

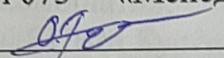
Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра економіки підприємства і виробничого менеджменту

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

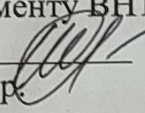
Управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції приватного акціонерного товариства
«Вінницький олійножировий комбінат»

Виконала: студент 4-го курсу, групи МВКД-206
спеціальності 073 – «Менеджмент»

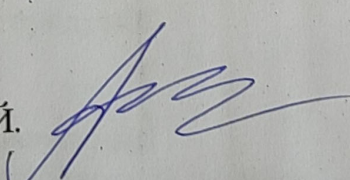
 Горовий О.С.
Керівник: д.е.н., професор кафедри ЕПВМ
 Буреннікова Н.В.

«05» 02 2024 р.

Рецензент: к.е.н., доцент кафедри фінансів та
інноваційного менеджменту ВНТУ

 Ткачук Л.М.
«06» 02 2024 р.

Допущено до захисту
Завідувач кафедри ЕПВМ
к.е.н., професор Лесько О.Й.


«07» 02 2024 р.

Вінниця ВНТУ 2024

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра економіки підприємства та виробничого менеджменту
Рівень вищої освіти І-й (бакалаврський)
Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма – Менеджмент виробничої і комерційної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри ЕПВМ
к.е.н., професор
Лесько О.Й.
«20» 02 2024 р.

ЗАВДАННЯ
НА БАКАЛАВРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
СТУДЕНТА *Горового Олексія Сергійовича*

1. *Тема роботи:* «Управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції приватного акціонерного товариства «Вінницький олійножировий комбінат»».

керівник роботи: к.е.н., професор кафедри ЕПВМ Буреннікова Н.В. затверджені наказом вищого навчального закладу від 11.03.2024 р., № 80.

2. *Строк подання студентом роботи:* 02. 06 2024 року.

3. *Вихідні дані до роботи:* фінансова звітність ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»; методичні вказівки, підручники, навчальні посібники, монографії, статті, тези конференцій, електронні ресурси.

4. *Зміст текстової частини:*

Розділ 1. Теоретичні засади формування системи якості та конкурентоспроможності продукції.

Розділ 2. Аналіз економічної діяльності та ефективності на ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»».

Розділ 3. Рекомендації щодо розробки та реалізації системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

Висновки.

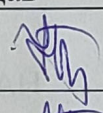
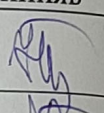
Додатки.

5. *Перелік ілюстративного матеріалу:*

Поняття якості. Фактори, що впливають на якість продукції. Класифікація видів конкурентоспроможності залежно від визначених ознак. Основні операції оцінювання якості продукції. Методи визначення якості продукції. Переваги і недоліки органолептичного методу. Принципи встановлення номенклатури показників. Основні види продукції підприємства ПрАТ «Вінницький ОЖК». Динаміка основних техніко-економічних показників діяльності ПрАТ. Основні

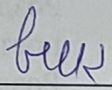
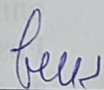
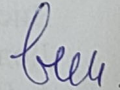
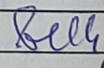
показники балансу. Показники рентабельності. Коефіцієнти фінансової діяльності підприємства. Організаційна структура управління ПрАТ «Вінницький ОЖК». Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища. Матриця SWOT-аналізу. Базові принципи організації виробництва щодо підвищення конкурентоспроможної продукції. Система підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на основі використання організаційних резервів на базі діаграма Ісікави. Оновлена організаційна структура ПрАТ «Вінницький ОЖК». План заходів з підвищення ефективності діяльності підприємства.

6. Консультанти розділів роботи:

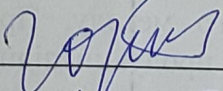
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання Прийняв
Розділ 1	Буреннікова Н.В., професор каф. ЕПВМ		
Розділ 2	Буреннікова Н.В., професор каф. ЕПВМ		
Розділ 3	Буреннікова Н.В., професор каф. ЕПВМ		

7. Дата видачі завдання 20. 22.2024 р.

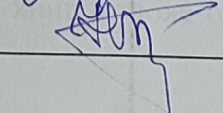
КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Етап 1 Теоретичні засади формування системи якості та конкурентоспроможності продукції		
2	Етап 2 Аналіз економічної діяльності та ефективності на ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»		
3	Етап 3 Рекомендації щодо розробки та реалізації системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції		
4	Здача оформленої роботи на кафедру		

Студент



Керівник роботи



Горовий О.С.

Буреннікова Н.В.

АНОТАЦІЯ

УДК 005:658.8

Горовий О.С. Управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції приватного акціонерного товариства «Вінницький олійножировий комбінат»

Бакалаврська кваліфікаційна робота зі спеціальності 073 – менеджмент, освітня програма – Менеджмент виробничої і комерційної діяльності, Вінниця: ВНТУ, 2024. 67 с.

На укр. мові. Бібліогр.: 39 назв; рис.: 35; табл.: 16.

У бакалаврській кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні засади формування системи якості та конкурентоспроможності продукції; обґрунтування вибору показників та оптимального методу оцінювання якості продукції.

Досліджено економічну діяльність приватного акціонерного товариства «Вінницький олійножировий комбінат», розраховано економічну ефективність діяльності підприємства, проведено оцінювання якості продукції на підприємстві та досліджено організаційну структуру підприємства.

Розроблено рекомендації з підвищення ефективності управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

Ключові слова: управління, якість, конкурентоспроможність, продукція, розробка, реалізація, підприємство, макетування тощо.

A B S T R A C T

Gorovy O.S. Management of the development and implementation of the system for improving the quality and competitiveness of the products of the private joint-stock company " Vinnytskyy oliynozhyrovyy kombinat".

Bachelor thesis on specialty 073 – management, educational program – Management of production and commercial activities, Vinnytsia: VNTU, 2024. 67 p.

In Ukrainian speech Bibliography: 39 titles; Fig.: 35; tab.: 16.

The bachelor thesis examines the theoretical foundations of the formation of the system of quality and competitiveness of products; substantiating the choice of indicators and the optimal method of product quality assessment.

The economic activity of the private joint-stock company "Vinnytskyy oliynozhyrovyy kombinat" was studied, the economic efficiency of the enterprise was calculated, the quality of products at the enterprise was evaluated, and the organizational structure of the enterprise was studied.

Recommendations have been developed to increase the efficiency of management of the development and implementation of the system for improving the quality and competitiveness of products.

Keywords: management, quality, competitiveness, production, development, implementation, enterprise, layout, etc.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	
1.1 Теоретичні питання формування якості продукції: сутність, види та фактори.....	6
1.2 Сутність та структура поняття конкурентоспроможності підприємства....	13
1.3 Обґрунтування вибору показників та оптимального методу оцінювання якості продукції.....	18
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ НА ПрАТ «ВІНИЦЬКИЙ ОЛІЙНОЖИРОВИЙ КОМБІНАТ»	
2.1 Характеристика ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат».....	28
2.2 Аналіз основних фінансово-економічних показників ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат».....	31
2.3 Оцінювання якості продукції на підприємстві	43
2.4 Аналіз організаційної структури ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат».....	48
Висновки до розділу 2.....	51
РОЗДІЛ 3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	
3.1 Обґрунтування вибору загальної стратегії розвитку за результатами SWOT- аналізу підприємства.....	52
3.2 Макетування нової організаційної структури та удосконалення системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Вінницький ОЖК».....	55

3.3 Розрахунок економічного ефекту та терміну	
окупності наданих пропозицій.....	60
Висновки до розділу 3.....	63
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69
Додаток А. Перевірка на антиплагіат.....	72
Додаток Б. Фінансова звітність підприємства: баланс	
ПрАТ «Вінницький ОЖК».....	73
Додаток В. Звіт про фінансовий результат	
ПрАТ «Вінницький ОЖК».....	81
Додаток Д. Ілюстративний матеріал.....	86

ВСТУП

Сучасні вимоги ринкової економіки вимагають від підприємств постійного вдосконалення якості продукції для задоволення потреб споживачів та зміцнення конкурентних позицій, чим і обумовлена *актуальність* теми дослідження. Зважаючи на глобалізацію та зростаючу конкуренцію, ефективне управління якістю продукції стає ключовим чинником успіху та стійкості підприємства на ринку. Це дослідження спрямоване на розробку стратегічних підходів і практичних рекомендацій, що дозволять підприємствам оптимізувати процеси виробництва, підвищити ефективність використання ресурсів, та забезпечити відповідність продукції міжнародним стандартам якості, що в кінцевому підсумку сприятиме зростанню їх конкурентоспроможності та економічної стійкості.

Дослідженням питань організації управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції займалися і продовжують займатися багато зарубіжних та вітчизняних вчених [2-15].

Метою бакалаврської кваліфікаційної роботи є аналіз теоретичних і методичних аспектів управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції і розроблення рекомендацій щодо підвищення її ефективності.

Для досягнення поставленої мети були поставлені такі задачі:

1. Дослідити теоретичні засади формування системи якості та конкурентоспроможності продукції.
2. Провести фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства з метою визначення його фінансового стану.
3. Оцінити якість окремих видів продукції на підприємстві ПрАТ «Вінницький ОЖК».
4. Розробити рекомендації щодо удосконалення управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції

5. Розрахувати ефективність та строк окупності розроблених пропозицій.

Об'єктом дослідження є процес управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності.

Предметом дослідження є удосконалення розробки і реалізації системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємства на ПрАТ «Вінницький ОЖК».

Методи дослідження. При написанні бакалаврської кваліфікаційної роботи використовувалися методи системного аналізу і синтезу; абстрактно-логічний метод; табличний та графічний методи; методи порівняння та узагальнення; методи економічного і фінансового аналізу, монографічні методи та інші.

Інформаційною базою для виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи є навчальні підручники та посібники; монографії та статті у наукових журналах, матеріали наукових конференцій, бухгалтерська звітність підприємства ПрАТ «Вінницький ОЖК», інформаційні ресурси Інтернет тощо.

Практичне значення роботи полягає в тому, що запропоновані рекомендації можуть бути використані як ПрАТ «Вінницький ОЖК», так і іншими промисловими підприємствами України для ефективної розробки системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

Самостійність виконання роботи. Робота виконана студентом самостійно під керівництвом наукового керівника і є завершеною працею.

Апробація результатів. За результатами виконаної бакалаврської кваліфікаційної роботи підготовлено тези доповіді на конференцію.

Пояснювальна записка бакалаврської кваліфікаційної роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, який налічує 39 джерел та 4-х додатків.

Текст пояснювальної записки БДР викладений на 67 сторінках основного тексту, в 16-ти таблицях та на 35-ти рисунках. Бакалаврська кваліфікаційна робота виконана відповідно до затверджених методичних вказівок кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту – ЕПВМ [2].

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

1.1 Теоретичні питання формування якості продукції: сутність, види та фактори

Світовий досвід доводить, що саме в умовах відкритої ринкової економіки, невід’ємним атрибутом якої є гостра конкуренція, висока якість стає головною умовою виживання товаровиробників. Поняття якості є багатограним [2], воно включає в себе сукупність різних елементів (рис. 1.1).

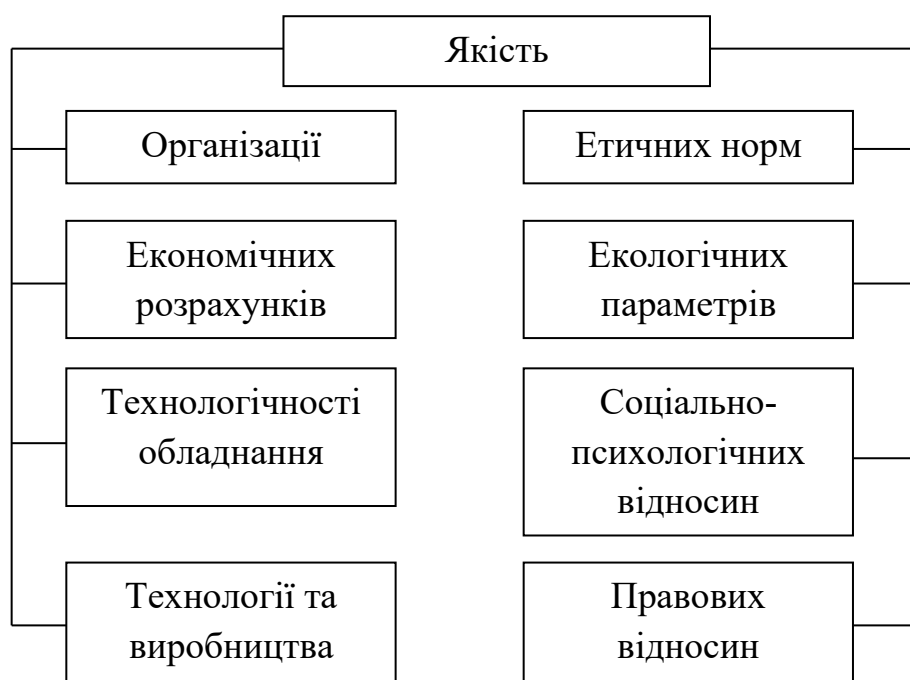


Рисунок 1.1 – Поняття якості

Проблема якості продукції в сучасному світі носить універсальний характер. Від успішності вирішення цієї проблеми, залежить майбутнє як конкретного суб’єкта господарювання, так і економічне та соціальне життя країни. В теперішній час українські стандарти якості лише гарантують безпечність даного товару для життя споживача, не даючи при цьому

об'єктивної оцінки якості товару з урахуванням всіх його властивостей [3-5]. В той же час, якість товару, яка втілюється в його експлуатаційній безпечності і надійності, дизайні, рівні після продажного обслуговування, є основними критеріями при здійсненні купівлі для сучасного споживача, а значить, вони і визначають успіх чи невдачу фірми на ринку, тобто її конкурентоспроможність.

Поняття якості розвивалось протягом багатьох століть. Трактуювання понять якості наведено в таблиці 1.1 [6-20].

Таблиця 1.1 – Трактуювання терміну «якість» різними вченими

Автор	Визначення
1.Аристотель	Якість – поняття завдяки якому предмети отримують свою назву.
2.Гегель	Якість – це властивість предмета, без якої він перестає бути самим собою.
3.В. Шухарт	Якість – це абсолютна оцінка, що визначається сукупністю ознак стійкій відповідності стандартам.
4.Ісікава К.	Якість – похідна від будь-яких вимірних кількісних параметрів продукту.
5.Джуран Дж.	Якість – це придатність для використання.
6.Фейгенбаум А.	Якість визначається як загальна сукупність складних ринкових, технічних, технологічних та експлуатаційних характеристик виробу, завдяки яким виріб буде відповідати очікуваним вимогам споживача при його експлуатації.
7.Дж. Харрінгтон	Якість – визначає якість як задоволення або перевищення сподівань споживачів за прийнятною для нього ціною, тобто це співвідношення корисності і ціни продукту.
8.Ф. Кросбі	Якість – відповідність всім встановленим технічним вимогам.
9.Г. Тагуті	Якість – це «втрати», що несе суспільство з моменту випуску продукції.
10.В.Н. Строїтель	Якість формується під час виробництва, а її рівень визначається після першого впливу на людину.
11.В.М. Золоткін та А.В. Глічев	Якість – здатність задовольняти потреби чи відповідати вимогам споживачів.
12.С.В. Мошенський, О.В. Олійник	Якість – це сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її здатність задовольнити максимальні потреби, чи потреби мінімального характеру споживача.
13.М.І. Шаповал	Якість – сукупність характеристик об'єкта, які стосуються його здатності задовольнити установлені та передбачувані потреби.
14. Міжнародний стандарт ISO 9001	Якість продукції – сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольнити потреби у відповідності з її призначенням
15.Міжнародний стандарт ISO 8402-86	Якість – сукупність властивостей і характеристик продукції чи послуги, які надають їм можливість задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби споживачів.
16.Міжнародний стандарт ISO 9000:2000	Якість – ступінь, до якого сукупність власних характеристик продукції, процесу або системи задовольняє сформульовані потреби або загальнозрозумілі чи обов'язкові очікування.

Проаналізувавши тлумачення поняття «якість», можна зробити висновки, що якість – це складна і універсальна категорія, яка має множину особливостей і різноманітних аспектів. На нашу думку, правильним є таке визначення поняття якості: якість – це характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби.

Управління якістю охоплює частину функцій управління, які спрямовані на досягнення цілей в області якості. Цілі в області якості вимагають створення на підприємстві таких умов, в яких можливо здійснювати контроль, займатись регулюванням якості, відповідати прийнятим вимогам.

Визначення терміну «управління якістю» відображено у таблиці 1.2 [15].

Таблиця 1.2 – Визначення терміну «управління якістю» зарубіжними та українськими авторами

Автор	Визначення
1.Е. Демінг	Управління якістю – це спроможність досягти такого рівня, який буде задовольняти ринок.
2.Управління якістю продукції": 9000- 9004	Управління якістю продукції - це методи і діяльність оперативного характеру.
3.Бурнукіна О.А	Управління якістю - дії, які здійснюються при створенні, експлуатації або споживанні продукції з метою встановлення, забезпечення і підтримки необхідного рівня її якості.
4.Г. І. Капіносов	Управління якістю — скоординована діяльність підприємства, яка полягає у спрямуванні та контролюванні організації щодо якості.

На нашу думку, управління якістю це – певні функції управління, які визначають політику, цілі і відповідальність в області якості, використовуючи такі засоби, як планування якості, оперативне управління якістю, забезпечення якості і поліпшення якості в рамках системи якості.

Управління якістю на підприємстві допомагає вирішувати проблеми виробничого процесу і збільшувати його ефективність, стимулювати діяльність працівників і збільшувати обсяги виробництва продукції.

У поняття «управління якістю» входять наступні аспекти:

1. Загальні аспекти:

- планування на рівні керівників підприємства;
- систематизація документування підприємства;
- використання всіх ресурсів підприємства;
- стандартизація;
- перевірки і контроль;
- підвищення кваліфікації працівників в системі управління якістю продукції.

2. Технічні аспекти:

- відповідність світовим стандартам;
- контроль кожного етапу виробництва на допустимість якості;
- перевірка технічного устаткування;
- регулярне спостереження за технологією.

3. Економічні аспекти:

- управління економікою якості;
- планування грошових витрат на покращення якості.

4. Управлінські аспекти:

- підбір політики і розподіл повноважень;
- розробка методології та методики управління якістю;
- планування кошторису капіталовкладень у якість у річному бюджеті;
- використання останніх науково-технічних розробок і вимог на виробництві;
- контроль за виконанням норм екології і безпеки праці.

Якість продукції залежить від великої кількості факторів, що діють як самостійно, так і в взаємозв'язку між собою, як на окремих етапах життєвого циклу продукції, так і на кількох. Фактори впливу на якість продукції можна об'єднати в три групи (рисунок 1.2)

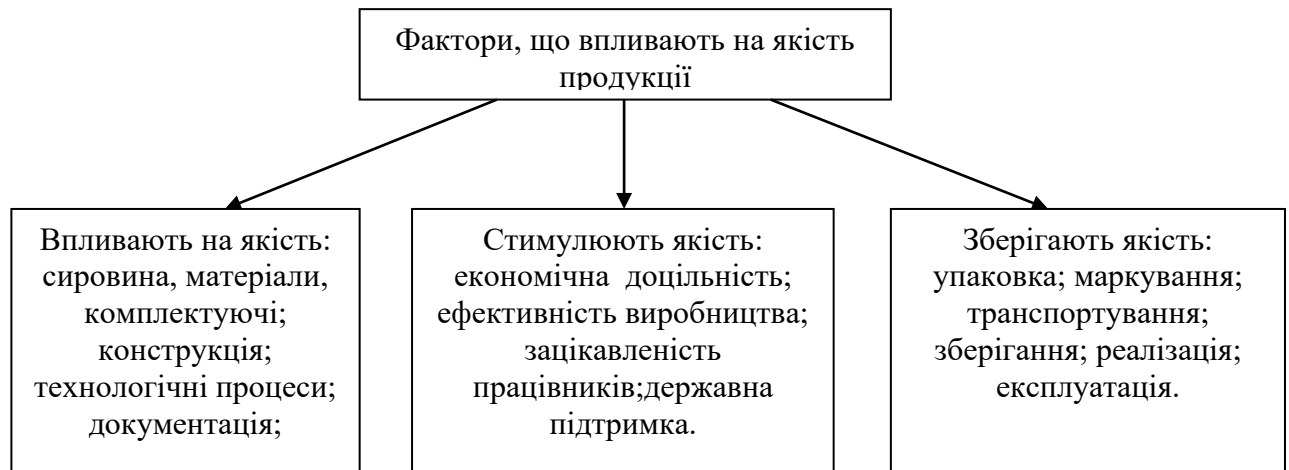


Рисунок 1.2 – Фактори, що впливають на якість продукції

Вимоги до якості – це кількісні чи якісні вимоги до властивостей продукції для можливості їх подальшої реалізації.

Оптимальний рівень якості - це такий рівень, границі якого показують доцільність виробництва продукції.

Покращення якості - заходи, методи, постанови здійснювані на підприємстві для усунення відхилень якості з метою одержання користі як для організації, так і для споживачів.

Програма якості - документ, в якому регламентовано конкретні заходи у сфері якості, послідовність їх проведення для кожного виду продукції.

Планування якості – діяльність підприємства, метою якого є встановлення цілей, вимог щодо якості та до застосування елементів системи якості.

Забезпечення якості – дії, спрямовані на виконання вимог для додаткової впевненості відповідності якості.

Контроль якості – дослідження підприємства метод якого є виявлення та зменшення відхилення в якості продукції.

Модель забезпечення якості - стандартизований набір вимог, поєднаних ціллю задоволення потреб споживача та дотримання якості в конкретній ситуації.

Петля якості - модель взаємопов'язаних видів діяльності, що мають вплив на якість продукції на основних стадіях виробництва, використання, утилізації і базується на зміні показників якості продукції. Вона показує віддзеркалення процесів на кінцевий результат. Загальною якістю результату є сукупність проектної, виробничої і експлуатаційної якості.

Якість роботи включає доцільність прийнятих управлінських рішень, систему планування. Особливе місце посідає якість роботи, безпосередньо пов'язане з випуском продукції.

Піраміда якості – це поняття якості, яке поширюється не тільки на фірми, а й загалом. На будь-якому підприємстві утворюється внутріфірмова ієрархія якості, наочно демонструючи зв'язок якості із загальною ефективністю діяльності. Організації, які виробляють та реалізують ефективними методами високоякісної продукції, отримують значні конкурентні переваги та покращують загальні результати своєї діяльності.

Організаційна ієрархія якості є необхідною умовою для піраміди якості (рисунок 1.3), яка відображає вплив якості продукції на загальний рівень якості підприємства, що відображається на конкурентоспроможності підприємства та його іміджі.



Рисунок 1.3 – Піраміда якості

Споживач і виробник зацікавлені в покращенні кожного рівня піраміди.

Перший рівень – якість продукції: характеризує готову продукцію (товари і послуги), над якою здійснюється перевірка відповідності сертифікатам якості продукції.

Другий рівень – якість діяльності: досліджує якість виробництва і всіх його компонентів (сировина, матеріали, обладнання, виробничі процеси, кваліфікованість працівників).

Третій рівень – якість організації: вона відповідає за якість системи управління, укомплектованість фірми, якість керівників і персоналу.

Четвертий рівень – загальна якість: характеризує якість культури та політико-правової і економічної системи, якість зовнішньої інформації, науки і життя.

Основні види контролю якості:

- виробничий – здійснюється безпосередньо під час виробничого процесу;
- вхідний – контроль за матеріалами та сировиною, яку отримують від постачальника;
- операційний контроль – здійснюється під час технологічних операцій;
- контроль при прийманні продукції – здійснюється після всіх виробничих процесів, а також приймається рішення про подальше його використання;
- інспекційний контроль – здійснюється під час перевірок уповноваженими особами;
- сполошний – контроль кожної одиниці продукції;
- вибірковий згідно державних стандартів України;
- летючий – проводиться випадково і не має обмежень у часі і персоналі.

Отже, управління якістю на підприємствах відповідає за відповідність продукції до стандартів якості і для її забезпечення проводить моніторинг виробництва.

1.2 Сутність та структура поняття конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність підприємства – це сукупність взаємопов’язаних елементів, спрямованих на забезпечення його сильної конкурентної позиції, збереження і розвиток існуючих конкурентних переваг та створення нових.

На конкурентоспроможність підприємства істотно впливає рівень науково-технічного прогресу, ступінь удосконалення торговельно-технологічних процесів, впровадження та використання новітніх технологій і сучасних засобів автоматизації. У цьому контексті доцільно розглянути погляди різних науковців на конкурентоспроможність підприємства [1].

М. Портер вважає, що конкурентоспроможність підприємства відображає відносний рівень ефективності наявних у підприємства різних видів виробничих ресурсів. Конкурентоспроможність – порівняльна характеристика підприємства, що відображає різницю в рівні ефективності використання різних видів ресурсів підприємства порівняно з аналогічними показниками інших підприємств однорідної групи [2].

Б. Карлофф визначає конкурентоспроможність як здатність надавати кращу продукцію, ніж підприємства-конкуренти [3].

Ю. Іванов, з точки зору системного підходу, розглядає поняття конкурентоспроможності як специфічний атрибут виробничо-економічних систем (таких як підприємства), що відображає їх здатність змінювати напрям (рух) або очікуваний режим розвитку. Адаптуватися до впливу зовнішнього середовища в процесі функціонування з метою збереження, трансформації або створення нових конкурентних переваг. Конкурентоспроможність підприємства – це самостійна системна категорія, яка відображає ступінь досягнення підприємством поставлених цілей у процесі взаємодії з факторами зовнішнього середовища.

На думку Р. Фатхуддінова, конкурентоспроможність – це важлива системна характеристика певного об’єкта, яка характеризується ступенем

реального чи потенційного задоволення наявними конкурентними потребами (мета об'єкта) порівняно з аналогічними об'єктами на ринку (певна сфера людської діяльності) [4].

Конкурентоспроможність — це також здатність витримувати конкуренцію на певному ринку. А. Воронкова зазначає, що конкурентоспроможність є характерною рисою суб'єкта ринкових відносин, яка виявляється в процесі конкуренції і дозволяє йому зайняти місце в ринковій економіці для забезпечення розширеного відтворення, яке передбачає покриття всіх витрат виробництва та отримання прибутку. від господарської діяльності.

Погоджуємося з А. Воронковим і зазначаємо, що конкурентоспроможність підприємства — це загальний узагальнюючий показник сталої роботи підприємства, який включає результати діяльності різних виробничих, допоміжних і адміністративних підрозділів, підсистем і задіяних ресурсів.

В. Синько вважає, що конкурентоспроможність підприємства є проявом його порівняльної переваги відносно інших підприємств цієї ж галузі в країні та за кордоном.

А. Градов вважає, що під конкурентоспроможністю розуміється порівняльна перевага підприємства відносно інших підприємств певної галузі в національній економіці та на світовому ринку [5].

З точки зору А. Мазаракі, конкурентоспроможність як категорія відображає створення та реалізацію комплексу конкурентних переваг, притаманних ринковим суб'єктам економічних відносин.

Усі погляди на характеристику поняття «конкурентоспроможність» мають право на існування. Варто зазначити, що конкурентне середовище вимагає від підприємств постійного реагування на зміни ринкової кон'юнктури та пошуку інноваційних рішень для отримання переваг над конкурентами. Більш динамічні компанії швидко освоюють нові види виробництва, нові ринки, а іноді навіть цілі галузі. Якщо ці компанії вчасно виявлять значну загрозу з боку конкурентів, вони також можуть швидко покинути ці галузі або

припинити виробництво продукції. Поведінка клієнтів, структура ринку та динаміка конкуренції є трьома визначальними критеріями відносин між підприємствами та зовнішніми партнерами [6]. Наприклад, зростаюча персоналізація попиту - це зміна ринкового середовища, яка вимагає подальшої сегментації ринку і змушує компанії надавати широкий спектр продуктів або послуг. Ринкові зміни вимагають розширення виробничих планів, що призводить до збільшення витрат на координацію між процесами закупівлі, виробництва, збуту тощо, а відповідно, необхідно вживати ефективних заходів для зниження витрат. Визначення поняття конкурентоспроможності підприємства є проблемою не лише вітчизняної, а й світової економічної науки. Аналіз визначень конкурентоспроможності підприємства показує, що вчені по-різному трактують це поняття [6]. Водночас деякі визначення зводять поняття конкурентоспроможності підприємства до виробництва конкурентоспроможної продукції, фактично ототожнюючи ці два поняття, що є некоректним. Окремі визначення не враховують значення потенційних можливостей підприємств при оцінці їх конкурентоспроможності, що також не повною мірою розкриває сутність економічної категорії, що розглядається.

Варто сказати, що класифікацію видів конкурентоспроможності залежно від визначених ознак наведено на рис.1.4.

Зауважимо, що в сучасних умовах виділяють чотири основні рівні корпоративної конкурентоспроможності, а саме:

- Перший рівень: зосередження лише на виробництві продукції без урахування споживчого попиту;
- Другий рівень: прагнення до того, щоб продукція підприємства відповідала стандартам, встановленим конкурентами;
- третій рівень: ігнорування стандартів конкурентів і поступове отримання галузевих переваг;
- Четвертий рівень: конкурентний успіх залежить не від виробництва, а від менеджменту, і компанія ґрунтовно стає «законодавцем моди» на цьому ринку.

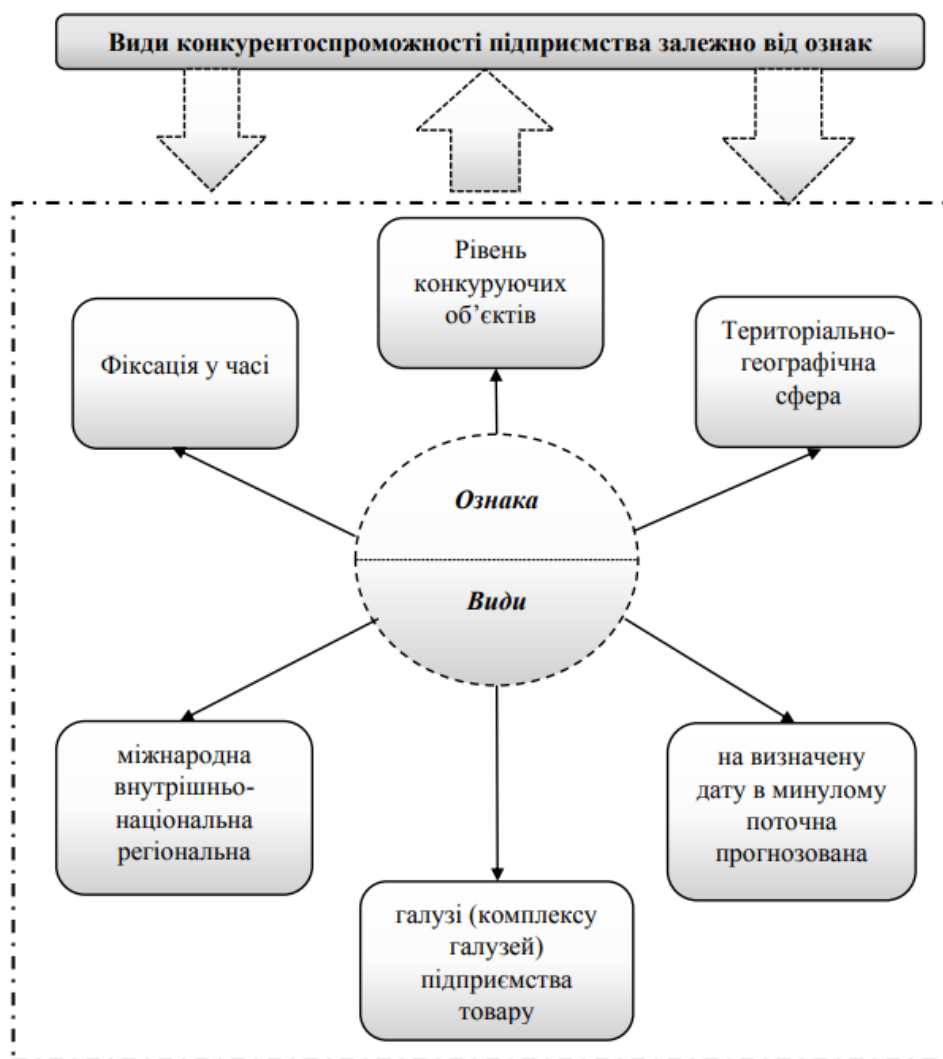


Рисунок 1.4 – Класифікація видів конкурентоспроможності залежно від визначених ознак [17]

При оцінці конкурентоспроможності підприємства, крім розгляду поточних потенційних можливостей підприємства, необхідно також враховувати потенційні можливості підприємства в майбутньому.

Це особливо важливо для вітчизняних підприємств, деякі з яких наразі є неконкурентоспроможними через брак коштів, неефективний менеджмент тощо.

У сучасній економічній літературі, присвяченій вирішенню проблеми виживання та стратегічного успіху підприємства в умовах жорсткої конкуренції, багато уваги приділяється факторам успіху підприємств, особливо

ключовим і ринковим факторам успіху, ключовим можливостям і конкурентним перевагам.

Ключові фактори успіху включають сукупність ринкових і ресурсорієнтованих факторів, які впливають на формування довгострокової конкурентоспроможності компанії і, таким чином, на її стратегічний успіх. Більшість експертів вважають ключовими факторами успіху:

- мають явні характеристики розгалуження;
- є загальними критеріями для всіх підприємств певної галузі [18].

Теоретичні та емпіричні дослідження показали, що набір ключових факторів успіху значно відрізняється в різних галузях. Крім того, вони можуть змінюватися з часом у тій самій галузі через зміни загальної ситуації в галузі. Тому важливим аналітичним завданням є визначення ключових факторів успіху з урахуванням наявних і прогнозованих факторів, умов розвитку галузі та внутрішньогалузевої конкуренції.

Зовнішні аспекти забезпечення конкурентних переваг: ринкові фактори успіху. Сучасні швейцарські та німецькі економісти надають великого значення розробці концепції факторів успіху компаній. Вони поділяють усі ключові фактори успіху, які реалізує компанія, на дві категорії: стратегічні фактори успіху та ключові можливості [18].

Перша група - стратегічні фактори успіху - включає реалізовані фактори успіху, які мають ринкове коріння і безпосередньо сприймаються клієнтами.

Як видно з цього визначення, слово «стратегічний» не відповідає змісту, який вкладають у це поняття ці автори. Тому першу групу факторів правильніше називати «ринковими» факторами успіху. Прикладами факторів ринкового успіху можуть бути: якість товару, додаткові послуги, ціна, в результаті чого споживачі отримують додаткову корисність.

Внутрішні аспекти, що забезпечують конкурентну перевагу: ключові можливості. Друга група – ключові здібності – це набір навичок і технологій, заснованих на явних і неявних знаннях, які забезпечують формування цінності в системі клієнта, є оригінальними по відношенню до конкурентів і

відкривають двері на нові ринки. Їх важко наслідувати та відвернути. Ресурси компанії є ключовими можливостями, якщо їх вибір і поєднання краще, оригінальніше і швидше, ніж у конкурентів. Ключові можливості завжди повинні забезпечувати конкурентні переваги та асиметрію ресурсів по відношенню до ринкових конкурентів [19].

Можливість копіювання конкурентами ключових можливостей призводить до їх знецінення. Конкурентні переваги підприємства можна розділити на внутрішні та зовнішні конкурентні переваги відповідно до джерела, з якого вони створені. Під внутрішніми розуміються внутрішні характеристики діяльності компанії (рівень витрат, продуктивність праці, організація процесів, система управління тощо), які перевершують подібні характеристики переважних конкурентів.

Зовнішня конкурентна перевага означає здатність підприємства створювати більш значну цінність для споживачів своєї продукції, тим самим створюючи можливості більш повного задоволення їхніх потреб, скорочення витрат або підвищення ефективності своєї діяльності. Очевидно, що основою загальної конкурентної переваги підприємства є внутрішні переваги, але це лише потенціал підприємства для досягнення своїх конкурентних позицій.

Зовнішні конкурентні переваги, з одного боку, спрямовують підприємства на розвиток і використання певних внутрішніх переваг, а з іншого – забезпечують підприємствам стійку конкурентну позицію, оскільки вони орієнтовані на цілеспрямоване задоволення потреб конкретних груп споживачів.

1.3 Обґрунтування вибору показників та оптимального методу оцінювання якості продукції

Обґрунтування вибору показників та оптимального методу оцінювання якості продукції починається з визначення рівня якості продукції.

Рівень якості продукції — відносний показник якості, який являє собою порівняння отриманих результатів з нормативними значеннями.

Кількісну оцінку якості продукції здійснюють за допомогою системи показників якості, до складу яких входять трудомісткість, вартість, тривалість процесу проектування, рівень надійності, рівень браку конструкції та технічної документації на виріб.

Для визначення рівня якості продукції необхідний ряд операцій, що включають вибір номенклатури показників якості продукції, визначення значень цих показників і порівняння з основними показниками, за якими можна зробити висновок про яка якість продукції краща.

Завданням кожного підприємства є якість виготовлення продукції та надання послуг. Підприємства повинні виробляти продукцію, що відповідає міжнародним стандартам, а саме:

- чіткі потреби;
- вимоги споживачів;
- чинні стандарти та технічні умови;
- законодавство;
- продається за конкурентною ціною;
- з метою отримання прибутку.

Підвищення якості продукції позитивно впливає на результати діяльності підприємств.

В сучасних умовах господарювання кожне підприємство має впровадити та дотримуватися відповідного комплексного механізму управління якістю продукції.

Для оцінювання якості продукції використовуються дев'ять основних операцій (рис. 1.5).

Майже будь-який метод оцінки якості є комбінованим, який полягає в послідовному або одночасному залученні декількох методів оцінки, які належать до різних групувань (рис. 1.6),

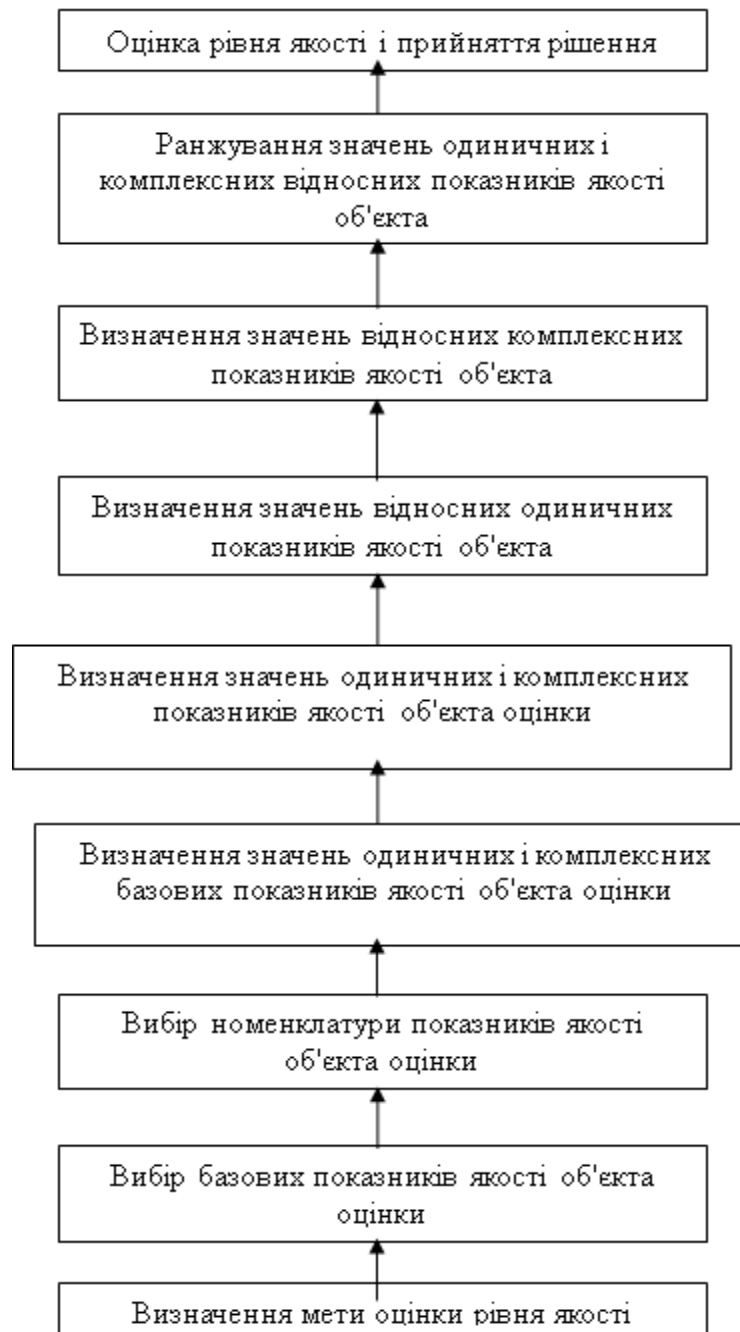


Рисунок 1.5 – Основні операції оцінювання якості продукції

Переваги і недоліки вимірювального методу наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3 – Переваги і недоліки вимірювального методу

Переваги	Недоліки
1.Об'єктивність оцінки	1.Великі затрати
2.Загальноприйняті одиниці виміру	2.Висококваліфікований персонал
3.Зіставлення і відтворюваність результатів	3.Довгоривалість
	4.Складність

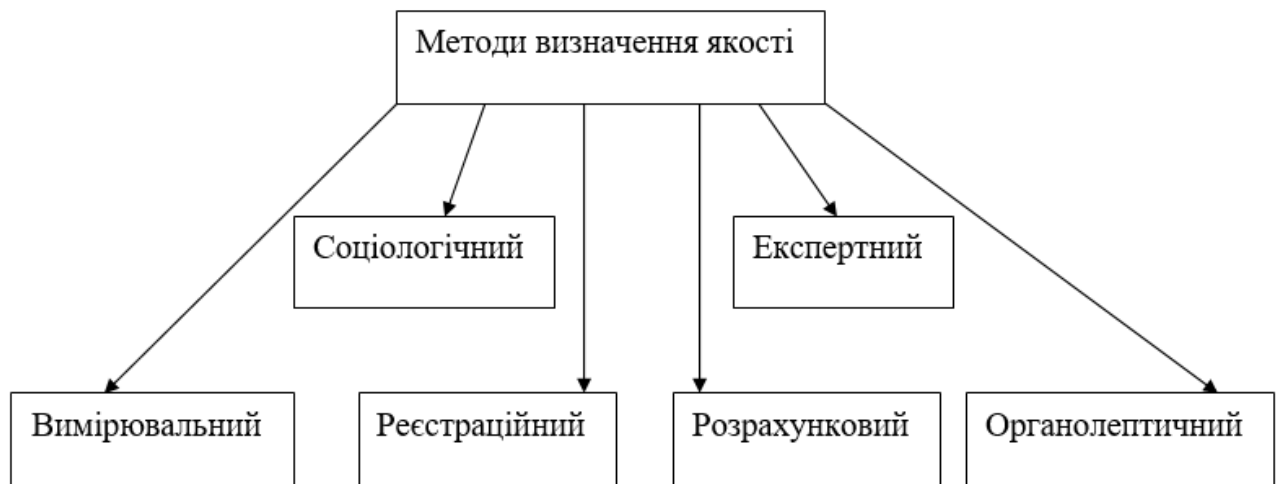


Рисунок 1.6 – Методи визначення якості продукції

Отже, з огляду на табл. 1.3 використання вимірвального методу нерациональне. Його доцільно використовувати, коли без даних, отримуваних за допомогою цих методів, неможливо зробити об'єктивні і достовірні висновки.

Реєстраційний метод (табл. 1.4) використовують для спостереження і підрахунку числа окремих випадків. За допомогою цього методу визначають число браку і кількість дефектних товарів.

Таблиця 1.4 – Переваги і недоліки реєстраційного методу

Переваги	Недоліки
1.Швидкість проведення	1.Обмежене застосування при окремих операціях товарної експертизи
2.Незатратність	2.Неточність

Реєстраційний метод - один з найбільш відомих методів оцінки якості товару. Експерти використовують цей метод шляхом скарг від покупців і кількості обслугованих покупців для дослідження якості торговельного обслуговування.

Реєстраційний метод є одним із найшвидших в проведенні, але неточність результатів не надає нам достовірну інформацію для запровадження покращень.

Органолептичний метод - метод дослідження якості продукції, що використовує органи відчуття людини для визначення зовнішнього вигляду, смаку, запаху, кольору, структури, консистенції продукції (табл. 1.5).

Таблиця 1.5 – Переваги і недоліки органолептичного методу

Переваги	Недоліки
1.Не потрібно додаткове устаткування	1.Субективізм оцінки
2.Доступність	2.Зовнішні умови
3.Можливість швидко формувати загальне уявлення про продукт	3.Характер підготовки проб
4.Простота	4.Особливості дегустатора
5.Оперативність	5.Кількісний склад комісії
6.Невелика кількість продукту	6.Застосування балової системи

Застосування цього методу має суб'єктивний характер, що впливає на точність результатів. Спеціалістів для застосування цього методу не завжди назначають високваліфікованих фахівців.

Соціологічний метод полягає у дослідженні показників якості продукції на основі збору і аналізу думок фактичних і можливих споживачів. Збір думок споживачів відбувається за допомогою опитуванням або розповсюдження спеціальних анкет, проведення конференцій, нарад, виставок, дегустацій.

Цей метод дозволяє досліджувати процеси поширення інформації на ринку, виявляти ставлення споживачів до продукції, нововведень, вивчати ціннісні орієнтації споживачів.

Таблиця 1.6 – Переваги і недоліки соціологічного методу

Переваги	Недоліки
1.Доступність	1.Неточність
2.Низька вартість	2.Субективність
3.Тривалість	

Соціологічний метод, як і реєстраційний залежить від кількості опитаних людей і правдивості їх відповідей, він залежить від людського фактора.

Експертний метод базується на аналізі числових показників продукції, на базі рішень, що приймаються групою спеціалістів-експертів в ризикових або невизначених умовах. Його застосовують в тому випадку, коли неможливо використовувати більш об'єктивні методи, наприклад, інструментальний або розрахунковий, а також для визначення номенклатури показників якості, коефіцієнтів їх вагомості. Використання цього методу можливе при органолептичних спостереженнях та атестації виробу.

Таблиця 1.7 – Переваги і недоліки експертного методу

Переваги	Недоліки
1.Достовірність	1.Високі затрати часу
2.Відтворюваність результатів	2.Трудомісткість
3.Простота	3.Суб'єктивність думок
4.Різносторонній аналіз	4.Обмеженість суджень
5.Отримання узагальненого результату	5.Труднощі в отриманні надійної і узгодженої оцінки

Незважаючи на переваги цього методу, він є досить трудомістким і затратним в часі. Проте результати отримані цим методом є достовірними і різносторонніми для отримання точних результатів.

Розрахунковий метод базується на отриманні інформації за допомогою розрахунків, використовує теоретичні і емпіричні залежності показників якості продукції від її параметрів. Показники якості розраховуються за допомогою математичних формул, за параметрами, знайденим іншими методами.

Розрахункові методи застосовують не лише при дослідженні виробництва, а й при проектуванні та конструюванні виробу. Також цей метод використовується для прогнозування та отримання оптимальних значень.

Для розрахункового методу характерно застосування математичних формул, викладок, економіко-математичних моделей, використання засобів ІТ.

Переваги методу:

1.Точність

2. Не потребує витрат

3. Достовірність

4. Доступність

5. Універсальність

Щодо недоліків, то він один – тривалість процесу перевірки.

Отже, для дослідження якості продукції машинобудування в дипломній роботі ми будемо використовувати розрахунковий метод. Оскільки він допомагає знайти показники, які є достовірними і можуть бути використанні для подальшого дослідження якості продукції. Розрахунковий метод дає змогу дослідити показники і порівняти їх з нормативними, а також з конкурентами цієї галузі. Оцінка якості продукції здійснюється за трьома методами (таблиця 1.9).

Таблиця 1.9 – Методи оцінки якості продукції

Метод	Характеристика
1. Диференційний метод	Використовує одиничні показники і порівнює їх з базовими.
2. Комплексний метод	Застосовує узагальнений показник якості продукції і відображає основне призначення продукції.
3. Змішаний метод	Одночасно використовує одиничні і комплексні показники, коли частково одиничні показники, об'єднані у групи, і для кожної групи розраховується відповідний комплексний показник.

В будь-якого метода є свої переваги та недоліки в використанні. Змішаний метод складний в прийнятті рішення, оскільки в кінцевому результаті головний показник рахується диференційним методом. Комплексний метод не завжди враховує всі властивості продукції, оскільки базується на неоднаковій важливості показників якості. Отже, для аналізу якості продукції буде використано диференційний метод, який розрахує одиничні показники, а потім аналізуючи їх, визначить по ним загальні висновки про якість продукції на підприємстві.

Основні вимоги до показників якості:

- стабільність;

- відповідність потребам споживача;
- використовувати сучасні досягнення науки і техніки;
- характеристика всіх властивостей продукції;
- можливість оцінки на всіх життєвих циклах.

Відповідність цим вимогам базується на таких принципах (рисунки 1.7, 1.8):



Рисунок 1.7 – Принципи встановлення номенклатури показників

Класифікація показників якості продукції продиктована потребою встановлення найбільш можливої кількості потрібних для споживачів властивостей продукції, кількісної оцінки їх рівня, а також потребою у порівнянні окремих видів продукції між собою. Класифікувати показники можна за певними ознаками (табл. 1.10).

Таблиця 1.10 – Класифікація показників якості

Ознака класифікації	Група показників
1. За властивостями, що характеризуються	призначення; надійності; ергономічні; естетичні; технологічності; транспортабельності; стандартизації та уніфікації; патентно правові; екологічні; економічні; однорідності; безпеки.
2. За способом вираження	розмірні одиниці; безрозмірні.

Продовження таблиці 1.10

3. За застосуванням для оцінки	абсолютні; базові; відносні.
4. За кількістю властивостей, що характеризуються	одиничні; комплексні; загальні.
5. За стадією визначення значень показників	прогнозовані; проектні; виробничі; експлуатаційні.
6. За характером встановленого показника	регламентовані; номінальні; межові; оптимальні.
7. За значимістю при оцінці	основні; додаткові.
8. За областю застосування	до одиничної продукції; до сукупності однорідної продукції; до сукупності різнорідної продукції.

Показники призначення характеризують основні функції призначення продукції і корисний ефект її використання. Вони тісно в'язані з показниками надійності.

Щодо методів оцінки конкурентоспроможності продукції, то результати їх класифікація подані на рис 1.8.

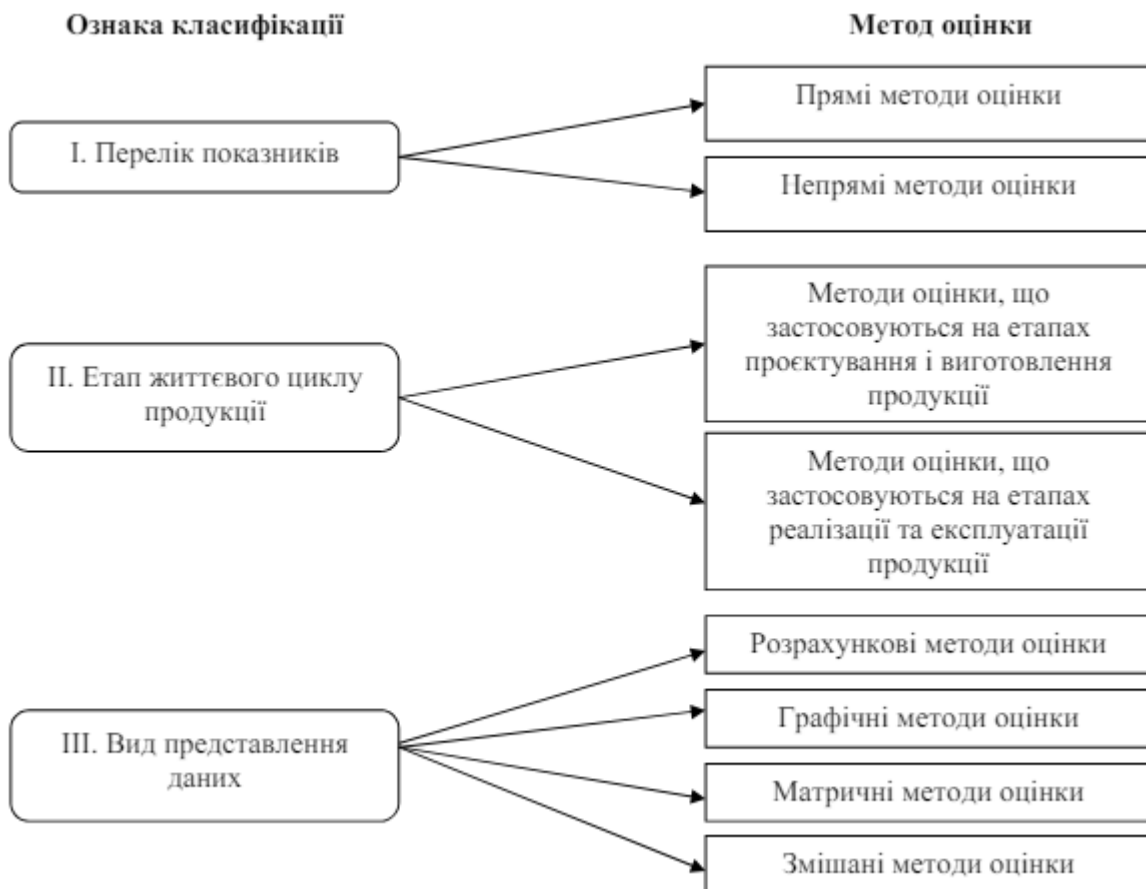


Рисунок 1.8 – Принципи встановлення номенклатури показників

Висновки до розділу 1

Проведений аналіз підходів різних науковців до визначення сутності конкурентоспроможності підприємства дозволяє сформулювати наступне визначення: конкурентоспроможність є узагальненим оцінювальним показником ефективності використання ресурсів і діяльності всіх підрозділів, що визначає здатність підприємства адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Конкурентоспроможність підприємства є одним із ключових індикаторів його стабільності. На підвищення конкурентоспроможності підприємства у внутрішньому та зовнішньому середовищі впливає багато чинників, серед яких одним із найвагоміших є конкурентоспроможність продукції — набір критеріїв, що задовольняють вимоги внутрішнього та зовнішнього ринків (ефективне виконання економічних операцій і вибір методів та засобів виробничо-експортної діяльності, які задовольняють потреби споживачів).

Аналізуючи літературні джерела вітчизняних і зарубіжних авторів, нами було сформовано визначення якості продукції: якість — це сукупність властивостей та характеристик продукту, які забезпечують його здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби.

У цьому розділі досліджено фактори, що впливають на якість продукції, а також види контролю за нею. Проаналізувавши методи оцінки якості продукції та визначивши їхні переваги та недоліки, було обрано розрахунковий метод для подальшого опрацювання, оскільки він дозволяє отримати достовірні показники, які можуть бути використані для подальшого дослідження якості продукції. Розрахунковий метод дозволяє досліджувати показники і порівнювати їх з нормативними, а також з показниками конкурентів у цій галузі.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ НА ПрАТ «ВІННИЦЬКИЙ ОЛІЙНОЖИРОВИЙ КОМБІНАТ»

2.1 Характеристика ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»

Приватне акціонерне товариство «Вінницький олійножировий комбінат» займається переробкою та виробництвом рослинних олій та жирів. Крім того, ПрАТ «Вінницький ОЖК» є одним з найбільших та найпотужніших українських підприємств, що функціонують в цій галузі [29-32]. Початок історії підприємства датується 1951 роком, коли в південно-східній частині міста Вінниця тогочасна влада вирішила розпочати будівництво великого підприємства. Першу продукцію, а саме соняшникову олію, було виготовлено в липні 1955 року. (рис. 2.1) .

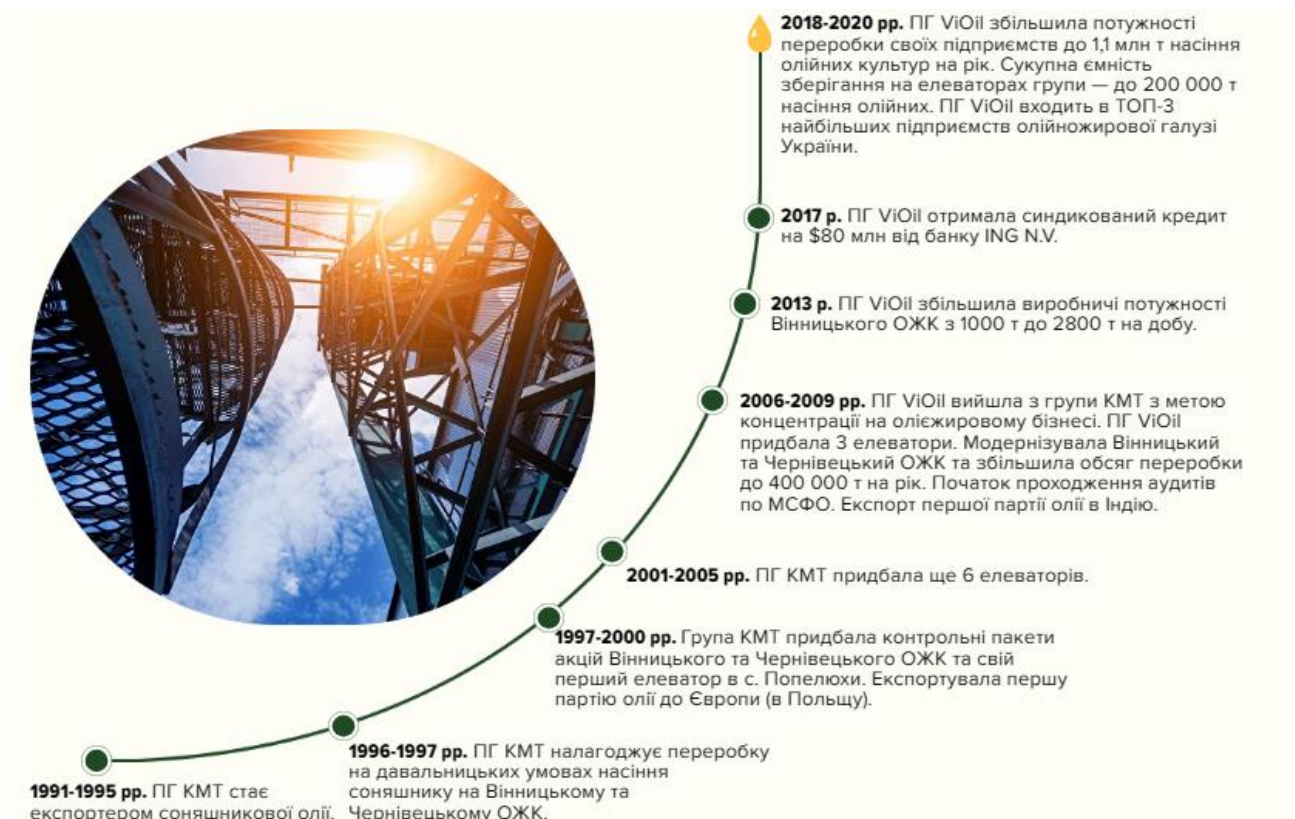


Рисунок 2.1 – Коротка історія становлення ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Сьогодні підприємство спеціалізується на виробництві (рис. 2.2):

- рослинних олій (переважно соняшnikової та соєвої), що мають масовий вжиток серед населення, яке використовує їх в харчових цілях;
- рафінованих олій, що проходять спеціальну обробку з метою очищення продукції від різного роду домішок та запаху. Даний вид олій використовується в харчовій промисловості та косметичній галузі;
- маргарину, що в харчовій промисловості використовується при виробництві кондитерських та хлібобулочних виробів.



Рисунок 2.2 – Основні види продукції ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Сучасне приватне акціонерне товариство було зареєстроване 12 березня 1996 року. Код ЄДРПОУ – 00373758. Місцезнаходження: Україна, Вінницька область, місто Вінниця, вулиця Немирівське шосе. Асортимент продукції, що виготовляє підприємство налічує більше 60 найменувань, що пропонуються на ринку під торговою маркою «Віолія», рис. 2.3.

Комбінат дуже турбується про своїх споживачів, дотримується відповідних стандартів якості як на рівні самого підприємства, так і на рівні держави та постійно поповнює асортимент. Вироблена продукція відповідає нормам ТУ да ДСТУ ISO.

«Вінницький ОЖК» не одноразово був переможцем Всеукраїнського конкурсу якості продукції (товарів, робіт, послуг) «100 кращих товарів України» та переможцем регіонального конкурсу «Краща торгова марка

Поділля». Виготовлена продукція також має величезну кількість нагород, медалей, серед яких «Золоті зірки якості».



Рисунок 2.3 – Торгова марка «Віолія»

Основні моменти політики у сфері якості продукції і послуг безпечності харчових та кормових продуктів представлені на рис. 2.4.



Рисунок 2.4 – Основні моменти політики у сфері якості продукції і послуг

Виробничий комплекс ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» розміщений на промисловій ділянці площею 20,8 га.

Підприємство має на обліку:

- олійноекстракційний завод по переробці насіння олійних культур. Потужність переробки на добу складає 1000 тонн насіння соняшнику, або 600 тонн насіння ріпаку, або ж 355 тонн соєвих бобів;

- олійноекстракційний завод №2 по переробці олійних культур. Відповідно потужність складає: 1300 тонн насіння соняшнику; 1000 тонн насіння ріпаку; 700 тонн соєвих бобів;

- гідрогенізаційний завод добовою потужністю виробництва 140 тонн нерафінованих саломасів та 90 тонн рафінованої дезодорованої олії;

- цех фасування продукції добовою потужністю: фасованої в полімерні пляшки – 30 тонн, фасованих жирів та маргаринів – 60 тонн;

- дільниця гранулювання лушпиння добовою потужністю до 210 тонн;

- елеватор насіння місткістю 24000 тонн насіння соняшнику;

- елеватор шроту місткістю 3200 тонн;

- резервуари для зберігання олії об'ємом 12505 м³ на дільниці олійної сировини потужністю заливу 3000 тонн на добу залізничних цистер та 1300 тонн на добу флекси-контейнерами;

- котельня загальною потужністю 30 тонн пари на годину [39].

Серед основних конкурентів: холдинг «Кернел Групп» (Полтавський олійноекстракційний завод), холдинг «Bunge» (Дніпропетровський олійноекстракційний завод), ТОВ «Дельта Вілмар Україна», ПП «Оліяр», ТОВ «Олсідз Блек Сі».

2.2 Аналіз основних фінансово-економічних показників ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»

Для аналізу результатів діяльності ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» за 2020, 2021, 2022 роки були обрано такі показники: чистий дохід

(виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), чистий прибуток, собівартість реалізованої продукції, валовий прибуток, витрати на збут, адміністративні витрати, загальні витрати підприємства, що подані в таблиці 2.1 [3, 33-38].

Таблиця 2.1 – Динаміка основних техніко-економічних показників діяльності ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»

Показники	Роки			Відхилення			
	2020	2021	2022	2021/2020		2022/2021	
				аб. знач.	%	аб. знач.	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис.грн.	2541681	1762329	1915837	-779352	-30,66	153508	8,71
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн.	2436258	1690515	1722103	-745743	-30,61	[588	1,87
Валовий прибуток, тис. грн.	105423	71814	193734	-33609	-31,88	121920	169,77
Витрати на збут, тис. грн.	78239	79808	92894	1569	2	13086	16,4
Адміністративні витрати, тис. грн.	37274	45107	41308	7833	21,01	-3799	-8,42
Фінансові витрати, тис. грн.	106394	89738	209292	-16656	-15,66	119554	133,23
Витрати на оплату праці, тис. грн.	103840	123615	114957	19775	19,04	-8658	-7
Амортизація, тис.грн.	155579	159708	160952	4129	2,65	1244	0,78
Інші операційні витрати, тис. грн.	128549	116938	106082	-11611	-9,03	-10856	-9,28
Відрахування на соціальні заходи, тис. грн.	22446	26725	24907	4279	19,06	-1818	-6,8
Матеріальні затрати, тис. грн.	1599428	910665	1410706	-688763	-43,06	500041	54,9

Проаналізувавши дані таблиці 2.1, можна побачити, що чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ПрАТ «Вінницький ОЖК» у 2021 році скоротився на 30,66% порівняно із аналогічним періодом минулого року. Проте, у 2022 році даний показник зріс на 8,71%. Відповідно собівартість реалізованої продукції у 2021 році зменшилась на 30,61% відносно

2020 року, але у 2022 році цей показник зріс на 1,87%, що можна побачити на рис. 2.5.

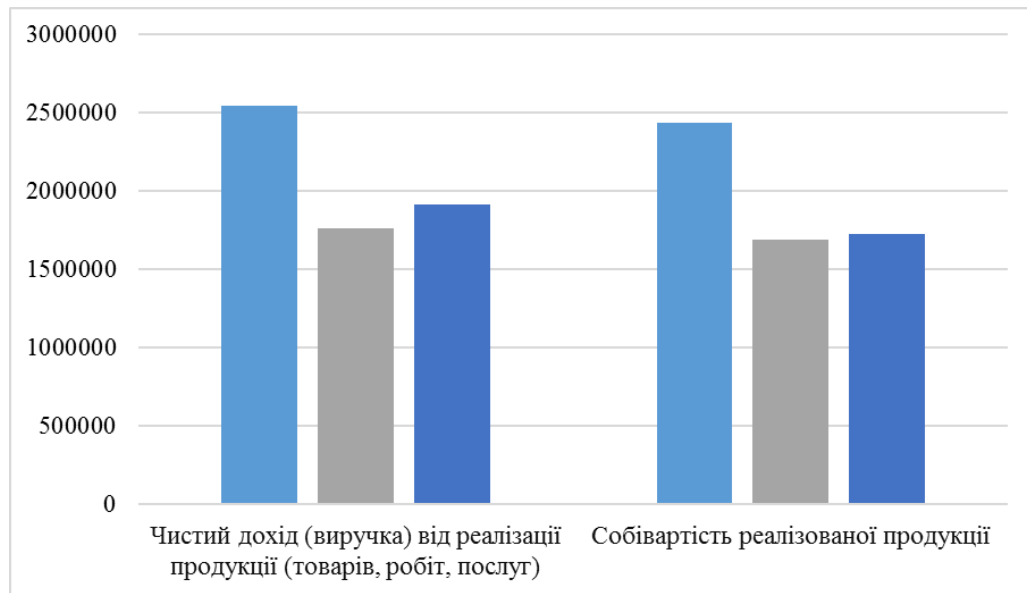


Рисунок 2.5 – Динаміка зміни основних показників діяльності ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»

Як видно з таблиці 2.1, валовий прибуток підприємства у 2021 році зменшився на 31,88% порівняно з аналогічним періодом минулого року. У 2022 році валовий прибуток даного підприємства зріс на 169,77% і становив 121920 тис. грн.

Витрати на збут стабільно зростали впродовж 2020-2022 років. У 2021 році цей показник зріс на 2%, а у 2022 – ще на 16,4%, що зображено на рис. 2.6.

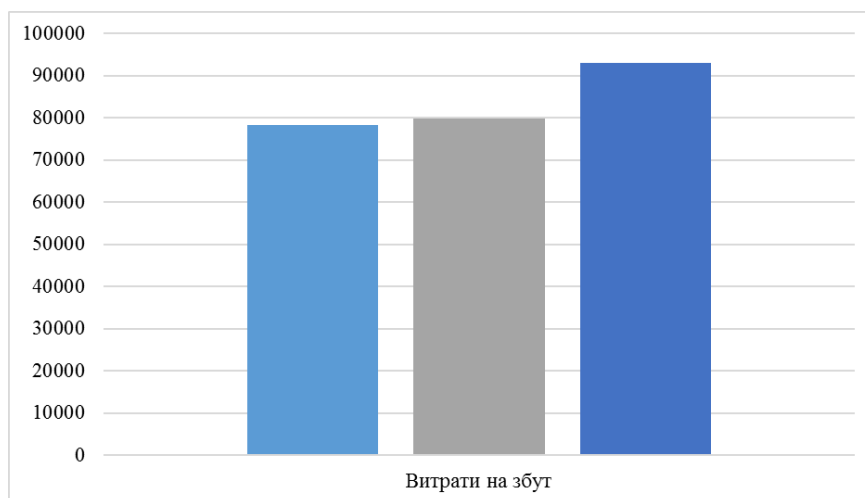


Рисунок 2.6 – Динаміка росту показника «Витрати на збут»

Адміністративні витрати у 2021 році збільшилися на 21,01% відносно 2020 року. Але у 2022 році спостерігається негативна динаміка цього показника – зменшується на 8,42%, що зображено на рис. 2.7.

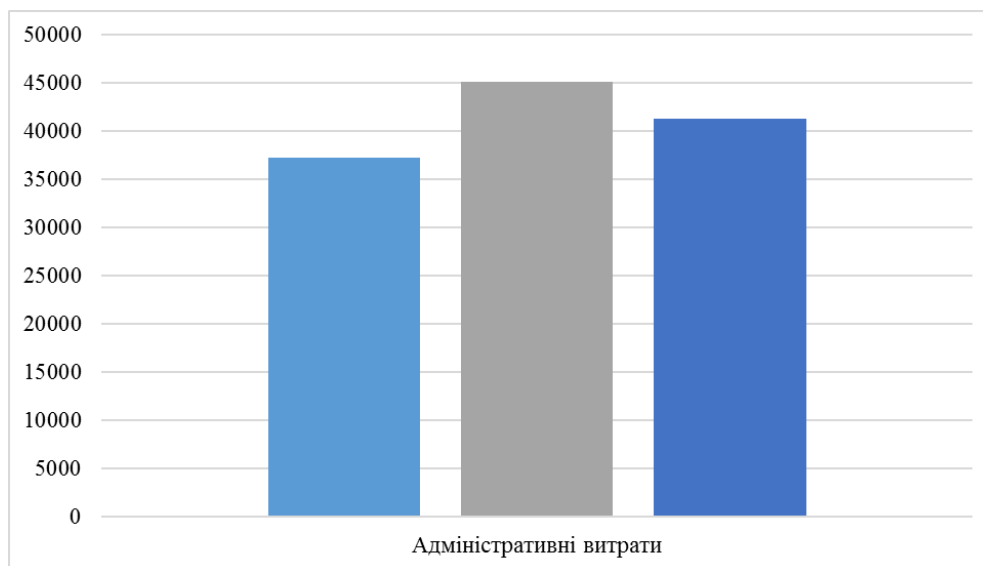


Рисунок 2.7 – Динаміка зміни показника «Адміністративні витрати»

Фінансові витрати у ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» у 2021 році зменшилися на 15,66%, з огляду на аналогічний період минулого року. Натомість у 2022 році показник «Фінансові витрати» різко зріс на 133,23%, що наведено на рис. 2.8.

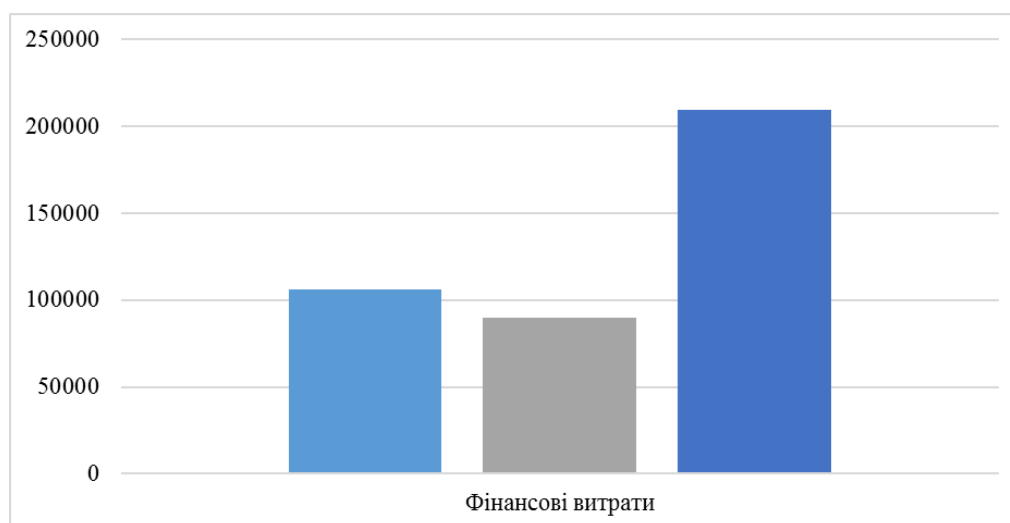


Рисунок 2.8 – Динаміка зміни показника «Фінансові витрати»

Витрати на оплату праці у 2021 році становили 123615 тис. грн., що на 19,04% більше ніж попереднього року. У 2022 році спостерігається негативна динаміка цього показника, що становить 114957 тис. грн., тобто зменшився на 7%. Аналогічна ситуація спостерігається з показником «Відрахування на соціальні заходи». У 2021 році спостерігається ріст даного показника 19,06% порівняно із аналогічним періодом 2020 року. Станом на 2022 рік відрахування на соціальні заходи зменшилися на 6,8%, що відображено на рисунку 2.9.

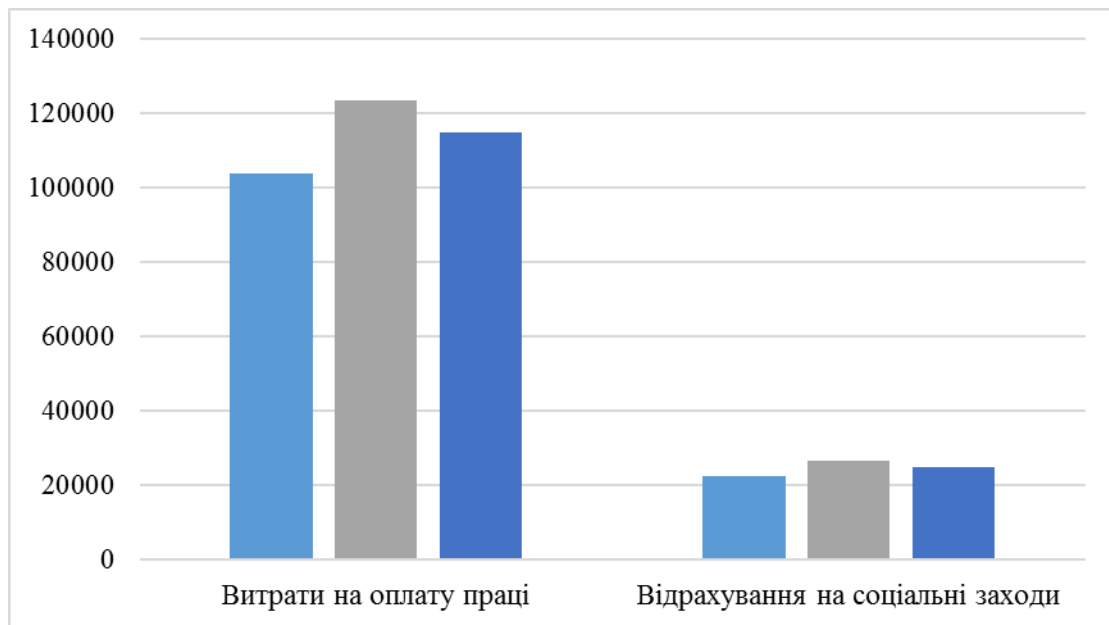


Рисунок 2.9 – Динаміка зміни показників «Витрати на оплату праці» та «Відрахування на соціальні заходи»

Амортизація впродовж 2020-2022 років постійно зростала. Станом на 2021 рік, вона зросла на 2,65%, тоді як в 2022 році – на 0,78%, що можна побачити на рисунку 2.10.

Динаміка спаду у 2021 році порівняно з аналогічним періодом минулого року, спостерігалась у показників «Матеріальні затрати» та «Інші операційні витрати». Матеріальні затрати підприємства за цей період зменшилися на 43,06%, проте у 2022 році можна побачити ріст даного показника на 54,9%. «Інші операційні витрати» знизилися на 9,03% у 2021, і продовжили

знижуватись дані. Відхилення між 2021 роком та 2022 роком становить 9,28%, що відображено на рис. 2.11.

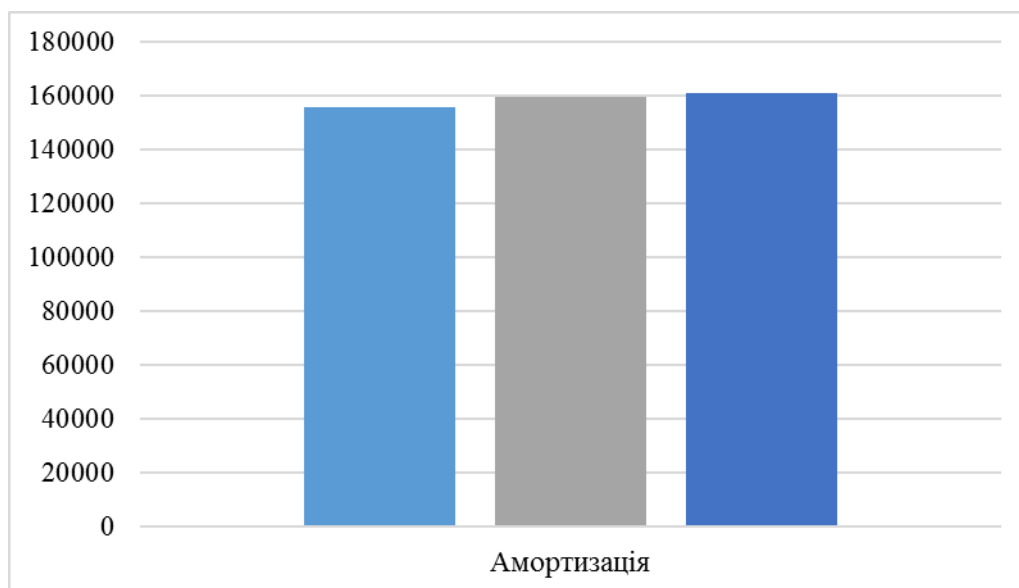


Рисунок 2.10 – Динаміка зміни показника «Амортизація»

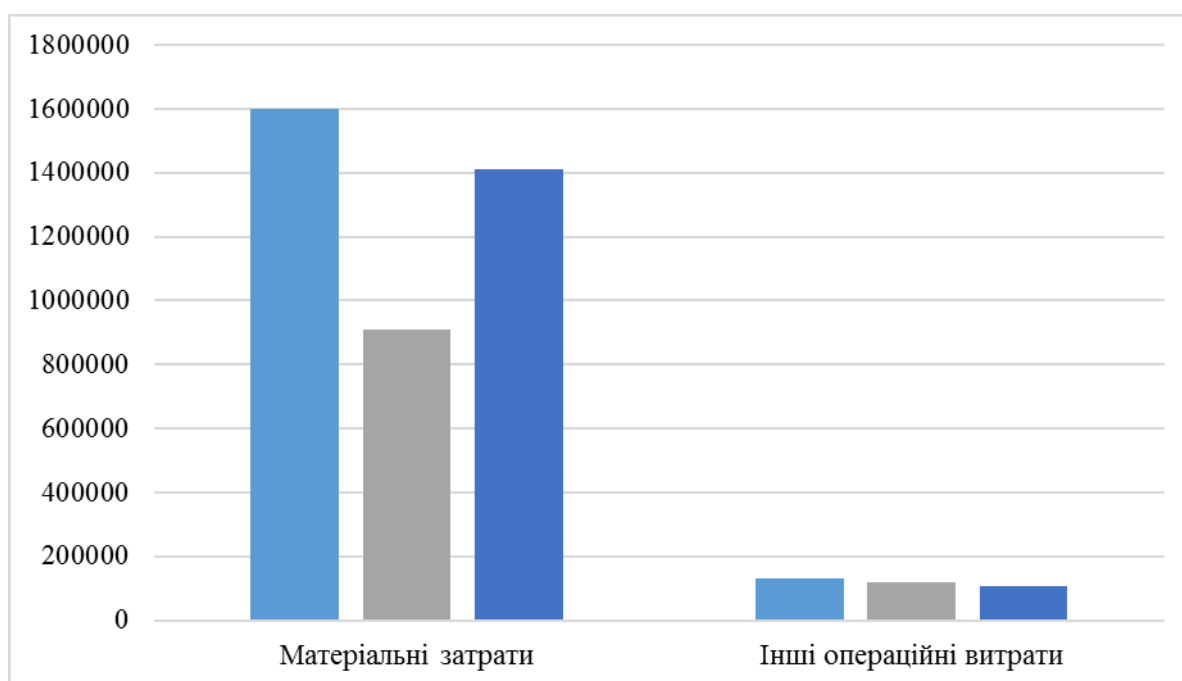


Рисунок 2.11 – Динаміка зміни показників «Матеріальні затрати» та «Інші операційні витрати»

Отже, після проведення аналізу динаміки зміни основних техніко-економічних та фінансових показників за період 2020-2022 років, варто також проаналізувати показники балансу, що подані в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Основні показники балансу ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»

Показники	Роки			Відхилення			
	2020	2021	2022	2021 рік від 2020 року		2022 рік від 2021 року	
				абсол. знач.	%	абсол. знач.	%
1	2	3	4	5	6	7	8
Власний капітал, тис.грн.	2630573	2547529	2447373	-83044	-3,16	-100156	-3,93
Актив, тис. грн.	4373125	4065656	3917226	-307469	-7,03	-148430	-3,65
Основні засоби, тис. грн.	3661044	3556943	3447243	-104101	-2,84	-109700	-3,08
Необоротні активи, тис. грн.	3735956	3621673	3511728	-114283	-3,06	-109945	-3,04
Оборотні активи, тис. грн.	637169	443983	405498	-193186	-30,32	-38485	-8,67
Поточні зобов'язання, тис. грн.	880724	996390	856434	115666	13,13	-139956	-14,05
Довгострокові зобов'язання, тис. грн.	861828	518686	613419	-343142	-39,82	94733	18,26

Аналізуючи основні показники балансу ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат», можна дійти висновку, що показник «Власний капітал» впродовж 2020-2022 років має тенденцію до спаду, що свідчить про залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування. У 2021 році «Власний капітал» склав 2547529 тис. грн., що на 3,16% менше ніж за аналогічний період попереднього року. У 2022 році негативна тенденція збереглася, а тому даний показник знизився ще на 3,93%, що графічно відображено на рис. 2.12.

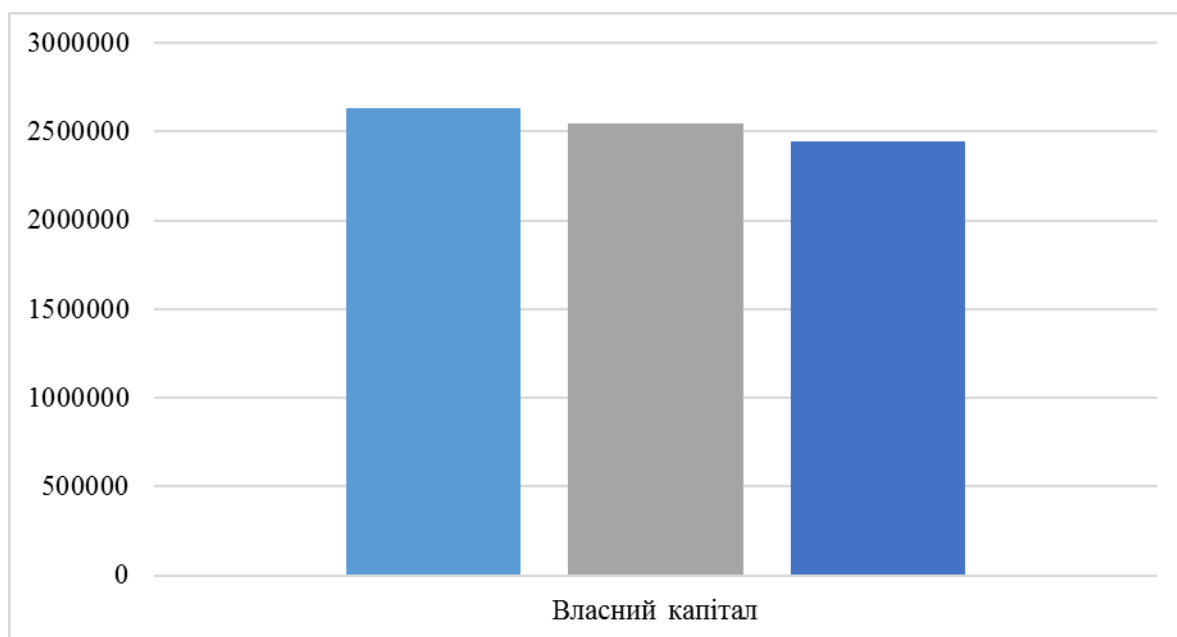


Рисунок 2.12 – Динаміка зміни показника «Власний капітал»

Разом з тим, спостерігається негативна тенденція активу, що негативно вплинуло на функціонування підприємства. За період 2020-2021 року він знизився на 7,03%, а в 2022 році ще на 3,65%, що відображено на рисунку 2.13. Зменшення активів знижує ліквідність та рентабельність підприємства.

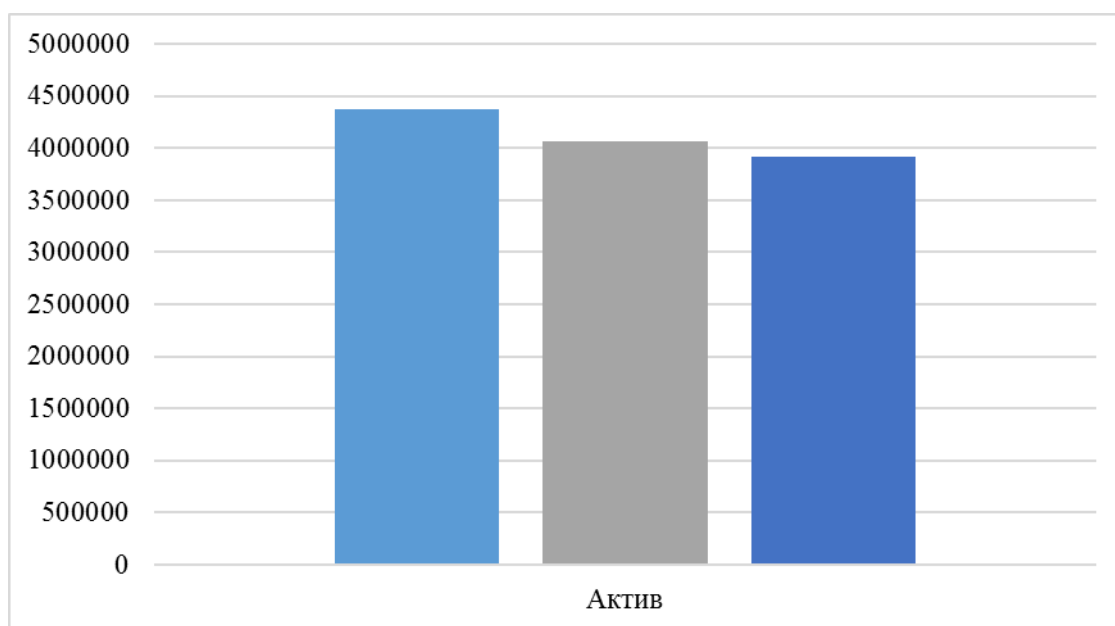


Рисунок 2.13 – Динаміка зміни Активу балансу

Вартість основних засобів ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» в 2021 році мала негативну динаміку, тобто знизилася на 104101 тис. грн., або 2,84% порівняно з аналогічним періодом минулого року. У 2022 році основні засоби продовжили спадну тенденцію – зменшились на 109700 тис. грн., або 3,08% (рис. 2.14).

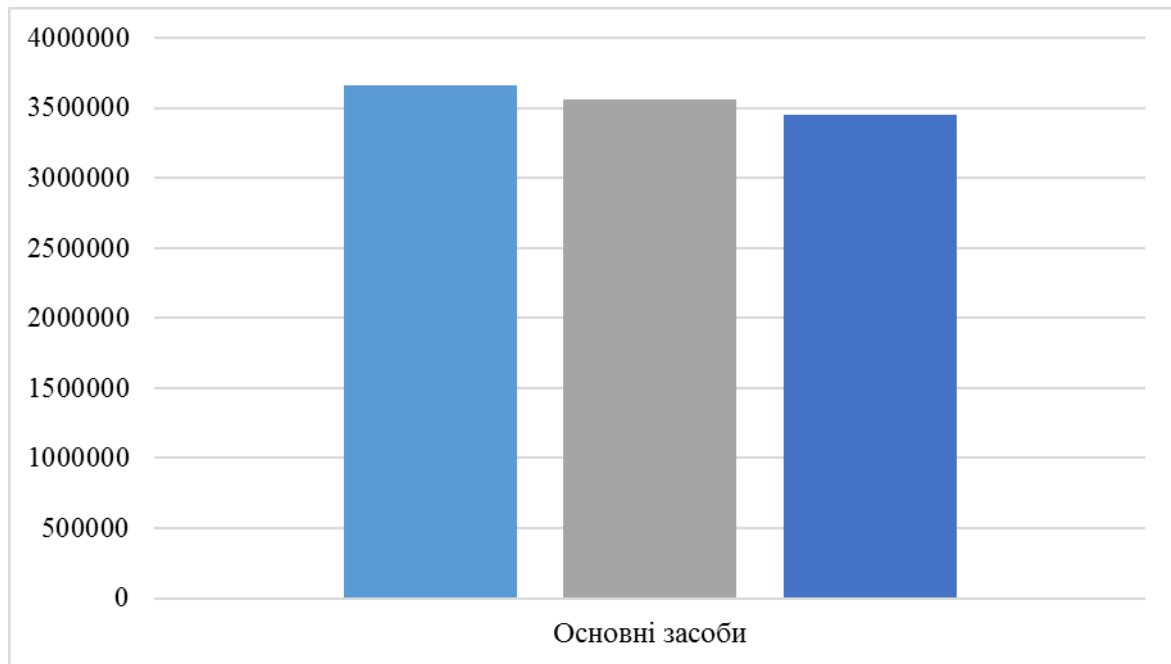


Рисунок 2.14 – Динаміка зміни показника «Основні засоби»

Таку ж негативну динаміку мають необоротні та оборотні активи. Необоротні активи у 2021 році знизилися на 3,06%, а оборотні за цей ж період – на 30,32%. Станом на 2022 рік необоротні активи зменшилися ще на 3,04%, оборотні ж – на 8,67% (рис. 2.15).

Поточні зобов'язання в свою чергу у 2021 році зросли на 13,13%, але у 2022 році відбувся різкий спад з відхиленням в 14,5%. Як наслідок, ріст поточних зобов'язань негативно впливає на поточну ліквідність підприємства, а саме на можливість оплачувати свої зобов'язання вчасно.

Довгострокові зобов'язання за період 2021 року знизилися на 39,82%, проте за аналогічний період в наступному році вони зросли на 18,26%, що відображено на рисунку (2.16). Збільшення довгострокових зобов'язань

збільшує фінансовий ризик. Це свідчить про майбутню необхідність сплачувати великі кошти та збільшення залежності ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» від джерел зовнішнього фінансування.

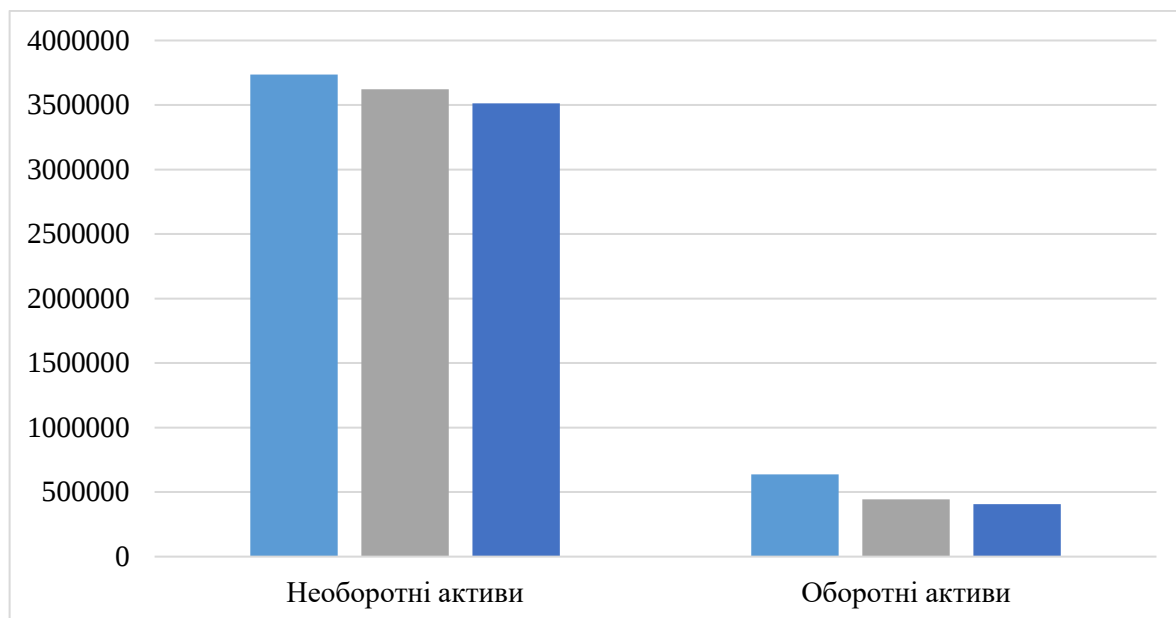


Рисунок 2.15 – Динаміка зміни розділів «Необоротні активи» та «Оборотні активи»

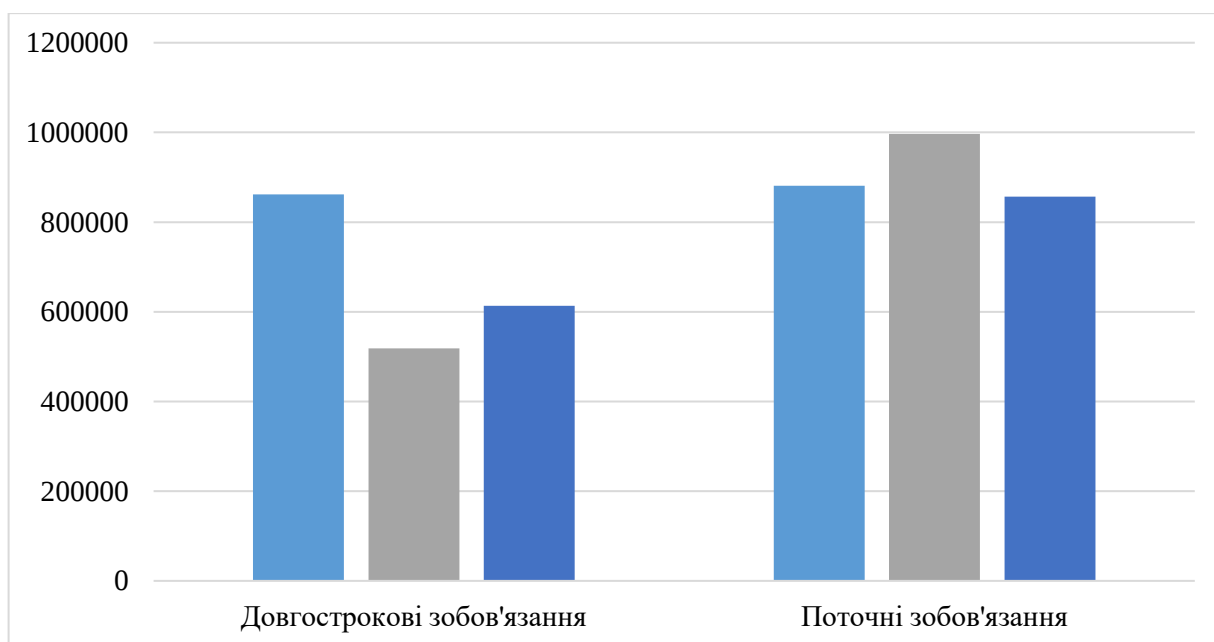


Рисунок 2.16 – Динаміка зміни розділів «Довгострокові зобов'язання» та «Поточні зобов'язання»

Для детального фінансового аналізу господарської діяльності ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» потрібно також проаналізувати такі показники, як:

- коефіцієнт поточної ліквідності;
- коефіцієнт платоспроможності;
- коефіцієнт фінансової незалежності;
- коефіцієнт фінансової заборгованості.

Аналіз поданих коефіцієнтів здійснимо в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Коефіцієнти фінансової діяльності підприємства

Показники	Роки			Відхилення			
	2020	2021	2022	2021 рік від 2020 року		2022 рік від 2021 року	
				абсол. знач.	%	абсол. знач.	%
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт поточної ліквідності підприємства	0,72	0,45	0,47	-0,27	-37,5	0,02	4,44
Коефіцієнт платоспроможності підприємства	1,5	1,68	1,67	0,18	12	-0,01	-0,6
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,61	0,63	0,62	0,02	3,28	-0,01	-1,59
Коефіцієнт фінансової заборгованості	0,66	0,59	0,6	-0,07	-10,6	0,01	1,67

Отже, як можна побачити, коефіцієнт поточної ліквідності ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» у 2021 році різко зменшився на 37,5% у зв'язку із збільшенням поточних зобов'язань. У 2022 році ситуація дещо покращилась, і показник збільшився на 4,44%. Проте, можна зробити висновок, що поточних активів підприємства недостатньо, щоб покрити поточні зобов'язання в короткостроковій перспективі.

Коефіцієнт платоспроможності підприємства дещо варіювався. У 2021 році коефіцієнт збільшився на 12%. Але, як видно з таблиці 2.4, у 2022 році спостерігалася спадна тенденція цього коефіцієнта на 0,6%. Це свідчить про

можливість зіткнення підприємства з певними труднощами при взаємодії з постачальниками, виплаті заробітної плати працівникам, або ж покритті поточних або довгострокових зобов'язань.

Коефіцієнт фінансової незалежності за 2021 рік збільшився на 3,28%, а у 2022 році зменшився на 1,59%. Це свідчить про достатньо велику залежність підприємства від джерел зовнішнього фінансування.

Коефіцієнт фінансової заборгованості у 2021 році зменшився на 10,6% порівняно з аналогічним періодом минулого року, проте у 2022 році цей показник збільшився на 1,67%, що можна побачити на рис. 2. 17.

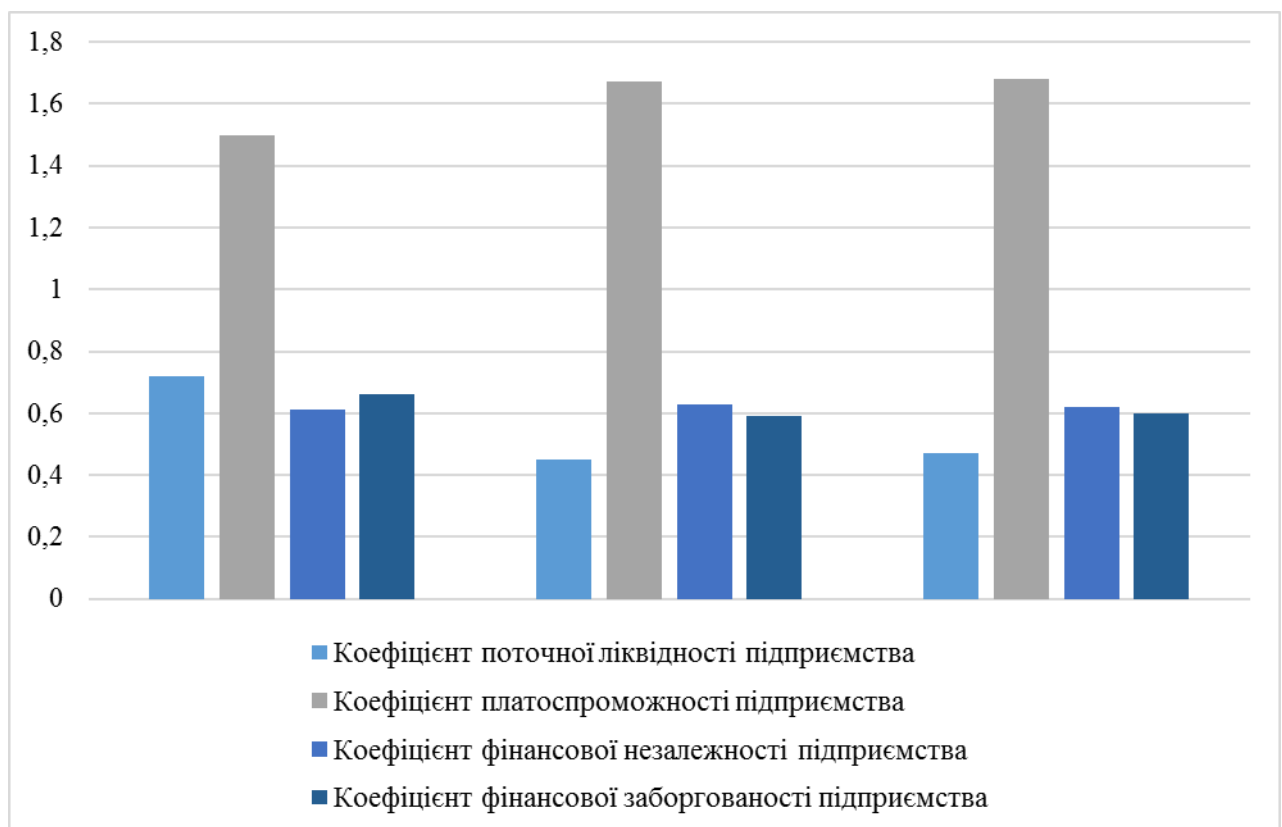


Рисунок 2.17 – Динаміка зміни коефіцієнтів поточної ліквідності, платоспроможності, фінансової незалежності, фінансової заборгованості підприємства.

У висновку слід відзначити, що ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» перебуває в складній фінансовій ситуації. Аналіз досліджуваного

періоду підкреслив, що ряд об'єктивних факторів негативно вплинули на його діяльність та фінансовий стан.

З урахуванням цих обставин, рекомендується підприємству вжити невідкладних заходів для виходу з існуючої ситуації. Перш за все, необхідно переглянути фінансову політику, зменшити нерентабельні витрати та підвищити рівень економічної безпеки підприємства.

Підприємство також має розглянути можливості залучення додаткового фінансування та визначити стратегію розвитку, яка враховуватиме поточні економічні умови та тенденції на ринку. Окрім цього, організаційна структура підприємства повинна бути оптимізована для побудови ефективної виробничо-господарської системи.

Завдяки цим заходам, ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» може підвищити стійкість та досягти покращення фінансового стану, а також забезпечити свій подальший розвиток в умовах сучасного бізнес-середовища.

2.3 Оцінювання якості продукції на підприємстві

Першочерговим завданням ПрАТ «Вінницький ОЖК» є випуск продукції, яка є конкурентоспроможною та відповідає сучасним вимогам якості та безпеки. ПрАТ «Вінницький ОЖК» виробляє широкий асортимент високоякісної продукції, яка реалізується великій кількості споживачів. Асортимент продукції налічує понад 60 найменувань. Фасована продукція випускається під ТМ «Віолія» / «ViOil».

Визначивши потреби та очікування споживачів щодо показників якості та асортименту продукції, завод постійно розширює асортимент та випускає продукцію відповідно до ДСТУ та власних технічних умов (ТУ). Власне ТУ в узгодженні з діючими ДСТУ, українськими нормами та керівними документами з якості та безпеки харчових продуктів і кормів розширює асортимент та подовжує термін придатності виробленої продукції. На даний момент заводом

розроблено 29 власних ТУ, згідно з якими під торговою маркою «Віолія» / «ViOil» виробляються та реалізуються харчові продукти: олії нерафіновані та рафіновані дезодоровані, олії фасувальні, жири кондитерські та кулінарні, шортенінг, соломка, замінники масла какао. Кормова продукція (насіннєвий шрот) та субпродукти виробництва також виробляються відповідно до ДСТУ та власних ТУ.

Продукція заводу виробляється відповідно до затверджених технічних регламентів та інструкцій, з дотриманням санітарних норм і правил. Висока якість і безпечність олії, жирів, маргарину і борошна, відходів виробництва відповідають вимогам не тільки національних стандартів України, а й стандартів інших країн, куди транспортується продукція, що експортується.

На ПрАТ «Вінницький ОЖК» функціонує інтегрована система менеджменту (ISY) якості та безпеки харчових продуктів і кормів (страв) відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001:2009 та ДСТУ ISO 22000:2007. Завод сертифікований Системою екологічної стійкості (ISSS). Вся харчова продукція заводу отримує гігієнічний висновок, продукція сертифікована (добровільна сертифікація).

ПрАТ «Вінницьке ОЖК» щорічно підтверджує якість своєї продукції на провідних українських та міжнародних дегустаційних конкурсах та неодноразово ставало переможцем Всеукраїнського конкурсу якості продукції (товарів, робіт, послуг) «100 кращих товарів України» та переможцем обласного конкурсу «Кращий бренд Поділля».

Продукція компанії відзначена численними нагородами – золотою, срібною, а також «Золотою зіркою якості». ПрАТ «Вінницький ОЖК» є переможцем конкурсу на кращі будівлі та споруди, збудовані та введені в експлуатацію у 2013 році для будівництва нового маслоекстракційного заводу ОЕЗ-2.

На рис. 2.18-2.23 представлено окремі якісні та кількісні показники якості основних видів продукції ТМ ViOil від ПрАТ «Вінницьке ОЖК».

Олія рослинна наливна

ПГ ViOil є одним з лідерів в Україні з виробництва олії рослинної наливної. Завдяки сучасному мультикультурному обладнанню ми можемо переробляти звичайний і високоолеїновий соняшник, а також ріпак, сою та льон. Продукція заводів компанії відповідає всім стандартам якості країн Європейського Союзу та СНД, китайського CIQ, а також іншим світовим стандартам якості харчових продуктів. Група ViOil отримала сертифікат екологічної стійкості та викидів парникових газів (ISCC), який дозволяє застосовувати нашу ріпакову олію для виробництва біопалива.

У компанії є власна залізнична гілка, а також парк залізничних та автомобільних цистерн. Завдяки ефективній логістичній інфраструктурі, а також вдалому географічному розташуванню заводів групи наша продукція добре відома споживачам з країн Європи, Азії, Південної та Північної Америки, Африки та Австралії.



Рисунок 2.18 – Основні дані щодо якості продукту «олія рослинна наливна»

Олія рослинна фасована

Ідеально фасована 100% соняшникова олія, яка відповідає всім світовим стандартам якості. Це максимально очищений натуральний продукт без додавання консервантів, барвників з вмістом натурального вітаміну Е. Якість нашої продукції відповідає всім вимогам якості країн Євросоюзу, СНД, Китаю, а також всім світовим стандартам якості харчових продуктів. Всі підприємства промислової групи ViOil пройшли сертифікацію ISO 9001 та ISO 2200.

Ми створимо Вашу бездоганну репутацію високою якістю нашої продукції:

- контроль якості продукції на всіх етапах виробництва;
- використання тільки якісної сировини та упаковки;
- індивідуальний підхід до вимог кожного клієнта.
- повний сервіс, починаючи від розробки дизайну і закінчуючи поставкою в кінцевий пункт призначення.



Рисунок 2.19 – Основна дані щодо якості продукту «олія рослинна фасована»

Шрот

Більше 20 років заводи ПГ ViOil випускають високоякісний протеїновий шрот, який застосовується в сільському господарстві для виробництва комбікормів для тварин та птиці.

Введені на підприємствах холдингу стандарти GMP+ та HACCP дозволяють контролювати якість нашої продукції. Високі виробничі стандарти дають можливість поставляти її нашим партнерам як на території України, так і за її межами.

Вінницький ОЕЗ також акредитований китайським CIQ для експорту високопротеїнових шротів на територію КНР.

Компанія відвантажує шрот автомобільним, залізничним і морським транспортом на вигідних для покупців умовах.



Рисунок 2.20 – Основна інформація щодо якості продукту «шрот»

Лушпиння соняшника

Сучасні проблеми енергетичного ринку потребують сучасних рішень У нас вони є!

Пелети, отримані шляхом гранулювання попередньо дробленого лушпиння соняшника.

Використовуються в технічних цілях як тверде паливо в котельних та інших енергоустановках.

Найкраще співвідношення ціни та якості відносно інших видів паливних копалин.

Основні якісні показники:

- діаметр 8мм;
- довжина, від 5 до 25мм;
- теплота згоряння – не менше 17 (+/- 0,2) МДж / кг або 4060 (+/- 47,76) Ккал / кг;
- зольність, до 5%;
- масова частка вологи і летких речовин, до 12%;
- кількість пили і осипи, до 5%.



Рисунок 2.21 – Основні дані щодо якості продукту «лушпиння соняшника»

Жирні кислоти

Жирні кислоти соапстоків світлих рослинних олій і саломасів використовуються для кормових та технічних цілей.

Сировиною для їх виробництва служить соапсток, який ми отримуємо в процесі рафінації нерафінованих олій власного виробництва.

Наші продукти застосовуються в якості кормових домішок при виробництві комбікормів для тварин та птиці, а також при виробництві миючих засобів, мастильно-охолоджуючих рідин, оліфи, біодизеля.

Основні якісні показники:

- колір: від світлого до темно-коричневого;
- кислотне число, мг КОН / г - не більше 135;
- масова частка загального жиру, % - не менше 96;
- масова частка вологи і летких речовин, % - не більше 4,0;
- масова частка неомильних речовин, % - не більше 4,0.



Рисунок 2.22 – Основні дані щодо якості продукту «жирні кислоти»

Фосфатидний концентрат

Висока якість нашого фосфатидного концентрату зробить Ваш продукт ідеальним Цей товар застосовується в харчовій промисловості, при виробництві комбікорму для тварин та птиці, в технічних цілях.

Лецитин широко застосовується в харчовій і парфюмерно-косметичній промисловості. У виробництві ліків його використовують як гідрофільний емульгатор, що дає стійкі емульсії для внутрішнього застосування.

Введення фосфатидного концентрату в шоколадні вироби підвищує їх гомогенність і дозволяє економити 0,13-0,5% масла какао.

Основні якісні показники:

- кольорове число, (Гарднера) - 11-13;
- масова частка вологи і летких речовин, % - не більше 1;
- масова частка фосфатидів, % - не менше 60;
- масова частка олії, % - не більше 40;
- кислотне число олії, яка виділена з концентрату, мг КОН / г - не більше 10.



Рисунок 2.23 – Основні дані щодо якості продукту «фосфатидний концентрат»

Проведемо більш детальний порівняльний аналіз якості соняшникової олії ViOil, Олейна та Щедрий Дар:

1. Кислотне число (мг КОН/г)

ViOil: ≤ 0.6

Олейна: ≤ 0.6

Щедрий Дар: ≤ 0.6

2. Пероксидне число (мг O₂/кг)

ViOil: ≤ 10

Олейна: ≤ 10

Щедрий Дар: ≤ 10

3. Вологість і леткі речовини (%)

ViOil: ≤ 0.1

Олейна: ≤ 0.1

Щедрий Дар: ≤ 0.1

4. Масова частка фосфоровмісних речовин (мг/кг)

ViOil: ≤ 12

Олейна: ≤ 12

Щедрий Дар: ≤ 12

5. Йодне число (г I₂/100г)

ViOil: 110-144

Олейна: 110-144

Щедрий Дар: 110-144

6. Вміст незмилених речовин (%)

ViOil: ≤ 1.5

Олейна: ≤ 1.5

Щедрий Дар: ≤ 1.5

7. Температура застигання (°C)

ViOil: ≤ -10

Олейна: ≤ -10

Щедрий Дар: ≤ -10

8. Колірний показник (мм по шкалі Ловібонда)

ViOil: ≤ 1.5

Олейна: ≤ 1.5

Щедрий Дар: ≤ 1.5

9. Вміст токсичних елементів (мг/кг)

ViOil: ≤ 0.2

Олейна: ≤ 0.2

Щедрий Дар: ≤ 0.2

10. Вміст бензопірену (мкг/кг)

ViOil: ≤ 2.0

Олейна: ≤ 2.0

Щедрий Дар: ≤ 2.0

Отже, на основі порівняння за 10 кількісними показниками якості продукції, всі три бренди — ViOil, Олейна та Щедрий Дар — демонструють аналогічні високі стандарти якості. Це свідчить про суворе дотримання нормативних вимог та високу якість продукту кожного з цих брендів.

2.4 Аналіз організаційної структури ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»

Аналіз організаційної структури підприємства є важливим з точки зору керування та розвитку компанії з наступних причин:

Ефективне розподілення обов'язків і відповідальності: Організаційна структура допомагає чітко визначити, хто і що відповідає за конкретні функції та завдання. Це сприяє уникненню дублювання робіт та забезпечує ефективне використання ресурсів.

Покращення комунікації: Раціонально побудована структура сприяє покращенню комунікації між підрозділами та працівниками. Це сприяє вчасному обміну інформацією, швидкому прийняттю рішень і запобігає

інформаційним заторам. Підтримка стратегічного планування: Аналіз оргструктури допомагає переконатися, що структура підприємства відповідає його стратегії та цілям. Вона може бути адаптована для досягнення стратегічних завдань.

Зменшення зайвих витрат: Ефективна організаційна структура може допомогти зменшити витрати на адміністративну та операційну діяльність. Вона дозволяє виділити основні процеси та зробити їх більш продуктивними.

Сприяння розвитку компетенцій і талантів: Аналіз структури допомагає ідентифікувати ключові компетенції і таланти серед працівників та використовувати їх ефективно для досягнення цілей компанії.

Підвищення гнучкості та адаптивності: Змінна організаційна структура може бути швидко адаптована до змін в бізнес-середовищі. Це дозволяє компанії бути більш гнучкою та відповідати на зміни швидше.

Оптимізація управління ризиками: Аналіз оргструктури допомагає ідентифікувати можливі ризики та створити механізми їх управління та мінімізації. В цілому, аналіз організаційної структури підприємства є ключовим елементом успішного управління та розвитку компанії, оскільки він сприяє оптимізації робочих процесів, збільшенню ефективності використання ресурсів, підвищенню продуктивності працівників, зниженню ризиків, а також адаптації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Відповідно до цього, компанії, які регулярно аналізують та вдосконалюють свою оргструктуру, мають більші шанси досягти успіху та конкурентної переваги на ринку.

Організаційна структура ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» наведена на рис. 2.24.

Правильно сформована організаційна структура відіграє дуже важливу роль в успішному функціонуванні будь-якого підприємства. Саме завдяки злагодженій роботі усіх структурних одиниць підприємства можливо стати не тільки гідним конкурентом, а й лідером, підкорювачем будь-якого ринку.

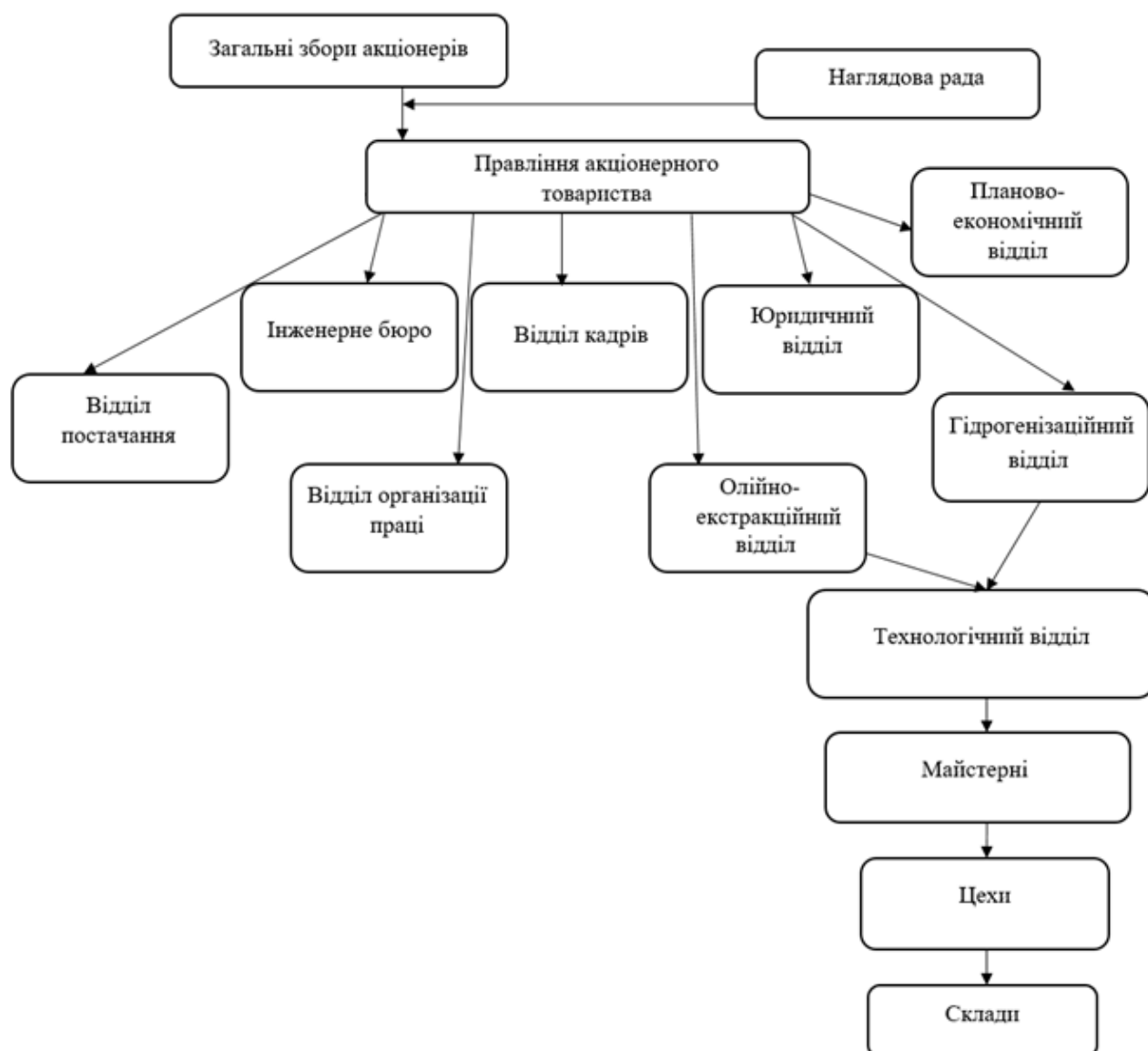


Рисунок 2.24 – Схематичне зображення організаційної структури ПрАТ
«Вінницький олійножировий комбінат»

На жаль, підприємство станом на сьогодні не має повноцінного маркетингового відділу, що зміг би значно спростувати збут та реалізацію продукції, та підвищувати конкурентоспроможність продукції за рахунок використання сучасних технологій.

Висновки до розділу 2

У висновку слід відзначити, що ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» перебуває в складній фінансовій ситуації. Аналіз досліджуваного періоду підкреслив, що ряд об'єктивних факторів, негативно вплинули на його діяльність та фінансовий стан. З урахуванням цих обставин, рекомендується підприємству вжити невідкладних заходів для виходу з ситуації. Перш за все, необхідно переглянути фінансову політику, зменшити нерентабельні витрати та підвищити рівень економічної безпеки підприємства.

Підприємство також має розглянути можливості залучення додаткового фінансування та визначити стратегію розвитку, яка враховуватиме поточні економічні умови та тенденції на ринку. Окрім цього, організаційна структура підприємства повинна бути оптимізована для побудови ефективної виробничо-господарської системи.

Щодо оцінки якості та конкурентоспроможності продукції, то на ПрАТ «Вінницький ОЖК» функціонує інтегрована система менеджменту (ІСУ) якості та безпеки харчових продуктів і кормів (страв) відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001:2009 та ДСТУ ISO 22000:2007. Завод сертифікований Системою екологічної стійкості (ISSS). Вся харчова продукція заводу отримує гігієнічний висновок, продукція сертифікована (добровільна сертифікація).

ПрАТ «Вінницьке ОЖК» щорічно підтверджує якість своєї продукції на провідних українських та міжнародних дегустаційних конкурсах та неодноразово ставало переможцем Всеукраїнського конкурсу якості продукції (товарів, робіт, послуг) «100 кращих товарів України» та переможцем обласного конкурсу «Кращий бренд Поділля».

На основі порівняння за 10 кількісними показниками якості продукції, продукція бренду ViOil від ПрАТ «Вінницький ОЖК» демонструє високі стандарти якості. Це свідчить про суворе дотримання нормативних вимог та високу якість продукту цього бренду.

РОЗДІЛ 3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

3.1 Обґрунтування вибору загальної стратегії розвитку за результатами SWOT- аналізу підприємства

Все частіше на практиці застосовують аналітичні підходи, які уможливають оцінювання поточного стану підприємства та перспектив його розвитку, зокрема метод SWOT- аналізу (SWOT – аббревіатура від англійських слів «strengths» (сильні сторони), «weaknesses» (слабкі сторони), «opportunities» (можливості), «threats» (загрози)). В науковій літературі зустрічаються ще й такі синоніми цього терміна, як матриця TOWS або метод WOTS-up [38, 39].

Метод SWOT-аналізу промислового підприємства, зокрема ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат», передбачає реалізацію кількох етапів.

На першому етапі визначаються власні сильні та слабкі сторони підприємства. Для цього готується перелік параметрів, за якими оцінюється внутрішнє середовище підприємства.

Другий етап – визначення ринкових можливостей і загроз. Цей етап дозволяє оцінити ситуацію за межами підприємства і зрозуміти, які існують можливості і які загрози необхідно передбачити.

Третій етап - порівняння сильних і слабких сторін компанії з ринковими можливостями і загрозами.

Матриця SWOT використовується для порівняння можливостей компанії з умовами ринку та узагальнення результатів SWOT-аналізу [37, 38].

Таким чином, виходячи з наданої інформації, на основі SWOT-аналізу можна запропонувати наступну послідовність етапів розробки стратегії діяльності ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат», як показано на рисунку 3.1.



Рисунок 3.1 - Етапи розроблення загальної стратегії розвитку ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» на основі SWOT-аналізу

SWOT-аналіз діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК» наведено у табл. 3.1. З матриці SWOT-аналізу ПрАТ «Вінницький ОЖК» стає зрозуміло, що комбінат може використовувати свої сильні сторони для збільшення частки українського ринку та виходу на міжнародні ринки. Збільшуючи статутний капітал, можна збільшити виробничу потужність підприємства.

Підприємство може виробляти нову продукцію, збільшувати обсяги продажів, а за рахунок впровадження нових технологій можна знизити собівартість продукції, тим самим підвищити рентабельність.

Таблиця 3.1 – Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Достатня популярність	Вузкий асортимент продукції
Імідж на ринку	Недотримання графіку постачання
Фокусування на споживачі, його потребах	Середній рівень цін
Високий контроль якості	Недосконала структура управління
Висока рентабельність	Недозавантаженість виробничих потужностей
Зростання оборотних коштів	Вузька спеціалізація
Конкурента цінова політика	Відстороненість персоналу від ухвалення управлінських рішень
Сучасні технології виробництва	Залежність від постачальників сировини та комплектуючих
Обґрунтована стратегія у сфері діяльності	Застаріле устаткування
Можливості	Загрози
Вдосконалення технології виробництва	Зростання податків і мит
Стійкий попит на продукцію	Зниження рівня цін
Зниження податків і мит	Зростання темпів інфляції
Зниження цін на сировину і матеріали	Посилення законодавства
Відсутність зарубіжних конкурентів	Зниження рівня життя населення
Неповністю задоволений попит на продукцію	Зміна купівельних переваг
Державна підтримка малих підприємств	Поява товарів-субститутів
Поліпшення рівня життя населення	Нестабільність курсів валют
Вдосконалення менеджменту	Несприятлива економічна ситуація в державі
Розорення і відхід фірм-виробників	Посилення конкуренції
Підвищення рівня цін	Поява нових виробників
Вільний вхід на ринок	Поява принципово нового товару
Охоплення нових сегментів ринку	Недотримання графіку постачання продукції
Організація відділу збуту	Погіршення політичної обстановки

У той же час за допомогою сильних сторін компанія може боротися із загрозами зовнішнього середовища, оскільки за рахунок різноманітності торгових марок і брендів можна уникнути скорочення цільової аудиторії, а за допомогою велика різноманітність продукції, кількість конкурентів на ринку може бути зменшена. Слабкі сторони підприємства можна подолати за

допомогою можливостей. Нова політика маркетингу та просування зменшить наслідки невикористання елементів споживчого просування та покращить стратегію залучення нових інвесторів. Використовуйте можливості для розробки нових продуктів і збільшення частки ринку.

У зв'язку з цим, нами пропонується обрати підприємству ПрАТ «Вінницький ОЖК» для свого подальшого розвитку *базову стратегію розвитку* під назвою «стратегія стабілізації». Стратегія стабілізації діяльності підприємства застосовується в умовах погіршення економічної ситуації і в умовах, коли динаміка розвитку підприємства має коливний характер. З нашої точки зору така стратегія є пріоритетною для даного підприємства.

3.2 Макетування нової організаційної структури та удосконалення системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції ПрАТ “Вінницький ОЖК”

У сучасних умовах стрімко зростає роль організації виробництва як невід'ємного фактора підвищення конкурентоспроможності продукції промислових підприємств. Від рівня організації виробництва багато в чому залежать результати діяльності підприємства, в тому числі конкурентоспроможність продукції, що випускається [39].

Організація виробництва здатна поєднувати і забезпечувати взаємодію індивідуальних і речових факторів виробництва, встановлювати зв'язки між учасниками виробничого процесу, забезпечувати узгодженість їх дій і створювати умови для реалізації продукції. економічні інтереси та соціальні потреби працівників підприємства.

Застосування принципів, методів і засобів організації виробництва дозволяє без великих фінансових вкладень ефективно впливати на підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства за рахунок підвищення якості продукції, що випускається, при зниженні витрат і скороченні виробничого циклу. У зв'язку з цим актуальним стає вибір шляхів і методів

удосконалення організації виробництва, які допоможуть досягти максимально високої конкурентоспроможності продукції на цільовому ринку. Виділимо основні принципи організації виробництва вигідної продукції та визначимо напрямок їх впливу на показники конкурентоспроможності продукції в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 - Базові принципи організації виробництва щодо підвищення конкурентоспроможної продукції

Найменування принципу	Зміст принципу	Вплив на конкурентоспроможності продукції
Принцип інтеграції	Забезпечення об'єднання між процесами розроблення, створення і виробництва продукції	Інформаційне об'єднання учасників виробничого процесу і формування інтегрованої виробничої структури дає змогу знизити рівень браку і дефектів готової продукції, призводячи до підвищення її якості
Принцип оптимальності і багатоваріантності рішень	Необхідність розроблення декількох варіантів організаційних концепцій, що відповідають цілям виробництва і його організації. З декількох варіантів вибирається той, який забезпечує оптимальне поєднання структурних елементів виробничої системи	Наявність декількох варіантів рішення дає змогу вибрати найбільш оптимальний варіант організації виробничого процесу, випуск продукції високої якості з невисоким рівнем витрат за максимально короткий проміжок часу
Принцип зовнішнього оточення	Цілі організації виробництва, напрями вдосконалення організаційної діяльності формуються з урахуванням вимог, що диктуються зовнішнім середовищем	Аналіз зовнішнього середовища дає змогу підприємству організувати виробництво продукції, що відповідає потребам, тим самим підвищуючи загальний рівень конкурентоспроможності продукції
Принцип ефекту організаційної діяльності	Забезпечення такої взаємодії елементів виробничої системи, яке призвело б до збільшення ефекту синергії і координації	Застосування методів та інструментів організації виробництва призводить до підвищення рівня якості продукції, що випускається, з одночасним скороченням витрат і тривалості виробничого циклу
Принцип економічності	Вимагає досягнення найкращих результатів діяльності з організації виробництва за найменших витрат	Дає змогу підприємству випускати продукцію необхідної якості з мінімальним рівнем витрат, призводячи тим самим до підвищення її конкурентоспроможності

Таким чином, за допомогою методів і засобів організації виробництва зручно досягти підвищення конкурентоспроможності продукції промислових підприємств і реалізувати це в напрямку, сформованому обраними показниками конкурентоспроможності продукції.

На рис. 3.2. наведено діаграму, яка відображає взаємозв'язок між показниками конкурентоспроможності продукції промислових підприємств та напрямком вдосконалення на основі використання організаційних резервів.

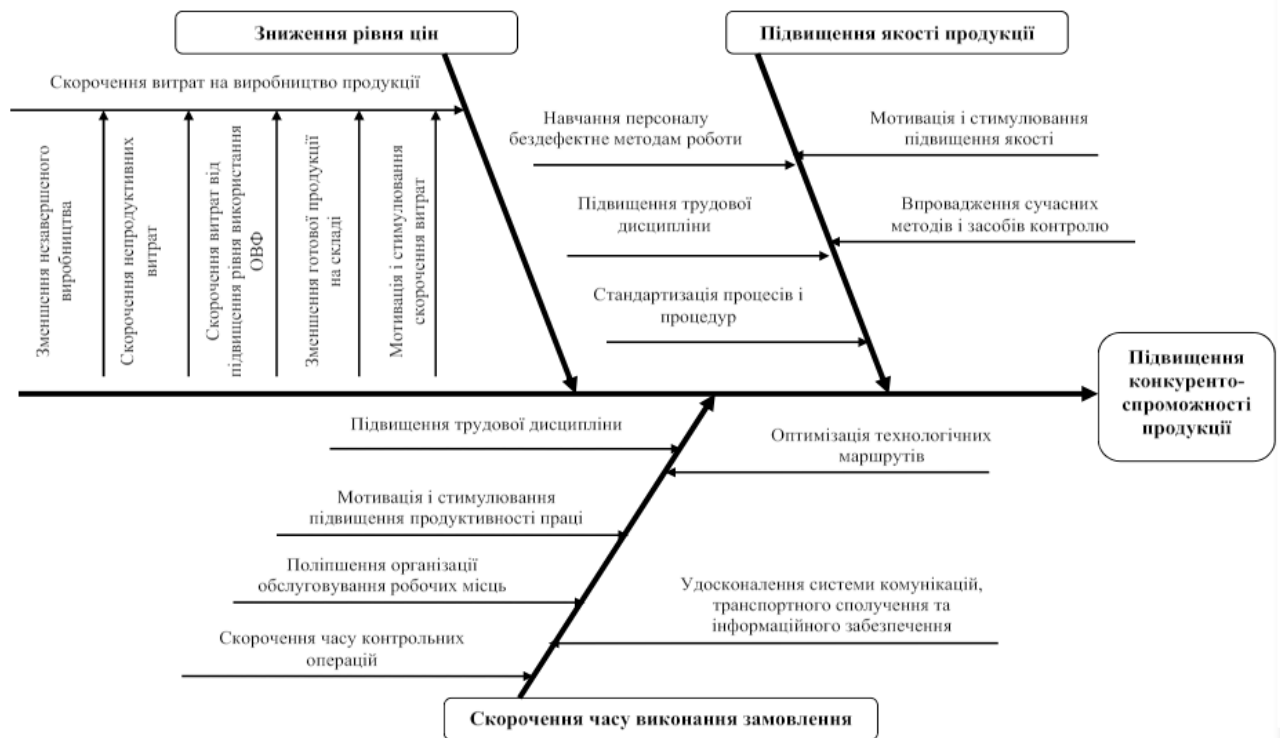


Рисунок 3.2 – Система підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на основі використання організаційних резервів на базі діаграма Ісікави

Розробка методів підвищення конкурентоспроможності продукції критично залежить від їх правильної, надійної та своєчасної оцінки [39]. Приймаючи рішення про покупку, споживачі вибирають товари, що їх цікавлять, із ряду подібних товарів і віддають перевагу тим, які найкраще відповідають їхнім потребам. Кожна потреба характеризується певним набором параметрів, які визначають необхідний споживачеві корисний ефект. Якщо параметри потреби збігаються з параметрами характеристики товару, купівля здійснюється. Для того, щоб споживач придбав певний товар, він повинен задовольняти його потреби та фінансові можливості. При цьому споживачі прагнуть оптимізувати не тільки свої витрати на покупку продукції, а й витрати на споживання (операційні витрати).

За результатами проведеного у розділі 2 аналізу організаційної структури було зауважено, що підприємство станом на сьогодні не має повноцінного

відділу контролю якості та конкурентоспроможності, тому було запропоновано реорганізувати організаційну структуру підприємства з введенням даного відділу.

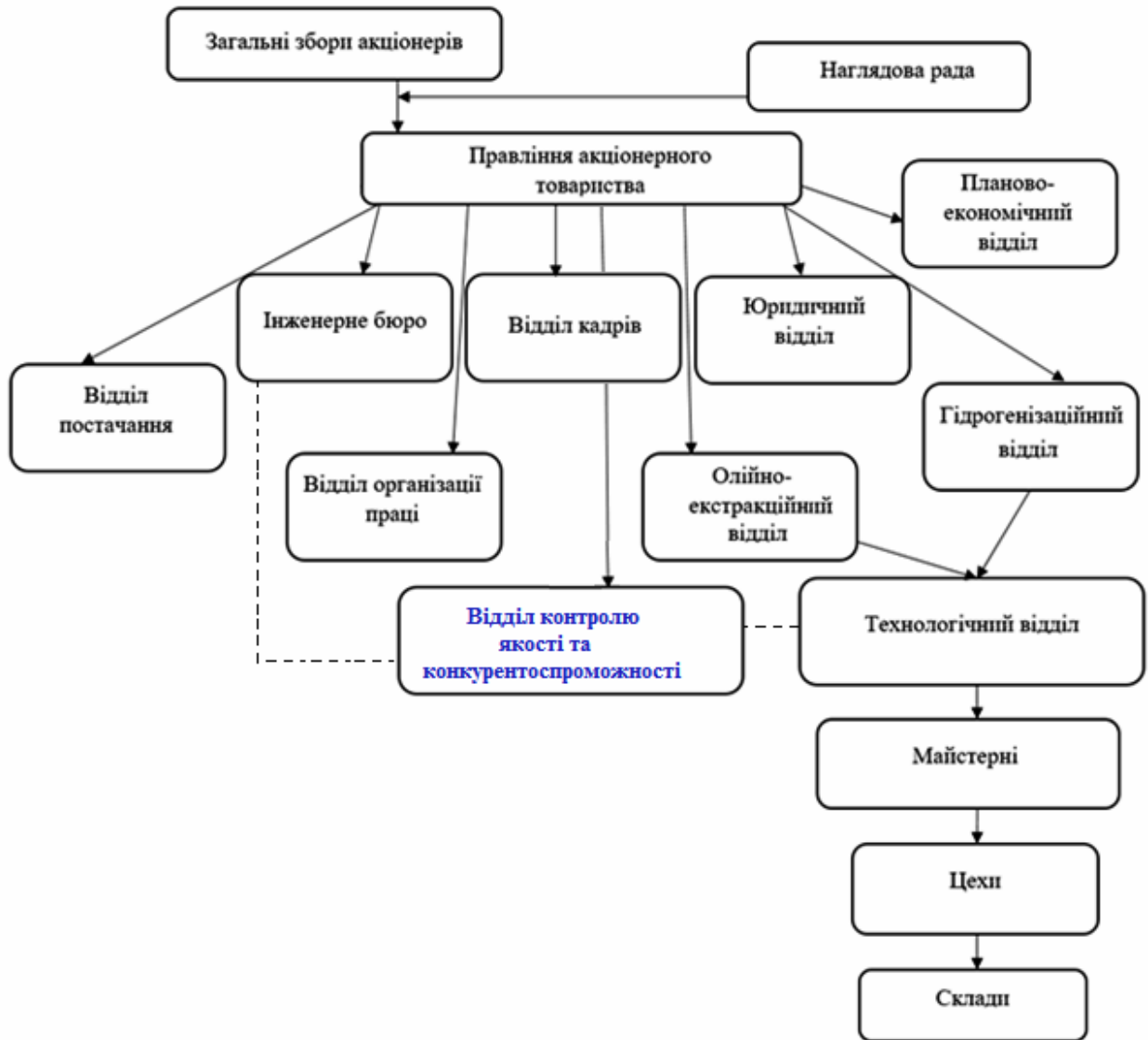


Рисунок 3.3 – Схематичне зображення оновленої організаційної структури
ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»

Необхідність створення відділу контролю якості та конкурентоспроможності на ПрАТ «Вінницькому олійножировому комбінат» обумовлено наступними чинниками:

1. Зростання конкуренції. У сучасних умовах ринкова конкуренція стає все жорсткішою. Споживачі мають широкий вибір продуктів харчування, тому підприємствам необхідно постійно вдосконалювати свою продукцію та послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Відділ контролю якості та конкурентоспроможності буде зосереджений на тому, щоб продукція ПрАТ «Вінницького олійножирового комбінату» відповідала найвищим стандартам якості та задовольняла потреби споживачів.

2. Зростання вимог до якості. Зростають вимоги до якості харчових продуктів з боку державних органів та споживачів. Відділ контролю якості та конкурентоспроможності буде відповідати за те, щоб підприємство дотримувалося всіх норм і правил, що стосуються якості харчових продуктів.

3. Підвищення ефективності виробництва. Відділ контролю якості та конкурентоспроможності може допомогти ПрАТ «Вінницькому олійножировому комбінату» підвищити ефективність виробництва за рахунок виявлення та усунення проблем, які призводять до втрат продукції та браку. Це може призвести до зниження витрат та підвищення прибутку.

4. Зміцнення репутації. Якісна продукція та високий рівень обслуговування клієнтів позитивно впливають на репутацію ПрАТ «Вінницького олійножирового комбінату». Відділ контролю якості та конкурентоспроможності може допомогти підприємству зберегти та зміцнити свою репутацію на ринку.

5. Підготовка до виходу на нові ринки. Якщо ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» планує виходити на нові ринки, йому буде потрібно відповідати ще більш жорстким стандартам якості. Відділ контролю якості та конкурентоспроможності може допомогти підприємству підготуватися до виходу на нові ринки.

В цілому, створення відділу контролю якості та конкурентоспроможності на ПрАТ «Вінницькому олійножировому комбінаті» є необхідним кроком для того, щоб підприємство залишалося конкурентоспроможним у сучасних умовах ринкового середовища.

3.3 Розрахунок економічного ефекту та терміну окупності наданих пропозицій

Складемо план рекомендацій з підвищення ефективності управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» на 2025-2027 (див. табл. 3.3). Даний план розрахований на три роки.

Таблиця 3.3 – План заходів з підвищення ефективності діяльності підприємства (2025-2027 р.)

Суть пропонованої заходу	Орієнтовні витрати, тис. грн.	Прогнозований економічний ефект, тис. грн.	Інші результати
1 Впровадження загальної стратегії стабілізації	735	$19572 * 0,025 * 3 = 1467,90$	Розширення ринків експорту продукції, посилення позицій конкурентоспроможності підприємства
2 Реорганізація організаційної структури підприємства з створенням відділу контролю якості та конкурентоспроможності	1800	$19572 * 0,05 * 3 = 2935,80$	Підвищення ефективності системи управління підприємством, підвищення якості продукції, посилення позицій конкурентоспроможності
3 Використання запропонованої система підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на основі використання організаційних резервів	920	$19572 * 0,03 * 3 = 1761,48$	Активізація інноваційної діяльності, посилення позицій конкурентоспроможності підприємства, підвищення якості продукції, використання організаційних резервів
Підсумок	$B = 3455,00$	$E\Phi_{\text{заг}} = 6165,18$	

Реалізація запропонованих заходів дозволить суттєво підвищити ефективність системи управління збутом, що, у свою чергу, збільшить величину чистого прибутку, що його може отримати підприємство. Фінансовий результат від операційної діяльності за 2022 рік склав 19572 тис. грн. (див. дод. В, ряд. 2190). За висновками фахівців, збільшення чистого прибутку

підприємства протягом 3-х років може скласти по кожній пропозиції щорічно в середньому від 0,1% до 5%.

Основними показниками, які визначають доцільність впровадження наданих рекомендацій та пропозицій, є абсолютна та відносна ефективність вкладених фінансів та прогнозований термін їх окупності [2].

Розраховуємо приведену величину всіх економічних ефектів (з урахуванням прогнозованої інфляції), які будуть отримані протягом наступних 3-х років [2]:

$$E_{\phi(\text{заг})} = \sum_{i=1}^T \frac{E_{\phi i}}{(1 + \alpha)^t}, \quad (3.1)$$

де $E_{\phi i}$ – щорічна величина прогнозованого економічного ефекту, грн;

T – термін дії впровадження рекомендацій, роки;

α – ставка дохідності;

t – час від моменту впровадження пропозицій до моменту отримання прогнозованого економічного ефекту від їх впровадження, який визначається на кінець кожного року, роки.

Для спрощення розрахунків розділимо суму загального економічного ефекту по трьох роках відповідно 20%, 30% і 50% від розрахованої в табл. 3.4.

$$E_{\phi(\text{заг})} = \frac{1233,04}{(1 + 0,2)^1} + \frac{1849,55}{(1 + 0,2)^2} + \frac{3082,59}{(1 + 0,2)^3} = 1028 + 1284 + 1784 = 4096 \text{ тис. грн.}$$

Розрахуємо відносну ефективність коштів E_v , які було вкладено у впровадження запропонованих рекомендацій:

$$E_v = \sqrt[T]{\frac{E_{\phi(\text{заг})}}{B} + 1} - 1, \quad (3.2)$$

де $E_{\phi(заг)}$ – сумарна величина теперішньої (приведеної) вартості всіх комерційних ефектів від впровадження запропонованих пропозицій та рекомендацій, тис. грн;

T – термін дії впроваджених рекомендацій, тобто скільки часу впроваджені рекомендації будуть давати економічний ефект, в роках;

B – загальна величина витрат (тис. грн) на впровадження запропонованих заходів.

$$E_v = \sqrt[3]{1 + \frac{4096}{3455,00}} - 1 = \sqrt[3]{1 + 1,185} - 1 = \sqrt[3]{2,185} - 1 = 0,298$$

Розраховану величину E_v порівнюють з найменшою ставкою дисконтування $\tau_{\min}$. Ця ставка визначає мінімальну дохідність, нижче якої кошти вкладати не доцільно. У загальному вигляді мінімальна ставка дисконтування $\tau_{\min}$ розраховується за формулою:

$$\tau = d + f, \quad (3.3)$$

де d – це середньозважена ставка за депозитними операціями в державних та комерційних банках України. Ця ставка в 2024 р. дорівнювала $d = (0,1...0,3)$, вибираємо $d = 0,2$.

f – показник, що характеризує рівень ризику для запропонованих заходів; як правило, величина $f = (0,05...0,2)$, проте може бути і значно вище; вибираємо $f = 0,05$.

$$\tau_{\min} = 0,2 + 0,05 = 0,25$$

Якщо величина $E_v > \tau_{\min}$, то кошти у впровадження запропонованих заходів вкладати доцільно. Якщо ж величина $E_v < \tau_{\min}$, то фінансування запропонованих заходів є недоцільним. Для наших розрахунків маємо:

$$0,298 > 0,25$$

Отже, кошти у впровадження запропонованих рекомендацій вкладати доцільно.

Розрахуємо показник терміну окупності вкладених у впровадження запропонованих заходів коштів. Цей показник можна розрахувати за наступною формулою:

$$T_{ок} = \frac{B}{E_{ф(заг)}}. \quad (3.4)$$

$$T_{ок} = \frac{3455,00}{4096} = 0,844 \text{ роки}$$

Оскільки $T_{ок} < 3$ -х років, то фінансування запропонованих пропозицій та рекомендацій є комерційно вигідним.

Отже, в підрозділі 3.3 було складено план рекомендації щодо підвищення ефективності розробки та впровадження обраної стратегії підприємства. Розраховано економічну ефективність запропонованих заходів, яка свідчить про комерційну доцільність впровадження зроблених пропозицій та рекомендацій щодо підвищення ефективності управління діяльністю підприємства в цілому.

Висновки до розділу 3

За результатами проведеного SWOT-аналізу з матриці SWOT-аналізу ПрАТ «Вінницький ОЖК» стає зрозуміло, що комбінат може використовувати свої сильні сторони для збільшення частки українського ринку та виходу на міжнародні ринки. Збільшуючи статутний капітал, можна збільшити виробничу потужність підприємства. Підприємство може виробляти нову продукцію, збільшувати обсяги продажів, а за рахунок впровадження нових технологій можна знизити собівартість продукції, тим самим підвищити рентабельність.

У зв'язку з цим, нами пропонується обрати підприємству ПрАТ

«Вінницький ОЖК» для свого подальшого розвитку базову стратегію розвитку під назвою «стратегія стабілізації». Стратегія стабілізації діяльності підприємства застосовується в умовах погіршення економічної ситуації і в умовах, коли динаміка розвитку підприємства має коливний характер. З нашої точки зору така стратегія є пріоритетною для даного підприємства.

Застосування запропонованих принципів, методів і засобів організації виробництва, які покладено в основу розробки запропонованої системи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на основі використання організаційних резервів на базі діаграма Ісікави, дозволить без великих фінансових вкладень ефективно впливати на підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства за рахунок підвищення якості продукції, що випускається, при зниженні витрат і скороченні виробничого циклу.

Також, в підрозділі 3.3 було складено план рекомендації щодо підвищення ефективності розробки та впровадження обраної стратегії підприємства. Розраховано економічну ефективність запропонованих заходів, яка свідчить про комерційну доцільність впровадження зроблених пропозицій та рекомендацій щодо підвищення ефективності управління діяльністю підприємства в цілому.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз підходів різних науковців до визначення сутності конкурентоспроможності підприємства дозволяє сформулювати наступне визначення: конкурентоспроможність є узагальненим оцінювальним показником ефективності використання ресурсів і діяльності всіх підрозділів, що визначає здатність підприємства адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Конкурентоспроможність підприємства є одним із ключових індикаторів його стабільності. На підвищення конкурентоспроможності підприємства у внутрішньому та зовнішньому середовищі впливає багато чинників, серед яких одним із найвагоміших є конкурентоспроможність продукції — набір критеріїв, що задовольняють вимоги внутрішнього та зовнішнього ринків (ефективне виконання економічних операцій і вибір методів та засобів виробничо-експортної діяльності, які задовольняють потреби споживачів).

Аналізуючи літературні джерела вітчизняних і зарубіжних авторів, нами було сформовано визначення якості продукції: якість — це сукупність властивостей та характеристик продукту, які забезпечують його здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби.

У цьому розділі досліджено фактори, що впливають на якість продукції, а також види контролю за нею. Проаналізувавши методи оцінки якості продукції та визначивши їхні переваги та недоліки, було обрано розрахунковий метод для подальшого опрацювання, оскільки він дозволяє отримати достовірні показники, які можуть бути використані для подальшого дослідження якості продукції. Розрахунковий метод дозволяє досліджувати показники і порівнювати їх з нормативними, а також з показниками конкурентів у цій галузі.

У висновку слід відзначити, що ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» перебуває в складній фінансовій ситуації. Аналіз досліджуваного періоду підкреслив, що ряд об'єктивних факторів, негативно вплинули на його

діяльність та фінансовий стан. З урахуванням цих обставин, рекомендується підприємству вжити невідкладних заходів для виходу з ситуації. Перш за все, необхідно переглянути фінансову політику, зменшити нерентабельні витрати та підвищити рівень економічної безпеки підприємства.

Підприємство також має розглянути можливості залучення додаткового фінансування та визначити стратегію розвитку, яка враховуватиме поточні економічні умови та тенденції на ринку. Окрім цього, організаційна структура підприємства повинна бути оптимізована для побудови ефективної виробничо-господарської системи.

Щодо оцінки якості та конкурентоспроможності продукції, то на ПрАТ «Вінницький ОЖК» функціонує інтегрована система менеджменту (ІСУ) якості та безпеки харчових продуктів і кормів (страв) відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001:2009 та ДСТУ ISO 22000:2007. Завод сертифікований Системою екологічної стійкості (ISSS). Вся харчова продукція заводу отримує гігієнічний висновок, продукція сертифікована (добровільна сертифікація).

ПрАТ «Вінницьке ОЖК» щорічно підтверджує якість своєї продукції на провідних українських та міжнародних дегустаційних конкурсах та неодноразово ставало переможцем Всеукраїнського конкурсу якості продукції (товарів, робіт, послуг) «100 кращих товарів України» та переможцем обласного конкурсу «Кращий бренд Поділля».

На основі порівняння за 10 кількісними показниками якості продукції, продукція бренду ViOil від ПрАТ «Вінницький ОЖК» демонструє високі стандарти якості. Це свідчить про суворе дотримання нормативних вимог та високу якість продукту цього бренду.

За результатами проведеного SWOT-аналізу з матриці SWOT-аналізу ПрАТ «Вінницький ОЖК» стає зрозуміло, що комбінат може використовувати свої сильні сторони для збільшення частки українського ринку та виходу на міжнародні ринки. Збільшуючи статутний капітал, можна збільшити виробничу потужність підприємства. Підприємство може виробляти нову продукцію, збільшувати обсяги продажів, а за рахунок впровадження нових технологій

можна знизити собівартість продукції, тим самим підвищити рентабельність.

У зв'язку з цим, нами пропонується обрати підприємству ПрАТ «Вінницький ОЖК» для свого подальшого розвитку базову стратегію розвитку під назвою «стратегія стабілізації». Стратегія стабілізації діяльності підприємства застосовується в умовах погіршення економічної ситуації і в умовах, коли динаміка розвитку підприємства має коливний характер. З нашої точки зору така стратегія є пріоритетною для даного підприємства.

Застосування запропонованих принципів, методів і засобів організації виробництва, які покладено в основу розробки запропонованої системи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на основі використання організаційних резервів на базі діаграма Ісікави, дозволить без великих фінансових вкладень ефективно впливати на підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства за рахунок підвищення якості продукції, що випускається, при зниженні витрат і скороченні виробничого циклу.

Також, в підрозділі 3.3 було складено план рекомендації щодо підвищення ефективності розробки та впровадження обраної стратегії підприємства. Розраховано економічну ефективність запропонованих заходів, яка свідчить про комерційну доцільність впровадження зроблених пропозицій та рекомендацій щодо підвищення ефективності управління діяльністю підприємства в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Методичні вказівки до виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи студентами спеціальності «Менеджмент організацій» освітньої програми «Менеджмент виробничої і комерційної діяльності» / Уклад. В. О. Козловський, О. Й. Лесько, 3-є видання, переробл. і доповнене. Вінниця : ВНТУ, 2021. 51 с.
2. Терлецька, Ю., & Кравчук, А. (2022). Управління якістю продукції у системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Молодий вчений, 1 (101), 242-245.
3. Терлецька Ю.О. Використання інноваційних технологій у процесі удосконалення якості продукції на підприємстві. Молодий вчений. Вип. № 3(55). 2018. С. 712–715.
4. Aristotle's Metaphysics URL: <https://plato.stanford.edu/entries/aristotle-metaphysics/>
5. Бугай В.З., Сидоренко В.О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. Modern Economics. 2019. № 14 (2019). С. 33–38. DOI : [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-05)
6. Statistical Method from the Viewpoint of Quality Control. First Edition by Walter A. Shewhart, W. Edwards Deming (Editor) URL: <https://www.amazon.com/Statistical-Viewpoint-Quality-Control-Mathematics/dp/0486652327>
7. Ishikawa, K. What Is Total Quality Control? The Japanese Way. Translated by Lu, D.J., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
8. Joseph M. Juran Juran's. Quality. Handbook URL: <https://gmpua.com/QM/Book/quality%20handbook.pdf>
9. Armand W. Feigenbaum Total Quality Management.
10. H. James Harrington Business Process Improvement: The Breakthrough Strategy for Total Quality, Productivity, and Competitiveness URL:

<https://www.amazon.com/Business-Process-Improvement-Breakthrough-Competitiveness/dp/0070267685>

11. Philip B. Crosby Quality Is Free: The Art of Making Quality Certain: How to Manage Quality - So That It Becomes A Source of Profit for Your Business Hardcover URL: <https://www.amazon.com/Quality-Free-Certain-Becomes-Business/dp/0070145121>

12. Genichi Taguchi Introduction to Quality Engineering: Designing Quality into Products and Processes URL: <https://www.amazon.com/Introduction-Quality-Engineering-Designing-Processes/dp/9283310845>

13. Стандарти ISO URL: <https://www.iso.org/ru/standard/15570.html>

14. Шадрін А. Д. Моделювання оцінки якості. Стандарти і якість. 2019. № 11. С. 34–43.

15. Шаповал М. І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації: підручник. 3-тє вид., перероб. І доп. К.: Європ. ун-т фінансів, інформ. систем менеджменту та бізнесу, 2015. С. 147–153

16. Траченко Л. А. Важливі аспекти формування систем управління якістю в контексті вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2015. Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>

17. Слободяник А. М., Сиза В. О. Удосконалення моделі інтегрованої системи менеджменту якості на агропромислових підприємствах. Агросвіт. 2021. № 4. С. 45–50.

18. Траченко Л.А. Важливі аспекти формування систем управління якістю в контексті вимог міжнародного стандарту iso 9001:2015. Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6239>

19. Мізіна О.В., Криворучко К.О. Антикризове управління у сучасному менеджменті підприємств. Ефективна економіка. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6672>

20. Слободяник А.М., Плотник П.А., Зазимко С. А. Проблема впровадження сучасного управління агрохолдингом в умовах діджиталізації.

Ефективна економіка. 2020. № 4. URL:
<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7808>

21. Кирилюк І.М. Розвиток нормативних підходів до формування систем управління якістю продукції тваринництва. Агросвіт. 2019. № 23. С. 32-41.

22. Якубенко Ю., Польова Н. Інструментарій підвищення конкурентоспроможності підприємств засобами маркетингових комунікацій. Вісник Хмельницького національного університету. 2023. № 1. С. 266-272.

23. Вакуленко А. В. Управління якістю : Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. К. : КНЕУ, 2014. 167 с.

24. Лепейко Т. І., Котлик А. В. Процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства : монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2022. 316 с.

25. Нижник В. М. Підвищення конкурентного потенціалу та економічної безпеки промислових підприємств за умов розвитку глобалізаційних процесів : монографія. Хмельницький : ХНУ, 2018. 525 с.

26. Слава С. С., Горбоконь В. Ю., Павлович В. І. Еволюція управління витратами на якість продукції. Науковий вісник Ужгородського університету. 2023. С. 170–176.

27. Місюк М. В. Інноваційно-інвестиційний підхід до формування та підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва. Економіка АПК. 2016. № 3. С. 74-79

28. Павлова О., Павлов, К., Омельчук, Б., & Кучерява О. (2022). Формування системи управління якістю як чинника конкурентоспроможності продукції підприємств аграрної галузі. *innovation and Sustainability*, (4), 193–201.

29. Bezrodna S.M., Lagotyuk V.O. (2016) Influence of quality on the competitiveness of products of agricultural enterprises. *Agroworld* No. 15–16. P. 32–35.

30. ПрАТ «Вінницький ОЖК» URL: <http://vmzhk.vioil.com/>

31. Єдиний інформаційний масив даних про емітентів цінних паперів.
URL: <https://www.smida.gov.ua/>
32. Державна служба статистики України. URL:
<http://www.ukrstat.gov.ua/>
33. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства. К.: Знання. вид. 3, доповнене і перероблене, 2018 р. 662 с.
34. Купріна, Н. М., Ступницька, Т. М., & Величко, О. М. (2022). Особливості фінансового аналізу найбільш важливих груп активів в системі управління діяльністю підприємства. Food Industry Economics, 14(2).
35. Чобіток В. І., Шелест Т. М. Система управління промисловими підприємствами в умовах інноваційного розвитку: науково-практичні аспекти оцінки. Проблеми економіки. 2021. № 2 (48). С. 169–180.
36. Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Полтава: Вид.: ПП «Астроя», 2020. 434 с.
37. Бугай В.З., Резанов Е.О. Основні напрями збереження фінансової стійкості підприємства в умовах кризи. Економічний простір. 2019. № 142. С. 112–122.
38. Тран А. Найкращі приклади SWOT-аналізу. Що це таке та як практикувати у 2023 році. URL: <https://ahaslides.com/uk/blog/swot-analysis-examples>
39. Македон В.В., Курінна І.Г. Чинники впливу на організаційні процеси забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2020/5_2020/15.pdf

Додаток А
(обов'язковий)

ПРОТОКОЛ
ПЕРЕВІРКИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
НА НАЯВНІСТЬ ТЕКСТОВИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ

Назва роботи: «Управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції приватного акціонерного товариства «Вінницький олійножировий комбінат»»

Тип роботи: бакалаврська дипломна робота
(БДР, МКР)

Підрозділ: факультет менеджменту та інформаційної безпеки, кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту
(кафедра, факультет)

Показники звіту подібності Unicheck

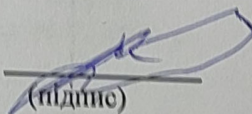
Оригінальність 81,2%

Схожість 18,8%

Аналіз звіту подібності (відмітити потрібне):

- ☐ 1. Запозичення, виявлені у роботі, оформлені коректно і не містять ознак плагіату.
- ☐ 2. Виявлені у роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і відсутності самостійності її виконання автором. Роботу направити на розгляд експертної комісії кафедри.
- ☐ 3. Виявлені у роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату та/або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень.

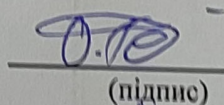
Особа, відповідальна за перевірку


(підпис)

Нікіфорова Л.О.
(прізвище, ініціали)

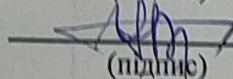
Ознайомлені з повним звітом подібності, який був згенерований системою Unicheck щодо роботи.

Автор роботи


(підпис)

Горовий О.С.
(прізвище, ініціали)

Керівник роботи


(підпис)

Буреннікова Н.В.
(прізвище, ініціали)

Додаток Б
Річна фінансова звітність ПрАТ «ВОЖК»
Форма № 2 «Баланс»

			КОДИ
			Дата(рік, місяць, число)
Підприємство	Приватне акціонерне товариство "Вінницький олійножировий комбінат"	за ЄДРПОУ	00373758
Територія		за КОАТУУ	0510100000
Організаційно-правова форма господарювання	230	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	10.41	за КВЕД	10.41
Середня кількість працівників	803		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	21034 місто Вінниця, вулиця Немирівське шосе, 26		

Баланс
на 01.01.2023 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5

I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	21	10	
первісна вартість	1001	57	71	
накопичена амортизація	1002	36	51	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	12605	12358	
Основні засоби:	1010	3556943	3447243	
первісна вартість	1011	4099385	4150480	
знос	1012	542442	703237	
Інвестиційна нерухомість:	1015	52104	52104	
первісна вартість	1016	52104	52104	
знос	1017	0	0	
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	
первісна вартість	1021	0	0	
накопичена амортизація	1022	0	0	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	
інші фінансові інвестиції	1035	0	13	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	

Відстрочені податкові активи	1045	0	0	
Гудвіл	1050	0	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	
Інші необоротні активи	1090	0	0	
Усього за розділом I	1095	3621673	3511728	
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	198350	241887	
Виробничі запаси	1101	114460	70252	
Незавершене виробництво	1102	0	0	
Готова продукція	1103	81660	134410	
Товари	1104	2230	37225	
Поточні біологічні активи	1110	0	0	
Депозити перестрахування	1115	0	0	
Векселі одержані	1120	0	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	58260	29279	
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				

за виданими авансами	1130	11286	25302	
з бюджетом	1135	23417	44228	
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	45	
з нарахованих доходів	1140	0	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	109152	55601	
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	43393	7315	
Готівка	1166	16	14	
Рахунки в банках	1167	43377	7301	
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	
резервах незароблених премій	1183	0	0	
інших страхових резервах	1184	0	0	
Інші оборотні активи	1190	125	1886	

Усього за розділом II	1195	443983	405498	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	
Баланс	1300	4065656	3917226	

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	78099	78099	
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	
Капітал у дооцінках	1405	2730292	2730292	
Додатковий капітал	1410	1	1	
Емісійний дохід	1411	0	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	
Резервний капітал	1415	432	432	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420			
Неоплачений капітал	1425	(261295)	(361451)	()
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	()

Інші резерви	1435	0	0	
Усього за розділом I	1495	2547529	2447373	
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	498567	481598	
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	
Довгострокові кредити банків	1510	4781	131821	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	
Цільове фінансування	1525	0	0	
Благодійна допомога	1526	0	0	
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітної періоду)	1531	0	0	
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532	0	0	
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0	
інші страхові резерви; (на початок звітної періоду)	1534	0	0	
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	

Призовий фонд	1540	0	0	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	
Усього за розділом II	1595	503348	613419	
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	130507	37149	
Векселі видані	1605	0	0	
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	
за товари, роботи, послуги	1615	59950	36701	
за розрахунками з бюджетом	1620	4906	1578	
за у тому числі з податку на прибуток	1621	4184	0	
за розрахунками зі страхування	1625	1330	324	
за розрахунками з оплати праці	1630	5496	4352	
за одержаними авансами	1635	129055	532954	
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	
за страховою діяльністю	1650	0	0	
Поточні забезпечення	1660	0	0	

Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	
Інші поточні зобов'язання	1690	683535	243376	
Усього за розділом III	1695	1014779	856434	
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	
Баланс	1900	4065656	3917226	

Додаток В

Річна фінансова звітність ПрАТ «ВОЖК»

Форма № 1 «Звіт про фінансові результати»

**Звіт про фінансові результати
на 01.01.2023 р.**

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1915837	1762329
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1722103)	(1690515)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	193734	71814
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0

Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	66122	50429
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(41308)	(45107)
Витрати на збут	2150	(92894)	(79808)
Інші операційні витрати	2180	(106082)	(116938)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	19572	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(119610)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	75995	119914

Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(209292)	(89738)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(113725)	(89434)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	13569	10781
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(100156)	(78653)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0

Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	67
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	67
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-100156	-78586

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	1410706	910665
Витрати на оплату праці	2505	114957	123615
Відрахування на соціальні заходи	2510	24907	26725
Амортизація	2515	160952	159708
Інші операційні витрати	2520	169029	176425
Разом	2550	1880551	1397138

**Управління розробкою та реалізацією системи
підвищення якості та конкурентоспроможності
продукції приватного акціонерного товариства
«Вінницький олійножировий комбінат»**

Виконав: ст. гр. МВКД-206

Горовий О.С.

Керівник: д.е.н., професор
каф. ЕПВМ

Буреннікова Н.В.

Рецензент: к.е.н., доцент
каф. ФІМ

Ткачук Л.М.

Метою бакалаврської кваліфікаційної роботи є аналіз теоретичних і методичних аспектів управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції і розроблення рекомендацій щодо підвищення її ефективності.

Для досягнення поставленої мети були поставлені такі задачі:

Дослідити теоретичні засади формування системи якості та конкурентоспроможності продукції.

Провести фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства з метою визначення його фінансового стану.

Оцінити якість окремих видів продукції на підприємстві ПрАТ «Вінницький ОЖК».

Розробити рекомендації щодо удосконалення управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції

Розрахувати ефективність та строк окупності розроблених пропозицій.

Об'єктом дослідження є процес управління розробкою та реалізацією системи підвищення якості та конкурентоспроможності.

Предметом дослідження є удосконалення розробки і реалізації системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємства на ПрАТ «Вінницький ОЖК».

Методи дослідження. При написанні бакалаврської дипломної роботи використовувалися методи системного аналізу і синтезу; абстрактно-логічний метод; табличний та графічний методи; методи порівняння та узагальнення; методи економічного і фінансового аналізу, монографічні методи та інші.

Інформаційною базою для виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи є навчальні підручники та посібники; монографії та статті у наукових журналах, матеріали наукових конференцій, бухгалтерська звітність підприємства ПрАТ «Вінницький ОЖК», інформаційні ресурси Інтернет тощо.

Практичне значення роботи полягає в тому, що запропоновані рекомендації можуть бути використані як ПрАТ «Вінницький ОЖК», так і іншими промисловими підприємствами України для ефективної розробки системи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.



Рисунок 1.1 – Поняття якості

Таблиця 1.2 – Визначення терміну «управління якістю»

Автор	Визначення
1.Е. Демінг	Управління якістю – це спроможність досягти такого рівня, який буде задовольняти ринок.
2.Управління якістю продукції": 9000- 9004	Управління якістю продукції - це методи і діяльність оперативного характеру.
3.Бурнукіна О.А	Управління якістю - дії, які здійснюються при створенні, експлуатації або споживанні продукції з метою встановлення, забезпечення і підтримки необхідного рівня її якості.
4.Г. І. Капіносов	Управління якістю — скоординована діяльність підприємства, яка полягає у спрямуванні та контролюванні організації щодо якості.

Таблиця 1.1 – Трактуювання терміну «якість»

Автор	Визначення
1.Аристотель	Якість – поняття завдяки якому предмети отримують свою назву.
2.Гегель	Якість – це властивість предмета, без якої він перестає бути самим собою.
3.В. Шухарт	Якість – це абсолютна оцінка, що визначається сукупністю ознак стійкої відповідності стандартам.
4.Ісікава К.	Якість – похідна від будь-яких вимірних кількісних параметрів продукту.
5.Джуран Дж.	Якість – це придатність для використання.
6.Фейгенбаум А.	Якість визначається як загальна сукупність складних ринкових, технічних, технологічних та експлуатаційних характеристик виробу, завдяки яким виріб буде відповідати очікуваним вимогам споживача при його експлуатації.
7.Дж. Харрінгтон	Якість – визначає якість як задоволення або перевищення сподівань споживачів за прийнятною для нього ціною, тобто це співвідношення корисності і ціни продукту.
8.Ф. Кросбі	Якість – відповідність всім встановленим технічним вимогам.
9.Г. Тагуті	Якість – це «втрати», що несе суспільство з моменту випуску продукції.
10.В.Н. Строїтельєв	Якість формується під час виробництва, а її рівень визначається після першого впливу на людину.
11.В.М. Золоткін та А.В. Глічев	Якість – здатність задовольняти потреби чи відповідати вимогам споживачів.
12.С.В. Мошенський, О.В. Олійник	Якість – це сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її здатність задовольнити максимальні потреби, чи потреби мінімального характеру споживача.
13.М.І. Шаповал	Якість – сукупність характеристик об'єкта, які стосуються його здатності задовольнити установлені та передбачувані потреби.
14. Міжнародний стандарт ISO 9001	Якість продукції – сукупність властивостей продукції, що зумовлюють її придатність задовольнити потреби у відповідності з її призначенням
15. Міжнародний стандарт ISO 8402-86	Якість – сукупність властивостей і характеристик продукції чи послуги, які надають їм можливість задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби споживачів.
16. Міжнародний стандарт ISO 9000:2000	Якість – ступінь, до якого сукупність власних характеристик продукції, процесу або системи задовольняє сформульовані потреби або загальнозрозумілі чи обов'язкові очікування.

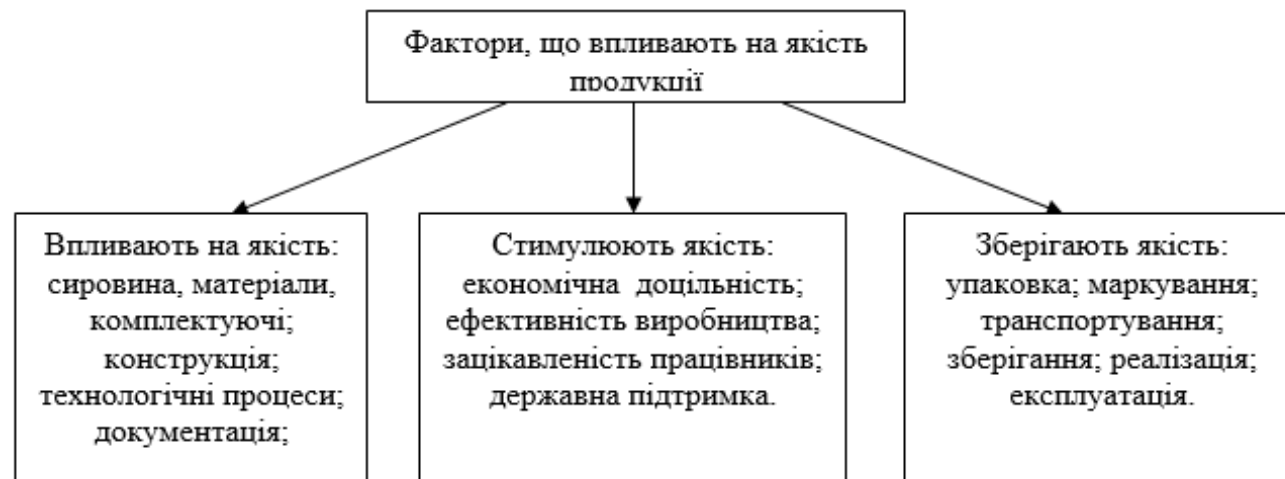


Рисунок 1.2 – Фактори, що впливають на якість продукції



Рисунок 1.3 – Піраміда якості

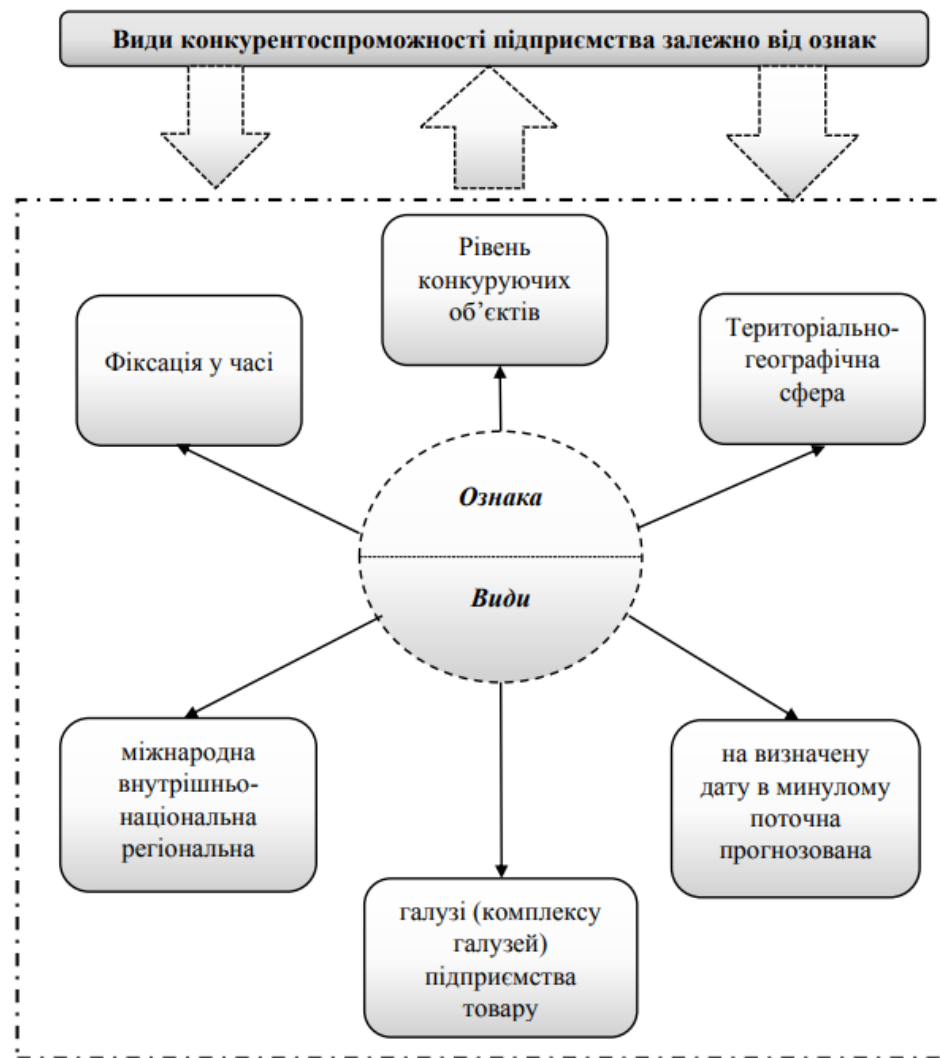


Рисунок 1.4 – Класифікація видів конкурентоспроможності залежно від визначених ознак

Рисунок 1.5 – Основні операції
оцінювання якості продукції

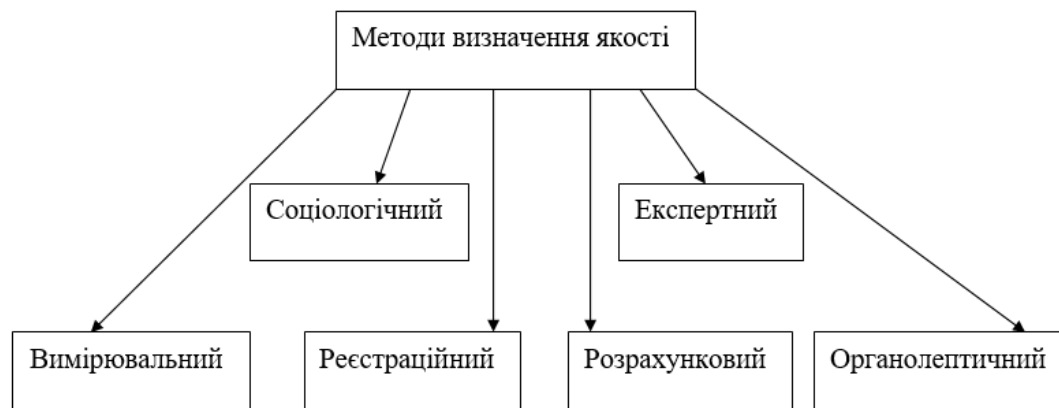
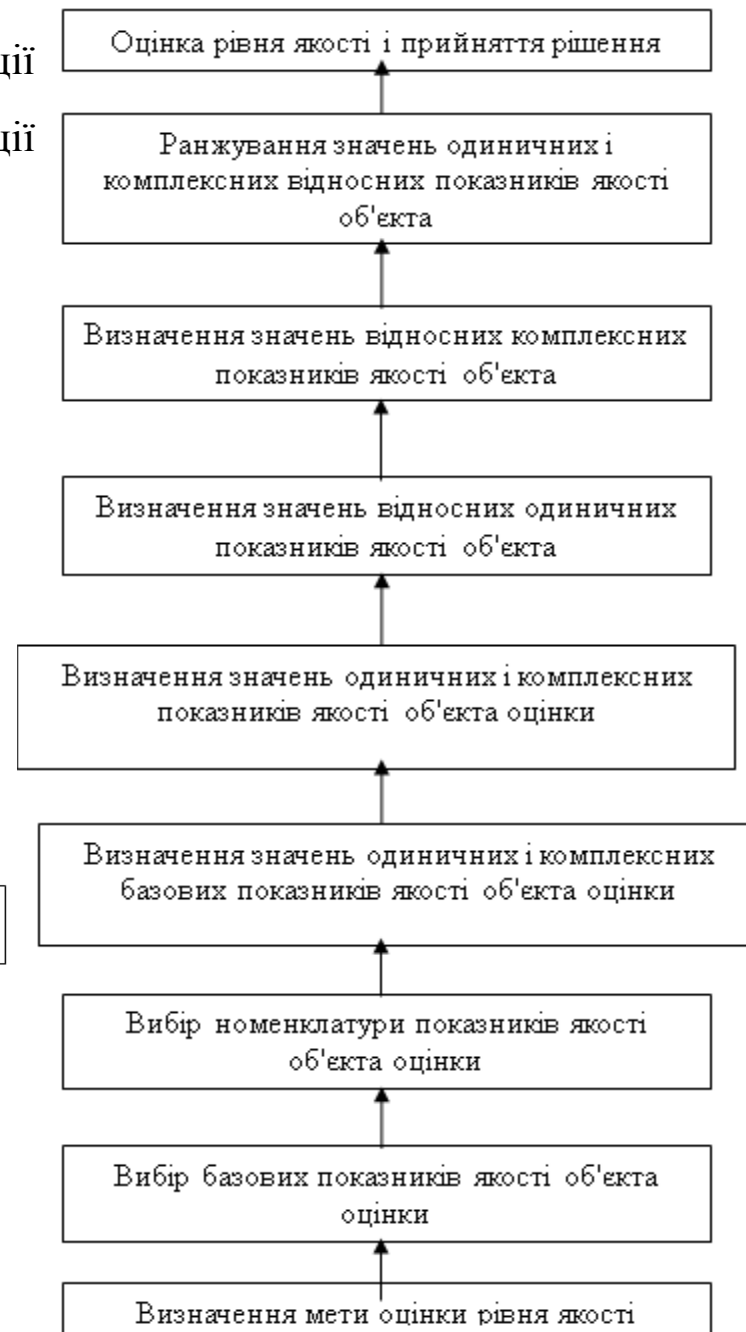


Рисунок 1.6 – Методи визначення якості продукції

Таблиця 1.4 – Переваги і недоліки реєстраційного методу

Переваги	Недоліки
1.Швидкість проведення	1.Обмежене застосування при окремих операціях товарної експертизи
2.Незатратність	2.Неточність

Таблиця 1.5 – Переваги і недоліки органолептичного методу

Переваги	Недоліки
1.Не потрібно додаткове устаткування	1.Субективізм оцінки
2.Доступність	2.Зовнішні умови
3.Можливість швидко формувати загальне уявлення про продукт	3.Характер підготовки проб
4.Простота	4.Особливості дегустатора
5.Оперативність	5.Кількісний склад комісії
6.Невелика кількість продукту	6.Застосування балової системи

Таблиця 1.6 – Переваги і недоліки соціологічного методу

Переваги	Недоліки
1.Доступність	1.Неточність
2.Низька вартість	2.Субективність
3.Тривалість	

Таблиця 1.7 – Переваги і недоліки експертного методу

Переваги	Недоліки
1.Достовірність	1.Високі затрати часу
2.Відтворюваність результатів	2.Трудомісткість
3.Простота	3.Субективність думок
4.Різносторонній аналіз	4.Обмеженість суджень
5.Отримання узагальненого результату	5.Труднощі в отриманні надійної і узгодженої оцінки

Таблиця 1.9 – Методи оцінки якості продукції

Метод	Характеристика
1. Диференційний метод	Використовує одиничні показники і порівнює їх з базовими.
2. Комплексний метод	Застосовує узагальнений показник якості продукції і відображає основне призначення продукції.
3. Змішаний метод	Одночасно використовує одиничні і комплексні показники, коли частково одиничні показники, об'єднані у групи, і для кожної групи розраховується відповідний комплексний показник.

Таблиця 1.10 – Класифікація показників якості

Ознака класифікації	Група показників
1. За властивостями, що характеризуються	призначення; надійності; ергономічні; естетичні; технологічності; транспортабельності; стандартизації та уніфікації; патентно правові; екологічні; економічні; однорідності; безпеки.
2. За способом вираження	розмірні одиниці; безрозмірні.
3. За застосуванням для оцінки	абсолютні; базові; відносні.
4. За кількістю властивостей, що характеризується	одиничні; комплексні; загальні.
5. За стадією визначення значень показників	прогнозовані; проектні; виробничі; експлуатаційні.
6. За характером встановленого показника	регламентовані; номінальні; межові; оптимальні.
7. За значимістю при оцінці	основні; додаткові.
8. За областю застосування	до одиничної продукції; до сукупності однорідної продукції; до сукупності різнорідної продукції.

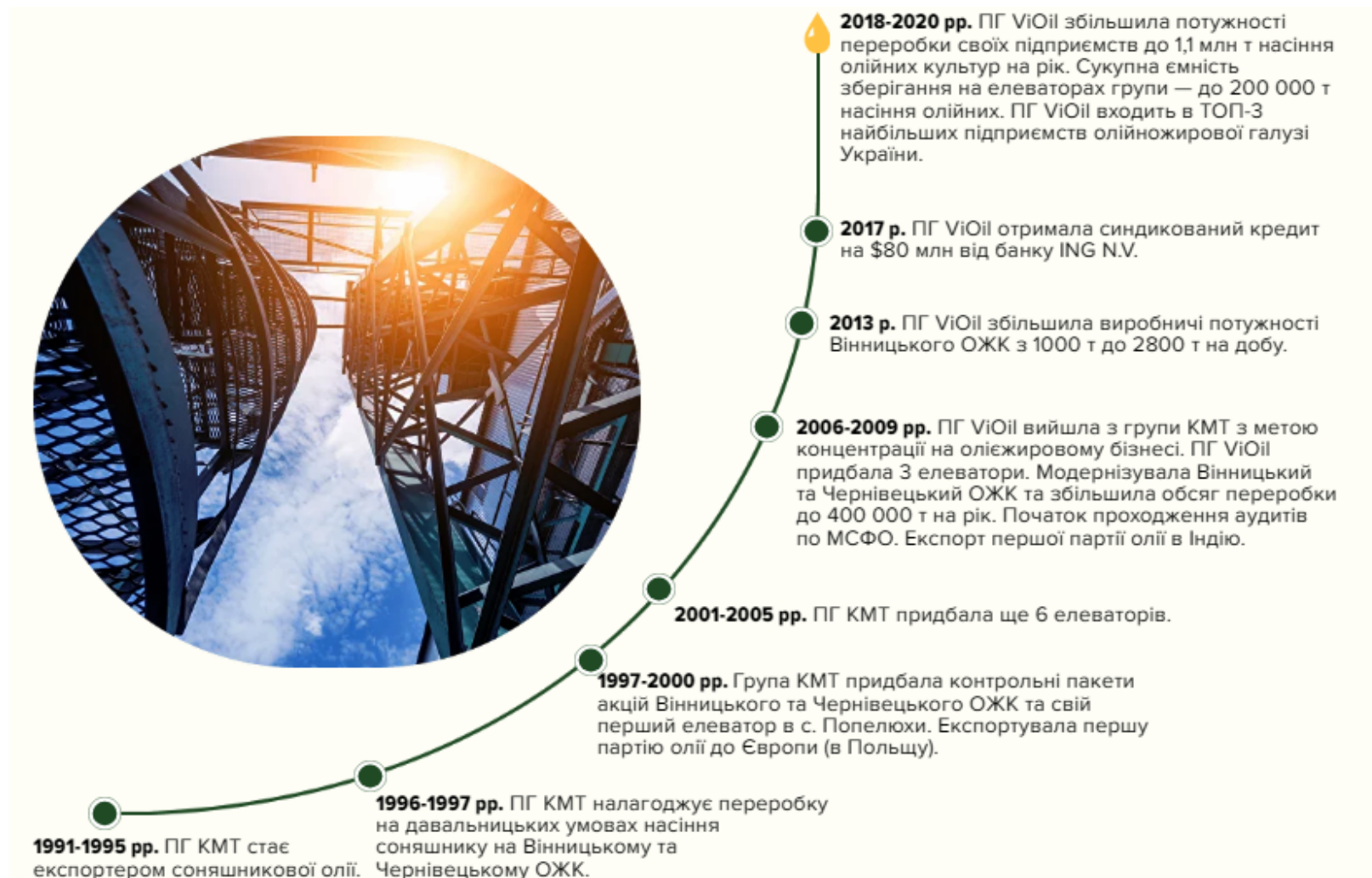


Рисунок 2.1 – Коротка історія становлення ПрАТ «Вінницький ОЖК»



Рисунок 2.2 – Основні види продукції ПрАТ «Вінницький ОЖК»

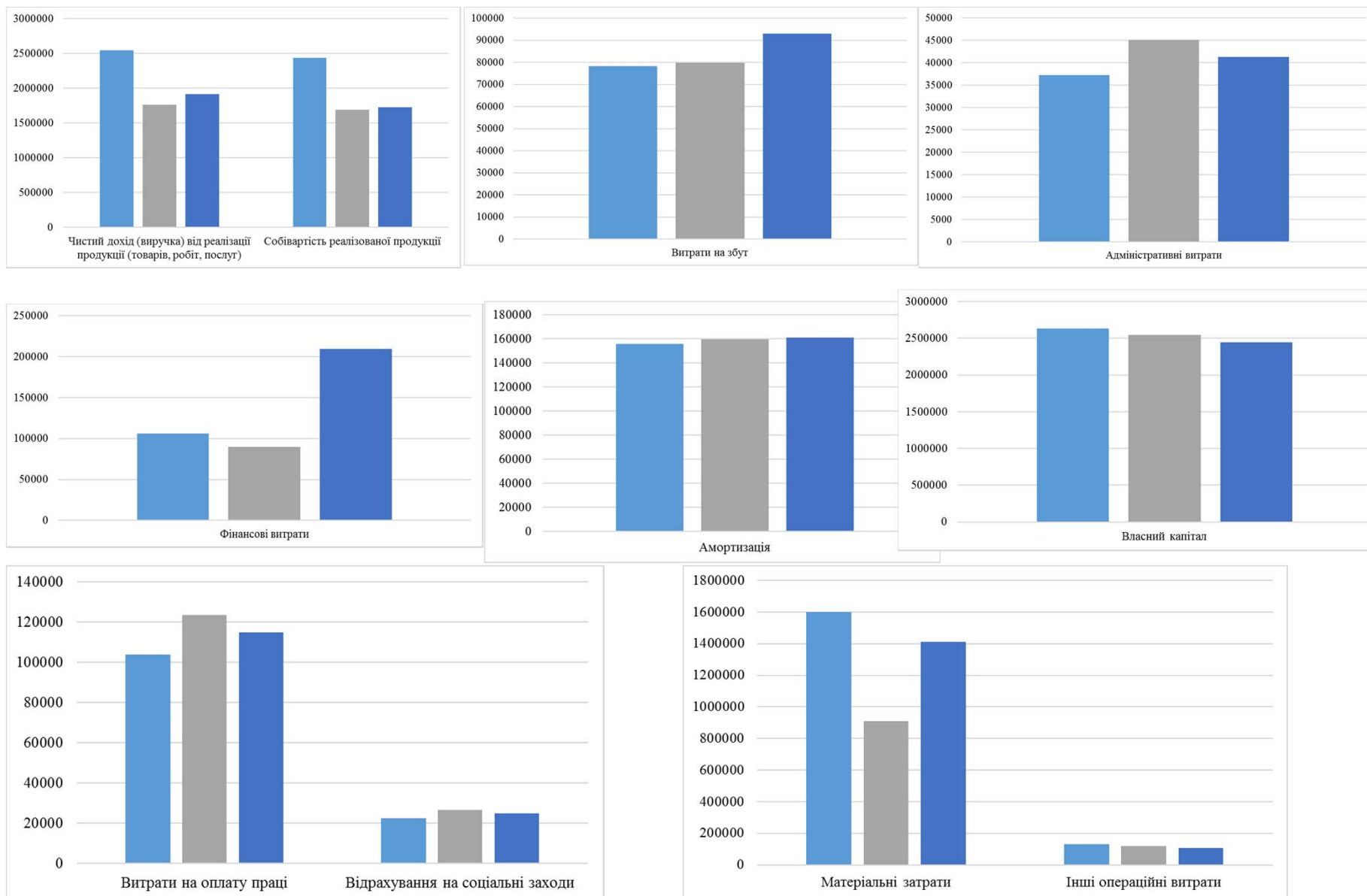


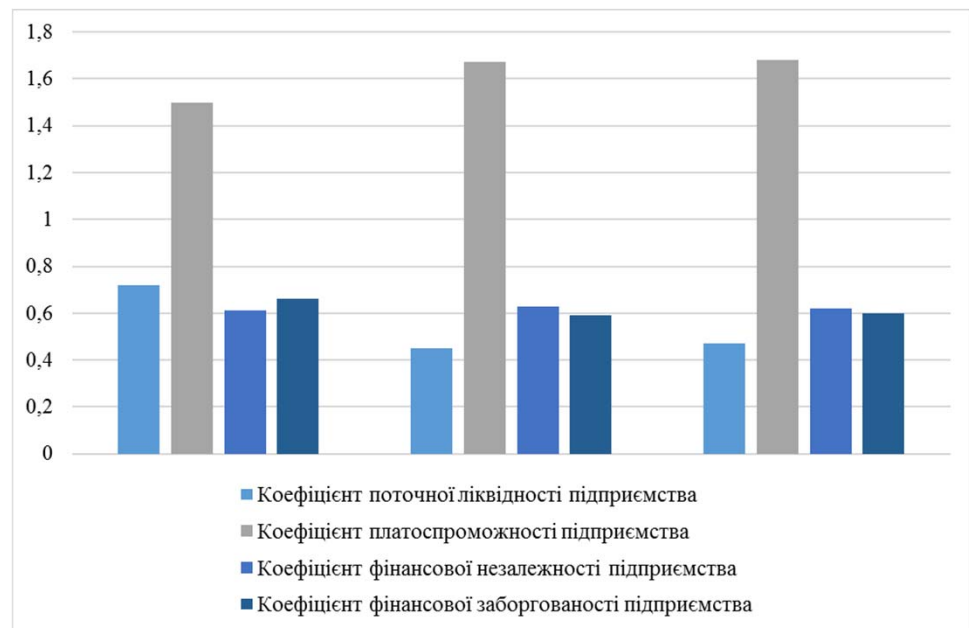
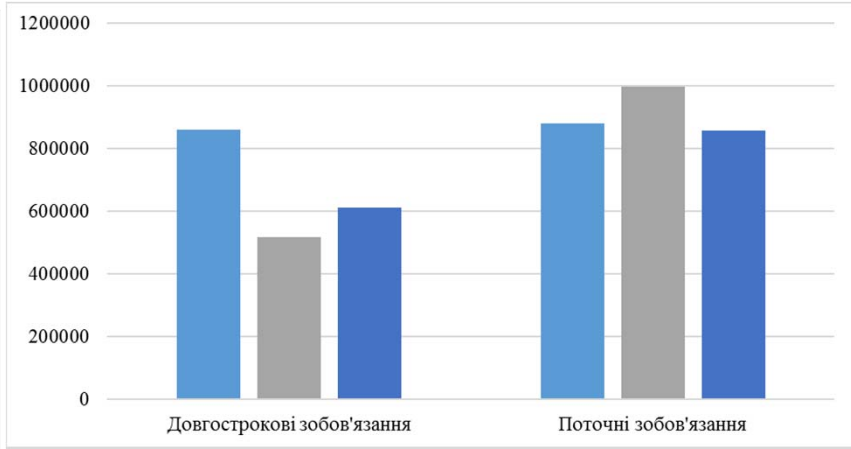
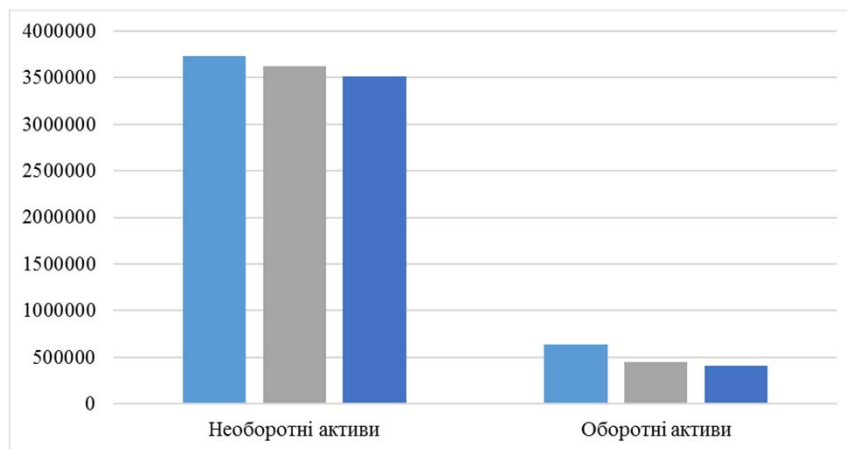
Рисунок 2.3 – Торгова марка «Віолія»



Рисунок 2.4 – Основні моменти політики у сфері якості продукції і послуг

Рисунок 2.5 – Динаміка зміни основних фінансових показників діяльності ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»





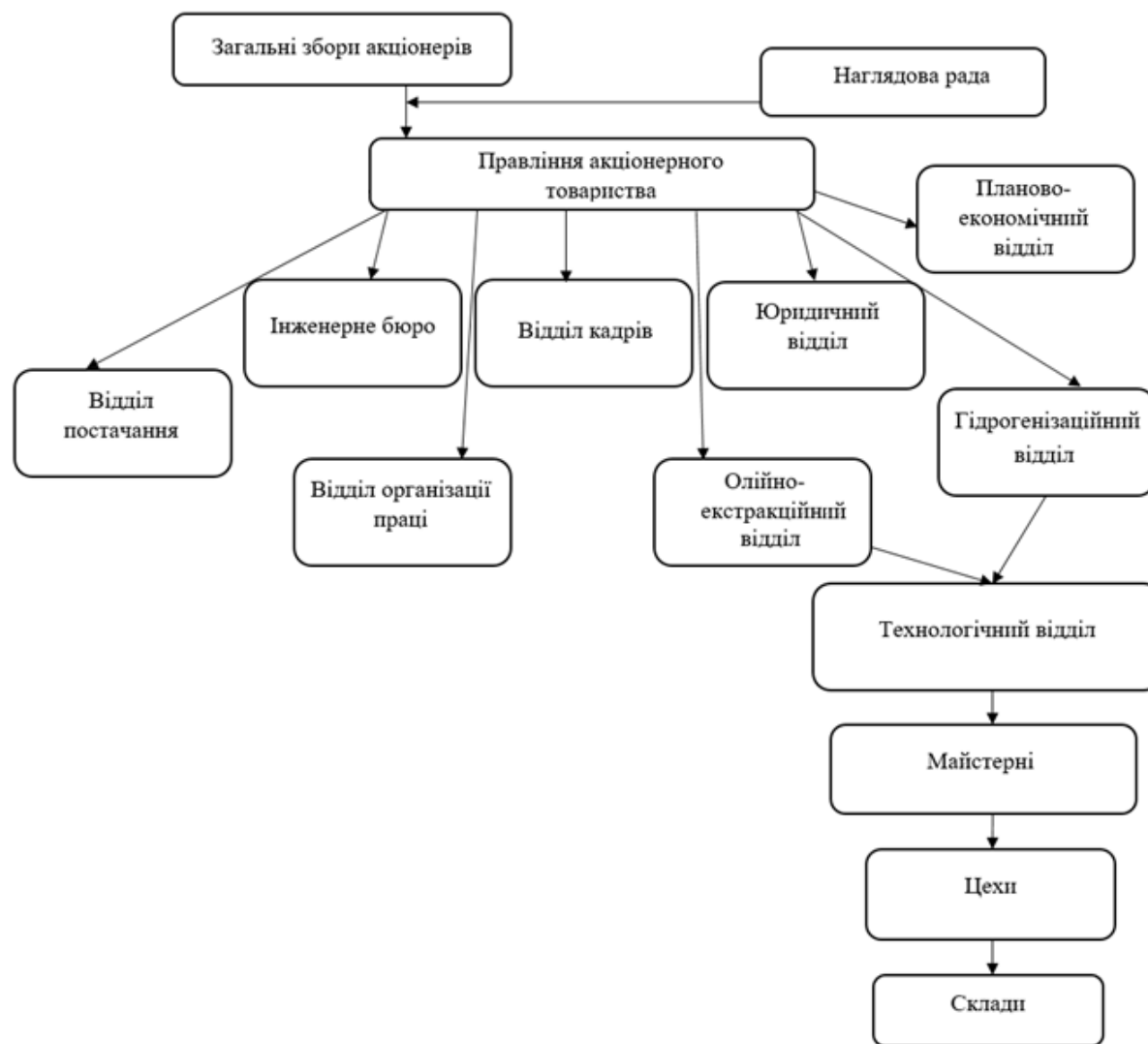


Рисунок 9 – Схематичне зображення організаційної структури
ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»

Фосфатидний концентрат

Висока якість нашого фосфатидного концентрату зробить Ваш продукт ідеальним. Цей товар застосовується в харчовій промисловості, при виробництві комбікорму для тварин та птиці, в технічних цілях.

Лецитин широко застосовується в харчовій і парфюмерно-косметичній промисловості. У виробництві ліків його використовують як гідрофільний емульгатор, що дає стійкі емульсії для внутрішнього застосування.

Введення фосфатидного концентрату в шоколадні вироби підвищує їх гомогенність і дозволяє економити 0,13-0,5% масла какао.

Основні якісні показники:

- кольорове число, (Гарднера) - 11-13;
- масова частка води і летких речовин, % - не більше 1;
- масова частка фосфатидів, % - не менше 60;
- масова частка олії, % - не більше 40;
- кислотне число олії, яка виділена з концентрату, мг КОН / г - не більше 10.



Жирні кислоти

Жирні кислоти соапстоків світлих рослинних олій і саломасів використовуються для кормових та технічних цілей.

Сировиною для їх виробництва служить соапсток, який ми отримуємо в процесі рафінації нерафінованих олій власного виробництва.

Наші продукти застосовуються в якості кормових домішок при виробництві комбікормів для тварин та птиці, а також при виробництві миючих засобів, мастильно-охолоджуючих рідин, оліфи, біодизеля.

Основні якісні показники:

- колір: від світлого до темно-коричневого;
- кислотне число, мг КОН / г - не більше 135;
- масова частка загального жиру, % - не менше 96;
- масова частка води і летких речовин, % - не більше 4,0;
- масова частка неомильних речовин, % - не більше 4,0.



Лушпиння соняшника

Сучасні проблеми енергетичного ринку потребують сучасних рішень У нас вони є!

Пелети, отримані шляхом гранулювання попередньо дробленого лушпиння соняшника.

Використовуються в технічних цілях як тверде паливо в котельних та інших енергоустановках.

Найкраще співвідношення ціни та якості відносно інших видів паливних копалин.

Основні якісні показники:

- діаметр 8мм;
- довжина, від 5 до 25мм;
- теплота згоряння – не менше 17 (+/- 0,2) МДж / кг або 4060 (+/- 47,76) Ккал / кг;
- зольність, до 5%;
- масова частка води і летких речовин, до 12%;
- кількість пилу і осипи, до 5%.



Шрот

Більше 20 років заводи ПГ ViOil випускають високоякісний протеїновий шрот, який застосовується в сільському господарстві для виробництва комбікормів для тварин та птиці.

Введені на підприємствах холдингу стандарти GMP+ та HACCP дозволяють контролювати якість нашої продукції. Високі виробничі стандарти дають можливість поставляти її нашим партнерам як на території України, так і за її межами.

Вінницький ОЕЗ також акредитований китайським CIQ для експорту високопротеїнових шротів на територію КНР.

Компанія відвантажує шрот автомобільним, залізничним і морським транспортом на вигідних для покупців умовах.



Олія рослинна фасована

Ідеально фасована 100% соняшникова олія, яка відповідає всім світовим стандартам якості. Це максимально очищений натуральний продукт без додавання консервантів, барвників з вмістом натурального вітаміну Е. Якість нашої продукції відповідає всім вимогам якості країн Євросоюзу, СНД, Китаю, а також всім світовим стандартам якості харчових продуктів. Всі підприємства промислової групи ViOil пройшли сертифікацію ISO 9001 та ISO 2200.

Ми створимо Вашу бездоганну репутацію високою якістю нашої продукції:

- контроль якості продукції на всіх етапах виробництва;
- використання тільки якісної сировини та упаковки;
- індивідуальний підхід до вимог кожного клієнта.
- повний сервіс, починаючи від розробки дизайну і закінчуючи поставкою в кінцевий пункт призначення.



Олія рослинна наливна

ПГ ViOil є одним з лідерів в Україні з виробництва олії рослинної наливної. Завдяки сучасному мультикультурному обладнанню ми можемо переробляти звичайний і високоолеїновий соняшник, а також ріпак, сою та льон. Продукція заводів компанії відповідає всім стандартам якості країн Європейського Союзу та СНД, китайського CIQ, а також іншим світовим стандартам якості харчових продуктів. Група ViOil отримала сертифікат екологічної стійкості та викидів парникових газів (ISCC), який дозволяє застосовувати нашу ріпакову олію для виробництва біопалива.

У компанії є власна залізнична гілка, а також парк залізничних та автомобільних цистерн. Завдяки ефективній логістичній інфраструктури, а також вдалому географічному розташуванню заводів групи наша продукція добре відома споживачам з країн Європи, Азії, Південної та Північної Америки, Африки та Австралії.



ВИСНОВКИ

Відповідно до поставлених цілей у першому розділі роботи досягнуто наступних науково-практичних результатів:

1. Визначити основні вимоги та потреби забезпечення економічної безпеки підприємств в умовах трансформації соціально-економічної системи. Проаналізовано різні погляди на економічну безпеку. Акцентовано увагу на необхідності розробки нових підходів до забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання.
2. У поєднанні зі стратегічним напрямком інституційного розвитку проаналізувати основні нормативно-правові документи, що регулюють та забезпечують питання економічної безпеки, визначити загрози та завдання, які постають перед країною у фінансовій, виробничій, зовнішньополітичній сферах тощо. безпека інновацій.
3. У роботі розглядаються теоретичні основи економічної безпеки та критично аналізується існуюче поняття «економічна безпека», виявляються особливості його трактування різними науковими школами та окремими вченими.
4. Як свідчить аналіз наукових публікацій, виникне певна складність у визначенні адаптації системи економічної безпеки до вимог системи управління підприємством, що пов'язано з інертністю традиційних методів управління та бюрократизацією вищезазначених. -зазначені методи управління. Ефективним варіантом є впровадження гнучких методів управління процесом забезпечення економічної безпеки підприємства.
5. Проаналізовано основні принципи забезпечення економічної безпеки підприємств. Ці принципи відповідають реальній діяльності суб'єктів господарювання та відповідають потребам забезпечення економічної безпеки підприємств.

У висновку слід відзначити, що ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» перебуває в складній фінансовій ситуації. Аналіз досліджуваного періоду підкреслив, що ряд об'єктивних факторів негативно вплинули на його діяльність та фінансовий стан. З урахуванням цих обставин, рекомендується підприємству вжити невідкладних заходів для виходу з даної ситуації. Перш за все, необхідно переглянути фінансову політику, зменшити нерентабельні витрати та підвищити рівень економічної безпеки підприємства.

Підприємство також має розглянути можливості залучення додаткового фінансування та визначити стратегію розвитку, яка враховуватиме поточні економічні умови та тенденції на ринку. Окрім цього, організаційна структура підприємства повинна бути оптимізована для побудови ефективної виробничо-господарської системи.

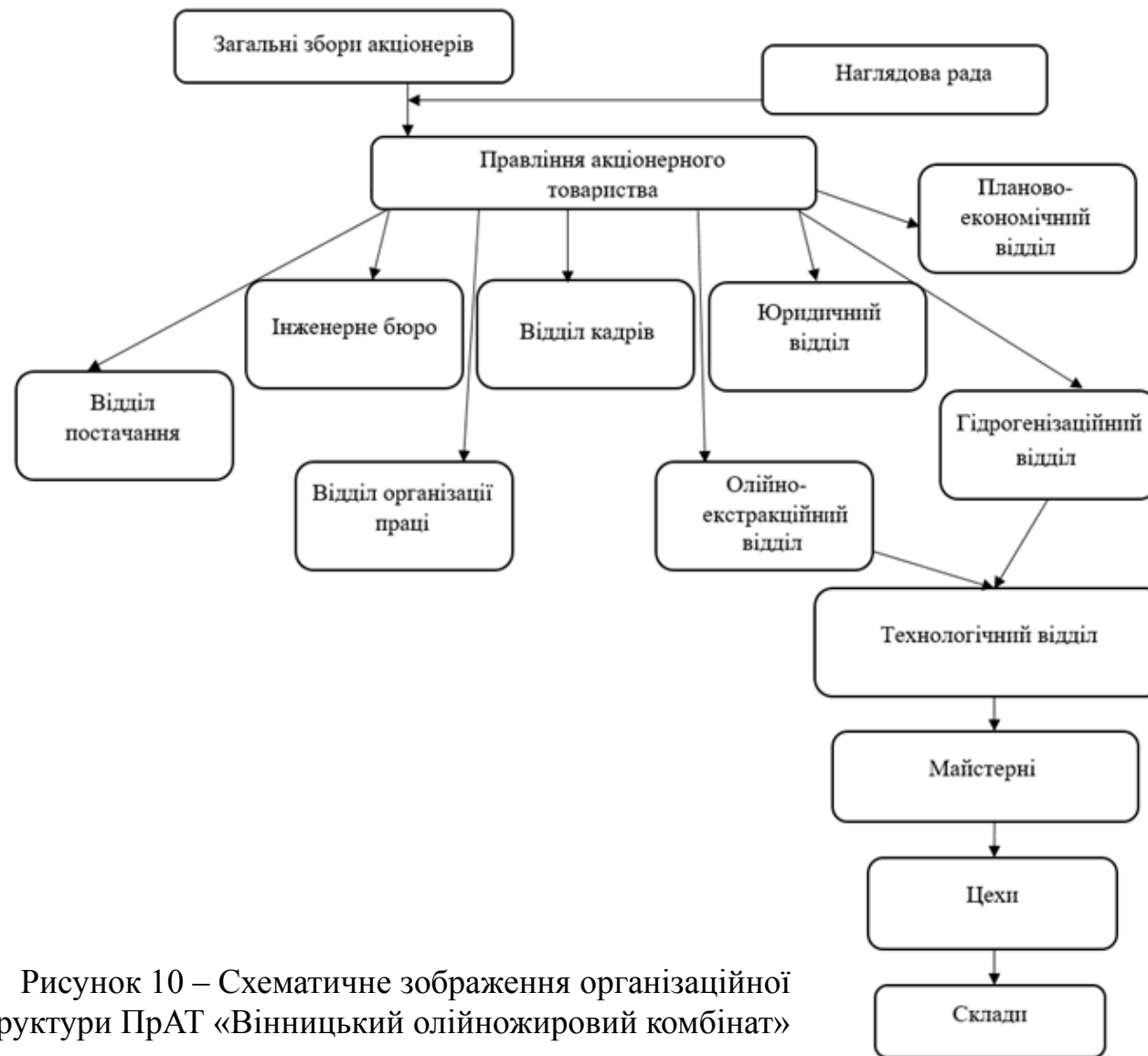


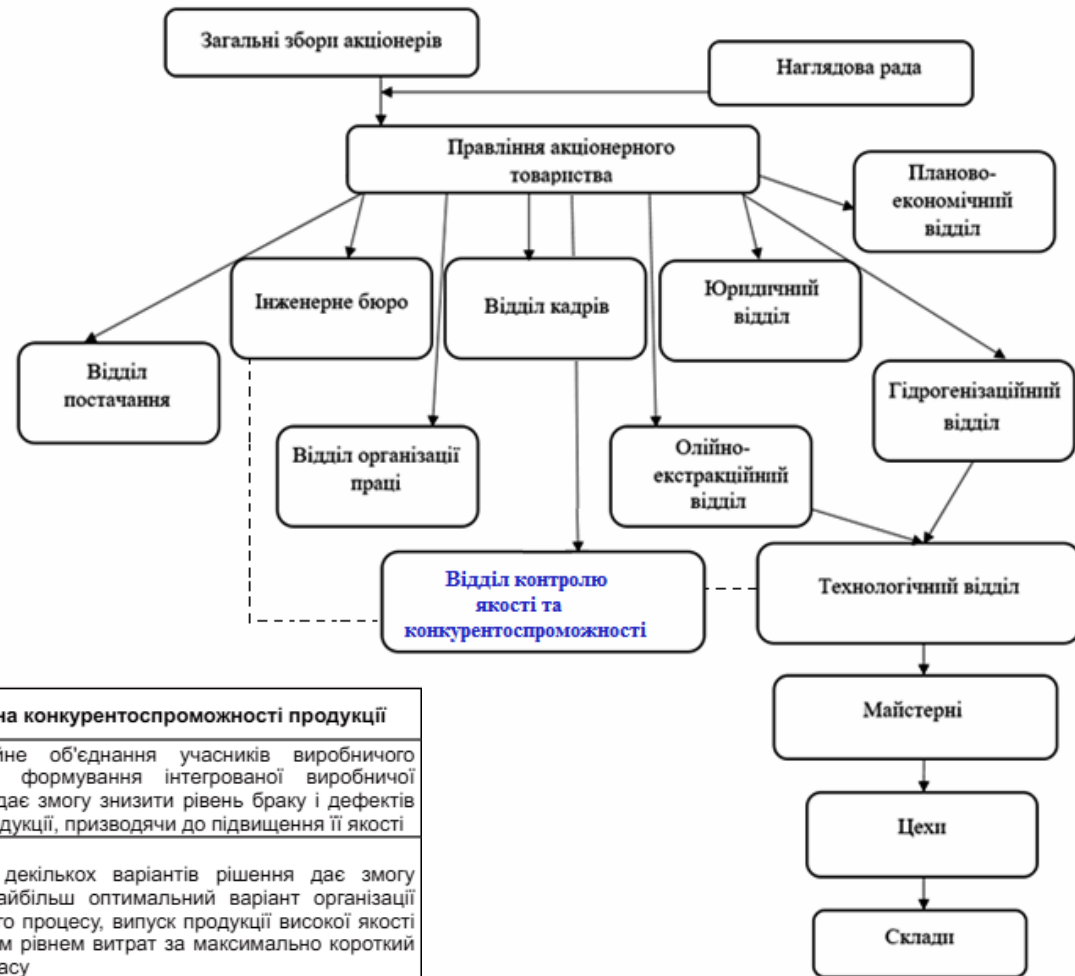
Рисунок 10 – Схематичне зображення організаційної структури ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»



Рисунок 3.1 - Етапи розроблення загальної стратегії розвитку ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» на основі SWOT-аналізу

Таблиця 3.1 – Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Достатня популярність	Вузький асортимент продукції
Імідж на ринку	Недотримання графіку постачання
Фокусування на споживачі, його потребах	Середній рівень цін
Високий контроль якості	Недосконала структура управління
Висока рентабельність	Недозавантаженість виробничих потужностей
Зростання оборотних коштів	Вузька спеціалізація
Конкурента цінова політика	Відстороненість персоналу від ухвалення управлінських рішень
Сучасні технології виробництва	Залежність від постачальників сировини та комплектуючих
Обґрунтована стратегія у сфері діяльності	Застаріле устаткування
Можливості	Загрози
Вдосконалення технології виробництва	Зростання податків і мит
Стійкий попит на продукцію	Зниження рівня цін
Зниження податків і мит	Зростання темпів інфляції
Зниження цін на сировину і матеріали	Посилення законодавства
Відсутність зарубіжних конкурентів	Зниження рівня життя населення
Неповністю задоволений попит на продукцію	Зміна купівельних переваг
Державна підтримка малих підприємств	Поява товарів-субститутів
Поліпшення рівня життя населення	Нестабільність курсів валют
Вдосконалення менеджменту	Несприятлива економічна ситуація в державі
Розорення і відхід фірм-виробників	Посилення конкуренції
Підвищення рівня цін	Поява нових виробників
Вільний вхід на ринок	Поява принципово нового товару
Охоплення нових сегментів ринку	Недотримання графіку постачання продукції
Організація відділу збуту	Погіршення політичної обстановки



Таблиця 3.2 - Базові принципи організації виробництва щодо підвищення конкурентоспроможної продукції

Найменування принципу	Зміст принципу	Вплив на конкурентоспроможності продукції
Принцип інтеграції	Забезпечення об'єднання між процесами розроблення, створення і виробництва продукції	Інформаційне об'єднання учасників виробничого процесу і формування інтегрованої виробничої структури дає змогу знизити рівень браку і дефектів готової продукції, призводячи до підвищення її якості
Принцип оптимальності і багатоваріантності рішень	Необхідність розроблення декількох варіантів організаційних концепцій, що відповідають цілям виробництва і його організації. З декількох варіантів вибирається той, який забезпечує оптимальне поєднання структурних елементів виробничої системи	Наявність декількох варіантів рішення дає змогу вибрати найбільш оптимальний варіант організації виробничого процесу, випуск продукції високої якості з невисоким рівнем витрат за максимально короткий проміжок часу
Принцип зовнішнього оточення	Цілі організації виробництва, напрями вдосконалення організаційної діяльності формуються з урахуванням вимог, що диктуються зовнішнім середовищем	Аналіз зовнішнього середовища дає змогу підприємству організувати виробництво продукції, що відповідає потребам, тим самим підвищуючи загальний рівень конкурентоспроможності продукції
Принцип ефекту організаційної діяльності	Забезпечення такої взаємодії елементів виробничої системи, яке призвело б до збільшення ефекту синергії і координації	Застосування методів та інструментів організації виробництва призводить до підвищення рівня якості продукції, що випускається, з одночасним скороченням витрат і тривалості виробничого циклу
Принцип економічності	Вимагає досягнення найкращих результатів діяльності з організації виробництва за найменших витрат	Дає змогу підприємству випускати продукцію необхідної якості з мінімальним рівнем витрат, призводячи тим самим до підвищення її конкурентоспроможності

Рисунок 3.3 – Схематичне зображення оновленої організаційної структури ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»



Рисунок 3.2 – Система підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на основі використання організаційних резервів на базі діаграма Ісікави

Таблиця 3.3 – План заходів з підвищення ефективності діяльності підприємства (2025-2027 р.)

Суть пропонованої заходу	Орієнтовні витрати, тис. грн.	Прогнозований економічний ефект, тис. грн.	Інші результати
1 Впровадження загальної стратегії стабілізації	735	$19572 * 0,025 * 3 = 1467,90$	Розширення ринків експорту продукції, посилення позицій конкурентоспроможності підприємства
2 Реорганізація організаційної структури підприємства з створенням відділу контролю якості та конкурентоспроможності	1800	$19572 * 0,05 * 3 = 2935,80$	Підвищення ефективності системи управління підприємством, підвищення якості продукції, посилення позицій конкурентоспроможності
3 Використання запропонованої система підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на основі використання організаційних резервів	920	$19572 * 0,03 * 3 = 1761,48$	Активізація інноваційної діяльності, посилення позицій конкурентоспроможності підприємства, підвищення якості продукції, використання організаційних резервів
Підсумок	$B = 3455,00$	$E\Phi_{\text{заг}} = 6165,18$	

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз підходів різних науковців до визначення сутності конкурентоспроможності підприємства дозволяє сформулювати наступне визначення: конкурентоспроможність є узагальненим оцінювальним показником ефективності використання ресурсів і діяльності всіх підрозділів, що визначає здатність підприємства адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Конкурентоспроможність підприємства є одним із ключових індикаторів його стабільності. На підвищення конкурентоспроможності підприємства у внутрішньому та зовнішньому середовищі впливає багато чинників, серед яких одним із найвагоміших є конкурентоспроможність продукції — набір критеріїв, що задовольняють вимоги внутрішнього та зовнішнього ринків (ефективне виконання економічних операцій і вибір методів та засобів виробничо-експортної діяльності, які задовольняють потреби споживачів).

Аналізуючи літературні джерела вітчизняних і зарубіжних авторів, нами було сформовано визначення якості продукції: якість — це сукупність властивостей та характеристик продукту, які забезпечують його здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби.

У цьому розділі досліджено фактори, що впливають на якість продукції, а також види контролю за нею. Проаналізувавши методи оцінки якості продукції та визначивши їхні переваги та недоліки, було обрано розрахунковий метод для подальшого опрацювання, оскільки він дозволяє отримати достовірні показники, які можуть бути використані для подальшого дослідження якості продукції. Розрахунковий метод дозволяє досліджувати показники і порівнювати їх з нормативними, а також з показниками конкурентів у цій галузі.

У висновку слід відзначити, що ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» перебуває в складній фінансовій ситуації. Аналіз досліджуваного періоду підкреслив, що ряд об'єктивних факторів, негативно вплинули на його діяльність та фінансовий стан. З урахуванням цих обставин, рекомендується підприємству вжити невідкладних заходів для виходу з ситуації. Перш за все, необхідно переглянути фінансову політику, зменшити нерентабельні витрати та підвищити рівень економічної безпеки підприємства.

Підприємство також має розглянути можливості залучення додаткового фінансування та визначити стратегію розвитку, яка враховуватиме поточні економічні умови та тенденції на ринку. Окрім цього, організаційна структура підприємства повинна бути оптимізована для побудови ефективної виробничо-господарської системи.

Щодо оцінки якості та конкурентоспроможності продукції, то на ПрАТ «Вінницький ОЖК» функціонує інтегрована система менеджменту (ІСУ) якості та безпеки харчових продуктів і кормів (страв) відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001:2009 та ДСТУ ISO 22000:2007. Завод сертифікований Системою екологічної стійкості (ІССС). Вся харчова продукція заводу отримує гігієнічний висновок, продукція сертифікована (добровільна сертифікація).

ПрАТ «Вінницьке ОЖК» щорічно підтверджує якість своєї продукції на провідних українських та міжнародних дегустаційних конкурсах та неодноразово ставало переможцем Всеукраїнського конкурсу якості продукції (товарів, робіт, послуг) «100 кращих товарів України» та переможцем обласного конкурсу «Кращий бренд Поділля».

На основі порівняння за 10 кількісними показниками якості продукції, продукція бренду ViOil від ПрАТ «Вінницький ОЖК» демонструє високі стандарти якості. Це свідчить про суворе дотримання нормативних вимог та високу якість продукту цього бренду.

За результатами проведеного SWOT-аналізу з матриці SWOT-аналізу ПрАТ «Вінницький ОЖК» стає зрозуміло, що комбінат може використовувати свої сильні сторони для збільшення частки українського ринку та виходу на міжнародні ринки. Збільшуючи статутний капітал, можна збільшити виробничу потужність підприємства. Підприємство може виробляти нову продукцію, збільшувати обсяги продажів, а за рахунок впровадження нових технологій можна знизити собівартість продукції, тим самим підвищити рентабельність.

У зв'язку з цим, нами пропонується обрати підприємству ПрАТ «Вінницький ОЖК» для свого подальшого розвитку базову стратегію розвитку під назвою «стратегія стабілізації». Стратегія стабілізації діяльності підприємства застосовується в умовах погіршення економічної ситуації і в умовах, коли динаміка розвитку підприємства має коливний характер. З нашої точки зору така стратегія є пріоритетною для даного підприємства.

Застосування запропонованих принципів, методів і засобів організації виробництва, які покладено в основу розробки запропонованої системи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на основі використання організаційних резервів на базі діаграма Ісікави, дозволить без великих фінансових вкладень ефективно впливати на підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства за рахунок підвищення якості продукції, що випускається, при зниженні витрат і скороченні виробничого циклу.

Також, в підрозділі 3.3 було складено план рекомендації щодо підвищення ефективності розробки та впровадження обраної стратегії підприємства. Розраховано економічну ефективність запропонованих заходів, яка свідчить про комерційну доцільність впровадження зроблених пропозицій та рекомендацій щодо підвищення ефективності управління діяльністю підприємства в цілому.