою продукцією (аналогічною за призначенням чи його заміником) при рішенні потенційним споживачем його проблем». Тобто, це рівень відповідності продукції на певний момент часу вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, фінансовими, економічними, екологічними [41 **Помилка! Джерело посилання не знайдено.**, с. 161].

Отже, конкурентоспроможність продукції є центральною умовою конкурентоспроможності підприємства на ринку і вагомою основою прибутковості її діяльності. Найчастіше під конкурентоспроможністю продукції мають на увазі: властивість (сукупність властивостей) продукції та його сервісу, яка характеризується рівнем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, порівнюючи з аналогічною продукцією, представленими на цьому ринку; характеристику продукції, що відображає його відміну від продукції-конкурента за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі та за витратами на її задоволення; здатність продукції відповідати вимогам даного ринку у період, що розглядається; здатність витримувати конкуренцію на ринку (присутність вагомих переваг над виробами інших товаровиробників).

1.2. Система показників якості та конкурентоспроможності продукції

Систематизація показників якості продукції підприємств харчової галузі:

1. За кількістю властивостей, що характеризуються: одиничні, комплексні, інтегральні.

Одиничні показники – показники, що визначають одно з особливостей продукції, можуть співвідноситися як до одиниці продукції, так і до сукупності одиниць однорідної продукції, приміром: максимальна швидкість руху (км/год).

Комплексні показники – показники, що характеризують сумісно кілька простих атрибутів чи одне складне, яке складається з кількох простих.

Інтегральні показники – показники, що відображають взаємозв'язок узагальненого корисного ефекту від експлуатації продукції до сумарних витрат на її виробництво і експлуатацію.

2. За властивостями, що характеризуються: призначення, надійність, економічність, ергономічність, естетичність, технологічність, стандартизації і уніфікації, патентно-правові, екологічні, безпеки.

Показники призначення – показники, що характеризують атрибути продукції, які формулюють головні функції, для здійснення яких вона призначена, і визначають галузь її використання. Вони діляться на показники функціональної і технічної ефективності; конструктивні; показники складу та структури.

Показники надійності – показники, що характеризують атрибути безвідмовності, довговічності, ремонтпридатності, і збереженості.

Безвідмовність означає ознаку виробу безперервно зберігати працездатність протягом деякого часу, яка визначається у певній безвідмовній роботі, інтенсивності відмов.

Ремонтпридатність - це ознака виробу, яка визначається в пристосованості його до попередження і виявлення основ виникнення відмов, ушкоджень і усунення їх результатів напрямом проведення ремонту і технічного обслуговування.

Збереженість - ознака продукції зберігати працездатне, придатний до використання стан протягом і після зберігання і транспортування.

Довговічність - ознака виробу зберігати працездатність до настання кінцевого стану при встановлену порядку технічного обслуговування і ремонтів.

Ергономічні показники – показники, що визначають систему «людина - виробу - середовище використання» і звертають увагу на сукупність гігієнічних, антропометричних, фізіологічних і психологічних особливостей людини. Вони розділені на наступні групи:

- гігієнічні (вібрація, опромінення, освітленість, температура, шум);

- антропометричні (відповідність будови виробу розмірам і конфігурації тіла людини);
- фізіологічні (відповідність будови виробу силовим і швидкісним перспективам людини);
- психологічні (відповідність виробу перспективам сприйняття і переробки інформації) [37, с. 14].

Показники економічності – показники, що формулюють досконалість виробу за ступенем витрат матеріальних, фінансових, паливо-енергетичних і трудових ресурсів на його створення і експлуатацію (споживання). Це в першу чергу собівартість, ціна купівлі і ціна споживання, рентабельність і т. д.

Естетичні показники – показники, що визначають інформаційно-художню виразність виробу, раціональність форми, цілісність композиції.

Показники технологічності – показники, що мають взаємозв'язок до таких пізнавчих ознак конструкції виробу, які формулюють його пристосованість к досягненню оптимальних затрат при виробництві, експлуатації і відновленні заданих значень показників якості. Вони є головними для показників економічності.

Показники стандартизації і уніфікації – показники, що визначають насиченість виробу стандартизованими, уніфікованими і оригінальними складовими елементами, якими є деталі, агрегати, комплекти і комплекси, які входять у склад.

Патентно-правові показники – показники, що характеризують рівень патентного захисту патентної чистоти технічних рішень, застосованих у виробі, яка розкриває її конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Екологічні показники – показники, що визначають ступінь шкідливої дії на навколишнє середовище в ході експлуатації чи споживання виробу. До них належать: вміст шкідливих сумішей, які викидаються в навколишнє середовище; імовірність викидання шкідливих частин, газів і опромінення, ступінь яких не має перевищувати кордони допустимої концентрації.

Показники безпеки – показники, що характеризують атрибути продукції, які зумовлюють при її застосовуванні безпеку людини та інших об'єктів. Вони

мають відображати вимоги до мір і прийомів захисту людини в умовах аварійної ситуації, не санкціонованої і не передбаченої правилами експлуатації в зоні можливої загрози [35, с. 114].

3. За способом виявлення:

- в натуральних одиницях,
- в вартісних одиницях.

4. За періодами дефініції значень показників: прогнозні, проектні, виробничі, експлуатаційні.

В світовій практиці з метою визначення рівня якості продукції використовується градація (клас, сорт) - категорія чи розряд, які присвоєні продукції, яка має теж саме функціональне використання, але різні вимоги до якості. При кількісному позначенні максимальному класу присвоюється число 1 (з зниженням відповідно до 2, 3 і т. п.), а при позначенні кількістю будь-яких знаків, приміром зірочок, щонайменший клас має меншу кількість таких знаків.

Для дефініції ступеня конкурентоспроможності продукції підприємств харчової галузі застосовуються різні методи. Обрання конкретного методу (методики) дефініції конкурентоспроможності залежить від специфіки продукту (продукція промислового призначення), масштабів доступної інформації, нагальності одержання результатів оцінки, аудиторії, на яку вони розраховані, ресурсних обмежень тощо. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3 - Методи оцінки конкурентоспроможності продукції [34Помилка! Джерело посилання не знайдено., с. 144]

Критерій	Види методів
Принцип, що застосовується	аналітичні; вимірювальні, експериментальні; маркетингові; органолептичні, реєстраційні, розрахункові; соціологічні; статистичні;
Номенклатура критеріїв	прямі; непрямі
Стадії життєвого циклу продукції на етап оцінки	методи, що використовуються на стадіях проектування та виготовлення продукції; методи, що використовуються на стадіях реалізації та експлуатації
Рівень врахування різних якісних і цінних аспектів продукції	метод визначення конкурентоспроможності продукції шляхом її зіставлення з продукцією конкурентів за ступнем якості; метод дефініції конкурентоспроможності продукції шляхом аналізу аргументованого переліку значущих якісних показників

	та повних витрат покупця на придбання та застосування (споживання) продукції; метод дефініції конкурентоспроможності продукції шляхом врахування тільки одного, найбільш важливого якісного показника, і продажної ціни
Ступінь обрання значущих якісних та цінкових аспектів продукції	відбір відбувається на базі опитування репрезентативної вибірки споживачів; відбір відбувається на основі опитування експертів; відбір здійснюється суб'єктами оцінки
За показниками, на базі яких реалізовано оцінку	диференційований; комплексний; змішаний
Форма представлення наслідків оцінки	графічний метод ("Багатокутник конкурентоспроможності") матричний метод ("Матриця Нільсена" тощо); розрахунково-аналітичний метод

Найбільш відомі на сьогодні моделі та методи оцінки конкурентоспроможності продукції можна поділити на дві групи: аналітичні і графічні методи. Аналітичні методи оцінки конкурентоспроможності продукції наведено в табл. 1.4.

Таблиця 1.4 - Аналітичні методи оцінки конкурентоспроможності продукції [42, с. 18]

Метод	Характеристика методу
Розрахунково-аналітичний метод	Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності продукції (Кінт) здійснюють за формулою: $K_{инж} = I_{ТП} / I_{ВП},$ де $I_{ТП}$ - індекс технічних параметрів (індекс якості); $I_{ВП}$ - індекс економічних параметрів (індекс цін). Для визначення індексу технічних параметрів застосовують формулу: $I_{ТП} = \sum_{i=1}^n q_i * v_i$ де q_i - одиничний показник і-го технічного параметра; v_i - коефіцієнт вагомості і-го параметра.
Модель Розенберга	Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності продукції здійснюють за формулою: $A_j = \sum_{i=1}^n V_j I_{ij}$ де A_j - суб'єктивна придатність продукції (відношення до продукції); V_j - важливість мотиву для споживача; I_{ij} - суб'єктивна оцінка придатності продукції для задоволення мотиву i .
Модель ідеальною точкою	3 Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності продукції здійснюють за формулою: $Q_j = \sum_{k=1}^n W_k B_{jk} - I_k ^r$

	<p>де Q_j - оцінка споживачами марки j;</p> <p>W_k - важливість характеристики $k(k=1, \dots, n)$;</p> <p>B_{jk} - оцінка характеристики марки j з погляду покупців;</p> <p>I_k - ідеальне значення характеристики марки j з погляду покупців;</p> <p>r - параметр, що означає при $r=1$ постійну, а при $r=2$ - спадаючу граничну користь.</p>
Оцінка на основі рівня продаж	<p>Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності продукції здійснюють за формулою:</p> $B_{Q_i} = \frac{M_o}{M_o + M_i}$ <p>де M_o, M_i - обсяги продажу оцінюваної продукції та i-го аналога.</p>

Отже, оцінка конкурентоспроможності продукції розраховується шляхом порівняння параметрів аналізованої продукції з параметрами бази зіставлення. При цьому можуть використовуватися диференціальний, комплексний і змішаний методи оцінки [41 **Помилка! Джерело посилання не знайдено.**, с. 162].

Диференціальний метод – це метод оцінки конкурентоспроможності, що ґрунтується на використанні і співставленні одиничних параметрів аналізованої продукції та бази паралель. Якщо за базу оцінки обираємо потреба, то розрахунок одиничного показника конкурентоспроможності здійснюється за формулою:

$$q_i = (P_i / P_{io}) * 100\% , \quad (1.1)$$

де q_i - одиничний параметричний показник конкурентоспроможності по i -му параметру ($i = 1, 2, 3, \dots, n$);

P_i - величина i -го параметра для продукції, що аналізується;

P_{io} - величина i -го параметра, за якого потреба задовольняється повністю;

n - кількість параметрів.

Адже параметри можуть оцінюватися різним засобом, то при розрахунку за нормативними параметрами одиничний показник приймає тільки два значення - 1 або 0. Якщо аналізована продукція відповідає обов'язковим нормам, нормативам та стандартам, показник становить 1, якщо параметр продукції в норми, нормативи і стандарти не укладається, то становить 0. При розрахунку за

технічними й економічними параметрами одиничний показник може бути більше або рівний одиниці, якщо базові значення параметрів встановлені нормативно-технічною документацією, спеціальними умовами, замовленнями, угодами, договорами. Якщо аналізована продукція має параметр, значення якого перевищує потреби споживача, то вказане підвищення не оцінюватиметься покупцем як перевага і одиничний показник за даним параметром не може мати значення 100% і при розрахунках має використовуватися мінімальна з двох розмірів - 100% або фактична вага даного показника [40Помилка! Джерело посилання не знайдено., с. 14].

Диференціальний метод дозволяє лише констатувати факт конкурентоспроможності аналізованої продукції або наявності у неї недоліків, порівнюючи з продукцією – аналогом, проте не враховує вплив на перевагу покупця при обранні продукції вагомості кожного параметра. Як правило, за значеннями одиничних показників неможливо однозначно оцінити ступінь конкурентоспроможності продукції, тому широке поширення знайшли комплексні та змішані методи оцінки.

Комплексний метод – метод, що застосовується у випадку, якщо для характеристики якості продукції застосовується сукупність параметрів, що окреслюють яку-небудь ознаку. Метод тримається на застосовуванні комплексних показників або порівнянні питомих корисних ефектів продукції, що аналізується та зразка.

Визначення групового показника за нормативними параметрами визначається за формулою:

$$I_{ггг} = \prod_{i=1}^n q_{гг} \quad (1.2)$$

де $I_{ггг}$ - груповий показник конкурентоспроможності за нормативними параметрами;

$q_{гг}$ - одиничний показник конкурентоспроможності за i -тим нормативним параметром.

Визначення групового показника за технічними параметрами (крім нормативних) визначається за формулою:

$$I_{ГП} = \sum_{i=1}^n a_i * a_i, \quad (1.3)$$

де $I_{ГП}$ - груповий показник конкурентоспроможності за технічними параметрами;

a_i - вагомість i -го параметра в загальному наборі з n технічних параметрів, що характеризують потребу [38 **Помилка! Джерело посилання не знайдено.**, с. 17].

Отриманий груповий показник $I_{ГП}$ характеризує рівень відповідності даної продукції наявній потреби по всьому набору технічних параметрів; чим він вище, тим повніше задовольняються запити покупців. Базою для дефініції значення кожного технічного параметра в загальному наборі є експертні оцінки, що базуються на результатах маркетингових досліджень. Інколи з метою полегшення розрахунків і проведення орієнтовних оцінок з технічних вимірів може бути вибрана найбільш вагома група або застосований комплексний параметр - корисний ефект, який надалі бере участь в зіставленні.

Визначення групового показника за економічними параметрами проводиться на базі дефініції повних витрат покупця на придбання і використання (експлуатацію) продукції.

Визначення групового показника по економічних параметрах визначається за формулою:

$$I_{ВП} = B_{ОП} / B_3, \quad (1.4)$$

де $I_{ВП}$ - груповий показник за економічними параметрами;

$B_{ОП}, B_3$ повні витрати споживача відповідно оцінюваної продукції та зразку.

Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності відносно зразка (III) здійснюється за формулою:

$$III = I_{ВП} * \frac{I_{ГП}}{I_{ВП}}, \quad (1.5)$$

Змішаний метод оцінки є поєднання диференціального і комплексного методів. При змішаному методі оцінки конкурентоспроможності застосовується

елемент вимірів розрахованих диференціальним методом і частина вимірів, розрахованих комплексним методом.

При цьому методі проводяться наступні дії: найбільш важливі показники використовуються як одиничні; інші одиничні показники об'єднують в групи, для кожної з яких визначаються групові показники; на базі одержаної сукупності групових та одиничних показників якості оцінюється ступінь конкурентоспроможності диференціальним методом [36, с. 17].

У результаті зіставлення з застосуванням диференціального, комплексного або змішаного методу дається один з наступних висновків:

- продукція конкурентоспроможна на даному ринку в порівнюваному класі виробів;
- продукція володіє низькою конкурентоспроможністю в порівнюваному класі виробів на даному ринку;
- продукція повністю не конкурентоспроможна в порівнюваному класі виробів на даному ринку.

1.3. Чинники якості та конкурентоспроможності продукції

Якість продукції залежить від значної кількості чинників. Ці чинники діють як окремо, так і у взаємозв'язку між собою, як на певних стадіях життєвого циклу продукції, так і на кількох. Але всі чинники можна об'єднати в 4 групи:

- технічні;
- організаційні;
- економічні;
- суб'єктивні.

До технічних чинників належать: конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні вирішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний ступінь бази проектування, виготовлення, експлуатації тощо [2, с. 16].

Правильна оцінка ролі технічних чинників сприяє вирішенню багатьох наукових та інженерних задач при проектуванні, виготовленні й експлуатації виробів. При цьому важливо знати склад і реальні можливості використання як кожного фактора окремо, так і їх сукупності. Використання прогресивних технологічних процесів, високий ступінь механізації й автоматизації, досконалість методів і засобів контролю та випробування продукції сприяють підвищенню стабільності виробничого процесу, що забезпечує постійні характеристики якості продукції. Неправильно вибрана технологія, а також її порушення у виробництві погіршують якість. І нарешті, підвищення технічного рівня проектних і конструкторських організацій дозволяє глибоко й ретельно проводити експериментальну перевірку результатів досліджень та інженерних рішень, що в свою чергу впливає на підвищення якості продукції.

До організаційних чинників належать: розподіл праці, спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми і методи контролю, порядок пред'явлення і здачі продукції, форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації (використання), технічного обслуговування, ремонту та ін. [8, с. 7]

Цим факторам, на жаль, ще не приділяється стільки уваги, скільки технічним. Ось чому дуже часто добре спроектовані і виготовлені вироби внаслідок поганої організації виробництва, транспортування, експлуатації і ремонту достроково втрачають свою високу якість.

До економічних чинників належать: ціна, собівартість, форми і ступінь зарплати, ступінь витрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та ін. Економічні чинники особливо важливі при переході до ринкової економіки. їм одночасно властиві контрольні-аналітичні і стимулюючі властивості. До перших належать такі, що дозволяють вимірювати витрати праці, засобів, матеріалів на досягнення і забезпечення певного рівня якості виробів. Дія стимулюючих чинників призводить як до підвищення рівня якості, так і до його зниження.

Найбільш стимулюючими факторами є ціна і зарплата. Правильно організоване ціноутворення стимулює підвищення якості. При цьому ціна має

покривати всі витрати підприємства на заходи з підвищення якості і забезпечувати необхідний ступінь рентабельності. Водночас вироби з більш високою ціною мають бути вищої якості.

Форми зарплати теж впливають на якість продукції. При цьому відрядна форма стимулює збільшення випуску продукції, що часто супроводжується погіршенням її якості, а погодинна створює передумови для більш старанного виконання виробничих операцій, але погано стимулює кількісні показники виробництва. Інтереси підвищення якості вимагають використання таких форм оплати праці, які одночасно сприяли б досягненню і підтриманню високого рівня якості продукції і забезпечували б значний їх кількісний випуск.

Суб'єктивні чинники. У забезпеченні якості продукції значну роль відіграє людина з її професійною підготовкою, фізіологічними й психологічними особливостями, які по-різному впливають на розглянуті вище чинники. Від професійної підготовки людей, які зайняті проектуванням, виготовленням і експлуатацією виробів, залежить ступінь використання технічних можливостей. Але якщо у процесі функціонування технічних чинників роль суб'єктивних слабшає, тому що на цій стадії процес проходить з використанням сучасної техніки і технології, яка максимально звільняє технологічний процес від участі людини, то в організаційних факторах суб'єктивний елемент відіграє вже значну роль, особливо коли мова заходить про форми і способи експлуатації виробів.

Наскільки важливі суб'єктивні чинники свідчить поширена серед виробників думка про економічну вигідність поліпшення якості. Якість розглядається при цьому як соціально бажана мета, але її вплив на підвищення рентабельності вважається мінімальним. Пояснюється це недостатньою обізнаністю виробників, які припускаються таких помилок.

Більш висока якість обходиться дорожче. Це найпоширеніша думка щодо якості. Але новий погляд на механізми створення якості і процеси виробництва показав, що висока якість не завжди коштує дорожче. Важливо зрозуміти, як створюється якість виробу при сучасному масовому виробництві. На основі потреб ринку якість спочатку визначається на папері у вигляді проекту. Потім все це втілюється в реальний виріб за допомогою відповідних виробничих

процесів. Вкладання більших коштів у наукові дослідження і дослідні розробки може дати в результаті помітне підвищення якості виробу. Одночасне вдосконалення виробничих процесів може привести до значного зниження собівартості виробу. Це широко продемонстровано в Японії і на Заході на всьому діапазоні промислових товарів масового виробництва: комп'ютери, побутова, електротехніка і побутові прилади. За останні два десятиліття якість цих виробів помітно поліпшилась, а вартість упала.

Акцент на якість веде до зменшення продуктивності. Думка, що якість може бути отримана тільки за рахунок кількості, - помилка, широко розповсюджена серед керівників виробництва. Цей погляд є залишком з того періоду, коли управління якістю полягало у фізичному огляді кінцевого виробу. У цій ситуації більш жорсткі вимоги контролю призводили до відбраковки більшої кількості готової продукції. Але з того часу контроль якості став більш скрупульозним. У сучасній структурі управління якістю акцент змінився на попередження недоліків на стадіях розроблення і виготовлення. Тому наперед дефектні вироби не виготовляються. Зусилля, витрачені на те, щоб поліпшити якість і зберегти кількість, сприяли тому, що поліпшення якості призводить, як правило, до більш високої продуктивності [15, с. 68].

На якість впливає культура праці. Керівники підприємств харчової галузі часто пояснюють низьку якість своїх виробів відсутність розуміння важливості якості і низькою культурою праці своїх працівників. Проте аналіз цього питання показує, що працівники можуть нести відповідальність тільки в тому разі, коли керівництво забезпечило працівників:

- інструкціями щодо роботи та застосування обладнання;
- засобами для перевірки або оцінювання результатів дій цих працівників;
- засобами для регулювання обладнання або процесу у випадку, коли результат виявляється незадовільним [17, с. 174].

Об'єктивна оцінка показує, що керівники більшості підприємств харчової галузі не можуть забезпечити ці дуже важливі вихідні умови на більшості робочих місць. А тому, замість того, щоб шукати винних працівників, організації необхідно насамперед вивчити слабкі місця своєї системи управління якістю.

Якість може бути забезпечена суворою перевіркою. Контроль був першим офіційним механізмом управління якістю на початку минулого століття, і більшість виробників досі впевнені, що якість може бути поліпшена за допомогою суворого контролю. Слід відмітити, що перевірка може привести тільки до відокремлення якісних виробів від неякісних. Сама по собі вона не може поліпшити якість виготовленої продукції, більш того, останні дослідження показали, що від 60 до 70 % всіх помилок, виявлених на виробництві, прямо або посередньо належать до тих, які допущені на таких стадіях як проектування, технологічна підготовка виробництва і закупівля матеріалів, тоді як майже всі перевірки і дії з управління якістю спрямовані переважно на виробничу ділянку [19, с. 17].

Конкурентоспроможність продукції (послуги) залежить від ряду чинників, що впливають на пріоритетність вибору і визначають обсяг їх реалізації на певному ринку:

- техніко-економічних чинників, які залежать від продуктивності і інтенсивності праці, витрат виробництва, наукоємності продукції - якість, продажна ціна і витрати на експлуатацію (використання) або споживання продукції (послуги);

- комерційних чинників, які визначають умови реалізації продукції на конкретному ринку - кон'юнктура ринку (гострота конкуренції, співвідношення між попитом і пропозицією, національні та регіональні особливості ринку, що впливають на формування платоспроможного попиту на дану продукцію або послугу.); сервіс, що надається (наявність дилерсько-дистрибуторських пунктів виробника і станцій обслуговування в регіоні покупця, якість технічного обслуговування, ремонту і інших послуг, що надаються); реклама (наявність і дієвість реклами і інших засобів дії на споживача з метою формування попиту); імідж фірми (популярність торгової марки, репутація фірми, компанії, країни);

- нормативно-правових чинників, які відображають вимоги технічної, екологічної і морально-етичної безпеки використання продукції на даному ринку, патентно-правові вимоги (патентна чистота і патентний захист); у разі невідповідності продукції діючим нормам і вимогам стандартів і законодавства

він не може бути проданий на даному ринку [21Помилка! Джерело посилання не знайдено., с. 114].

Продукт у процесі відтворення проходить чотири стадії: виробничу, розподілу, обміну і споживання. Оскільки розподіл і обмін як фази відбуваються у процесі продажу, у табл. 1.5 наведено чинники конкурентоспроможності за трьома сферами проходження продукту.

Таблиця 1.5 - Фактори конкурентоспроможності продукції за стадіями відтворення продукту [24, с. 17]

Стадії відтворення продукту	Чинники
Виробнича стадія	Технічні: якість, міцність, надійність, безпечність. Економічні: матеріаломісткість, енергоспоживання, габарити, об'єм, вага, концентрація. Естетичні: художня виразність та колорит, раціональна організація форми, цілісність композиції. Екологічні: вплив на природне та предметне середовища. Експлуатаційні: простота користування (приготування), комфортність, ремонтпридатність, зручність в експлуатації
Стадія продажу	Споруда крамниці: інтер'єр, ергономічні умови Процес продажу: кваліфікація персоналу, швидкість обслуговування, знання іноземних мов Сервіс у процесі продажу: консультація персоналу, доставка, підгонка, монтаж, установка на місці. Гуртовий продаж: франчайзинг, мерчандайзинг, фірмова мережа, дистриб'ютори Умови контракту: ціна, знижка, система оплати Законодавство з регулювання обміну: мито, податки, дотації, правовий захист продукції
Споживання, користування	Сервіс у процесі користування, споживання: мережа пунктів ремонту та гарантійного обслуговування Післяпродажний період: використання за повторним призначенням, продовження експлуатації через оновлення

Як видно з табл. 1.5, більшість складових конкурентоспроможності походять з виробничої сфери і тільки певна їх частина - з торговельної.

За великої кількості чинників конкурентоспроможності продукції на ринку, пріоритетну роль відіграють наступні:

1) корисність для потенційного покупця (споживча вартість або здатність задовольнити вимоги, що пред'являються до даного типа і виду продукції з боку споживача);

2) ціна продукції (при рівній корисності покупець віддасть перевагу дешевшій продукції, але може придбати і дорожчу продукцію, якщо вона виявиться для нього кориснішою; виняток - престижна або статусна продукція, придбання яких необхідне для підтримки певного соціального статусу покупця);

3) інноваційність продукції (введення важливої для покупця новизни у продукції, що робить його оригінальним (ексклюзивним)) [28, с. 102].

1.4. Методика оцінки та аналізу якості та конкурентоспроможності продукції

Оцінка якості продукції та послуг передбачає 4 етапи.

Етап I. Визначення номенклатури показників (властивостей, характеристик), які найповніше і найточніше відображають якість продукції, послуги.

Під час вибору номенклатури показників якості продукції встановлюється перелік найменувань характеристик продукції, які входять до складу її якості та забезпечують можливість оцінки рівня якості продукції.

Обґрунтування вибору номенклатури показників якості продукції проводиться з урахуванням: призначення й умов використання продукції; аналізу вимог споживача; завдань управління якістю продукції; складу і структури властивостей, що характеризуються; основних вимог до показників якості продукції.

Порядок вибору номенклатури показників якості продукції передбачає визначення: виду (групи) продукції; мети використання номенклатури показників якості продукції; вихідної номенклатури груп показників якості продукції в кожній групі; методу відбору номенклатури показників якості продукції [32, с. 14].

Етап II. Вимірювання кількісних та якісних значень відповідних показників якості продукції, послуг.

Оцінювання якості продукції та послуг здійснюється методами прикладної кваліметрії.

Етап III. Визначення базових показників для порівняння.

Вибір базового зразка є одним з важливих етапів визначення якості продукції та послуг.

Базовий зразок - це реально досягнута сукупність характеристик показників якості продукції та послуг, прийнята для порівняння. Ця сукупність має характеризувати оптимальний ступінь якості продукції, послуг за певний заданий період часу. Базовими показниками можуть бути:

1. Показники якості, закладені в технічні завдання, технічні інструкції, робочі проекти.

2. Показники дійсно існуючої продукції, послуг, що виробляються або надаються в нашій країні або за кордоном і є найкращими зразками світового рівня.

3. Показники, закладені у вітчизняні або зарубіжні стандарти.

Сукупність базових значень показників якості повинна відображати сучасне ставлення до продукції та послуги і оптимальний ступінь їх якості. Від вибору базового зразка залежить ступінь якості оцінюваної продукції, послуги. Не дозволяється приймати за базовий зразок застарілу продукцію, послугу. Номенклатура показників якості, одиниці виміру їх значень базового зразка та зразка, що оцінюється, мають бути ідентичними.

Під час розробки продукції, послуг велике значення надається оптимізації показників якості.

Оптимальними називаються такі показники якості продукції, послуг, за яких досягається або максимальний ефект від експлуатації або споживання продукції, послуг, або заданий ефект при мінімальних витратах, або максимальне співвідношення ефекту до витрат [37, с. 14].

Етап IV. Порівняння результатів вимірювання з базовими показниками якості.

Оцінка якості - це результат порівняння двох або більше показників якості. Порівняння виявляє відповідність або невідповідність отриманих результатів

показникам якості, вимогам нормативної документації. Таким чином, можна визначити відповідний сорт, марку, розряд, клас продукції.

Оцінку рівня якості продукції (порівняння з показниками якості базових зразків) проводять диференційним, комплексним, змішаним та інтегральним методами.

У табл. 1.6 наведено основні етапи оцінки конкурентоспроможності промислової продукції.

Таблиця 1.6 - Етапи оцінки конкурентоспроможності продукції [9, с. 14]

1.	Проведення маркетингових досліджень по вивченню ринку
	Вивчення ринкового потенціалу (ємності ринку), дослідження позицій конкурентів, вивчення інформації про споживачів.
2.	Формулювання вимог до виробу
	Головні критерії: технічний ступінь продукції; відповідність рівня якості продукції вимогам міжнародних стандартів, законодавчих актів країни-імпортера та специфічним вимогам споживачів; відповідність рівня якості продукції в експлуатації і споживанні вимогам нормативно-технічної документації; ступінь витрат споживача на придбання продукції, оплату митних зборів, податки, транспортування, монтаж, налагодження придбаного обладнання, оплату запасних частин, обслуговування та ремонт виробів, оплату матеріалів, палива, електроенергії тощо.
3.	Визначення мети аналізу конкурентоспроможності
	Цілі аналізу конкурентоспроможності формулюються залежно від стадії життєвого циклу виробу. Базуючись на встановлених цілях, здійснюється визначення переліку параметрів виробів, які підлягають оцінці і кількісно характеризують властивості продукції.
4.	Визначення переліку параметрів виробу, що підлягають оцінці
	Серед якісних показників можна виділити дві категорії параметрів: «жорсткі» і «м'які». «Жорсткі» параметри описують найважливіші функції продукції і пов'язані з ним основні характеристики, зміна і, тим більше, заміна яких можуть здійснюватися у визначених, відносно стабільних межах, заданих конструктивними принципами виробу. «М'які» параметри характеризують естетичні властивості продукції.
5.	Вибір оцінної бази
	Оскільки конкурентоспроможність продукції характеризує не саме по собі його якість, а ступінь відповідності якості продукції показникам якості аналогічного за призначенням продукції конкурента, то оцінка конкурентоспроможності продукції включає зіставлення значень показників якості продукції підприємства з показниками якості продукції конкуренту (базовим або еталонним зразком). Причому вибір продукції -еталону представляється одним з найбільш відповідальних етапів процедури оцінки конкурентоспроможності продукції.
6.	Аналіз технічного рівня виробу, ціни споживання й організаційно-комерційних показників
	В основі розрахунку одиничних, комплексних та інтегральних показників - показники (параметри), що характеризують конкурентоспроможність продукції, і поділяються на: технічні; економічні; організаційно-комерційні. Технічні показники характеризують технічну досконалість продукції (сукупність найбільш істотних властивостей продукції, які визначають її якість і характеризують науково-технічні досягнення в розвитку даного виду продукції) і включають класифікаційні та оціночні.
7.	Розрахунок одиничних, групових показників

	Груповий показник розраховується на основі одиничних показників, як зведений параметричний індекс методом середньозваженого. При розрахунку зведеного параметричного індексу складністю є визначення ваги параметру. Необхідність встановлення ваги параметру пояснюється неоднозначністю для споживача різних параметрів продукції.
8.	Розрахунок інтегральних показників конкурентоспроможності продукції. Висновок про конкурентоспроможність виробу, порівняно з базовими зразками
	Інтегральний показник – розраховується як відношення сумарного корисного ефекту від експлуатації або вживання продукції до сумарних затрат на придбання та використання цієї продукції.
10.	Розробка техніко-економічних рішень про підвищення конкурентоспроможності виробу
	На основі зробленого висновку формується політика підприємства стосовно оцінюваного виробу. У випадку позитивного результату оцінки (показники оцінюваного виробу перевищують показники базових зразків), підприємство приймає рішення про виробництво та вихід на ринок з пробними продажами. У випадку негативної оцінки відбувається розробка техніко-економічних рішень по підвищенню конкурентоспроможності промислової продукції.
11.	Рішення про виробництво та вихід на ринок з пробними продажами

Для оцінки конкурентоспроможності виробу з точки зору продавця важливо пам'ятати, що на сучасному ринку фірми намагаються продавати не окрему продукцію, а весь комплекс пов'язаних з продукцією послуг, важливих для покупців. Отже він оцінює конкурентоспроможність із зовсім нових, більш прийнятних для нього і більш важких для виробника позицій

Висновки до розділу 1

Якість як ступінь відповідності потребам споживача постійно змінюється в часі із зміною вимог та потреб споживачів, і те, що вчора вважалося якісним товаром, сьогодні може не відповідати технічним нововведенням, здатним краще задовольняти потреби споживачів, які вже змінились. Якість як економічна категорія пов'язана із задоволенням потреб споживачів, при цьому продукція володіє множиною властивостей, вимірявши які можемо оцінити якість. Конкурентоспроможність продукції є головною умовою конкурентоспроможності фірми на ринку і важливою основою прибутковості її діяльності. Найчастіше під конкурентоспроможністю продукції мають на увазі: властивість (сукупність властивостей) продукції та його сервісу, яка

характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, порівняно з аналогічною продукцією, представленими на цьому ринку; характеристику продукції, що відображає його відмінність від продукції-конкурента за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі та за витратами на її задоволення; спроможність продукції відповідати вимогам даного ринку у період, що аналізується; здатність витримувати конкуренцію на ринку (наявність вагомих переваг над виробами інших товаровиробників).

Класифікація показників якості продукції: за кількістю характеризуємих властивостей: одиничні, комплексні, інтегральні; за характеризуємими властивостями: призначення, надійність, економічність, ергономічність, естетичність, технологічність, стандартизації і уніфікації, патентно-правові, екологічні, безпеки; по способу виявлення: в натуральних одиницях (кг, мм, бали та ін.), вартість; за етапами визначення значень показників: прогнозні, проектні, виробничі, експлуатаційні. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції: органолептичні, реєстраційні, вимірювальні, соціологічні; експериментальні; розрахункові; статистичні; аналітичні; маркетингові; прямі; непрямі; диференційований; комплексний; змішаний; розрахунково-аналітичний метод; матричний метод ("Матриця Нільсена" тощо); графічний метод ("Багатокутник конкурентоспроможності" тощо).

Чинники впливу на якість продукції можна об'єднати в 4 групи: технічні; організаційні; економічні; суб'єктивні. Чинники впливу на конкурентоспроможність продукції: техніко-економічні чинники, комерційні чинники, нормативно-правові чинники.

Оцінка якості продукції та послуг передбачає 4 етапи. визначення номенклатури показників (властивостей, характеристик), які найповніше і найточніше відображають якість продукції, послуги; вимірювання кількісних та якісних значень відповідних показників якості продукції, послуг; визначення базових показників для порівняння; порівняння результатів вимірювання з базовими показниками якості. Етапи оцінки конкурентоспроможності продукції: проведення маркетингових досліджень по вивченню ринку; формулювання вимог до виробу; визначення мети аналізу конкурентоспроможності; визначення

переліку параметрів виробу, що підлягають оцінці; вибір оцінної бази; аналіз технічного рівня виробу, ціни споживання й організаційно-комерційних показників; розрахунок одиничних, групових показників; розрахунок інтегральних показників конкурентоспроможності продукції; розробка техніко-економічних рішень про підвищення конкурентоспроможності виробу; рішення про виробництво та вихід на ринок з пробними продажами.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

2.1. Загальна характеристика підприємств харчової промисловості

ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» заснований у 1979 році в місті Івано-Франківськ.

Юридична адреса - 76495, м. Івано-Франківськ, с. Микитинці, вул. Юності, 2в.

Видами діяльності є:

- виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості;
- розведення овець і кіз;
- виробництво готових кормів для тварин, що утримуються на фермах;
- складування;
- транспортне оброблення вантажів;
- інша допоміжна діяльність у сфері транспорту.

Код ЄДРПОУ – 05513715.

Кількість співробітників – 166 чол.

Дата реєстрації - 22.03.2002.

«Брошнівська хлібопекарня» заснована у 2014 році в Івано-Франківській області.

Юридична адреса - 77611, Івано-Франківська обл., Рожнятівський р-н, смт. Брошнів-Осада, вул. 22-го Січня, 37.

Видами діяльності є:

- виробництво хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання;
- виробництво сухарів і сухого печива тривалого зберігання;
- технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів;
- роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах продуктами харчування;
- інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах;

- роздрібна торгівля хлібобулочними та цукровими кондитерськими виробами;
- роздрібна торгівля алкогольними та іншими напоями в спеціалізованих магазинах;
- роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах;
- роздрібна торгівля продуктами харчування в спеціалізованих магазинах;
- роздрібна торгівля залізними виробами, будівельними матеріалами та санітарно-технічними виробами;
- вантажний автомобільний транспорт;
- інша допоміжна діяльність у сфері транспорту;
- надання в оренду та експлуатацію власного чи орендованого майна;
- надання в оренду вантажних автомобілів.

Код ЄДРПОУ – 39276772.

Кількість співробітників – 65 чол.

Дата реєстрації - 27.06.2014.

Результати горизонтального аналізу ресурсів на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 роках представлено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 - Горизонтальний аналіз активів на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 роках, тис. грн.

Показники	Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів			Брошнівська хлібопекарня			Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів		Брошнівська хлібопекарня	
	Станом на 31.12						абсолютне відхилення		абсолютне відхилення	
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Нематеріальні активи	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,0	0,0	0,0	0,0
первісна вартість	19,0	19,0	19,0				0,0	0,0	0,0	0,0
накопичена амортизація	16,0	19,0	19,0				3,0	0,0	0,0	0,0
Незавершені капітальні інвестиції	226,0	226,0	226,0	11,4	63,7	63,7	0,0	0,0	52,3	0,0
Основні засоби	54980,0	53556,0	52203,0	89,8	97,5	83,8	-1424,0	-1353,0	7,7	-13,7
первісна вартість	75758,0	75618,0	75618,0	116,9	143,5	148,2	-140,0	0,0	26,6	4,7

знос	20778,0	22062,0	23415,0	27,1	46,0	64,4	1284,0	1353,0	18,9	18,4
Необоротні активи	55209,0	53782,0	52429,0	101,2	161,2	147,5	-1427,0	-1353,0	60,0	-13,7
Запаси	1555,0	1541,0	1547,0	1409,4	623,2	52,4	-14,0	6,0	-786,2	-570,8
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	10092,0	10055,0	10033,0	509,1	461,4	525,7	-37,0	-22,0	-47,7	64,3
Дебіторська заборгованість за розрахунками:							0,0	0,0	0,0	0,0
за виданими авансами							0,0	0,0	0,0	0,0
з бюджетом	1,0	1,0		16,8	0,0		0,0	-1,0	-16,8	0,0
у тому числі з податку на прибуток							0,0	0,0	0,0	0,0
Інша поточна дебіторська заборгованість	460,0	437,0		3,0	0,0		-23,0	-437,0	-3,0	0,0
Поточні фінансові інвестиції							0,0	0,0	0,0	0,0
Гроші та їх еквіваленти	118,0	228,0	279,0	5,6	31,5	31,5	110,0	51,0	25,9	0,0
Витрати майбутніх періодів							0,0	0,0	0,0	0,0
Інші оборотні активи	176,0	194,0					18,0	-194,0	0,0	0,0
Оборотні активи	12402,0	12456,0	11859,0	1943,9	1116,1	609,6	54,0	-597,0	-827,8	-506,5
Активи	67611,0	66238,0	64288,0	2045,1	1277,3	757,1	-1373,0	-1950,0	-767,8	-520,2

Отже, за даними табл. 2.1, проводимо наступний аналіз: на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» вартість необоротних активів у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшилась на 1427 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 1353 тис. грн. за рахунок зменшення залишкової вартості основних засобів. Вартість оборотних активів у 2020 році порівняно з 2019 роком зросла на 54 тис. грн., за рахунок зростання грошей та їх еквівалентів, у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 597 тис. грн. за рахунок зменшення іншої поточної дебіторської заборгованості.

Проаналізувавши попереднє підприємство, проводимо дослідження наступного об'єкта та бачимо, що на «Брошнівська хлібопекарня» вартість необоротних активів у 2020 році порівняно з 2019 роком зросла на 60 тис. грн., у

2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 13,7 тис. грн. за рахунок зменшення залишкової вартості основних засобів. Вартість оборотних активів у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшилась на 827,8 тис. грн., за рахунок зменшення запасів, у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 506,5 тис. грн. за рахунок зменшення запасів.

Структура майна підприємства ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 рр. представлена на рис. 2.1.

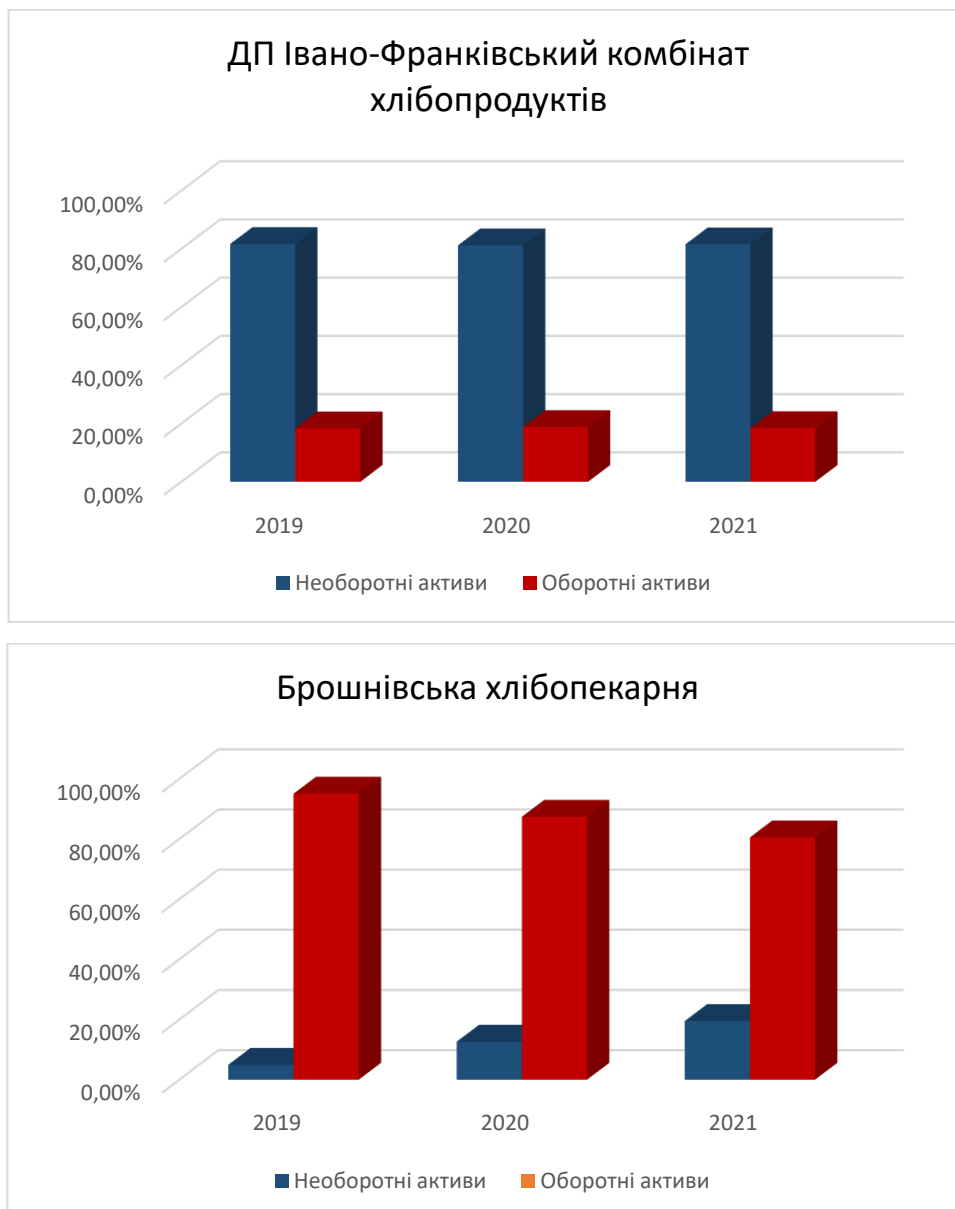


Рис. 2.1. Структура майна підприємства ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» ТА «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 рр.

Згідно представленого рис. 2.1 можна сказати, що:

ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» найбільшу вагу в майні підприємства у 2019-2021 роках займали необоротні активи на рівні 81,20 – 81,66%.

Відповідно на «Брошнівська хлібопекарня» найбільшу вагу в майні підприємства у 2019-2021 роках займали оборотні активи на рівні 80,52 – 95,05%.

Результати горизонтального аналізу джерел утворення ресурсів у 2019-2021 роках представлено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 - Горизонтальний аналіз джерел утворення активів на підприємстві у 2019-2021 роках, тис. грн.

Показники	Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів			Брошнівська хлібопекарня			Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів		Брошнівська хлібопекарня	
	Станом на 31.12						абсолютне відхилення		абсолютне відхилення	
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Зареєстрований капітал	20930,0	20930,0	20930,0	210,0	210,0	210,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Додатковий капітал	46031,0	46031,0	46031,0				0,0	0,0	0,0	0,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-23010,0	-72723,0	-76972,0	856,7	390,3	512,5	-49713,0	-4249,0	-466,4	122,2
Власний капітал	43951,0	-5762,0	-10011,0	1066,7	600,3	722,5	-49713,0	-4249,0	-466,4	122,2
Поточна кредиторська заборгованість за:										
довгостроковими зобов'язаннями	8414,0	8414,0	8414,0				0,0	0,0	0,0	0,0
товари, роботи, послуги	5116,0	5351,0	4922,0	704,0	344,2	34,6	235,0	-429,0	-359,8	-309,6
розрахунками з бюджетом	3376,0	6723,0	7021,0	79,7	48,1		3347,0	298,0	-31,6	-48,1
розрахунками зі страхування	1046,0	2250,0	2665,0	64,7	89,3		1204,0	415,0	24,6	-89,3
розрахунками з оплати праці	5422,0	7813,0	9961,0	130,0	195,4		2391,0	2148,0	65,4	-195,4
Інші поточні зобов'язання	286,0	41449,0	41316,0				41163,0	-133,0	0,0	0,0
Поточні зобов'язання і забезпечення	23660,0	72000,0	74299,0	978,4	677,0	34,6	48340,0	2299,0	-301,4	-642,4
Капітал	67611,0	66238,0	64288,0	2045,1	1277,3	757,1	-1373,0	-1950,0	-767,8	-520,2

Наскільки нам показує табл. 2.2 ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» має наступні значення щодо джерел утворення активів: сума

власного капіталу зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 49713 тис. грн., за рахунок зростання непокритого збитку, у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 4249 тис. грн. за рахунок зростання непокритого збитку. Величина поточних зобов'язань та забезпечень у 2020 році порівняно з 2019 роком зросла на 48340 тис. грн., за рахунок зростання інших поточних зобов'язань, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросли на 2299 тис. грн. за рахунок зростання поточної кредиторської заборгованості за розрахунками з оплати праці.

Відповідно даний аналіз «Брошнівська хлібопекарня» показує, що сума власного капіталу зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 466,4 тис. грн., за рахунок зменшення нерозподіленого прибутку, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 122,2 тис. грн. за рахунок зростання непокритого збитку. Величина поточних зобов'язань та забезпечень у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшилась на 301,4 тис. грн., за рахунок зменшення поточної кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги, у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 642,4 тис. грн. за рахунок зменшення поточної кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги.

Структура пасивів ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» ТА «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 рр. наведена на рис. 2.2.





Рис. 2.2. Структура капіталу ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» ТА «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 рр.

Як бачимо з представлених рисунків ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» має найбільшу питому вагу у джерелах утворення активів у 2019 році займав власний капітал – 65,01%, у 2020-2021 рр. займали поточні зобов'язання 108,70% та 115,57% відповідно.

Відповідно на «Брошнівська хлібопекарня» даний показник має найбільшу питому вагу у джерелах утворення активів у 2020 році займали поточні зобов'язання – 53%, у 2019 та 2021 рр. займав власний капітал 52,16% та 95,43% відповідно.

Оцінка доходів, витрат та прибутку ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» ТА «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 роках наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3 - Оцінка доходів, витрат та прибутку ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 роках, тис. грн.

Показники	Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів	Брошнівська хлібопекарня	Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів	Брошнівська хлібопекарня
		За рік	За рік	абсолютне відхилення

	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	4440,0	35,0	231,0	16600,6	15493,4	8371,7	-4405,0	196,0	-1107,2	-7121,7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	5512,0	2496,0	3122,0	16093,9	14703,2	7841,9	-3016,0	626,0	-1390,7	-6861,3
Валовий прибуток	-1072,0	-2461,0	-2891,0	506,7	790,2	529,8	-1389,0	-430,0	283,5	-260,4
Адміністративні витрати	4667,0	2411,0	1165,0				-2256,0	-1246,0	0,0	0,0
Витрати на збут	295,0	3,0					-292,0	-3,0	0,0	0,0
Інші операційні витрати	2182,0	44838,0	193,0	275,5	523,1	380,8	42656,0	-44645,0	247,6	-142,3
Фінансовий результат від операційної діяльності	-8216,0	-49713,0	-4249,0	231,2	267,1	149,0	-41497,0	45464,0	35,9	-118,1
Інші витрати	516,0	0,0	0,0				-516,0	0,0	0,0	0,0
Фінансовий результат до оподаткування	-8732,0	-49713,0	-4249,0	231,2	267,1	149,0	-40981,0	45464,0	35,9	-118,1
Витрати (дохід) з податку на прибуток				41,6	48,1	26,8	0,0	0,0	6,5	-21,3
Чистий фінансовий результат	-8732,0	-49713,0	-4249,0	189,6	219,0	122,2	-40981,0	45464,0	29,4	-96,8

Щоб проаналізувати оцінку доходів, витрат та прибутку у табл. 2.3. наведено основні показники. Дані показники свідчать, що на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 4405 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зріс на 196 тис. грн. Чистий прибуток у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 40981 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зріс на 45464 тис. грн.

Відповідно на «Брошнівська хлібопекарня» чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 1107,2 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшився на 7121,7 тис. грн. Чистий прибуток у 2020 році порівняно з 2019 роком зріс на 29,4 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшився на 96,8 тис. грн.

2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників харчової промисловості

Результати аналізу рентабельності на підприємстві у 2019-2021 роках узагальнено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4 - Аналіз показників оцінки рентабельності на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 роках

Показники	Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів			Брошнівська хлібопекарня		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Коефіцієнт рентабельності активів	-0,13	-0,75	-0,07	0,09	0,17	0,16
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-0,20	8,63	0,42	0,18	0,36	0,17
Коефіцієнт рентабельності діяльності	-1,97	-1420,37	-18,39	0,0114	0,0141	0,0146
Коефіцієнт рентабельності продукції	-0,19	-0,99	-0,93	0,03	0,05	0,07

Наскільки свідчать дані табл. 2.4 на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» рентабельність активів протягом 2019 - 2021 рр. зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 62%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 68%. Рентабельність власного капіталу протягом 2019 - 2021 рр. зросла у 2020 році порівняно з 2019 роком на 843%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 821%. Рентабельність діяльності протягом 2019 - 2021 рр. зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 141840%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 140198%. Рентабельність продукції протягом 2019 - 2021 рр. зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 80%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 6%.

Для порівняння проведемо аналіз «Брошнівська хлібопекарня», де рентабельність активів протягом 2019 - 2021 рр. зросла у 2020 році порівняно з 2019 роком на 8%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 1%. Рентабельність власного капіталу протягом 2019 - 2021 рр. зросла у 2020 році порівняно з 2019 роком на 18%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась

на 19%. Рентабельність діяльності протягом 2019 - 2021 рр. зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 9,99%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 0,05%. Рентабельність продукції протягом 2019 - 2021 рр. зросла у 2020 році порівняно з 2019 роком на 2%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 2%.

Розрахунок показників ділової активності на підприємстві у 2019-2021 роках зведено у табл. 2.5.

Таблиця 2.5 - Аналіз показників ділової активності на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 роках

Показники	Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів			Брошнівська хлібопекарня		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Фондовіддача	0,0586	0,0005	0,0031	142,01	107,97	56,49
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	0,4208	0,0033	0,0230	32,42	33,58	15,92
Період оборотності дебіторської заборгованості	867,45	109416,57	15853,01	11,26	10,87	22,92
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,23	0,03	0,04	16,45	21,72	226,64
Період оборотності кредиторської заборгованості	1566,75	10528,85	8686,46	22,19	16,81	1,61
Коефіцієнт оборотності запасів	3,54	1,62	2,02	11,42	23,59	149,65
Період оборотності запасів	102,97	225,35	180,86	31,96	15,47	2,44
Коефіцієнт оборотності активів	0,0657	0,0005	0,0036	8,12	12,13	11,06
Коефіцієнт покриття дебіторської заборгованості	2,38	299,80	43,43	0,03	0,03	0,06
Оборотність власного капіталу	0,10	-0,01	-0,02	15,56	25,81	11,59

Беручи до уваги дані табл. 2.5 ми можемо сказати, що на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» :

- фондівіддача в 2020 році порівняно з 2019 роком зменшилась на 0,0536 грн. / грн., в 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 0,0026 грн. / грн.
- коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості в 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 0,4175 рази, в 2021 році порівняно з 2020 роком зріс на 0,0197 рази.
- період оборотності дебіторської заборгованості в 2020 році порівняно з 2019 роком зріс на 108549,12 днів, в 2021 році порівняно з 2020 роком зменшився на 93563,56 днів.
- зміна коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості має тенденцію до зменшення в 2020 році порівняно з 2019 роком на 0,20 рази, в 2021

році порівняно з 2020 роком зріс на 0,01 рази;

- період оборотності кредиторської заборгованості має тенденцію до збільшення в 2020 році порівняно з 2019 роком на 8962,10 дні, в 2021 році порівняно з 2020 роком зменшився на 1842,38 дні;
- оборотність запасів зменшилась в 2020 році порівняно з 2019 роком на 1,92 рази, в 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 0,40 рази;
- період оборотності запасів в 2020 році порівняно з 2019 роком зріс на 122,38 дні, в 2021 році порівняно з 2020 роком зменшився на 44,48 днів;
- оборотність активів в 2020 році порівняно з 2019 роком зменшилась на 0,065 рази, в 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 0,003 рази;
- оборотність власного капіталу в 2020 році порівняно з 2019 роком зменшилась на 0,11 рази, в 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 0,02 рази.

Враховуючи другий об'єкт дослідження ми можемо сказати, що аналіз показників ділової активності «Брошнівська хлібопекарня» має наступні значення:

- фондівдача в 2020 році порівняно з 2019 роком зменшилась на 34,04 грн. / грн., в 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 51,48 грн. / грн.
- коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості в 2020 році порівняно з 2019 роком зріс на 1,16 рази, в 2021 році порівняно з 2020 роком зменшився на 17,65 рази.
- період оборотності дебіторської заборгованості в 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 0,39 днів, в 2021 році порівняно з 2020 роком зріс на 12,05 днів.
- зміна коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості має тенденцію до зростання в 2020 році порівняно з 2019 роком на 5,27 рази, в 2021 році порівняно з 2020 роком зріс на 204,93 рази;
- період оборотності кредиторської заборгованості має тенденцію до зменшення в 2020 році порівняно з 2019 роком на 5,38 дні, в 2021 році порівняно з 2020 роком зменшився на 15,20 дні;
- оборотність запасів зросла в 2020 році порівняно з 2019 роком на 12,17

рази, в 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 126,06 рази;

- період оборотності запасів в 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 16,49 дні, в 2021 році порівняно з 2020 роком зменшився на 13,03 днів;
- оборотність активів в 2020 році порівняно з 2019 роком зросла на 4,01 рази, в 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 1,07 рази;
- оборотність власного капіталу в 2020 році порівняно з 2019 роком зросла на 10,25 рази, в 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 14,22 рази.

Результати розрахунку показників фінансової стійкості на підприємстві у 2019-2021 роках представлено у табл. 2.6.

Таблиця 2.6 - Аналіз показників фінансової стійкості на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 роках

Показники	Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів			Брошнівська хлібопекарня		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,65	-0,09	-0,16	0,52	0,47	0,95
Коефіцієнт фінансування	0,54	-12,50	-7,42	0,92	1,13	0,05
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	-0,91	-4,78	-5,27	0,50	0,39	0,94
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,26	10,33	6,24	0,91	0,73	0,80

Структура показників фінансової стійкості на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 роках наведена на рис. 2.3

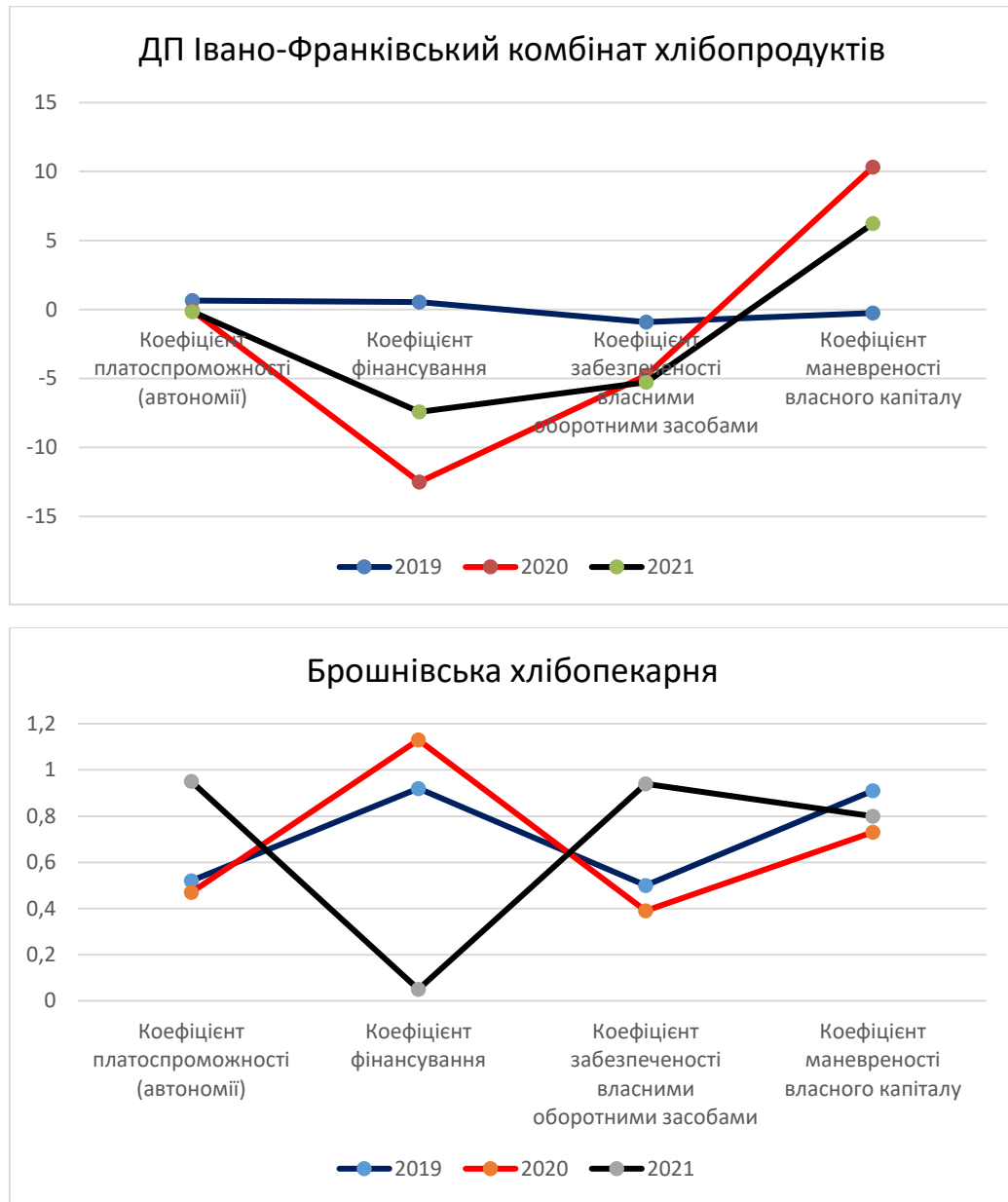


Рис. 2.3 Структура показників фінансової стійкості на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 роках

Наскільки свідчать дані таблиці 2.6 показники фінансової стійкості на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» говорить про фінансову автономію у 2019 році, яка становила 65%, у 2020 році -9%, у 2021 році -16%, що свідчить про фінансування діяльності підприємства за рахунок позикових коштів лише на рівні 116%, що є негативним в діяльності підприємства.

Відповідно «Брошнівська хлібопекарня» при дослідженні фінансової автономії у 2019 році становила 52%, у 2020 році 47%, у 2021 році 95%, що свідчить про фінансування діяльності підприємства за рахунок власних коштів лише на рівні 47-95%, що є позитивним в діяльності підприємства.

Результати розрахунку ліквідності та платоспроможності на підприємстві у 2019-2021 роках систематизовано у табл. 2.7.

Таблиця 2.7 - Аналіз ліквідності та платоспроможності на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 роках

Показники	Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів			Брошнівська хлібопекарня		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Коефіцієнт покриття	0,52	0,17	0,16	1,99	1,65	17,62
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,46	0,15	0,14	0,55	0,73	16,10
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0050	0,0032	0,0038	0,01	0,05	0,91
Чистий оборотний капітал	-11258,00	-59544,00	-62440,00	965,50	439,10	575,00

Отже, беручи до уваги вищепроведений аналіз та табл. 2.7 ми можемо сказати, що ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» за допомогою своїх ліквідних активів здатне розрахуватися по своїх поточних зобов'язаннях на 52% у 2019 році, на 17% у 2020 році, на 16% у 2021 році. За допомогою своїх швидко ліквідних активів підприємство здатне розрахуватися по своїх поточних зобов'язаннях на 46% у 2019 році, на 15% у 2020 році, на 14% у 2021 році. За допомогою своїх найбільш ліквідних активів підприємство здатне розрахуватися по своїх поточних зобов'язаннях на 0,5% у 2019 році, на 0,32% у 2020 році, на 0,38% у 2021 році.

А також «Брошнівська хлібопекарня» за допомогою своїх ліквідних активів здатна розрахуватися по своїх поточних зобов'язаннях на 199% у 2019 році, на 165% у 2020 році, на 1762% у 2021 році. За допомогою своїх швидко ліквідних активів підприємство здатне розрахуватися по своїх поточних зобов'язаннях на 55% у 2019 році, на 73% у 2020 році, на 1610% у 2021 році. За допомогою своїх найбільш ліквідних активів підприємство здатне розрахуватися по своїх поточних зобов'язаннях на 1% у 2019 році, на 5% у 2020 році, на 91% у 2021 році.

Тип поточної фінансової платоспроможності на підприємстві у 2019-2021 роках представлено у табл. 2.8.

Таблиця 2.8 - Тип поточної фінансової платоспроможності на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» та «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2021 роках

№	Показники	Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів			Брошнівська хлібопекарня		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
1	Власний капітал	43951,0	-5762,0	-10011,0	1066,7	600,3	722,5
2	Необоротні активи	55209,0	53782,0	52429,0	101,2	161,2	147,5
3	Наявність власних оборотних засобів (ряд.1- ряд.2)	-11258,0	-59544,0	-62440,0	965,5	439,1	575,0
4	Довгострокові зобов'язання	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
5	Наявність власних оборотних засобів і довгострокових джерел формування запасів (величина функціонуючого капіталу) (ряд.3 + ряд.4)	-11258,0	-59544,0	-62440,0	965,5	439,1	575,0
6	Короткострокові кредити банку	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7	Загальна величина джерел формування запасів (ряд.5 + ряд.6)	-11258,0	-59544,0	-62440,0	965,5	439,1	575,0
8	Загальна величина запасів	1555,0	1541,0	1547,0	1409,4	623,2	52,4
9	Надлишок або нестача власних оборотних засобів для формування запасів (р.3 – р.8)	-12813,0	-61085,0	-63987,0	-443,9	-184,1	522,6
10	Надлишок або нестача власних оборотних засобів і довгострокових джерел формування запасів (ряд.5 – ряд.8)	-12813,0	-61085,0	-63987,0	-443,9	-184,1	522,6
11	Надлишок або нестача загальної величини основних джерел формування запасів (ряд. 7 - ряд. 8)	-12813,0	-61085,0	-63987,0	-443,9	-184,1	522,6
12	Трикомпонентний показник типу фінансової стійкості (S) (результати рядків 9, 10, 11)	0-0-0	0-0-0	0-0-0	0-0-0	0-0-0	1-1-1

На завершення проведення аналізу і враховуючи дані табл. 2.8 ми бачимо, що ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» за аналізовані роки, а

саме 2019-2021 роки має не стійкий фінансовий стан, що свідчить про не стабільність роботи підприємства, застарілі основні засоби і застарілу технологію випуску продукції.

Відповідно та ж сама ситуація на «Брошнівська хлібопекарня», за аналізовані 2019-2020 роки підприємство мало не стійкий фінансовий стан, які спричинено великою конкуренцією на ринку хлібопродуктів, але у 2021 році підприємство змінює маркетингову ситуацію, розширює зони реалізації продукції, за рахунок чого покращується фінансовий стан підприємства.

2.3. Аналіз конкурентоспроможності продукції підприємств харчової промисловості

Конкурентоспроможність продукції це її здатність бути привабливішою для покупця в порівнянні з іншими виробами аналогічного виду й призначення, завдяки кращій відповідності її якісних і вартісних характеристик вимогам ринку й споживчим оцінкам.

Для збору інформації було проведено опитування споживачів.

Опитування - метод збору інформації про досліджуваний об'єкт під час безпосереднього (інтерв'ю) чи опосередкованого (анкетування) спілкування з респондентом (опитуваного), для реєстрації відповіді респондентів на сформульовані питання, які впливають з цілей і завдань дослідження.

Результати опитування споживачів продукції ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» наведені в табл. 2.9.

Таблиця 2.9 - Результати опитування споживачів ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів»

Параметри продукції	Результати опитування споживачів ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів», бали																				Сума балів
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
Зовнішній вигляд	8	9	6	10	7	8	9	8	7	8	10	8	7	8	9	10	8	8	7	7	162
Запах	8	7	8	7	8	9	9	7	7	8	8	9	6	8	8	7	7	10	10	7	158
Смак	7	7	8	9	10	10	10	8	8	6	7	7	10	8	10	8	9	7	8	7	164

Енергетична цінність	7	8	9	6	10	8	9	7	8	9	7	8	7	8	9	8	1	10	7	7	153
Маркування	7	10	9	8	7	8	7	8	6	6	7	8	7	8	6	6	8	8	9	9	152
Пакування	6	10	8	8	7	7	8	8	9	9	7	7	6	6	5	5	10	9	9	8	152
Імідж компанії виробника	8	8	7	7	6	6	10	9	8	8	8	10	10	9	8	8	7	6	5	10	158

Розраховуємо середній бал по кожному критерию

$$\text{Зовнішній вигляд} = 16 / 20 = 8,1$$

$$\text{Запах} = 158 / 20 = 7,9$$

$$\text{Смак} = 164 / 20 = 8,2$$

$$\text{Енергетична цінність} = 153 / 20 = 7,65$$

$$\text{Маркування} = 152 / 20 = 7,6$$

$$\text{Пакування} = 152 / 20 = 7,6$$

$$\text{Імідж компанії виробника} = 158 / 20 = 7,9$$

Результати опитування споживачів щодо «Брошнівська хлібопекарня» наведені в табл. 2.10.

Таблиця 2.10 - Результати опитування споживачів щодо «Брошнівська хлібопекарня»

Параметри продукції	Результати опитування споживачів «Брошнівська хлібопекарня», бали																				Сума балів
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
Зовнішній вигляд	7	7	6	8	8	6	6	5	5	7	8	9	7	8	6	4	5	8	8	8	136
Запах	6	6	7	6	7	6	7	6	7	7	6	4	5	6	7	7	7	8	7	7	129
Смак	7	6	6	7	7	5	8	8	7	8	8	5	8	8	6	6	6	7	8	8	139
Енергетична цінність	7	6	8	7	5	6	8	7	6	8	5	5	7	7	6	6	5	5	6	6	126
Маркування	10	9	10	9	8	9	9	9	7	7	8	8	9	9	7	7	8	8	7	6	164
Пакування	7	6	8	7	6	5	6	8	6	6	5	5	6	6	7	7	6	6	7	7	127
Імідж компанії виробника	6	6	6	6	7	7	8	8	5	6	5	6	7	7	6	6	7	8	6	6	129

Розраховуємо середній бал по кожному критерию

$$\text{Зовнішній вигляд} = 136 / 20 = 6,8$$

$$\text{Запах} = 129 / 20 = 6,45$$

$$\text{Смак} = 139 / 20 = 6,95$$

$$\text{Енергетична цінність} = 126 / 20 = 6,3$$

$$\text{Маркування} = 164 / 20 = 8,2$$

$$\text{Пакування} = 127 / 20 = 6,35$$

$$\text{Імідж компанії виробника} = 129 / 20 = 6,45$$

Оскільки ціна є економічним показником, в анкеті ставилося окреме питання: «чи вважаєте Ви ціну прийнятною».

Результати відповідей респондентів наведені в табл. 2.11.

Таблиця 2.11 - Результати опитування споживачів щодо значення параметру «ціна»

Параметри продукції	Результати опитування споживачів, бали																				Сума балів
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів»	8	9	7	8	7	8	9	10	8	7	7	8	7	8	9	8	7	7	8	8	158
«Брошнівська хлібопекарня»	7	6	6	6	7	7	8	9	8	7	7	8	8	7	7	8	9	7	8	7	147
"ідеальний товар"	9	10	9	9	10	10	9	9	10	9	10	9	10	10	10	9	9	10	9	9	189

Розраховуємо середнє значення щодо економічного параметру цін.

$$\text{ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів»} = 158 / 20 = 7,9$$

$$\text{«Брошнівська хлібопекарня»} = 147 / 20 = 7,35$$

$$\text{"ідеальний товар"} = 189 / 20 = 9,45.$$

Результати опитування споживачів щодо характеристики товару – еталону наведені в табл. 2.12.

Таблиця 2.12 - Результати опитування споживачів щодо характеристики товару – еталону

Параметри продукції	Сума балів	Середній бал
Зовнішній вигляд	198	9,9
Запах	197	9,85
Смак	196	9,8
Енергетична цінність	195	9,75
Маркування	194	9,7
Пакування	198	9,9
Імідж компанії виробника	197	9,85

Також за результатами опитування споживачів отримане значення показника «Валовий коефіцієнт» (ставилося питання: яка з характеристик хлібу

є для вас найважливіша). Вихідна інформація для розрахунку вагових коефіцієнтів наведена в табл. 2.13.

Таблиця 2.13 - Вихідна інформація для розрахунку показників «Ваговий коефіцієнт» за результатами опитування споживачів.

Параметри продукції	Результати опитування споживачів, бали																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Зовнішній вигляд		x														x				
Запах			x					x							x					
Смак	X			x		x		x				x	x				x		x	
Енергетична цінність					x									x						
Маркування							x											x		
Пакування										x										
Імідж компанії виробника												x								x

Результати опитування показали, що кількість споживачів для яких значущою є відповідна характеристика склала:

Зовнішній вигляд = 2 чол.

Запах = 3 чол.

Смак = 8 чол.

Енергетична цінність = 2 чол.

Маркування = 2 чол.

Пакування = 1 чол.

Імідж компанії виробника = 2 чол.

Розраховуємо валові коефіцієнти для параметру:

Зовнішній вигляд = $2 / 20 = 0,10$

Запах = $3 / 20 = 0,15$

Смак = $8 / 20 = 0,40$

Енергетична цінність = $2 / 20 = 0,10$

Маркування = $2 / 20 = 0,10$

Пакування = $1 / 20 = 0,05$

Імідж компанії виробника = $2 / 20 = 0,10$

Ціна інформація в подальшому буде слугувати базою для визначення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства у співставленні з

продукцією конкурента та ідеального товару. Результати розрахунків подано в табл. 2.14

Таблиця 2.14 - Результати опитування споживачів щодо важливості характеристики хлібу та їх значень

Параметри продукції	Вагові Коефіцієнти	Середній бал за кожною характеристикою продукції		
		ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів»	«Брошнівська хлібопекарня»	Ідеальний товар
Зовнішній вигляд	0,10	8,1	6,8	9,9
Запах	0,15	7,9	6,45	9,85
Смак	0,4	8,2	6,95	9,8
Енергетична цінність	0,1	7,65	6,3	9,75
Маркування	0,1	7,6	8,2	9,7
Пакування	0,05	7,6	6,35	9,9
Імідж компанії виробника	0,1	7,9	6,45	9,85
Разом	1	x	x	x

Результати розрахунків наведені в табл. 2.15.

Таблиця 2.15 - Одичні та групові параметричні індекси за споживчими та економічними параметрами

Параметри продукції	Вагові коефіцієнти	Одичний		Груповий	
		ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів»	«Брошнівська хлібопекарня»	ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів»	«Брошнівська хлібопекарня»
Зовнішній вигляд	0,10	1,19	0,84	0,12	0,08
Запах	0,15	1,22	0,82	0,18	0,12
Смак	0,4	1,18	0,85	0,47	0,34
Енергетична цінність	0,1	1,21	0,82	0,12	0,08
Маркування	0,1	0,93	1,08	0,09	0,11
Пакування	0,05	1,20	0,84	0,06	0,04
Імідж компанії виробника	0,1	1,22	0,82	0,12	0,08
Ціна		1,07	0,84	1,07	0,84
Разом				1,17	0,86
Разом з ціною				1,09	1,03

Результати розрахунків показали, що за споживчими параметрами ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» випереджає «Брошнівська хлібопекарня». Груповий параметричний індекс складає 1,07, що більше за 1, і свідчить про більший рівень конкурентоспроможності продукції ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів». Груповий параметричний індекс складає 1,09, що більший за 1, і свідчить про вищий рівень конкурентоспроможності продукції ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів».

2.4. Аналіз якості продукції

Оцінюючи зміну якості продукції на підприємстві, слід віддавати перевагу об'єктивним і кількісним показникам якості, які забезпечують належну точність визначення стану якості продукції. Найбільш вдалою ілюстрацією цього може бути аналіз показника сортності продукції.

Сортність використовують щодо продукції, в якій допускаються певні несуттєві відхилення деяких ознак і якостей від чинних стандартів і технічних вимог. Зважаючи на кількість передбачених сортів і співвідношення їх у загальному обсязі виробництва, визначають середній показник сортності як за планом, так і фактично. Конкретні дані для аналізу сортності на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» наведено в табл. 2.16.

Таблиця 2.16 - Виконання плану виробництва продукції за сортністю ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів»

Сорт	Посортний коефіцієнт	За планом		Фактично		Виконання плану, %
		Кількість виробів, шт.	Сума, грн.	Кількість виробів, шт.	Сума, грн.	
1-й	1	2871	114850	2949	115000	100,131
2-й	0,9	1843	64500	1912	65000	100,775
3-й	0,8	1693	50800	1759	51000	100,394
Разом	×	6407	230150	6619	231000	100,369

Виконання плану за сортністю можна визначити трьома основними способами:

1. Спосіб першосортних одиниць. Наведені в табл. 2.16 посортіві коефіцієнти (на підставі посортівих знижок) слід помножити на відповідну кількість продукції або показники питомої ваги й одержані суми скласти.

Плановий коефіцієнт сортності дорівнює:

$$K_p = (2871 * 1 + 1843 * 0,9 + 1693 * 0,8) / 6407 = 0,91839$$

Фактичний коефіцієнт сортності дорівнює:

$$K_p = (2949 * 1 + 1912 * 0,9 + 1759 * 0,8) / 6619 = 0,91811$$

Оскільки фактичний показник має величину, меншу за планову, можна зробити висновок, що фактична сортність продукції менша за планову.

2. Спосіб порівняння середньозважених цін. Якщо фактична середньозважена ціна одного виробу більша або дорівнює плановій, план за сортністю вважається виконаним.

Планова ціна виробу: $230150 : 6407 = 35,92$ (грн.).

Фактична ціна виробу: $231000 : 6619 = 34,90$ (грн.).

Виконані розрахунки свідчать також про не виконання плану за сортністю.

3. Спосіб порівняння виконання плану у вартісному та натуральному вимірі. Випередження рівня виконання плану у вартісному вимірі — 100,131% підтверджує факт виконання плану за сортністю.

З наведених вище трьох способів найбільш універсальним є спосіб першосортних одиниць, оскільки він практично виключає вплив зміни асортименту продукції.

Насамкінець виконують розрахунок впливу зміни кількості та якості продукції на обсяг її випуску у вартісному вимірі.

Розрахунок факторів:

1) зміна кількості виробленої продукції

$$(6619 - 6407) \cdot 35,92 = + 7602,76 \text{ (грн.)};$$

2) зміна якості (сортності) продукції

$$(34,90 - 35,92) \cdot 6619 = -6752,76 \text{ (грн.)}$$

Разом: + 850 грн.

Перевірка розрахунку: $231000 - 230150 = 850$ (грн.).

Конкретні дані для аналізу сортності на «Брошнівська хлібопекарня» наведено в табл. 2.17.

Таблиця 2.17 - Виконання плану виробництва продукції за сортністю «Брошнівська хлібопекарня»

Сорт	Посортний коефіцієнт	За планом		Фактично		Виконання плану, %
		Кількість виробів, шт.	Сума, грн.	Кількість виробів, шт.	Сума, грн.	
1-й	1,00	123 750	4 950 000	121 935	5 121 252	103,46
2-й	0,90	82 857	2 900 000	83 763	3 015 456	103,98
3-й	0,80	3 333	100 000	7 344	234 992	234,99
Разом	×	209 940	7 950 000	213 041	8 371 700	105,30

Виконання плану за сортністю можна визначити трьома основними способами:

1. Спосіб першосортних одиниць. Наведені в табл. 2.17 посортні коефіцієнти (на підставі посортних знижок) слід помножити на відповідну кількість продукції або показники питомої ваги й одержані суми скласти.

Плановий коефіцієнт сортності дорівнює:

$$K_p = (123\,750 * 1 + 82\,857 * 0,9 + 3\,333 * 0,8) / 209\,940 = 0,95736$$

Фактичний коефіцієнт сортності дорівнює:

$$K_p = (121\,935 * 1 + 83\,763 * 0,9 + 7\,344 * 0,8) / 213\,041 = 0,95379$$

Оскільки фактичний показник має величину, більша за планову, можна зробити висновок, що фактична сортність продукції більша за планову.

2. Спосіб порівняння середньозважених цін. Якщо фактична середньозважена ціна одного виробу більша або дорівнює плановій, план за сортністю вважається виконаним

Планова ціна виробу: $7\,950\,000 : 209\,940 = 37,87$ (грн.).

Фактична ціна виробу: $8\,371\,700 : 231\,041 = 39,30$ (грн.).

Виконані розрахунки свідчать також про виконання плану за сортністю.

3. Спосіб порівняння виконання плану у вартісному та натуральному вимірі. Випередження рівня виконання плану у вартісному вимірі — 103,46% підтверджує факт виконання плану за сортністю.

З наведених вище трьох способів найбільш універсальним є спосіб першосортних одиниць, оскільки він практично виключає вплив зміни асортименту продукції.

Насамкінець виконують розрахунок впливу зміни кількості та якості продукції на обсяг її випуску у вартісному вимірі.

Розрахунок факторів:

1) зміна кількості виробленої продукції

$$(213\,041 - 213\,041) \cdot 37,87 = + 117400,33 \text{ (грн.)};$$

2) зміна якості (сортності) продукції

$$(39,30 - 37,87) \cdot 213041 = 304299,67 \text{ (грн.)}$$

Разом: + 421700,00 грн.

Перевірка розрахунку: $8\,371\,700 - 7\,950\,000 = 421700$ (грн.).

Отже, на ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» фактична сортність продукції менша за планову. Виконані розрахунки свідчать також про не виконання плану за сортністю. Випередження рівня виконання плану у вартісному вимірі — 100,131% підтверджує факт виконання плану за сортністю. На «Брошнівська хлібопекарня» фактична сортність продукції більша за планову. Виконані розрахунки свідчать також про виконання плану за сортністю. Випередження рівня виконання плану у вартісному вимірі — 103,46% підтверджує факт виконання плану за сортністю.

2.5. Вплив чинників на якість та конкурентоспроможність продукції харчової галузі

В Україні виробляють широкий асортимент хлібобулочних виробів, що відрізняються за складом сировини, формою, масою, способом випікання.

Відповідно до номенклатури групового асортименту виробів хлібопекарної промисловості гатунки виробів об'єднані в 14 груп.

Укрупнена номенклатура хліба та хлібобулочних виробів має кілька масових, традиційно популярних у населення груп: хліб із пшеничного борошна; хліб із житнього борошна; хліб із суміші житнього і пшеничного борошна; булочки, здобні, бараночки та сухарні вироби. Але на кожному хлібопекарному підприємстві є власна асортиментна програма.

Одна з особливостей хлібопекарної галузі харчової промисловості - умовно постійний попит на продукцію, яку виробляють. Це пов'язано з історично сформованою специфікою харчування населення України, адже хліб для нас є обов'язковим складником харчування, не доповненням до їжі, а основним продуктом. Ні для кого не секрет, що в сучасних економічних умовах населення чітко поділене за матеріальним принципом. Існують прошарки населення, і нині це більша його частина, для яких, через дорожнечу інших продуктів харчування хліб - основна страва. Тому для даної категорії споживачів доволі часто, головним чинником при виборі хлібобулочної продукції стає її не якість, а вартість.

У таких випадках зовнішні характеристики, зокрема пакувальна обгортка, її дизайн тощо не мають значення. Високоякісних характеристик потребують споживачі з певним рівнем достатку. В цьому випадку важлива не вартість продукції, а її якісні властивості й задоволення специфічних смакових уподобань (хліб із родзинками, горіхами, курагою тощо). Споживачів цієї категорії цікавлять нетрадиційні види продукції, наприклад, поєднання раніше непоєднаних компонентів - «різнокольоровий» хліб. Суттєве значення мають зовнішній вигляд виробів, наявність та дизайн пакувальних матеріалів (не лише плівка, а й коробочки, пластикові лотки й ін.).

Розширення асортименту продукції хлібопекарного виробництва викликане різними вимогами окремих категорій споживачів. Зростанню асортименту хлібобулочної продукції також сприяє жорстка конкуренція серед підприємств галузі, бо випуску лише основних видів хліба та кількох десятків одиниць здобної продукції стає замало для задоволення споживчого попиту.

Протягом останнього часу загострюються питання здорового способу життя й споживання лише природних харчових продуктів, і, як результат, виникає необхідність розроблення нових, раніше навіть не відомих нашим споживачам видів продукції, зокрема низькокалорійного хліба, хліба з борошна грубого помолу, хліба з висівками тощо. Зростання асортименту хлібобулочної продукції потребує збільшення й розширення номенклатури сировини, необхідної для його підтримання.

В умовах ринкової економіки і, відповідно, конкурентної боротьби необхідна вища якість продукції, одним із основних напрямків гарантування чого є розроблення ефективних заходів для підвищення мікробіологічної безпеки хлібобулочних виробів. Розв'язання цієї проблеми неможливе без попередження мікробіологічного псування таких виробів - пліснявіння і картопляної хвороби.

Характерною особливістю харчової галузі промисловості, зокрема хлібопекарної, є те, що кінцевий продукт доволі швидко псується. Хлібобулочна продукція надзвичайно швидко втрачає смакові, зовнішні та органолептичні властивості, тобто терміни її споживання та зберігання обмежені.

Також характерною рисою випуску хлібопекарної продукції нині є зменшення ваги кінцевого виробу. Оскільки асортимент хлібобулочних виробів розширився, споживачі мають змогу купувати кілька різних видів за смаком, не турбуючись про те, що вони зіпсуються. Крім того, розширена й цілодобово діюча торгова мережа для придбання хлібобулочних виробів усуває необхідність купувати великі буханки хліба.

Простеживши динаміку зміни цін на сировину (табл. 2.18) для хлібопекарного виробництва, можна помітити тенденцію до її зростання. Розширення асортименту приводить до необхідності закупівлі сировини вищої якості та різних її видів.

Таблиця 2.18 - Ціна за борошно у 2021 році

Товар	12.2020	03.2021	06.2021	09.2021	12.2021
Борошно пшеничне (кг)	12,70	14,14	14,33	14,38	15,01

Виробництво хліба та хлібобулочних виробів чітко регламентоване уніфікованими рецептурами і передбаченими інструкціями технологічного режиму.

Технологічними є ті матеріали, які застосовують безпосередньо у виробничому процесі, оскільки їх використання обумовлене технологією виробництва конкретних видів виробів. Їх застосовують у вигляді сировини, основних матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів, технологічних палива й енергії, що становлять речову основу готової продукції.

Технологічним сировині й матеріалам властиві як натурально-речові, тобто кількісні, так і якісні характеристики. Ці характеристики необхідно фіксувати і враховувати в первинному обліку й визначати їх вплив на отримання готового продукту або стадії технологічного процесу.

Базовою сировиною при виготовленні хлібобулочної продукції є борошно, що зумовлює специфіку його використання. Державні стандарти на борошно хлібопекарне пшеничне і житнє передбачають визначення таких показників його якості, як колір, смак, запах, відсутність хрусту при розжовуванні, величина частинок, вологість, зольність, вміст сирої клейковини та її властивості, незараженість амбарними шкідниками, металеві домішки.

Із метою підвищення біологічної цінності та поліпшення зовнішнього вигляду, смаку й аромату хлібобулочних виробів у рецептурах використовують додаткову сировину: цукор, молокопродукти, пекарські жири, ферментні препарати, різні види патоки, повидла тощо.

Як відомо, продукція хлібопекарних виробництв підлягає суворому контролю якості, тому й вимоги до якості сировини для її виготовлення дуже жорсткі. При формуванні складу виробничих запасів обов'язковою умовою є їх якісні характеристики відповідно до ДЕСТів і технічних умов і наявність сертифікатів, що підтверджують дотримання згаданих вимог. Крім того, кожна партія сировини, що потрапляє на підприємство, підлягає внутрішнім лабораторним дослідженням.

Наведені у технологічних інструкціях параметри технологічного режиму на асортимент продукції, що виробляють, за необхідності корегують залежно від

якості борошна та іншої сировини, а також умов виробництва, ступеня його механізації, технічного стану обладнання тощо.

Нормативно-правова база, що регламентує діяльність хлібопекарських підприємств:

- Закон України від 18.05.2017 № 2042-VIII - «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин»

- Закон України від 22.07.2014 № 1602-VII - «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів»

- Закон України від 21.06.2012 № 5007 – VI «Про ціни і ціноутворення»

- Закон України від 24.06.2004 № 1877 – IV «Про державну підтримку сільського господарства України»

- Закон України від 23.12.1997 № 771/97–ВР «Про безпечність та якість харчових продуктів».

Отже, з наведеного можна зробити висновок, що у хлібопеченні - короткий виробничий цикл. Для хлібобулочних виробів із пшеничного борошна максимальна тривалість виробничого процесу становить 6-9 годин, для пшенично-житнього - 10-12 годин, для житніх сортів хліба - 36 годин.

Враховуючи, що виробництво хлібобулочної продукції - безперервний процес, постійне безперебійне постачання сировини є обов'язковою умовою. Для виконання цієї умови постійно наявний запас борошна має бути таким, який достатній для роботи підприємства не менше 7 діб, солі та дріжджів - не менше 3 діб. Отже, хлібопечення можна охарактеризувати як виробництво з постійним мінімальним рівнем запасів.

Аналіз основних виробничих фондів хлібопекарних підприємств показує, що знос парку технологічного обладнання становить 70-80%. Тому для підтримання обладнання в робочому стані та з метою уникнення простоювання виробництва необхідна значна кількість наявних запасних частин для ремонтів.

Висновки до розділу 2

ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» заснований у 1979 році в місті Івано-Франківськ. «Брошнівська хлібопекарня» заснована у 2014 році в Івано-Франківській області. На ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 4405 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зріс на 196 тис. грн. Чистий прибуток у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 40981 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зріс на 45464 тис. грн. На «Брошнівська хлібопекарня» чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 1107,2 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшився на 7121,7 тис. грн. Чистий прибуток у 2020 році порівняно з 2019 роком зріс на 29,4 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшився на 96,8 тис. грн.

На ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» рентабельність активів протягом 2019 - 2021 рр. зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 62%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 68%. Рентабельність діяльності протягом 2019 - 2021 рр. зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 141840%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 140198%. На «Брошнівська хлібопекарня» рентабельність активів протягом 2019 - 2021 рр. зросла у 2020 році порівняно з 2019 роком на 8%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 1%. Рентабельність діяльності протягом 2019 - 2021 рр. зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 9,99%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 0,05%. На ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» фінансова автономія у 2019 році становила 65%, у 2020 році - 9%, у 2021 році -16%, що свідчить про фінансування діяльності підприємства за рахунок позикових коштів лише на рівні 116%, що є негативним в діяльності підприємства. На «Брошнівська хлібопекарня» фінансова автономія у 2019 році становила 52%, у 2020 році 47%, у 2021 році 95%, що свідчить про фінансування діяльності підприємства за рахунок власних коштів лише на рівні 47-95%, що є

позитивним в діяльності підприємства. На ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» у 2019-2021 роках підприємство мало не стійкий фінансовий стан. На «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2020 роках підприємство мало не стійкий фінансовий стан, у 2021 році – стійкий.

За споживчими параметрами ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» випереджає «Брошнівська хлібопекарня». Груповий параметричний індекс складає 1,07, що більше за 1, і свідчить про більший рівень конкурентоспроможності продукції ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів». Груповий параметричний індекс складає 1,09, що більший за 1, і свідчить про вищий рівень конкурентоспроможності продукції ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів».

На ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» фактична сортність продукції менша за планову. Виконані розрахунки свідчать також про не виконання плану за сортністю. Випередження рівня виконання плану у вартісному вимірі — 100,131% підтверджує факт виконання плану за сортністю. На «Брошнівська хлібопекарня» фактична сортність продукції більша за планову. Виконані розрахунки свідчать також про виконання плану за сортністю. Випередження рівня виконання плану у вартісному вимірі — 103,46% підтверджує факт виконання плану за сортністю.

У хлібопеченні - короткий виробничий цикл. Для хлібобулочних виробів із пшеничного борошна максимальна тривалість виробничого процесу становить 6-9 годин, для пшенично-житнього - 10-12 годин, для житніх сортів хліба - 36 годин. Аналіз основних виробничих фондів хлібопекарних підприємств показує, що знос парку технологічного обладнання становить 70-80%. Тому для підтримання обладнання в робочому стані та з метою уникнення простоювання виробництва необхідна значна кількість наявних запасних частин для ремонтів.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

3.1. Розробка процесу покращення якості та конкурентоспроможності продукції

З метою підвищення рівня конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств недостатньо впровадження лише внутрішніх змін діяльності підприємства. Оскільки на її ступінь мають великий вплив чинники зовнішнього середовища прямого і непрямого впливу, нам першочергово слід звернути увагу саме на ці чинники та розробити ефективний механізм управління ними. Щоб схематично візуалізувати взаємодію сфер впливу на ступінь конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств, нами було визначено основні складові ефективного управління конкурентоспроможністю підприємств хлібопекарської галузі.

Пропонуємо включити до розвитку хлібопекарської галузі на період наступні пункти:

1. Запровадження механізму компенсацій споживачам підвищення вартості соціальних сортів хліба за державний рахунок (доплати до заробітної плати, пенсій, стипендій тощо);
2. Збільшити обсяги забезпечення виробників хлібопродуктів пільговим борошном з Аграрного фонду;
3. Зниження податкової ставки підприємств хлібопекарської галузі для вивільнення коштів на розвиток інноваційної діяльності підприємств;
4. Розробити програму пільгового кредитування підприємств хлібопекарської галузі;
5. Розробити ефективний механізм протидії тіньовій (прихованій діяльності) суб'єктів ринку хліба та хлібобулочних виробів й сприяння його легалізації;
6. Розробити систему державних дотацій на виробництво соціальних сортів хлібобулочних виробів;

7. Сприяти залученню інвестицій у хлібопекарську галузь.

Проте наразі в Україні не створена система розробки та виробництва сучасних машин і обладнання для харчової промисловості та хлібопекарської галузі зокрема. Це зумовлює активізацію основної ідеї розробки стратегічного бачення та місії майбутнього підприємства хлібопекарської галузі, сільського господарства та науково-дослідних установ як співробітництва для спільного використання переваг регіону і виробничих потужностей, проведення спільних досліджень, обміну та узгодження технологічних процесів, просування своєї продукції на вітчизняних і закордонних ринках, створеної продукції об'єднаними зусиллями. Така взаємодія дасть змогу досягти синергетичного ефекту, посилити спільні можливості всіх ланок вітчизняного [4, с.102]

Створення повного виробничого циклу хлібопекарських підприємств, що ґрунтується на взаємодії суб'єктів господарювання (сільське господарство - виробництво та надання якісної й доступної сировини для виготовлення хліба та хлібобулочних виробів; науково-дослідні установи - розробка енерго-, ресурсозберігаючих технологій, нових асортиментних груп тощо) на інноваційній основі, надасть можливості підвищити ступінь конкурентоспроможності, закріпити та/або посилити свою позицію на регіональному ринку хлібопродуктів, за рахунок зниження собівартості продукції, ширини та глибини асортименту, яких вдалося досягти засобами реалізації стратегії інноваційного розвитку.

Процес управління конкурентоспроможністю має охоплювати всі сфери діяльності підприємства з метою формування сталих конкурентних позицій на ринку та забезпечення стратегічної конкурентоспроможності. Тенденції розвитку управління підприємством, викликані науково-технічним прогресом, соціально-культурними змінами, економічними умовами, визначають розвиток і характер змін, що відбуваються.

Також необхідно зазначити, що «тільки інтеграція системи, механізму і процесу стратегічного управління в результаті синергетичного ефекту може забезпечити конкурентоспроможність підприємств хлібопекарської галузі.

Встановлено, що не зважаючи на те, що хлібопекарські підприємства виробляють продукт першої необхідності щоденного вжитку, вони повинні постійно вдосконалювати виробничі процеси, організаційні системи, відносини з постачальниками та споживачами хлібопекарської продукції, налагоджувати зв'язки з науково-дослідними установами з метою розширення асортименту хлібопекарської продукції та технології її виробництва, щоб виробляти й реалізувати якісний продукт оперативніше ніж конкуренти й забезпечити виграшну позицію на ринку хліба та хлібобулочних виробів.

У процесі реалізації хлібопекарської продукції підприємства мають за мету: досягнення максимального прибутку (цінова конкуренція) і забезпечення високої якості основного соціального продукту (нецінова конкуренція), оскільки товаровиробник не повинен нехтувати соціальною відповідальністю перед споживачем у гонитві за прибутком та завжди турбуватися про безпечність продукту, що виробляє.

Маркетинговий підхід до державного регулювання хлібопекарської галузі передбачає підтримку маркетингового інструментарію хлібозаводів та створення умов для виробництва високоякісної конкурентоспроможної продукції: покращення іміджу галузі, стимулювання інноваційної, реінвестиційної діяльності підприємств, сприяння розвитку вертикально інтегрованих організацій регіонального рівня, налагодження взаємозв'язків між ланками створення товарної пропозиції, оптимізація заготівельної та виробничо-збутової діяльності на основі логістичного підходу, удосконалення організаційно-економічного механізму підприємства. [23, с.68]

Основними засобами вирішення ключових проблем є вдосконалення та практичне застосування науково-інноваційного та кредитно-інвестиційного механізмів. Слід також зазначити, що ступінь конкурентоспроможності хлібопекарського підприємства знаходиться у прямій залежності із рівнем конкурентоспроможності галузі, до якої він належить, та рівня конкурентоспроможності продукції, яку він виробляє.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства охоплює наступні функціональні системи: планування управління

конкурентоспроможністю, стратегічної організації і мотивації управління конкурентоспроможністю, стратегічного управління конкурентними перевагами та стратегічного контролю. Інтеграція між окремими підсистемами, компонентами системи управління конкурентоспроможністю забезпечується поглибленням, кооперацією взаємозв'язків між ними і формуванням єдиної узгодженої інформаційної системи. Завдяки функціонуванню інформаційної системи, можливо накопичувати необхідну інформацію, спеціальні знання і управлінський досвід для здійснення розробки конкурентної стратегії, тактики, програми конкурентних дій тощо. Стратегічне управління конкурентоспроможністю має спиратися на передбачення можливих загроз та ризиків, аналіз конкурентних ситуацій в хлібопекарській галузі й на ринку хліба та хлібобулочних виробів, визначати стратегічну конкурентну позицію, розробку заходів щодо зниження негативних наслідків конкурентної боротьби.

3.2. Напрями удосконалення політики інтеграції підприємств харчової галузі

Гарантування продовольчої безпеки держави напряму залежить від розвитку харчової промисловості. Необхідність реалізації потенціалу вказаної галузі в нинішніх соціально-політичних умовах є серйозним викликом для усіх суб'єктів забезпечення інноваційного розвитку промисловості. Попри наявні труднощі, харчова промисловість є одним з найбільш конкурентоздатних секторів економіки, стрімкий розвиток якого важливий для української промисловості.

Прогресивність розвитку харчової промисловості підтверджується статистичними даними. Так, обсяги реалізації від виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів становить більше 20% від загального обсягу реалізованої промислової продукції України.

Науковці М.П. Сичевський та А.Е. Юзефович наголошують, що харчова промисловість є стратегічним чинником соціально-економічного прогресу

суспільства. Науковці звертають увагу, що поряд із гарантуванням соціальної безпеки харчова промисловість надає стабільну підтримку щодо функціонування ринку для сільськогосподарських підприємств і домогосподарств сільського населення; є необхідною складовою агропромислового комплексу.

Дійсно, харчова промисловість має серйозний вплив на економіку держави, обсяг надходжень до бюджетів різних рівнів, розвиток різних галузей вітчизняної промисловості. Водночас як і більшість напрямів державного будівництва, у вітчизняній практиці існує значна кількість проблем, що впливають на потужність національної системи харчової промисловості.

1. Низька якість управління харчовою промисловістю.

Ефективний менеджмент дозволяє якісно стандартизувати роботу підприємства харчової промисловості, упорядкувати управлінські процеси відповідно до вимог ринкової економіки, задовольняючи інтереси суспільства та держави.

Іванечко П.М. розглядає проблеми в управлінні, які виникають на зовнішньому та внутрішньому рівнях (ступінь держави та ступінь підприємства відповідно). Загальними проблемами залишаються існування застарілих методів управління, використання неефективних програм, невідповідність облікового забезпечення та управлінського забезпечення.

Ігнорування процесу впровадження інновацій в управлінську складову розвитку харчової промисловості позначається на ефективному контролюванні, прогнозуванні та прийнятті якісних рішень. Ефективне управління галуззю є одним з актуальних проблем, вирішення якої дозволить оптимізувати процес менеджменту на підприємствах, розширити виробничі потужності та ринки збуту.

2. Недостатні обсяги фінансування, інвестиційні вкладення у розвиток галузей харчової промисловості.

Реалії сьогодення змушують шукати нові інвестиції, які здатні оновити технологічні процеси та технічну базу на підприємствах.

Покращення виробничого потенціалу підприємств та формування потужної системи виробництва продуктів харчування, на переконання науковців,

визначається належним фінансовим забезпеченням. Гальмування розвитку харчової промисловості, відсутність інноваційного оновлення, недостатність ефективних технологій пояснюється неналежним рівнем фінансового забезпечення.

Низьке фінансування не дозволяє оновити застаріле обладнання, забезпечити впровадження інновацій, розкрити потенціал, який історично закладений у розвитку вказаної галузі на теренах України.

Дослідження, проведені О.В. Коваленко, продемонстрували, що обсяги залучених інвестицій є недостатніми і майже не застосовуються на вітчизняних підприємствах. Вкладення в українську промисловість 1% капітальних інвестицій здатне забезпечити підвищення рівня чистого доходу від реалізації продукції в промисловості лише на 0,292%.

Незначні витрати на інновації, низькі обсяги фінансування призводять до зношення основних фондів, зниження ступеня технологічного забезпечення поглиблюють проблемні питання матеріально-технічного забезпечення галузі.

3. Низька якість законодавчих положень, що регламентують особливості функціонування харчової промисловості.

Попри те, що укладання Угоди про Асоціацію передбачало гармонізацію та підвищення стандартів регулювання харчової промисловості, очікуваного вдосконалення не відбулося.

Вихід на європейський ринок збуту залишається значною проблемою галузі, вирішення якої передбачає рішучі та ефективні кроки щодо поширення та використання кращого європейського досвіду регламентації та реалізації політики у зазначеній сфері.

Фахівці вважають, що якісні зміни, пов'язані з гармонізацією українського законодавства з європейським відкриє для українських виробників широкі можливості диверсифікації експорту продукції на світовий та європейський ринок, дозволить бути учасником процесу державних закупівель в ЄС.

4. Складна економічна, політична та епідеміологічна ситуація.

Кризові явища суспільного життя в Україні створюють несприятливу ситуацію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, що впливає на обсяги постачання продукції, інвестиційний клімат, ринки збуту тощо.

Швець Ю.О та Бутенко А.А. переконані, що нестабільна економічна та політична ситуація у країні є значною проблемою, що спричиняє несприятливий клімат для іноземних інвесторів. Це призводить до погіршення економічних показників скорочення попиту і обсягів виробництва продуктів харчової промисловості.

Важливо, щоб навіть у складних умовах управління галуззю харчової промисловості, керівники орієнтувалися на кінцевого споживача та підтримували високі стандарти, які притаманні вітчизняній моделі вказаної галузі господарства.

У Стратегії розвитку експорту продукції сільського господарства, харчової та переробної промисловості України на період до 2026 року виділено також проблеми, пов'язані зі зміною агрокліматичних умов, стимулюванням пропозиції в умовах обмеженого попиту, гарантуванням безпечності продукції, поліпшенням умов доступу вітчизняних експортерів до зовнішнього ринку.

Безумовно, кон'юнктура вітчизняного та зарубіжного ринків повинна братися до уваги при створенні можливостей реалізації продукції з метою розкриття потенціалу агропромислового сектору та забезпечення промислової безпеки держави.

Аналіз стану галузей АПК, проведений Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства у 2020 році, продемонстрував, що збільшення обсягів сільськогосподарської продукції відбулося тільки у 6 областях країни, що змушує переглянути питання практичної реалізації стратегічних орієнтирів у зазначеній сфері.

Потрібно розуміти, що покращення показників це результат не тільки ефективної реалізації програм та заходів, це і державна підтримка, механізми контролю, економічні важелі впливу. Питому вагу також відіграє стимулювання та субсидування товаровиробників.

Надскладні економічні та епідеміологічні проблеми також істотно вплинули на харчову промисловість та агробізнес. Ю. Терещенко переконана, що основними викликами сьогодення є порушення процедури поставок, зниження ефективності торгівлі на міжнародній арені, труднощі в управлінні робочою силою.

Не менш важливою проблемою в умовах пандемії стає забезпечення захисту та підтримки здоров'я працівників харчової промисловості. Чинники забезпечення безпеки працівників, безпеки та якості продукції сьогодні напряму залежать від управлінської складової функціонування галузі.

Беззаперечно, харчова промисловість потребує впровадження дієвих систем управління безпечністю харчових продуктів (СУБХП), заснованих на принципах аналізу небезпеки та критичного контролю, які дозволять харчовій промисловості якісно виконувати свої функції та підтримувати довіру споживачів до безпеки та доступності продуктів харчування в часи складної епідеміологічної обстановки.

Умови ринку стали максимально несприятливими для експорту та ведення міжнародної торгівлі. Застосування різноманітних обмежень має негативний вплив на обсяги постачань вітчизняної продукції.

Безумовно, зміна існуючих умов розвитку галузі зумовили появу нових викликів для виробництва та реалізації продукції харчової промисловості. Водночас невирішеними залишаються проблеми, які і раніше деструктивно впливали на різні сектори та галузі промисловості.

До таких чинників стримувань вчені традиційно відносять:

- недостатній ступінь платоспроможного попиту на харчові продукти;
- диференційовану привабливість галузей харчової промисловості для іноземних інвесторів;
- вплив неконтрольованих та непередбачуваних чинників на результати виробництва;
- недосконалість економічних регуляторів.

Потрібно погодитися, що недостатність оновлення виробничої бази, недостатність доходів населення, неефективність економічних регуляторів,

пріоритетність одних галузей харчової промисловості (олієжирової, тютюнової) над іншими продовжують порушувати стійкість та стабільність вітчизняного промислового виробництва.

Інакше кажучи, в сучасних умовах окрім традиційних викликів, які дестабілізують розвиток харчової промисловості, з'являються нові проблеми, які спричинені обмеженнями та наслідками пандемії COVID-19.

Перспективи розвитку галузі в Україні значною мірою визначатиметься процесами пошуку нових ринків збуту, підвищенням якості продуктів, забезпеченням стійкого інноваційного розвитку.

О. Л. Мармуль вважає, що перспективи розвитку харчової промисловості оцінюються потенціалом зростання галузі, оцінкою обсягу інвестицій, конкурентоспроможності галузі як на внутрішньому, так і зовнішньому продовольчих ринках, стабільністю попиту на продукцію, коливаннями що його супроводжують на короткостроковій та довгостроковій перспективі.

Значною мірою, інноваційна та управлінська складова розвитку харчової промисловості залишатимуться актуальними питаннями перспективного планування

Існує висока ймовірність, що попит на продукцію харчової промисловості не буде таким значним, як раніше, обсяг витрат на продукцію харчової промисловості суттєво скорочуватиметься. Нові шляхи управління ризиками повинні бути адаптовані до змін, які відбуваються у зв'язку з нестабільністю та невизначеністю сучасного стану ринку.

Науковці пропонують такі кроки, які у перспективі будуть корисними для врегулювання процесів, що відбуваються у галузі харчової промисловості. Зокрема, слід:

- проводити моніторинг ринків попиту за допомогою системи гнучких прогнозів;
- розвивати альтернативні джерела постачання продукції;
- створити алгоритми та заходи, що мінімізують наслідки пандемії щодо усунення дисбалансів;
- здійснювати моніторинг ризиків та забезпечити підтримку бізнесу.

Система прогнозування та управлінський вплив істотно впливають на подальше функціонування харчової промисловості в господарському комплексі України. Не потрібно забувати і про створення ресурсної бази, здійснення економічних кроків та процедур, орієнтування на споживача, створення конкурентоспроможної продукції тощо.

Основними чинниками, які визначають тенденції подальшого розвитку харчової промисловості, є наявність сировинних ресурсів, потужностей для розвитку, попиту на продукцію та коштів для фінансування розвитку підприємства.

На порядку денному також знаходиться питання підвищення конкурентоспроможності галузі як на внутрішньому, так і на світовому рівні. Окрім модернізаційних процесів та залучення інвестицій, повинні відбуватися кардинальні зміни в системі управління. Потрібно передбачити застосування механізмів контролю за діяльністю підприємств, розвивати сировинну базу, проводити комплексні заходи щодо впровадження кращих практик використання ресурсів, реалізовувати антикризову політику.

Сьогодні як ніколи необхідно розробити програмний документ, що враховуватиме основні виклики та тенденції розвитку галузі, прогнозуватиме розвиток ринкових відносин та враховуватиме взаємозв'язок харчової промисловості з іншими галузями.

І. М. Семенчук, К. Ю. Мала наголошують на важливості розробки окремої стратегії, щоб визначала би цілі діяльності підприємств харчової промисловості з урахуванням конкурентних переваг та сучасних форм та методів конкурентної боротьби.

Вважаємо, що існує також необхідність розробки загальнодержавного стандартизованого документу, який містив би рекомендації та пріоритети роботи різних суб'єктів реалізації політики в галузі харчової промисловості.

Окремі науковці вважають, що стратегія розвитку харчового підприємства повинна бути спрямована на розширення сфери діяльності цього підприємства з метою отримання додаткового прибутку.

Однак говорити про те, що забезпечення ефективності роботи підприємств обмежується виключно розширенням потужностей та отриманням доходу також можна вважати помилковим. Стратегічне планування повинно дозволити розкрити потенціал підприємства, удосконалити організаційно-управлінську складову, правильно розподілити ресурси, зміцнити позиції підприємства і забезпечити його конкурентоспроможність.

Важливо також оптимізувати виробничі процеси, передбачити механізми реалізації продукції, підвищити якість та безпечність продуктів харчування. Це питання лежить у площині вітчизняних інструментів контролю, що повинні ретельно слідкувати за дотриманням вимог щодо безпеки продукції, її відповідністю стандартам якості.

Отже, проведений огляд проблемних питань функціонування галузі харчових промисловості продемонстрував, що існує ряд проблем управлінського, економічного, нормативного характеру, які деструктивно впливають на розвиток харчової промисловості. Відсутність необхідних інвестиційних вкладень, заходів державної підтримки, створюють несприятливий клімат для розвитку галузі. Глибока економічна, політична та епідеміологічна кризи загострюють існуючі проблем, що дестабілізують роботу підприємств та галузей харчової промисловості, змушують шукати нові можливості функціонування ринку збуту продукції. Особливого значення набуває питання прийняття стратегічного документу, який повинен визначити перспективні напрямки розвитку харчової промисловості у короткостроковій та тривалій перспективі. Перспективи розвитку харчової промисловості напряму залежатимуть від зростання галузі, її конкурентоспроможності, ефективності економічних важелів впливу, розвитку ринкової моделі виробництва, адаптованої до вітчизняних реалій.

Висновки до розділу 3

Пропонуємо включити до розвитку хлібопекарської галузі наступні пункти: запровадження механізму компенсацій споживачам підвищення вартості соціальних сортів хліба за державний рахунок (доплати до заробітної плати, пенсій, стипендій тощо); збільшити обсяги забезпечення виробників хлібопродуктів пільговим борошном з аграрного фонду; зниження податкової ставки підприємств хлібопекарської галузі для вивільнення коштів на розвиток інноваційної діяльності підприємств; розробити програму пільгового кредитування підприємств хлібопекарської галузі; розробити ефективний механізм протидії тіншовій (прихованій діяльності) суб'єктів ринку хліба та хлібобулочних виробів й сприяння його легалізації; розробити систему державних дотацій на виробництво соціальних сортів хлібобулочних виробів; сприяти залученню інвестицій у хлібопекарську галузь.

Існує ряд проблем управлінського, економічного, нормативного характеру, які деструктивно впливають на розвиток харчової промисловості. Відсутність необхідних інвестиційних вкладень, заходів державної підтримки, створюють несприятливих клімат для розвитку галузі. Глибока економічна, політична та епідеміологічна кризи загострюють існуючі проблем, що дестабілізують роботу підприємств та галузей харчової промисловості, змушують шукати нові можливості функціонування ринку збуту продукції. Особливого значення набуває питання прийняття стратегічного документу, який повинен визначити перспективні напрямки розвитку харчової промисловості у короткостроковій та тривалій перспективі. Перспективи розвитку харчової промисловості напряму залежатимуть від зростання галузі, її конкурентоспроможності, ефективності економічних важелів впливу, розвитку ринкової моделі виробництва, адаптованої до вітчизняних реалій. Науковці пропонують такі кроки, які у перспективі будуть корисними для врегулювання процесів, що відбуваються у галузі харчової промисловості. Зокрема, слід: проводити моніторинг ринків попиту за допомогою системи гнучких прогнозів; розвивати альтернативні джерела постачання продукції; створити алгоритми та заходи, що мінімізують наслідки пандемії щодо усунення дисбалансів; здійснювати моніторинг ризиків та забезпечити підтримку бізнесу.

ВИСНОВКИ

Виходячи із дослідження шляхів підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємств харчової промисловості можна дійти наступних висновків:

1. Якість як ступінь відповідності потребам споживача постійно змінюється в часі із зміною вимог та потреб споживачів, і те, що вчора вважалося якісним товаром, сьогодні може не відповідати технічним нововведенням, здатним краще задовольняти потреби споживачів, які вже змінились. Якість як економічна категорія пов'язана із задоволенням потреб споживачів, при цьому продукція володіє множиною властивостей, вимірявши які можемо оцінити якість. Конкурентоспроможність продукції є головною умовою конкурентоспроможності фірми на ринку і важливою основою прибутковості її діяльності. Найчастіше під конкурентоспроможністю продукції мають на увазі: властивість (сукупність властивостей) продукції та його сервісу, яка характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, порівняно з аналогічною продукцією, представленими на цьому ринку; характеристику продукції, що відображає його відмінність від продукції-конкурента за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі та за витратами на її задоволення; спроможність продукції відповідати вимогам даного ринку у період, що аналізується; здатність витримувати конкуренцію на ринку (наявність вагомих переваг над виробами інших товаровиробників).

2. Класифікація показників якості продукції: за кількістю характеризуємих властивостей: одиничні, комплексні, інтегральні; за характеризуємих властивостями: призначення, надійність, економічність, ергономічність, естетичність, технологічність, стандартизації і уніфікації, патентно-правові, екологічні, безпеки; по способу виявлення: в натуральних одиницях (кг, мм, бали та ін.), вартість; за етапами визначення значень показників: прогнозні, проектні, виробничі, експлуатаційні. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції: органолептичні, реєстраційні, вимірювальні, соціологічні; експериментальні; розрахункові; статистичні; аналітичні; маркетингові; прямі; непрямі;

диференційований; комплексний; змішаний; розрахунково-аналітичний метод; матричний метод ("Матриця Нільсена" тощо); графічний метод ("Багатокутник конкурентоспроможності" тощо).

3. Фактори впливу на якість продукції можна об'єднати в 4 групи: технічні; організаційні; економічні; суб'єктивні. Фактори впливу на конкурентоспроможність продукції: техніко-економічні чинники, комерційні чинники, нормативно-правові чинники.

4. Оцінка якості продукції та послуг передбачає 4 етапи. визначення номенклатури показників (властивостей, характеристик), які найповніше і найточніше відображають якість продукції, послуги; вимірювання кількісних та якісних значень відповідних показників якості продукції, послуг; визначення базових показників для порівняння; порівняння результатів вимірювання з базовими показниками якості. Етапи оцінки конкурентоспроможності продукції: проведення маркетингових досліджень по вивченню ринку; формулювання вимог до виробу; визначення мети аналізу конкурентоспроможності; визначення переліку параметрів виробу, що підлягають оцінці; вибір оцінної бази; аналіз технічного рівня виробу, ціни споживання й організаційно-комерційних показників; розрахунок одиничних, групових показників; розрахунок інтегральних показників конкурентоспроможності продукції; розробка техніко-економічних рішень про підвищення конкурентоспроможності виробу; рішення про виробництво та вихід на ринок з пробними продажами.

5. ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» заснований у 1979 році в місті Івано-Франківськ. «Брошнівська хлібопекарня» заснований у 2014 році в Івано-Франківській області. На ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 4405 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зріс на 196 тис. грн. Чистий прибуток у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 40981 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зріс на 45464 тис. грн. На «Брошнівська хлібопекарня» чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився на 1107,2 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком

зменшився на 7121,7 тис. грн. Чистий прибуток у 2020 році порівняно з 2019 роком зріс на 29,4 тис. грн., у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшився на 96,8 тис. грн.

6. На ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» рентабельність активів протягом 2019 - 2021 рр. зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 62%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 68%. Рентабельність діяльності протягом 2019 - 2021 рр. зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 141840%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 140198%. На «Брошнівська хлібопекарня» рентабельність активів протягом 2019 - 2021 рр. зросла у 2020 році порівняно з 2019 роком на 8%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилась на 1%. Рентабельність діяльності протягом 2019 - 2021 рр. зменшилась у 2020 році порівняно з 2019 роком на 9,99%, у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 0,05%. На ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» фінансова автономія у 2019 році становила 65%, у 2020 році - 9%, у 2021 році -16%, що свідчить про фінансування діяльності підприємства за рахунок позикових коштів лише на рівні 116%, що є негативним в діяльності підприємства. На «Брошнівська хлібопекарня» фінансова автономія у 2019 році становила 52%, у 2020 році 47%, у 2021 році 95%, що свідчить про фінансування діяльності підприємства за рахунок власних коштів лише на рівні 47-95%, що є позитивним в діяльності підприємства. На ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» у 2019-2021 роках підприємство мало не стійкий фінансовий стан. На «Брошнівська хлібопекарня» у 2019-2020 роках підприємство мало не стійкий фінансовий стан, у 2021 році – стійкий.

7. За споживчими параметрами ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» випереджає «Брошнівська хлібопекарня». Груповий параметричний індекс складає 1,07, що більше за 1, і свідчить про більший рівень конкурентоспроможності продукції ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів». Груповий параметричний індекс складає 1,09, що більший за 1, і свідчить про вищий рівень конкурентоспроможності продукції ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів».

8. На ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів» фактична сортність продукції менша за планову. Виконані розрахунки свідчать також про не виконання плану за сортністю. Випередження рівня виконання плану у вартісному вимірі — 100,131% підтверджує факт виконання плану за сортністю. На «Брошнівська хлібопекарня» фактична сортність продукції більша за планову. Виконані розрахунки свідчать також про виконання плану за сортністю. Випередження рівня виконання плану у вартісному вимірі — 103,46% підтверджує факт виконання плану за сортністю.

9. У хлібопеченні - короткий виробничий цикл. Для хлібобулочних виробів із пшеничного борошна максимальна тривалість виробничого процесу становить 6-9 годин, для пшенично-житнього - 10-12 годин, для житніх сортів хліба - 36 годин. Аналіз основних виробничих фондів хлібопекарних підприємств показує, що знос парку технологічного обладнання становить 70-80%. Тому для підтримання обладнання в робочому стані та з метою уникнення простоювання виробництва необхідна значна кількість наявних запасних частин для ремонтів.

10. Пропонуємо включити до розвитку хлібопекарської галузі наступні пункти: запровадження механізму компенсацій споживачам підвищення вартості соціальних сортів хліба за державний рахунок (доплати до заробітної плати, пенсій, стипендій тощо); збільшити обсяги забезпечення виробників хлібопродуктів пільговим борошном з аграрного фонду; зниження податкової ставки підприємств хлібопекарської галузі для вивільнення коштів на розвиток інноваційної діяльності підприємств; розробити програму пільгового кредитування підприємств хлібопекарської галузі; розробити ефективний механізм протидії тіньовій (прихованій діяльності) суб'єктів ринку хліба та хлібобулочних виробів й сприяння його легалізації; розробити систему державних дотацій на виробництво соціальних сортів хлібобулочних виробів; сприяти залученню інвестицій у хлібопекарську галузь.

11. Існує ряд проблем управлінського, економічного, нормативного характеру, які деструктивно впливають на розвиток харчової промисловості. Відсутність необхідних інвестиційних вкладень, заходів державної підтримки, створюють несприятливих клімат для розвитку галузі. Глибока економічна,

політична та епідеміологічна кризи загострюють існуючі проблем, що дестабілізують роботу підприємств та галузей харчової промисловості, змушують шукати нові можливості функціонування ринку збуту продукції. Особливого значення набуває питання прийняття стратегічного документу, який повинен визначити перспективні напрямки розвитку харчової промисловості у короткостроковій та тривалій перспективі. Перспективи розвитку харчової промисловості напряму залежатимуть від зростання галузі, її конкурентоспроможності, ефективності економічних важелів впливу, розвитку ринкової моделі виробництва, адаптованої до вітчизняних реалій. Науковці пропонують такі кроки, які у перспективі будуть корисними для врегулювання процесів, що відбуваються у галузі харчової промисловості. Зокрема, слід: проводити моніторинг ринків попиту за допомогою системи гнучких прогнозів; розвивати альтернативні джерела постачання продукції; створити алгоритми та заходи, що мінімізують наслідки пандемії щодо усунення дисбалансів; здійснювати моніторинг ризиків та забезпечити підтримку бізнесу.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ НА ДЖЕРЕЛА

1. Аверчева Н. О. Підвищення якості молока як основа конкурентоспроможності продукції на європейському ринку [Електронний ресурс] / Н. О. Аверчева // Агросвіт. - 2019. - № 22. - С. 19-30. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2019_22_4
2. Аксьонов Є. О. Формування основних ознак продуктивності та якості продукції у кролів за різних технологічних умов : автореф. дис. ... канд. с.-г. наук : 06.02.04 / Аксьонов Євгеній Олександрович ; Нац. акад. аграр. наук України, Ін-т тваринництва. - Харків, 2021. - 23 с.
3. Алімова А. Е. Якість молочної продукції як ключовий фактор забезпечення її конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / А. Е. Алімова // Бізнес Інформ. - 2012. - № 10. - С. 132-136. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2012_10_32
4. Баранник О. А. Якість продукції як один із перспективних напрямів стратегічного розвитку конкурентоспроможності вітчизняних підприємств швейної галузі [Електронний ресурс] / О. А. Баранник // Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка. - 2012. - Вип. 623-626. - С. 166-169. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchu_es_2012_623-626_34
5. Безнощенко Н. О. Підвищення якості продукції як чинник зростання конкурентоспроможності машинобудівного підприємства [Електронний ресурс] / Н. О. Безнощенко // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2013. - Вип. 4. - С. 15-22. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_4_4
6. Безродна С. М. Вплив якості на конкурентоспроможність продукції аграрних підприємств [Електронний ресурс] / С. М. Безродна, В. О. Лаготюк // Агросвіт. - 2016. - № 15-16. - С. 32-36. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2016_15-16_6
7. Білан О. Якість продукції як ключовий чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / О. Білан // Соціально-економічні проблеми і держава. - 2014. - Вип. 2. - С. 55-61. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sepid_2014_2_8

8. Благоразумова О. В. Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Благоразумова, Ю. В. Кошелева, О. О. Лазаренко. // Ефективна економіка. - 2018. - № 11. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2018_11_67
9. Богомолова К. С. Управління конкурентоспроможністю продукції аграрних підприємств рослинницького напрямку : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Богомолова Катерина Сергіївна ; Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. Петра Василенка. - Харків, 2016. - 20 с.
10. Воротніков В. А. Управління конкурентоспроможністю інноваційної продукції машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Воротніков Віталій Анатолійович ; ВНЗ "Ун-т ім. Альфреда Нобеля". - Дніпро, 2017. - 20 с.
11. Данько Ю. І. Механізми підвищення конкурентоспроможності та якості продукції підприємств аграрного сектору економіки [Електронний ресурс] / Ю. І. Данько, Л. В. Слюсарева // Український журнал прикладної економіки. - 2020. - Т. 5, № 1. - С. 379-387. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujae_2020_5_1_46
12. ДСТУ 2925-94. Якість продукції. Оцінювання якості. Терміни та визначення. - Чин. від 01.01.1996. - К.: Держстандарт України, 1995. - 25 с.
13. ДСТУ ISO 9000:2007 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2005, IDT). Чинний від 01.01.2008. - К.: Держспоживстандарт України, 2008. - 28 с.
14. Євтушенко В. Д. Підвищення конкурентоспроможності продукції скотарства сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Євтушенко Володимир Дмитрович ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. - Київ, 2018. - 21 с.
15. Іванченкова Л. В. Якість продукції в системі факторів забезпечення конкурентоспроможності сучасного виробництва [Електронний ресурс] / Л. В. Іванченкова, К. В. Стасюкова // Український журнал прикладної економіки. - 2019. - Т. 4, № 2. - С. 67-75. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujae_2019_4_2_10

16. Кирилюк І. М. Організаційно-економічні рішення та моделі підвищення якості продукції тваринництва в Україні : монографія / Ірина Кирилюк, Євгеній Кирилюк. - Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2020. - 267 с.
17. Кірілеско О. Л. Екологічне землеробство та якість продукції / О. Л. Кірілеско, О. В. Корнійчук ; Ін-т кормів та сіл. госп-ва Поділля НААН України. - Чернівці : Місто, 2018. - 207 с.
18. Кіфоренко О. В. Стратегічні орієнтири конкурентоспроможності продукції на регіональному продовольчому ринку : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / Кіфоренко Оксана Володимирівна ; Одес. нац. акад. харч. технологій. - Одеса, 2015. - 20 с.
19. Клевцова М. О. Методи забезпечення якості продукції на малопотужному кондитерському підприємстві : автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.01.02 / Клевцова Марина Олександрівна ; Нац. техн. ун-т України "Київ. політехн. ін-т ім. Ігоря Сікорського". - Київ, 2019. - 22 с.
20. Книш О. Б. Методологічні основи забезпечення якості незшивного клейового скріплення книжкової продукції : автореф. дис. ... д-ра техн. наук : 05.05.01 / Книш Олег Богданович ; Укр. акад. друкарства. - Львів, 2021. - 48 с.
21. Конкурентоспроможність продукції скотарства і птахівництва України в системі євроінтеграції : монографія / М. М. Ільчук [та ін.]. - Київ : Аграр Медіа Груп, 2015. - 320 с.
22. Кравченко Ю. М. Екологічна безпечність та якість сільськогосподарської продукції та її конкурентоспроможність в умовах міжнародної інтеграції [Електронний ресурс] / Ю. М. Кравченко, В. В. Антощенкова // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. - 2019. - Вип. 202. - С. 84-92. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2019_202_11
23. Кузьома В. В. Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / В. В. Кузьома, С. І. Павлюк // Бізнес Інформ. - 2020. - № 12. - С. 252-258. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2020_12_36

24. Легеза Д. Г. Формування конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських підприємств (теорія, методологія, практика) : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Легеза Дар'я Георгіївна ; Нац. акад. аграр. наук України, Нац. наук. центр "Ін-т аграр. економіки". - К... - 38 с.
25. Лещук Н. В. Методологічні засади формування урожайності та якості товарної продукції і насіння салату посівного (*Lactuca sativa* L.) : автореф. дис. ... д-ра с.-г. наук : 06.01.06 / Лещук Надія Василівна ; Уман. нац. ун-т садівництва. - Умань, 2021. - 53 с.
26. Мідик І.-М. В. Удосконалення методів та розроблення віртуального засобу оцінювання якості продукції овочівництва : автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.01.02 / Мідик Ігор-Михайло Володимирович ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів, 2021. - 20, [1] с.
27. Новіков Д. Ф. Ефективне управління технологіями машинобудівних підприємств – важливий фактор підвищення якості їх продукції, соціальної відповідальності, збільшення прибутку та конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / Д. Ф. Новіков // Бізнес Інформ. - 2019. - № 12. - С. 432-437. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2019_12_62
28. Офіленко Н. О. Дослідження впливу якості на конкурентоспроможність продукції із сурімі імітованої [Електронний ресурс] / Н. О. Офіленко, В. О. Назаренко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Технічні науки. - 2019. - № 1. - С. 99-104. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvpuettn_2019_1_14
29. Палюх О. О. Теоретичні і практичні засади технологічного забезпечення якості книжкової продукції : автореф. дис. ... д-ра техн. наук : 05.05.01 / Палюх Олександр Олександрович ; Нац. техн. ун-т України "Київ. політехн. ін-т ім. Ігоря Сікорського". - Київ, 2021. - 52 с.
30. Пасічник І. Ю. Управління конкурентоспроможністю продукції на основі маркетингової стратегії : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Пасічник Інна Юріївна ; Харків. нац. екон. ун-т ім. Семена Кузнеця. - Харків, 2016. - 20 с.
31. Пилипенко А. А. Конкурентоспроможність продукції промислового підприємства: організація управління та маркетингове забезпечення :

- монографія / [А. А. Пилипенко, О. В. Фартушняк, І. Ю. Пасічник] ; Харків. нац. екон. ун-т ім. Семена Кузнеця. - Харків : Лібуркіна Л. М., 2017. - 275 с.
32. Савіцький А. В. Підвищення якості продукції у забезпеченні конкурентних переваг підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Савіцький Андрій Вікторович ; Хмельниц. нац. ун-т. - Хмельницький, 2015. - 21 с.
33. Сирохман І. В. Безпечність і якість харчових продуктів (проблеми сьогодення) : підручник / Сирохман І. В., Гирка О. І., Калимон М.-М. В. ; Центр. спілка спожив. т-в України, Львів. торг.-екон. ун-т. - Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2019. - 394 с.
34. Степасюк Л. М. Конкурентоспроможність продукції скотарства сільськогосподарських підприємств : [монографія] / Л. М. Степасюк, З. М. Тітенко ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. - Київ : Компринт, 2016. - 250 с.
35. Технологічне забезпечення якості продукції машинобудування : монографія / Є. А. Фролов [та ін.] ; Полтав. нац. техн. ун-т ім. Юрія Кондратюка, Навч.-наук. ін-т інформ. технологій та механотроніки, Каф. технології машинобуд. - Полтава : Технол. центр, 2019. - 201 с.
36. Тітенко З. М. Конкурентоспроможність продукції скотарства сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Тітенко Зоя Миколаївна ; Кабінет Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. - Київ, 2015. - 21 с.
37. Ткаченко Т. І. Багаторівнева ієрархічна система контролю якості продукції на комбікормових підприємствах : автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.01.02 / Ткаченко Тарас Ігорович ; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. - Київ, 2016. - 18 с.
38. Трокоз Ю. В. Функціонування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції в умовах європейської інтеграції України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / Трокоз Юрій Володимирович ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. - Київ, 2018. - 23 с.
39. Хатім Е. Вплив якості продукції на міжнародну конкурентоспроможність вітчизняних компаній фармацевтичної галузі [Електронний ресурс] / Е. Хатім //

Проблеми і перспективи економіки та управління. - 2021. - № 4. - С. 136-142. -
Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prcu_2021_4_18

40. Чернишева О. М. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємств шинного виробництва : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Чернишева Олена Михайлівна ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". - Харків, 2016. - 20 с.

41. Шегинський О. В. Вибір показників якості для дослідження конкурентоспроможності промислової продукції (на прикладі синтетичних шкір) [Електронний ресурс] / О. В. Шегинський, П. Я. Кравчук, І. В. Масечко // Товарознавчий вісник. - 2018. - Вип. 11. - С. 160-168. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tvis_2018_11_20

42. Якимчук Ю. М. Трансформація систем управління конкурентоспроможністю продукції аграрних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Якимчук Юлія Миколаївна ; Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. Петра Василенка. - Харків, 2018. - 20 с.

ДОДАТКИ

БІБЛІОГРАФІЧНА ДОВІДКА

Тема магістерської роботи «Шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємств харчової промисловості».

Обсяг пояснювальної записки 99 сторінок.

Перелік графічного матеріалу:

1. Мета і завдання магістерської роботи.
2. Структура майна підприємства ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів».
3. Структура майна підприємства «Брошнівська хлібопекарня».
4. Структура пасивів ДП «Івано-Франківський комбінат хлібопродуктів».
5. Структура пасивів «Брошнівська хлібопекарня».
6. Результати опитування споживачів щодо значення параметру «ціна».
7. Інформація для розрахунку показників «Ваговий коефіцієнт» за результатами опитування споживачів.
8. Проблеми, що впливають на потужність національної системи харчової промисловості.
9. Напрями підвищення розвитку хлібопекарської промисловості.

14.12.2022р.

А.Р. Рошко

