

**ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ КОНКУРС СТУДЕНТСЬКИХ
НАУКОВИХ РОБІТ**

Шифр роботи: «УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ»

Напрямок: «Управління у сфері економічної конкуренції»

**Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції
ТОВ «Молочний завод «Фаворит»**

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	5
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА РІВНЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «МОЛОЧНИЙ ЗАВОД «ФАВОРИТ»	8
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «МОЛОЧНИЙ ЗАВОД «ФАВОРИТ»	20
ВИСНОВКИ	27
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	20
ДОДАТКИ	31

ВСТУП

Актуальність теми. За умов ринкової економіки зростають вимоги до підвищення якості всіх видів продукції, розширення й оновлення її асортименту у відповідності до сучасного рівня розвитку науково-технічного прогресу та зростаючих потреб населення. В умовах розвитку міжнародної торгівлі конкурентоспроможність окремих підприємств та галузей економіки на зовнішньому і внутрішньому ринках повністю залежить від того, наскільки їх продукція або послуги конкурентоспроможні та відповідають стандартам якості.

Проблема забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції актуальна для всіх країн і підприємств. Від її вирішення в значній мірі залежить успіх і ефективність національної економіки. При цьому необхідно враховувати те, що підвищення якості продукції – задача довгострокова і безперервна. З розвитком науково технічного прогресу проблема якості не спрощується, а, навпаки, стає складнішою. Тому вирішувати її традиційними методами, тобто лише шляхом контролю якості готової продукції, практично неможливо.

Питанням забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції присвячені численні наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів таких як П. Беленький, Б. Буркінський, В. Герасимчук, М. Єрмошенко, О. Запунний, О. Кузьмін, А. Старостіна, Ф. Хміль, М. Портер, Б. Берман, А. Глічев, Ф. Котлер, та інші. Водночас слід зазначити, що комплексний підхід до цільового управління якістю та конкурентоспроможністю підприємства у відповідності зі стратегією розвитку підприємства недостатньо розроблені, як в теорії, так і на практиці.

Мета і задачі дослідження. Мета наукової роботи полягає в розробці та обґрунтуванні рекомендацій, щодо вдосконалення процесу управління якістю та конкурентоспроможністю продукції ТОВ «Молочний завод «Фаворит»». Відповідно до визначеної мети у роботі поставлено та вирішено наступні **завдання**: дослідити теоретичні засади управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства; провести аналітичну оцінку рівня управління якістю та конкурентоспроможністю продукції ТОВ «Молочний

завод «Фаворит»; обґрунтувати заходи щодо можливості удосконалення економічного механізму управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічний механізм управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних засад і практичних рекомендацій з подальшою розробкою шляхів удосконалення механізму управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Поставлені в роботі завдання вирішуються за допомогою таких **методів**: абстрактно-логічного (при теоретичному узагальненні сутності і змісту якості та конкурентоспроможності продукції підприємства); монографічного (при вивченні та описанні практики управління якістю та конкурентоспроможністю продукції в умовах ТОВ «Молочний завод «Фаворит»); статистично-економічний (при аналізі середніх та відносних величин щодо конкретної господарської діяльності та показників її результативності та ефективності).

Апробація матеріалів дослідження. Результати дослідження було апробовано на: Всеукраїнській науково-практичній on-line конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, присвяченої Дню науки (15-17 травня 2018 р., м. Житомир); II Міжнародній науково-практичній конференції «Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства» (06-08 листопада 2019 р., м. Житомир). Оpubліковано статтю у колективній монографії: Стратегічні альтернативи економічного розвитку підприємницької діяльності.

Наукова новизна полягає в удосконаленні теоретико-методичних засад управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства на основі застосування системного підходу.

Практичне значення одержаних результатів: пропозиції щодо удосконалення системи управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства за рахунок впровадження організаційно-технічних заходів які передбачають проведення модернізації лінії виробництва сухого молока використані на підприємстві ТОВ «Молочний завод «Фаворит»».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день, рушійною силою досягнення конкурентоспроможності підприємства в мінливому ринковому бізнес-середовищі виступає можливість представити продукт з найкращими характеристиками, який якомога краще задовольнить вимоги споживачів аніж аналогічні товари конкурентів.

В ході дослідження економічної категорії «конкурентоспроможність продукції» нами встановлено, що кожен із авторів пропонує власне визначення поняття «конкурентоспроможність продукції», але всі вони зазначають, що, насамперед, конкурентоспроможність товару – це його здатність задовольнити потреби споживача. Про відсутність єдиного загальноприйнятого поняття категорії «конкурентоспроможність продукції» свідчать дані табл. 1 (Додаток А).

Таким чином, під конкурентоспроможністю продукції пропонуємо розуміти сукупність її властивостей, що відбиває міру задоволення конкретної потреби у порівнянні з репрезентованою на ринку аналогічною продукцією. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто мати якісь вагомі переваги над виробами інших товаровиробників. Тому, конкурентоспроможність продукції - це комплекс споживчих та вартісних характеристик, які визначають його успіх на ринку, тобто спроможність саме даного товару бути обміненим на гроші в умовах широкої пропозиції до інших конкуруючих товаровиробників.

Критерій конкурентоспроможності товару – це якісна та (або) кількісна характеристика продукції, що виступає основою для оцінки її конкурентоспроможності. Характеристику основних критеріїв наведено в табл. 2 [11, с. 143] (Додаток Б).

Підвищення якості продукції – один із визначальних чинників інтенсифікації розвитку перехідної економіки. Поліпшення якості сировини, матеріалів, обладнання сприяє ефективнішому забезпеченню потреб за рахунок економії ресурсів. Нині якість товарів має вирішальне значення для забезпечення їх

конкурентоспроможності на зовнішньому ринку. Висока якість експортованої продукції сприяє зовнішньополітичним і торгово-економічним успіхам України, свідчить про зростання господарської і науково-технічної потужності держави, її оборонної спроможності. Якість продукції служить найточнішим індикатором рівня застосування досягнень науково-технічного прогресу в економіці, ефективності функціонування всіх її складових, дефініції щодо визначення якості, табл. 3 (Додаток В).

Розглянувши підходи вчених-економістів до визначення якості ми виявили дуже схожі думки стосовно економічного наповнення даної категорії. По-перше це сукупність певних властивостей або характеристик, по-друге – це якісне задоволення споживачів.

Водночас сутність поняття «якість» на ринку покупця (тобто на ринку, насиченому товарами) у кожний період суспільного розвитку визначається по-різному. Нині в країнах розвинутої ринкової економіки найбільш поширене розуміння змісту та складових категорії якості зафіксоване в спеціальному термінологічному стандарті Міжнародної організації зі стандартизації (ІСО), яка є всесвітньою федерацією національних органів зі стандартизації.

Згідно із засадничими принципами побудови та засобами наукового пізнання терміни «якість» і «продукція (послуги)» треба розглядати у взаємному поєднанні. У звичайному розумінні продукція – це матеріалізований або нематеріалізований результат певної діяльності чи певного процесу. До перших, наприклад, належать тканини, телевізори, книжки та інші подібні товари, до других – програми для обчислювальної техніки, розроблені проекти, інструкції з експлуатації. З продукцією в багатьох випадках ототожнюють також і власне діяльність або процес, наприклад: догляд за дітьми, виконання окремого виробничого процесу тощо. Нагадаємо, що із суто маркетингових позицій продукцією (товаром) можна вважати все, що здатне задовольнити потреби споживача. Однак у повсякденній діяльності продукцію здебільшого класифікують як матеріальні товари (годинники, телевізори, автомобілі, газові

турбіни) та товари-послуги (медичні та банківські послуги, різні види страхування) [26, с. 214].

Отже, продукція виступає як результат діяльності або процесу. Продукція розглядається як матеріалізований результат процесу трудової діяльності, що має корисні властивості і призначений для задоволення потреб суспільного або особистого характеру.

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес планування, забезпечення необхідного рівня і підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що її формують. При цьому конкурентоспроможність продукції створюється в рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення та споживання. Отже, управління конкурентоспроможністю продукції на різних стадіях здійснюється опосередковано через управління процесами її створення і просування.

Складові процесу управління конкурентоспроможністю продукції наведені на рис. 1. (Додаток Г). Процес управління якістю на підприємстві, як подано на рис. 2 (Додаток Д), здійснюється у кілька етапів і залежить від обраної концепції роботи підприємства і стратегії якості [18, с. 19]. Організація управління якістю передбачає, що вище керівництво підприємства встановлює відповідні процедури управління і контролю залежно від обраної стратегії.

Отже, кожне підприємство, яке виходить на ринок з власною продукцією, намагається досягти переваги над іншими підприємствами. Можливості підприємства в досягненні такої переваги визначаються такими поняттями, як якість та конкурентоспроможність. Для сучасного світового ринку характерне здебільшого переважання пропозиції над попитом. Як правило, певний товар пропонують одночасно багато постачальників на умовах, які мало чим відрізняються одна від одної. У цій ситуації споживач надає перевагу більш якісному та конкурентоспроможному товару, тобто товару, який на одиницю своєї вартості (ціни) задовольняє більше потреб і виготовлений на вищому рівні, ніж товари конкурентів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА РІВНЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «МОЛОЧНИЙ ЗАВОД «ФАВОРИТ»

Для дослідження обраної теми в сфері управління якістю та конкурентоспроможністю продукції обрано ТОВ «Молочний завод «Фаворит»».

Оцінимо стан господарювання ТОВ «Молочний завод «Фаворит»», (табл. 4-б) (Додаток Е).

Показники господарської діяльності ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» за 2016-2018 рр. свідчать про відносне покращення діяльності підприємства. У 2018 р. підприємство отримало збиток на рівні 1220 тис.грн., проте на 7058 тис.грн. підприємство спрацювало краще, ніж у 2016 р, коли підприємство тримало збиток на рівні 8278 тис. грн., хоча у 2017 р. підприємство отримало прибуток 2900 тис. грн. Дані зміни пояснюється перш за все нестабільністю економічної та політичної ситуації у країні. У 2018 р. підприємство також активно впроваджувало нові види продукції та поступово збільшувало обсяги їх виробництва та реалізації, що дало змогу підвищити чистий дохід від реалізації продукції на 57,7% відносно рівня 2016 р.

Позитивною тенденцією відмічається зростання кількості оборотів оборотних активів у 2018 р. на 25,2%, що свідчить про покращення в сфері управління оборотними активами. Також зазначимо, що у 2018 р. зросла сума оборотних активів підприємства на 25,6% відносно 2016 р.

Розглянувши «Звіт про фінансові результати» ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» зробимо аналіз доходів за його видами у 2016-2018 рр. (табл. 5).

У 2018 р. найбільшу питому вагу в структурі доходів склав чистий дохід від реалізації продукції – 98,8% (117932 тис. грн.), якщо у 2016 р. він складав 83,9% (74800 тис. грн.). У 2018 р. взагалі відсутні інші доходи, тоді як у 2016 р. їх сума складала 306 тис. грн.

За даними табл. 6 проведений аналіз фінансових результатів. Слід сказати, що чистий дохід від реалізації продукції у останньому з аналізованих тобто у 2018

р. склав 117932 тис. грн., що на 43132 тис. грн. більше ніж у 2016 р., або на 57,7%, при цьому собівартість також була зросла у 2018 р. на 46,2%, і склала 110828 тис. грн., що на 35031 тис. грн., більше ніж у 2016 р. Якщо у 2016 р. підприємство отримало валовий збиток у сумі 997 тис. грн., то вже у 2018 р. – валовий прибуток – 7104 тис. грн.

ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» є одним із найбільших і найпотужніших виробників молочних виробів на Україні. Крім того, продукція заводу вже більше 10-ти років експортується у країни ближнього та дальнього зарубіжжя, тому найбільша увага на підприємстві надається вдосконаленню системи контролю якості від вхідного контролю сировини до вихідного контролю готової продукції.

Нині діяльність із підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств необхідно починати саме з упровадження сучасних систем управління якістю та їх підготовки до сертифікації. Засвоєння стандартів ISO 9000 дозволить підприємствам досягти цієї мети.

Суб'єктами управління якістю на досліджуваному підприємстві є дирекція товариства, планово-економічний відділ на чолі з головним економістом та технологом.

Об'єктами управління якістю продукції є кисломолочні вироби, та інші вироби, які виробляє підприємство, у тому числі молоко сухе та згущене.

На ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» застосовують наступні види контролю якості: вхідний, самоконтроль виконавця, операційний, летючий, приймальний і інспекційний.

Перед проведенням аналізу якості та конкурентоспроможності продукції ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» розглянемо структуру основних видів його продукції, табл. 7.

Так, найбільшу питому вагу у загальному обсязі продукції займає протягом останніх трьох років сухе молоко – 63,8% та 61,0% у 2016-2018 рр. відповідно.

Найголовнішим показником конкурентоспроможності молочної продукції є її якість яка оцінюється відповідними показниками. Основними

органолептичними та фізико-хімічними показниками якості молочних продуктів є: зовнішній вигляд, смак, запах, консистенція; ступінь чистоти, густина, кислотність, вміст сухих речовин, жирність, температура продукту та ін. У табл. 8 та 9 (Додаток Є) представлено оцінку відповідності хімічних показників ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» ГОСТ Р 52969-2008, та наведено порівняльну характеристику органолептичних показників якості масла ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» та ГОСТ Р 52969-2008.

Таблиця 7

Структура виробництва основних видів продукції
ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»

№	Назва продукції	Од. вим.	2016 р.	Питома вага, %	2017 р.	Питома вага, %	2018 р.	Питома вага, %
1	Масло солодко вершкове селянське 73% жиру	тис.грн	7629,2	10,2	10158,6	11,1	13680,1	11,6
2	Масло солодко вершкове традиційне 82,5% жиру	тис.грн	3740	5,0	4850,5	5,3	7193,9	6,1
3	Молоко пастеризоване 2,5%	тис.грн	637,2	0,9	915,2	1,0	1415,2	1,2
4	Сироватка	тис.грн	1496	2,0	2196,5	2,4	2948,3	2,5
5	Молоко сухе знежирене 1,5%	тис.грн	47498	63,8	57016,3	62,3	71938,5	61,0
6	Молоко згущене	тис.грн	9798,8	13,1	12995,7	14,2	14033,9	11,9
7	Сири тверді	тис.грн	1496	2,0	3386,2	3,7	6722,1	5,7
	Всього	тис.грн	74800	100	91519	100	117932	100

Це ж саме стосується селянського солодковершкового (несолоне, солоне). Отже, узагальнюючи зробимо висновок, що продукція ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» за хімічними показниками повністю відповідає вимогам ГОСТ Р 52969-2008, що засвідчує її високий рівень якості.

Звернувши увагу на табл. 9. можна зробити наступні висновки. За органолептичними показниками якості продукція ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» відповідає вимогам ГОСТ Р 52969-2008, як по продукції вищого так і першого гатунку. Існуючі розбіжності ні в якому разі не свідчать про низький рівень якості продукції, адже усі вони в межах норми. Таким чином, можна

зазначити, що продукція досліджуваного підприємства повною мірою відповідає вимогам якості.

Як вже зазначалося раніше, конкурентоспроможність можна оцінити лише у порівнянні із конкурентами або лідерами ринку. Таким чином, у табл. 10 наведено обсяги продажу ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» та його основних конкурентів, у табл. 11 наведено підприємства-лідери з продажу у м. Житомир (Додаток Ж).

Останнє місце по обсягам продажу займає ТОВ «Молочний завод «Фаворит»», яке у 2018 р. продало продукції на 119304 тис. грн. Дане підприємство є невеликим, проте потужним, і низький обсяг реалізації вказує лише на те, що продукція ще не виробляється у великій кількості, адже проблем із збутом у підприємства не існує.

З огляду на дані табл. 11 можна стверджувати, що беззаперечним лідером є ПАТ «Житомирський маслозавод», у 2018 р. частка покупців досягла 20,2%. Наздоганяє лідера ТОВ «Данон» яке у 2018 р. займає 17,4% частки ринку. Майже однакові частки займають Рейнфорд молочна фабрика і ТОВ «Молочний завод «Фаворит»», - 8,4% і 8,7% відповідно. Інші виробники займають 8% всієї частки ринку м. Житомир у 2018 р., це є менше, ніж у 2017 р., пояснюється тим, що підприємства-лідери зайняли більшу частку ринку.

Для дослідження конкурентоспроможності питного молока ми пропонуємо всі споживчі характеристики розподілити на 6 груп: якість, прихильність споживачів до певної торгової марки, широта асортименту, корисність для здоров'я, доступність за ціною, зручність упаковки. Дані показники ляжуть в основу порівняльного аналізу конкурентоспроможності різних торгових марок.

Конкурентоспроможність молока питного визначається на базі експертних оцінок споживачів, шляхом використання статистичного аналізу (зокрема, середньої арифметичної).. Отримані значення показників ми переводимо у бальну оцінку. Розподіл балів відбувається за 5-ти бальною шкалою, де 1 бал показує низький рівень прояву показника, а відповідно 5 - високий, наведені у табл. 2.9.

Провівши аналіз бальної оцінки конкурентоспроможності аналізованих торгових марок бачимо, що по якості лідерами є ТМ Галактон, ТМ Селянське та ТМ Слов'яночка. Прихильність споживачів мають такі торгові марки, як ТМ Рудь, ТМ Білосвіт, ТМ Селянське та ТМ Слов'яночка. За широтою асортименту лідером є ТМ Селянське. Перевагу доступності за ціною мають такі ТМ-Рудь, ТМ Щодня та ТМ Білосвіт. Останнім параметром бальної оцінки є зручність упаковки, де лідера не має.

Таблиця 12

Бальна оцінка конкурентоспроможності питного молока ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» та інших торгових марок

Торгові марки	ПОКАЗНИКИ					
	Якість	Прихильність споживачів до певної торгової марки	Широта асортименту	Корисність для здоров'я	Доступність за ціною	Зручність упаковки
ТМ Рудь	4	5	2	5	5	2
ТМ Фаворит	3	4	2	4	4	2
ТМ Щодня	3	4	2	5	5	2
ТМ Буренка	2	4	2	3	3	3
ТМ Галактон	5	4	2	4	4	2
ТМ Білосвіт	4	5	2	5	5	1
ТМ Селянське	5	5	5	5	3	1
ТМ Слов'яночка	5	5	2	4	4	2
ТМ Фані	3	2	3	2	2	2

Для розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності було визначено вагомість коефіцієнтів приведених показників експертним методом шляхом опитування потенційних споживачів молока питного. При визначенні групових оцінок було використано середньоарифметичне значення оцінок експертів, що брали участь в опитуванні. Отримані результати розрахунків наведені у табл. 13.

Провівши дослідження серед споживачів бачимо, що найвагомішими є показники якості – 0,25. За ними йдуть показники корисність для здоров'я та доступність за ціною, де коефіцієнт має однакове значення – 0,20. Широта асортименту та зручність упаковки мають значення коефіцієнта однакове - 0,15. Та найменший коефіцієнт вагомості зайняв показник прихильності споживачів до

певної торгової марки. Інтегральний (груповий) показник конкурентоспроможності (I_i) для кожної торгової марки визначався як добуток параметричної одиничної експертної оцінки та коефіцієнту вагомості даного фактору. Сумарна оцінка здійснювалася за всіма показниками для кожної торгової марки.

Таблиця 13

Коефіцієнти вагомості показників конкурентоспроможності питного молока

Показники конкурентоспроможності	Коефіцієнт вагомості (R_i)
Якість	0,25
Корисність для здоров'я	0,20
Доступність за ціною	0,20
Широта асортименту	0,15
Зручність упаковки	0,15
Прихильність споживачів до певної торгової марки	0,05
Разом	1,0

Виконаний розрахунок інтегрального (групового) показника конкурентоспроможності різних торгових марок питного молока наведений у табл. 14.

Таблиця 14

Розрахунок інтегрального (групового) показника конкурентоспроможності питного молока ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» та інших торгових марок

Торгові марки	ПОКАЗНИКИ						Сумарна оцінка
	Якість	Прихильність споживачів до певної торгової марки	Широта асортименту	Корисність для здоров'я	Доступність за ціною	Зручність упаковки	
1	2	3	4	5	6	7	8
ТМ Рудь	1	0,25	0,3	1	1	0,3	3,85
ТМ Фаворит	0,75	0,2	0,3	0,8	0,8	0,3	3,15
ТМ Щодня	0,75	0,2	0,3	1	1	0,3	3,55
ТМ Буренка	0,5	0,2	0,3	0,6	0,6	0,45	2,65
ТМ Галактон	1,25	0,2	0,3	0,8	0,8	0,3	3,65
ТМ Білосвіт	1	0,25	0,3	1	1	0,15	3,7
ТМ Селянське	1,25	0,25	0,75	1	0,6	0,15	4
ТМ Слов'яночка	1,25	0,25	0,3	0,8	0,8	0,3	3,7
ТМ Фані	0,75	0,1	0,45	0,4	0,4	0,3	2,4

Провівши розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності питного молока, шляхом множення коефіцієнта вагомості на показники з таблиці

2.17, ми отримали наступні результати. Найбільшу сумарну оцінку отримала ТМ Селянське – 4,0. Далі йде ТМ Рудь (3,85), ТМ Білосвіт та ТМ Слов'яночка з сумарною оцінкою 3,7. ТМ Фаворит набрала 3,15, а найменшим є конкурентоспроможність ТМ Фані із сумарним балом 2,4.

Із проведених розрахунків видно, що найбільш конкурентоспроможними торговими марками питного молока є ТМ «Білосвіт», ТМ «Рудь», ТМ «Щодня», ТМ «Селянське», ТМ «Слов'яночка» та ТМ «Галактон». Згідно отриманої сумарної оцінки можливо розподілити дані торгові марки за рейтинговою шкалою, починаючи з лідерів ринку і закінчуючи підприємствами, які займають задовільну позицію в сегменті питного молока, табл. 15.

Таблиця 15

Розподіл торгових марок питного молока за рейтингом

Торгові марки	Значення інтервалу	Місце у рейтингу
«Білосвіт», «Рудь», «Щодня», «Селянське», «Слов'яночка», «Галактон»	3,51 - 4,0	1
«Фаворит»	3,01 - 3,5	2
«Буренка»	2,51 - 3,0	3
«Фані»	2,01 - 2,5	4

Отже, видно, що молоко підприємства ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» є дійсно достатньо конкурентоспроможним, і займає друге місце у рейтингу.

Наступним етапом ми пропонуємо дослідити ще такий вид продукції, як масло вершкове ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» та його основних конкурентів, для цього, скористаємося наступною інтегральною методикою визначення конкурентоздатності продукції підприємства.

Оцінку доцільно проводити за визначеними показниками, що забезпечує їх порівнянність. Для розрахунків будемо використовувати такі формули:

$$I_{ij} = \frac{3_{ij}}{3_{\max j}} \quad (1)$$

якщо менше значення показника є бажаним;

$$I_{ij} = \frac{3_{\min}}{3_{ij}} \quad (2)$$

де I_{ij} у-й показник і-го товару; Z_{ij} - значення j-го показника i-го товару; Z_{\max} , Z_{\min} - відповідно найбільше і найменше значення j-го показника з усіх порівнюваних товарів.

У цьому випадку порівняння здійснюється з «ідеальним товаром», характеристики якого формуються з кращих показників усіх порівнюваних товарів. Комплексний (інтегральний) показник і-го товару визначається за формулою:

$$I_{\text{инт}} = \sum I_{ij} \times V_j \quad (3)$$

де V_j - вагомість j-го показника.

Таблиця 16

Порівняльна характеристика масла солодковершкового ГОСТ 73%
ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» та його основних конкурентів

Фірми-конкуренти			
Показники	ПАТ «Житомирський маслозавод», ТМ Рудь	ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» ТМ Фаворит	ДП «Ружинський маслозавод», ТМ Ружинське
1. Економічні показники:			
Ціна, грн.	20,9	19,2	19,8
2. Технічні показники:			
Якість сировини	Вищий ґатунок	Вищий ґатунок	Вищий ґатунок
Термін придатності, днів	24	24	24
Відповідність стандартам	Національні	Національні	Національні
Якість замісу	Добра	Відмінна	Задовільна
Вага, грам	0,19	0,2	0,2
Упакування	€	€	€

Для характеристик, що виражені в текстовій формі, попередньо виконується бальна оцінка, а потім розраховуються відносні показники. Так, використаємо 3-бальну оцінку, для визначення значення текстового показника.

Так, якість сировини оцінюється як: вища = 3 бали, першого ґатунку = 2 бали, інше - 1 бал. Аналогічно оцінюється відповідність міжнародним стандартам у 3, а національним - у 2 бали. Характеристики типу «є» і «немає» оцінюються

відповідно в 1 або 0 балів. Коефіцієнти вагомості технічних показників продукції наведено у табл. 17.

Таким чином, проведемо розрахунок проміжних показників конкурентоспроможності, для того щоб в кінцевому підсумку отримати загальний інтегральний показник конкурентоспроможності. Оцінка ведеться окремо за економічними показниками (ціною) та технічними показниками.

Таблиця 17

Коефіцієнти вагомості показників конкурентоспроможності масла
солонковершкового ГОСТ 73%

Показники конкурентоспроможності	Коефіцієнт вагомості (R _i)
Якість сировини	0,25
Термін зберігання, днів	0,15
Відповідність стандартам	0,1
Якість замісу	0,3
Вага	0,05
Упакування	0,15
Разом	1,0

Отже, конкурентоспроможність продукції за технічними показниками становитиме для ПАТ «Житомирський маслозавод»:

$$I^{tex} = 0,25 \times \frac{3}{3} + 0,15 \times \frac{3}{3} + 0,1 \times \frac{2}{3} + 0,3 \times \frac{2}{3} + 0,05 \times \frac{1,9}{2} + 0,15 \times 1 = 0,868$$

Конкурентоспроможність продукції ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» за технічними показниками становитиме:

$$I^{tex} = 0,25 \times \frac{3}{3} + 0,15 \times \frac{3}{3} + 0,1 \times \frac{2}{3} + 0,3 \times \frac{3}{3} + 0,05 \times \frac{2}{2} + 0,15 \times 1 = 0,887$$

Конкурентоспроможність продукції ДП «Ружинський маслозавод» за технічними показниками становитиме:

$$I^{tex} = 0,25 \times \frac{3}{3} + 0,15 \times \frac{3}{3} + 0,1 \times \frac{2}{3} + 0,3 \times \frac{1}{3} + 0,05 \times \frac{2}{2} + 0,15 \times 1 = 0,77$$

За результатами проведених розрахунків, найвищий рівень конкурентоздатності за технічними показниками має ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» ТМ Фаворит, коефіцієнт конкурентоспроможності продукції якого

становить 0,887, тоді як продукція ПАТ «Житомирський маслозавод» має тільки 0,868, а продукція ДП «Ружинський маслозавод» - 0,77.

Визначимо показники конкурентоспроможності за економічними параметрами. Для ПАТ «Житомирський маслозавод» даний показник дорівнюватиме:

$$I_{\text{екон}} = \frac{19,2}{20,9} = 0,93$$

Для ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» даний показник дорівнюватиме:

$$I_{\text{екон}} = \frac{19,2}{19,2} = 1$$

Для ДП «Ружинський маслозавод» даний показник дорівнюватиме:

$$I_{\text{екон}} = \frac{19,2}{19,8} = 0,98$$

За результатами проведених розрахунків, найвищий рівень конкурентоздатності за економічними показниками має ТОВ «Молочний завод «Фаворит»», коефіцієнт конкурентоспроможності продукції якого становить 1, тоді як продукція ПАТ «Житомирський маслозавод» тільки 0,93, а продукція ДП «Ружинський маслозавод» - 0,98.

Розрахуємо інтегральний показник конкурентоспроможності. Для ПАТ «Житомирський маслозавод» даний показник дорівнюватиме:

$$K = I_1^{\text{тех}} \times I_1^{\text{екон}} = 0,868 \times 0,93 = 0,81$$

Для ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» даний показник дорівнюватиме:

$$K = I_1^{\text{тех}} \times I_1^{\text{екон}} = 0,887 \times 1 = 0,89$$

Для ДП «Ружинський маслозавод» даний показник дорівнюватиме:

$$K = I_1^{\text{екон}} \times I_1^{\text{екон}} = 0,77 \times 0,98 = 0,75$$

Таким чином, на основі проведеного аналізу та оцінки можна дійти висновків, що найбільшим ступенем конкурентоздатності володіє продукція ТОВ «Молочний завод «Фаворит»». Найменш конкурентоспроможною (порівняно) на

ринку є продукція ДП «Ружинський маслозавод», так як інтегральний показник конкурентоспроможності продукції підприємства становить - 0,75.

Оцінка конкурентної сили ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» представлена у табл. 18.

Таблиця 18

Оцінка конкурентної сили ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»

Ключові чинники успіху	ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»	Середньогалузевий показник
1. Якість робіт продукції	8	8
2. Репутація	6	8
3. Виробничі можливості	7	6
4. Рівень технології	8	9
5.Збут	8	9
6. Маркетинг	7	9
7. Фінансовий стан	5	6
8. Витрати (у порівнянні з конкурентами)	4	4
9. Обслуговування покупців (клієнтів)	6	8
10.Загальна оцінка	59	67

Як видно з таблиці 18 загальна оцінка ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» - 59 балів. Це свідчить, що підприємство не має конкурентної переваги над середньогалузевими показниками, які мають загальну оцінку 67 балів, але разом з тим, підприємство не відстає у конкурентній боротьбі.

Щоб оцінити конкурентоспроможність підприємства необхідно провести SWOT-аналіз (аналіз сильних, слабких сторін підприємства, загроз у процесі його діяльності). Фактори зовнішнього середовища ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» наведено в табл. 19, аналіз сильних та слабких сторін наведено в табл. 20 (Додаток 3).

Проведений аналіз показав, що підприємство має такі сильні сторони: високу кваліфікацію персоналу, достатній рівень фінансових ресурсів, високий рівень комплектності, відомий учасник ринку (регіонального), можливість отримання економії від збільшення обсягів реалізації, переваги у сфері витрат, оновлене обладнання.

Разом з тим слабкими сторонами є: слабка конкурентна позиція, відсутність чітких стратегічних напрямків, низька прибутковість, вразливість, щодо відношення до конкурентного тиску, слабе знання ринкової ситуації, неспроможність фінансувати необхідні зміни в стратегії.

Аналіз показав, що підприємство має резерви до покращення ситуації в сфері управління якістю та конкурентоспроможністю:

- на підприємстві постійно проходять дослідження на тему пошуку шляхів вдосконалення рецептури виробів, сертифікацію нових видів продукції, але існує проблема недостатності коштів на реалізацію цих проектів;

- відкриття регіональних представництв допоможе збільшити обсяги реалізації продукції, та існує необхідність відкриття фірмових магазинів;

- ведення фінансового обліку з урахуванням змін в законодавстві та встановлення сучасних інформаційних систем дає можливість збільшити швидкість обробки даних, та уникнути штрафних санкцій; в цей же час виникає проблема важкості пристосування виробничого персоналу до комп'ютерних технологій;

- відбір кадрів на підприємстві проходить виключно за критерієм високого професійного рівня, але існує проблема недостатності кадрів певної спеціалізації на ринку України (технологи, майстри цехів).

В цілому оцінивши ситуацію в сфері управління якістю продукції досліджуваного підприємства, дійшли наступних висновків. По-перше, якість відображає низку основних властивостей товару, необхідних для споживача, і дослідивши продукцію ТОВ «Молочний завод «Фаворит»», можна стверджувати, що якісні параметри даної продукції на достатньо високому рівні. По-друге, підприємство нарощує з кожним роком обсяги господарювання, що свідчить про, те що продукція користується попитом, і повною мірою задовольняє потреби цільової аудиторії. Таким чином, можна стверджувати, що система управління якістю продукції налагоджена досить не погано.

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «МОЛОЧНИЙ ЗАВОД «ФАВОРИТ»

Розглядаючи організаційно-управлінські аспекти в сфері удосконалення управління якістю та конкурентоспроможністю продукції, необхідно окремо звернути увагу на покращення системи якості як сукупності організаційних структур, методик і ресурсів, необхідних для здійснення загального керівництва якістю, та варто зазначити її «внутрішньофірмову» спрямованість.

Хоча й на досліджуваному підприємстві існує система управління якістю продукції, яка є частиною організаційної структури, що чітко розподіляє відповідальність, процедури, процеси і ресурси, необхідні для управління якістю.

Для досягнення позитивного результату керівництво підприємства повинно забезпечити зростання рівня якості продукції та максимальне задоволення споживачів при одночасній мінімізації витрат на її виготовлення й реалізацію, що в свою чергу забезпечить відповідний рівень конкурентоспроможності даній продукції. З цією метою необхідно розробити комплекс заходів з удосконалення організації виробництва, звернувши увагу на раціоналізацію та стимулювання його ефективності, оновлення й модернізацію основного технічного парку підприємства, створення системи мотивації управління працею, підготовку персоналу.

У цьому зв'язку ефективними є комплексна система управління якістю продукції, яка спрямована на забезпечення найповнішого використання передових форм і методів організації виробництва та її основних елементів (праці, її засобів і предметів), а також на вдосконалення структури управління для поліпшення якості продукції. Ця система управління якістю передбачає чітке визначення та комплексне використання всіх можливих шляхів підвищення якості виробів, які можна об'єднати в три взаємозв'язані групи: технічні, організаційні й соціально-економічні (рис. 3).



Рис. 3. Основні резерви підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства

Варто приділити увагу підвищенню якості та мінімізації витрат на виробництво продукції. Витрати сировини і матеріалів на одиницю продукції залежить від їхньої якості, заміни одного виду матеріалу іншим, зміни рецептури

сировини, техніки, технології й організації виробництва, кваліфікації працівників, відходів сировини та інше.

ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» виробляє продукцію, направлену на продовження життя та активне довголіття за рахунок введення в рецептуру натуральних інгредієнтів. Дана продукція є конкурентноспроможною, та користується попитом у населення.

Таким чином, з огляду на вищесказане, найбільш доцільними в умовах ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» має стати модернізація діючого обладнання, яка в кінцевому підсумку забезпечить більш високоякісну продукцію та виведе її на новий рівень конкурентоспроможності. В даному випадку, з метою забезпечення безперебійної роботи лінії по виробництву сухого молока, поліпшення його якості пропонується провести модернізацію установки: встановити розпиляючу молоко сушильну машину марки А1-ОРЗ замість ротаційної машини, що дозволить підвищити коефіцієнт використання потужності цієї лінії.

В результаті заходу збільшиться обсяг виробництва, зросте продуктивність праці, знизиться собівартості продукції, що позитивно вплине на показники роботи підприємства та на конкурентоспроможність продукції та підприємства в цілому, вихідні дані для розрахунку наведені в таблиці 21.

Таблиця 21

Вихідні дані для розрахунку

Показники	Одиниці виміру	Значення до модерніз.	Значення після модернізації
1	2	3	4
Кількість днів роботи цеху	Дні	235	235
Кількість робочих змін в добу	Змін	1	1
Чисельність обслуговуючого лінію персоналу; (Чол)	Чол.	16	14
I р.			
II р.		3	2
III р.		2	2
IV р.		8	7
V р.		1	1
		2	2

Продовження табл. 21

1	2	3	4
Денна тарифна ставка (Тдс)			
I р.	Грн.	8,56	8,56
II р.		9,52	9,52
III р.		10,64	10,64
IV р.		11,36	11,36
V р.		13,44	13,44
Вартість обладнання у базовому періоді з урахуванням витрат на транспортування, зберігання, монтаж. (Воб)	Грн.	75000	
Кількість років роботи обладнання до заміни. (Рроб)	Роки	15	-
Витрати на демонтаж обладнання.	%	5	-
Вартість обладнання у проектуємому періоді. (Воб)	Грн.	-	150000
Транспортні витрати на обладнання.	Грн.	0,02	-
Витрати на монтаж.	%	-	2
Заготівельні витрати.	%	-	8
Норми амортизаційних відрахувань.	%	-	1
Витрати на ремонт. (Вр)	%	-	15
Страховання майна. (См)	%	-	5
Потужність ел.двигунл.	%	-	1
Кількість годин роботи ел.двигуна.	Ваг	14,8	17,3
Тариф на 1 кВт/год	Час	179,5	179,5
Коефіцієнт використання потужності.	кВт/год	0,11	0,11
Коефіцієнт (Cos c)		0,85	0,85
Ціна 1 кг металобрухту.		0,8	0,8
Вага застарілого обладнання.	Грн.	0,65	-
Річний обсяг виробництва молока. (Робв)	Т	2600	-
Умовно-постійні витрати на 1т молока.	Грн.	450 (1)	500 (2)

1. Розраховуємо капітальні витрати

$$K_{заг} = K_n + Д + З - Л + Об, \quad (4)$$

де $K_{заг}$ - початкова вартість нового обладнання, враховуючи витрати на його закупівлю, транспортування, зберігання, монтаж та заготівельні роботи; $Д$ – витрати на демонтаж обладнання, що замінюється; $З$ – заготівельні витрати; $Л$ – ліквідаційні витрати; $Об$ - збільшення або зменшення суми обігових фондів у зв'язку із впровадженням заходів; K_n – нові капітальні витрати.

1.1. Транспортні витрати:

$$T_B = 150000 * 0,02 = 3000 \text{ грн.}$$

1.2. Вартість монтажних робіт:

$$V_{мп} = 150000 * 0,08 = 12000 \text{ грн.}$$

1.3. Заготівельні витрати:

$$Зв = 15000 * 0,01 = 1500 \text{ грн.}$$

1.4. Нові капітальні витрати складають:

$$Кн = Тв + Вмр + Зв + Воб$$

$$3000 + 12000 + 1500 + 150000 = 155700 \text{ грн.}$$

1.5. Витрати на демонтаж застарілого обладнання:

$$Д = 75000 * 0,05 = 3750 \text{ грн.}$$

1.6. Ліквідаційні витрати:

$$Л = 2600 * 0,65 = 1690 \text{ грн.}$$

1.7. Загальні капітальні витрати складають:

$$Кзаг = 155700 + 3750 - 1690 = 157760 \text{ грн.} \quad (\text{див. формулу 4})$$

2. Розраховуємо змінні поточні витрати

2.1. Витрати по електроенергії:

$$Ве = (Мд * Тч * Тзм * Стар. * К * Т) / \text{Cos } c, \quad (5)$$

де Мд – потужність електродвигунів, кВт; Тч – кількість годин роботи електродвигунів за зміну; Тзм. – кількість змін роботи за добу; Стар. – тариф за 1 кВт/г електроенергії, грн.; К – коефіцієнт використання потужності; Т – кількість днів роботи за рік.

До модернізації:

$$Ве1 = (14,8 * 1 * 179,5 * 0,11 * 0,85 * 235) / 0,8 = 72,9 \text{ тис. грн.}$$

Після модернізації:

$$Ве2 = (17,3 * 1 * 179,5 * 0,11 * 0,85 * 235) / 0,8 = 82,3 \text{ тис. грн.}$$

2.2. Витрати по основній зарплатні:

$$Воз = \sum (\text{Чоп} * \text{Тдс}) * \text{Тзм} * \text{Т} \quad (6)$$

До модернізації:

$$(3 * 28,56 + 2 * 29,52 + 8 * 30,64 + 1 * 31,36 + 2 * 33,44) * 1 * 235 = 39498,8 \text{ тис. грн.}$$

Після модернізації:

$$(2 * 28,56 + 2 * 29,52 + 7 * 30,64 + 1 * 31,36 + 2 * 33,44) * 1 * 235 = 34498,3 \text{ тис. грн.}$$

2.3. Нарахування на зарплатню складають 22,0%;

До модернізації:

$$З \text{ уеоб} = \text{Воб} * P \text{ роб} \quad (7)$$

$$39498,8 * 0,22 = 14812,05 \text{ тис. грн.}$$

Після модернізації:

$$34498,3 * 0,22 = 12936,75 \text{ тис. грн.}$$

2.4. Затрати на утримання і експлуатацію обладнання:

Амортизація: До модернізації:

$$75000 * 0,15 = 11250 \text{ грн.}$$

Після модернізації:

$$155700 * 0,15 = 23355 \text{ грн.}$$

Ремонт обладнання:

$$Роб = \text{Воб} * Vр \quad (8)$$

До модернізації:

$$75000 * 0,05 = 3750 \text{ грн.}$$

Після модернізації:

$$155700 * 0,05 = 7785 \text{ грн.}$$

Страхування майна:

$$\text{Стр.м} = \text{Воб} * Cм \quad (9)$$

До модернізації:

$$75000 * 0,01 = 750 \text{ грн.}$$

Після модернізації:

$$155700 * 0,01 = 1557 \text{ грн.}$$

Для подальшого розрахунку будуть наведені змінні поточні витрати, які наведені у таблиці 22.

Таблиця 22

Змінні поточні витрати, тис. грн.

Показники	До Модернізації	Після модернізації
1. Витрати по електроенергії	72,9	82,3
2. Витрати по заробітній платі	39498,8	34498,3
3. Відрахування із фонду оплати праці	14812,05	12936,75
4. Витрати на утримання і експлуатацію обладнання	15,6	32,7
Всього	54399,35	47550,05

2.5. Визначимо зменшення собівартості на одну тону.

$$З = С2 - С1, \quad (10)$$

де З – зниження собівартості;

$$С = Пв / Робв \quad (11)$$

де Пв – поточні витрати; Робв – річний обсяг виробництва; С1 – собівартість до модернізації; С2 – собівартість після модернізації.

$$С = 15220,7 - 13698,6 = 1522,1 \text{ грн.}$$

$$С_1 = 6849300/450 = 15220,7 \text{ грн.}$$

$$С_2 = 6849300/500 = 13698,6 \text{ грн.}$$

На весь випуск

$$Звв = З * Робв (2) \quad (12)$$

$$1522,1 * 500 = 76105 \text{ грн.}$$

2.6 Термін окупності.

$$Ток = Кзаг / Звв \quad (13)$$

$$Ток = 157760 / 76105 = 1,3 \text{ року}$$

В результаті розрахунків запропонованих заходів зменшилась собівартість продукції (по відношенню до всього випуску) на 76105 грн., що позитивно вплине на показники роботи підприємства та на конкурентоспроможність продукції зокрема. Таким чином можна зробити висновки, що заходи по модернізації лінії виробництва сухого молока є ефективними.

ВИСНОВКИ

В ході написання роботи було розглянуто теоретико-методичні аспекти управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства в умовах ТОВ «Молочний завод «Фаворит»», що дозволило дійти наступних висновків:

1. У сучасних умовах переходу до ринкової економіки серед безлічі проблем, пов'язаних із забезпеченням, виживанням і наступним нормальним розвитком підприємства й організації, головною і вирішальною є проблема забезпечення високого рівня якості продукції, робіт і послуг.

Конкурентоспроможність продукції – комплексна багатоаспектна характеристика, яка відображає можливість продукції на протязі періоду її виробництва відповідати за якістю потребам конкретного ринку, адаптуватися по відношенню якості та ціни до потреб споживачів, забезпечувати вигоду виробнику при її реалізації. Таким чином, якість це основна складова конкурентоспроможності.

2. Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції – один із визначальних чинників інтенсифікації розвитку перехідної економіки. Поліпшення якості сировини, матеріалів, обладнання сприяє ефективнішому забезпеченню потреб за рахунок економії ресурсів. Нині якість товарів має вирішальне значення для забезпечення їх конкурентоспроможності на зовнішньому ринку.

3. В цілому, оцінивши ситуацію в сфері управління якістю продукції досліджуваного підприємства, дійшли наступних висновків. По-перше, якість відображає низку основних властивостей товару, необхідних для споживача, і дослідивши продукцію ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» в порівнянні із конкурентами, можна стверджувати, що якісні параметри даної продукції є на достатньо високому рівні. По-друге, підприємство нарощує з кожним роком обсяги господарювання, що свідчить про, те що продукція користується попитом, і повною мірою задовольняє потреби цільової аудиторії. Таким чином, можна

стверджувати, що система управління якістю продукції налагоджена на досить високому рівні.

4. Для підвищення рівня якості продукції ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» необхідно впровадження широкого комплексу технічних, технологічних, організаційно-керівних заходів, розробка принципів інвестиційної та технічної політики для підприємства в цілому, визначення пріоритетних областей інвестування та напрямлень роботи, концентрація зусиль і ресурсів на розвиток найбільш перспективних галузей технічного процесу. На основі проведеного аналізу запропоновано наступні заходи підвищення якості продукції:

- з метою забезпечення безперебійної роботи лінії по виробництву сухого молока, поліпшення якості продукції пропонується провести модернізацію лінії: встановити розпиляючу молоко сушильну машину марки А1-ОРЗ замість ротаційної машини, що дозволить підвищити коефіцієнт використання потужності цієї лінії та покращить показники підприємства в цілому;

- створення сприятливих умов для споживачів, постачальників, клієнтів;

- підвищення ефективності використання існуючих виробничих фондів за рахунок збільшення річного робочого часу використання основних виробничих фондів і зниження транспортних витрат;

- технічне переоснащення підприємства з метою розширення асортименту продукції, збільшення обсягів її виробництва і покращення якості, зниження рівня браку.

Після модернізації лінії виробництва сухого молока підприємство отримає ефект у вигляді зниження собівартості продукції на 76105 грн., по відношенню до всього випуску, що позитивно вплине на показники роботи підприємства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Акіменко М. П. Якість та конкурентоспроможність підприємства – теоретико-методологічний аспект / М. П. Акіменко // Економіка України. – 2017. – №4(89). – С. 116-120.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг: Підручник. / Л.В. Балабанова. – К.: Знання – Прес, 2015. – 312с.
3. Білоус О. Менеджмент: вибір моделі стратегії підприємства в умовах жорсткої конкуренції./ О. Білоус, В. Рогач //Економіка України. – 2017. – №1 – С. 156-162.
- 4.Барт Т.В. Управление качеством: Учебное пособие. / Т.В. Барт, В.В. Ефимов. – М.: МИЭМП, 2016. - 394с.
5. Василенко В. А. Стратегічне управління. / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко – К.: ЦУЛ, 2014. – 396 с.
6. Васильченко О.М. Про масло та проблеми його виробництва/ О.М. Васильченко, Т.Ю. Макарова// Економіка АПК. – 2019. – № 6. – С. 15-16.
- 7.Гаркавенко С. С. Маркетинг./ С. С. Гаркавенко – К.: Либра, 2015. – 384 с.
- 8.Горбашко Е.А. Конкурентоспособность промышленной продукции: учебное пособие. / Е.А. Горбашко – С-т-П: Изд-во СПбУЭФ, 2019. – 364 с.
- 9.Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства. / І.З. Должанський, Т. О. Загорна – Київ: ЦНЛ, 2013. – 384 с.
10. Долінская М.Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции./М. Г. Долинская – М.:Основа, 2016 – 256 с.
- 11.Економіка підприємства: Навчальний посібник / за заг. ред. П.В.Круша, В.І.Подвійної, Б.М.Сердюка. – К.: Ельга. – Н, КНТ, 2014. – 780 с.
12. Жигалов В.Т. Основи менеджменту і управління діяльністю. / В.Т. Жигалов, Л. М. Шимановська – К.: Вища шк., 2016. – 156 с.
13. Завьялов П. Конкурентоспособность и маркетинг / Завьялов П. // Российский экономический журнал. – 2018. – №12. – С. 135-139.
14. Лавров Є.М. Стратегія розвитку молочної галузі / Є.М. Лавров // Харчова і переробна промисловість. - 2019. - № 1. - С. 3–5.

15. Менеджмент організацій: навч. посібник. / В.Д. Немцов, Л.С. Довгань, Г.Ф. Сініюк – К.: ТОВ «УВПК «Екс Об»», 2011. – 384 с.
16. Мельник Т.С. Комплексна оцінка конкурентоспроможності товарів за умов сучасного ринку/ Т.С. Мельник, О.В. Христофор // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2019. – №5. – С. 183-189.
17. Минько Э.В. Качество и конкурентоспособность / Э.В. Минько, М.Л. Кричевський – СПб.: Питер, 2014. – 390 с.
18. Петруха С. Методологічні засади оцінки та аналізу якості продукції / С. Петруха, М. Колотуша // Економіст. – 2017. – № 5. – С. 15-27.
19. Плясунков А.В. Экономические методы управления конкурентоспособностью продукции: Ав-тореф. дис. ... канд. экон. наук / А.В. Плясунков. — Минск: БГПА, 2015. – 21 с.
20. Портер М. Конкуренция: учеб. пособ./ Майкл Портер – М.: Вильямс, 2010. – 495 с.
21. Продіус Ю.І. Формування системи забезпечення конкурентоспроможності промисловості: [монографія] / Ю.І. Продіус. – О.: Астропринт, 2016. – 272 с.
22. Про захист економічної конкуренції Закон України від 11 січня 2001р. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://zakon.rada.gov.ua>
23. Про захист від недобросовісної конкуренції із змінами і доповненнями Закон України від 15 грудня 2001 р. / [Електронний ресурс] — Режим доступу <http://zakon.rada.gov.ua>
24. Савенкова О.О. Рынок молочной продукции Украины/ Савенкова О.О.// Економіка АПК. – 2019. – № 1. – С. 5-9.
25. Уварова Т.А. Исследование факторов конкурентоспособности продукции / Т.А. Урванова // Маркетинг и реклама. – 2018. – №7-8. – С. 48-50.
26. Уотермен Р.А. Фактор обновления: как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании / Р.А. Уотермен – М.: Прогресс, 2012. – 362 с.
27. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: учебное пособие / Р. А. Фахурдинов – М.: Основа, 2012. – 578 с.
28. Целикова Л. Проблемы конкурентоспособности /Л. Целикова // Маркетинг. – 2018. – №5. – С. 3-5.

ДОДАТКИ

Підходи вчених-економістів до трактування сутності на поняття

«конкурентоспроможність продукції»

№ п/п	Автор	Дефініції
1.	С.С. Гаркавенко [7, с. 218]	Конкурентоспроможність товару – це сукупність якісних і вартісних характеристик товару, яка забезпечує задоволення конкретної потреби споживача.
2.	П. Зав'ялов [13, с. 136]	Під конкурентоспроможністю продукції заведено розуміти сукупність її властивостей, що відбиває міру задоволення конкретної потреби проти репрезентованої на ринку аналогічної продукції. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто мати якісь вагомі переваги над виробами інших товаровиробників.
4.	П.В. Круш, В.І. Подвігіна [11, с. 492]	Під конкурентоспроможністю розуміється здатність продукції зайняти й утримати позицію на конкретному ринку в розглянутий період при конкуренції з іншими товарами аналогічного призначення.
5.	Л.В. Балабанова [2, с. 152]	Конкурентоспроможність товару – це сукупність вартісних (цінових) і споживчих характеристик товару, що задовольняє потреби покупців краще, ніж конкуренти
6.	О. Білоус, В. Рогач [10, с. 157]	Конкурентоспроможність товару – це не лише уміле маневрування в ринковому просторі і часі, а насамперед – максимальне врахування вимог і можливостей конкретних груп покупців.
7.	І.З. Должанський, Т.О. Загорна [9, с. 29]	Конкурентоспроможність товару відображає його здатність більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку. Вона визначається конкурентними перевагами: з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, з іншого боку – цінами, установленими продавцями товарів.
8.	Э.В. Минько [17, с.75]	Розглядаючи сутність поняття конкурентоспроможності товару, належить підкреслити такі аспекти: - конкурентоспроможність товару може бути визначена лише внаслідок його порівняння з іншими товарами; - конкурентоспроможність відображає відмінність даного товару від товарів-конкурентів за ступенем задоволення конкретної споживчої потреби;
9.	Ю.І. Продіус [21, с. 6]	Конкурентоспроможність продукції можна визначити як сукупність якісних і цінових характеристик продукції, виготовленої за схемою оптимальних витрат для забезпечення потреб споживачів, що відповідає вимогам конкурентного ринку у порівнянні з аналогічною продукцією, представленою на ньому
10.	А.В. Плясунков [19, с. 12]	Конкурентоспроможність продукції - комплексна багатоаспектна характеристика, яка відображає можливість продукції на протязі періоду її виробництва відповідати за якістю потребам конкретного ринку, адаптуватися по відношенню якості та ціни до потреб споживачів, забезпечувати вигоду виробнику при її реалізації

Основні критерії конкурентоспроможності продукції

Критерії	Сутнісна характеристика
Рівень якості товару та його стабільність	Якість як головна характеристика товару – це здатність фірмового товару виконувати свої функції. Рівень якості – відносна характеристика, заснована на порівнянні показників якості продукції й аналога конкурента. Показники стабільності якості: рівень браку, повернень бракованих партій, і сума реклаमाцій; незмінність ряду органолептичних характеристик.
Соціальна адресність	Соціальна адресність – відповідність характеристик продукції специфічним потребам соціальної групи споживачів (пов'язані з демографічними і поведінковими ознаками – з особливостями сприйняття нових товарів; уявленнями про комфортність, красу, чутливістю до ціни; рівнем доходу) або конкретного покупця (пов'язані зі станом здоров'я, особливостями шкіри, форми і розміру фігури; індивідуальними смаками; рівнем доходу).
Достовірність	Безпосереднім свідченням достовірності є спеціальне та захисне маркування товарів; сертифікати відповідності тощо. Опосередкованим свідченням достовірності слугують колективні знаки на тарі, статус експерта, підтверджуючого достовірність товару, місце продажу товару.
Безпечність	Безпека продукції – це безпека для життя, здоров'я, майна споживача і навколишнього середовища за звичних умов його використання, зберігання, транспортування та утилізації.
Споживча новизна товару	Новий товар – це предмет споживання, який задовольняє нові потреби людини або, порівняно з товаром-попередником, більш повно задовольняє потреби, що склалися. Властивості товару, що зумовлюють його приналежність до категорії «новий товар» – прояв новизни. Якщо об'єктом оцінки новизни є новизна споживчих властивостей, а суб'єктом – кваліфікований споживач, то її слід вважати споживчою новизною.
Імідж товару	Імідж організації (підприємства) – популярність і репутація як надійного партнера, здатного забезпечити якість товарів, вчасно виконати свої зобов'язання. Імідж підприємства переноситься і на його продукцію. Він визначається: виробником; замовником (продавцем); клієнтом (покупцем). Для підтримки високого іміджу потрібні ефективна реклама, постійний контакт зі ЗМІ і найголовніше – забезпечення стабільного рівня якості товару.
Інформативність товару	Інформативність продукції – здатність виражати свою суспільну цінність через інформацію про конкурентні переваги. Результат предкупівельної альтернативи (оцінки варіантів вибору товару) значною мірою залежатиме від отримуваної споживачем інформації про конкурентні переваги продукції. Загальними вимогами до товарної інформації є достовірність, доступність, достатність; довірчість.
Ціна споживання товару	Ціна як грошовий вираз вартості товару слугує для непрямой зміни величини витраченого на виробництво товару суспільного необхідного робочого часу. Зазвичай з двох складових конкурентоспроможності споживач віддає перевагу якості, але в окремих випадках він на перше місце ставить ціну. Причини: ідентичності за якістю порівнюваних товарів (послуг); рівень доходу населення.

Розгляд економічної категорії «якість» у літературних джерелах

№ з/п	Автор і джерело	Дефініції
1	Р.А. Уотермен [26, с. 122]	Якість – це сукупність характеристик об'єкта щодо його спроможності задовольняти встановлені і передбачувані потреби
2	Р.А. Фахурдинов [27, с. 213]	Якість – це сукупність властивостей і характеристик продукції, що дають їй можливість задовольняти обумовлені або передбачені потреби.
3	В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань [15, с. 238]	Якість продукції – це сукупність властивостей і характеристик, які відображають рівень новизни, надійність, довговічність, економічність продукції і зумовлюють здатність її задовольняти відповідно до свого призначення потреби споживачів.
4	Е.А. Горбашко [82, с. 54]	Якість – сукупність споживчих властивостей товару (роботи, послуги), що дозволяють використовувати його за призначенням.
5	Т.С. Мельник, О.В. Христофор [16, с. 285]	Якість – це сукупність властивостей продукції, які обумовлюють її здатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення.
6	Т.В. Барт [4, с. 96]	Якість – сукупність властивостей продукції, які визначають ступінь придатності її для використання за призначенням.
7	М.П. Акіменко [20, с. 117]	Якість – це економічна категорія, яка відображає сукупність властивостей продукції (технічних, технологічних, економічних, екологічних тощо), що зумовлюють ступінь її здатності задовольняти потреби споживачів відповідно до свого призначення.
8	Л.В. Балабанова [2, с. 183]	Якість – це коли все зроблено правильно, навіть якщо ніхто не перевіряє
9	В.Т. Жигалов [12, с. 85]	Якість продукції як економічна категорія – це сукупність властивостей продукції, що зумовлюють ступінь її придатності задовольняти потреби споживачів відповідно до призначення.
10	Э.В. Минько [17, с. 98]	Під якістю робіт розуміється сукупність властивостей продукції, обумовлюючих її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення. З позиції споживача якість виробу – міра задоволеності вимог споживача.
11	Т.С. Мельник [16, с. 184]	Якість товару – сукупність властивостей, що обумовлюють її придатність задовольняти певним потребам відповідно до її призначення.
12	С. Петруха [18, с. 16]	Якість – сукупність властивостей і характеристик продукції, які додають їй здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби.

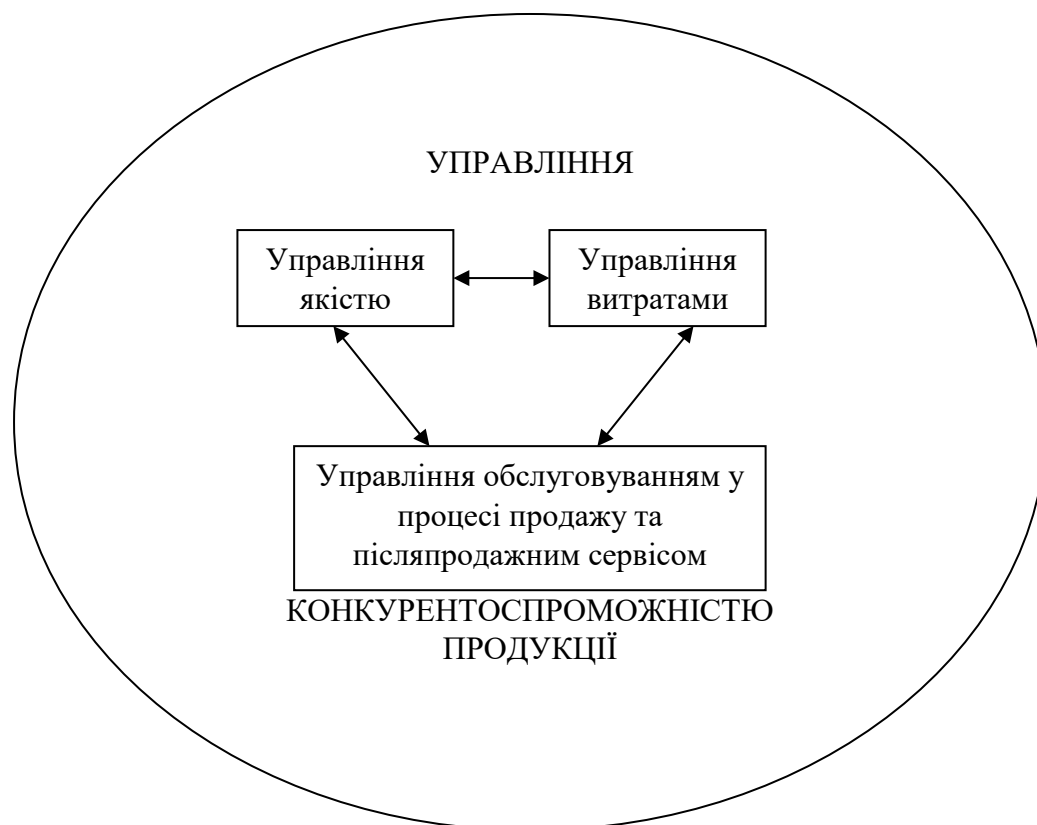


Рис. 1. Складові процесу управління конкурентоспроможністю продукції

[18, с. 19]

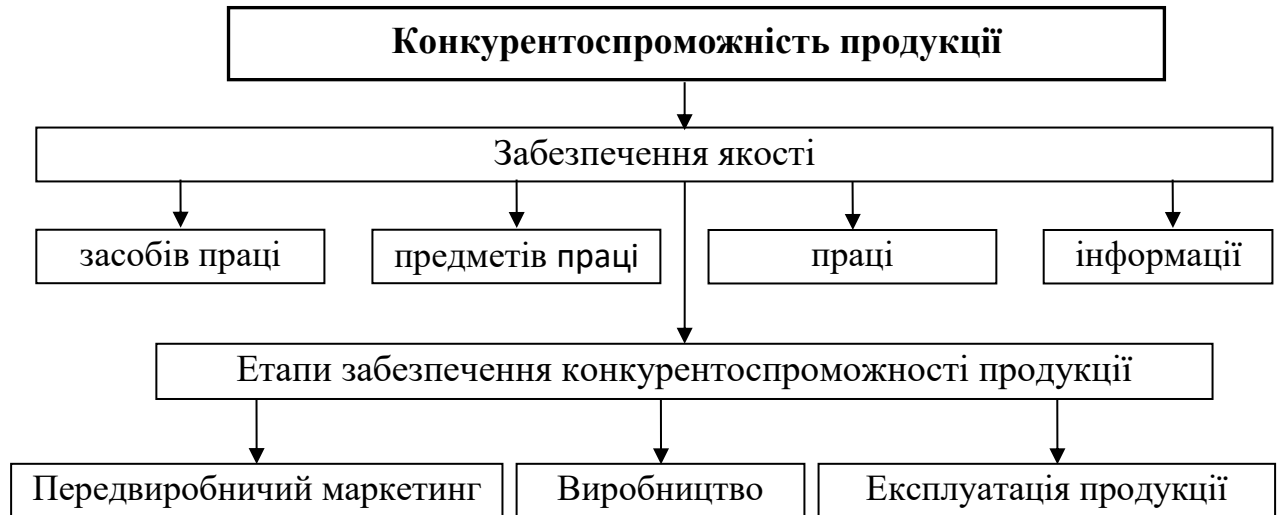


Рис. 2. Модель забезпечення конкуреноспроможності продукції [11, с. 144]

Додаток Е

Таблиця 4

Основні економічні показники господарської діяльності ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» за 2016-2018 рр.

№ з/п	Показники	Од. виміру	Роки			Відхилення 2018 р. до 2016 р.	
			2016	2017	2018	+/-	%
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	тис.грн.	74800	91519	117932	43132	57,7
2	Собівартість реалізованої продукції	тис.грн.	75797	82582	110828	35031	46,2
3	Валовий прибуток (збиток)	тис.грн.	-997	8937	7104	8101	в 8,1 р.б.
4	Чистий прибуток (збиток)	тис.грн.	-8278	2900	-1220	7058	-85,3
5	Середньооблікова чисельність працівників	чол.	267	299	315	48	18,0
6	Середньорічна вартість:	тис.грн.					
	- необоротних активів		427,5	729	1060,5	633	148,1
	- оборотних активів		6743	6857	8471,5	1728,5	25,6
7	Фондовіддача	грн.	175,0	125,5	111,2	-63,8	-36,5
8	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	оборотів	11,1	13,3	13,9	2,8	25,2
9	Продуктивність праці	тис.грн./чол.	280,1	306,1	374,4	94,3	33,7
10	Рентабельність господарської діяльності	%	-8,8	3,2	-1,0	7,8	X

Таблиця 5

Аналіз динаміки та структури доходів

ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» у 2016-2018 рр., тис.грн.

Показники	Роки						Відхилення 2018 р. до 2016 р.		
	2016		2017		2018		2018 р. до 2016 р.		
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	+/-	%	п/с
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).	74800	83,9	91519	98,4	117932	98,8	43132	57,7	14,9
2. Інші операційні доходи	14034	15,7	1288	1,4	1372	1,2	-12662	90,2	-14,5
3. Інші доходи	306	0,4	238	0,2	0	0	-306	-100	-0,4
Разом	89140	100	93045	100	119304	100	30164	33,8	X

Таблиця 6

Динаміка показників формування фінансових результатів
ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» за 2016-2018 рр., тис.грн.

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення 2018 до 2016 рр.	
				+;-	%
1	2	3	4	5	6
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	74800	91519	117932	43132	57,7
2. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	75797	82582	110828	35031	46,2
3. Валовий прибуток (збиток)	-997	8937	7104	8101	в 8,1 р.б.
4. Інші операційні доходи	14034	1288	1372	-12662	90,2
5.Адміністративні витрати	2201	2087	2319	118	5,4
6. Витрати на збут	3816	4075	5935	2119	55,5
7. Інші операційні витрати	15163	1026	1442	-13721	-90,5
8. Фінансовий результати від операційної діяльності	-8143	3037	-1220	6923	-85,0
9. Інші доходи	306	238	0	-306	-100
10. Інші витрати	441	375	0	-441	100
11. Чистий прибуток (збиток)	-8278	2900	-1220	7058	-85,3

Оцінка відповідності хімічних показників ТОВ «Молочний завод

«Фаворит»» ГОСТ Р 52969-2008

Найменування вершкового масла	ГОСТ Р 52969-2008			ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»
	Масова частка, %			
	жиру, не менше	вологи, не більше	повареної солі, не більше	
Традиційне солодковершкове несолоне	82,5	16,0	-	Масова частка жиру складає 82,5%, вологи по двом видам масла трохи менше, ніж за ГОСТ, проте це не суперечить даним умовам
солоне	82,5	15,0	1,0	
Селянське солодковершкове несолоне	72,5	25,0	-	Масова частка жиру складає 73%, частка вологи відповідає вимогам ГОСТ
солоне	72,5	24,0	1,0	

Таблиця 9

Порівняльна характеристика органолептичних показників якості масла ТОВ

«Молочний завод «Фаворит»» та ГОСТ Р 52969-2008

Показник якості	Виробник			
	Характеристика за ГОСТ Р 52969-2008 масла солодко вершкового		ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»	
	Вищий ґатунок	Перший ґатунок	Вищий ґатунок	Перший ґатунок
Смак та запах	Виразний вершковий та прикус пастеризації, без сторонніх запахів та прикусів	Невиразний вершковий або привкус пастеризації	Виразний вершковий смак, проте не достатньо виразний смак пастеризації, без сторонніх запахів	Невиразний прикус пастеризації
Консистенція та зовнішній вигляд	Плотна, пластична, однорідна, поверхня на зрізі блистяща	Поверхня рихла або слоїста, з однорідними маленькими краплями вологи	Плотна, пластична, однорідна, поверхня на зрізі блистяща	Поверхня рихла з однорідними маленькими краплями вологи
Колір	Від світло-жовтого, однорідний за масою	Від світло-жовтого, незначна неоднорідність за масою	Світло-жовтий, однорідний за масою	Білий, незначна неоднорідність за масою
Маркування та упаковка	Упаковка правильна, маркування чітке		Упаковка правильна, маркування іноді не чітке	

Додаток Ж

Таблиця 10

Обсяги продажу ТОВ «Молочний завод «Фаворит»» та його основних конкурентів

Підприємство	Од. вим.	2016	2017	2018	2017-2016 рр.		2018-2017 рр.	
					Відхилення, тис.грн.	Відносне відхилення, %.	Відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
ПАТ «Житомирський маслозавод»	тис. грн.	191010	219122	270098	28112	14,2	50976	23,3
ТОВ «Данон»	тис. грн.	161699	191588	212655	29889	24,22	21067	10,9
ТОВ «Люстдорф»	тис. грн.	159885	188656	1110976	287701	20,02	22320	12,6
ПАТ «Галактон»	тис. грн.	131099	122989	129001	-8110	-13,04	6012	13,08
Рейнфорд молочна фабрика	тис. грн.	116090	119011	127881	2921	9,1	8870	40,3
ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»	тис. грн..	74800	91519	119304	16719	22,4	27785	30,3

Таблиця 11

Підприємства-лідери з виробництва питного молока, які представлені на ринку м. Житомир

Підприємства	Торгові марки	Частка покупців, %	
		2017 р.	2018 р.
1	2	3	4
ПАТ «Житомирський маслозавод»	Рудь	17,6	20,2
ТОВ «Данон»	Простоквашино	14,0	14,8
ТОВ «Люстдорф»	Буренка На здоров'є Селянське	12,8	12,4
ПАТ «Галактон»	Галактон Простоквашино Баланс	13,8	17,4
Рейнфорд молочна фабрика	Щодня Біловіт Добриня	10,6	8,4
Вімм-Білл-Данн	Слов'яночка Веселий молочник Домик в деревне	8,7	10,1
ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»	Фаворит	7,6	8,7
Інші виробники	Злагода, Фані, Ласуня	14,1	8,0
Разом		100	100,0

Фактори зовнішнього середовища ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»

№ з/п	Група факторів	Фактор	Прояв фактору	Відповідні дії підприємства
1	2	3	4	5
1	Економічні	Інфляція	Підвищення рівня цін	Своєчасний перерахунок фінансових показників на коефіцієнт інфляції.
		Зміна відсоткових ставок	Збільшення платежів за кредити банків	Використання форм розрахунку векселями
2	Правові	Зміна законодавчої бази	Внесення змін до господарського законодавства	Своєчасне регулювання змін у процесі господарської діяльності
		Невідповідність нормативної і правової бази	Двоякість бухгалтерського і податкового обліку	Ведення подвійного (паралельного) обліку
3	Соціально-культурні	Низький прожитковий мінімум	Необхідність підвищення заробітної плати	Перехід до системи заохочень, та матеріальних стимулювань
		Низький кваліфікаційний рівень спеціалістів	Недостатність спеціалістів певного рівня кваліфікації.	Система підготовки, перепідготовки кадрів.

Таблиця 20

Аналіз сильних та слабких сторін ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»

№	Аспект середовища	Сильні сторони	Слабкі сторони
1	Операційна система	Ведення фінансового обліку з урахуванням змін законодавства	Важка адаптація комп'ютерних технологій на підприємстві
		Встановлення сучасних інформаційних систем	
		Нове та потужне обладнання	
2	Персонал	Висока кваліфікація адміністративного персоналу	Недостатність рівня підготовки виробничого персоналу
3	Технічний потенціал	Постійні наукові розробки у галузі та їх сертифікація	Відсутність коштів для впровадження наукових розробок
4	Маркетинг	Відкриття регіональних представництв	Відсутність фірмових магазинів
5	Менеджмент	Перехід до нових систем менеджменту	Відсутність стажування за кордоном
6	Фінанси	Оптимальне співвідношення власного і залученого капіталу	Недостатність обігових коштів.

Додаток І

		Дата (рік, місяць, число)	Коди		
Підприємство	<u>ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»</u>	за ЄДРПОУ	2016	12	31
Територія	<u>Житомирська область</u>	за КОАТУУ	37890885		
Форма власності	<u>колективна</u>	за КОПФГ	1810136600		
Орган державного управління		за СПОДУ	240		
Вид економічної діяльності	Переробка молока, виробництво масла, сиру за	КВЕД	1009		
			10.51		

БАЛАНС

31 грудня 2016 р.

Форма N 1

Код за ДКУД

1801001

АКТИВ	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:			
первісна вартість	1000		
залишкова вартість	1001		
Незавершені капітальні інвестиції	1005	290	215
Основні засоби:			
первісна вартість	1009	209	182
залишкова вартість	1010	205	145
знос	1011	4	37
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	495	360
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	4427	699
Готова продукція	1111	537	191
Поточні біологічні активи	1112		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	1125	561	2006
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135	178	269
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	143	3635
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Грошові кошти та їх еквіваленти	1165	52	54
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190	305	389
Усього за розділом II	1195	6243	7243
III. Необоротні активи, утримані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	6738	7603

ПАСИВ	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	37	100
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(4703)	(12981)
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	-4666	-12881
II. Довгоспрокові зобов'язання та забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515	2674	7021
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	2674	7021
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	7146	10253
за розрахунками з бюджетом	1620	160	377
зі страхування	1625	92	152
з оплати праці	1630	416	896
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	916	1785
Усього за розділом III	1695	8730	13463
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	6738	7603

Керівник _____

Головний бухгалтер _____

		Дата (рік, місяць, число)	Коди	
Підприємство	<u>ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»</u>	за ЄДРПОУ	2017	12 31
Територія	<u>Житомирська область</u>	за КОАТУУ	37890885	
Форма власності	<u>колективна</u>	за КОПФГ	1810136600	
Орган державного управління		за СПОДУ	240	
Вид економічної діяльності	Переробка молока, виробництво масла, сиру за	за КВЕД	1009	
			10.51	

БАЛАНС
31 грудня 2017 р.

Форма N 1 Код за ДКУД **1801001**

АКТИВ	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:			
первісна вартість	1000		
залишкова вартість	1001		
Незавершені капітальні інвестиції	1005	215	160
Основні засоби:			
первісна вартість	1009	182	963
залишкова вартість	1010	145	938
знос	1011	37	25
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	360	1098
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	699	1373
Готова продукція	1111	191	2011
Поточні біологічні активи	1112		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	1125	2006	687
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130		
за виданими авансами			
з бюджетом	1135	269	477
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3635	1912
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Грошові кошти та їх еквіваленти	1165	54	11
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190	389	
Усього за розділом II	1195	7243	6471
III. Необоротні активи, утримані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	7603	7569

ПАСИВ	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	100	100
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(12981)	(10081)
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	(12881)	(9981)
II. Довгоспрокові зобов'язання та забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515	7021	9408
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	7021	9408
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	10253	4679
за розрахунками з бюджетом	1620	377	332
зі страхування	1625	152	172
з оплати праці	1630	896	367
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	1785	2592
Усього за розділом III	1695	13463	8142
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	7603	7569

Керівник _____

Головний бухгалтер _____

		Дата (рік, місяць, число)	Коди	
Підприємство	<u>ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»</u>	за ЄДРПОУ	2018	12 31
Територія	<u>Житомирська область</u>	за КОАТУУ	37890885	
Форма власності	<u>колективна</u>	за КОПФГ	1810136600	
Орган державного управління		за СПОДУ	240	
Вид економічної діяльності	Переробка молока, виробництво масла, сиру за	КВЕД	1009	
			10.51	

БАЛАНС

31 грудня 2018 р.

Форма N 1 Код за ДКУД 1801001

АКТИВ	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:			
первісна вартість	1000		
залишкова вартість	1001		
Незавершені капітальні інвестиції	1005	160	168
Основні засоби:			
первісна вартість	1009	963	979
залишкова вартість	1010	938	855
знос	1011	25	124
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	1098	1023
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	1373	959
Готова продукція	1111	2011	4838
Поточні біологічні активи	1112		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	1125	687	65
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130		
за виданими авансами			
з бюджетом	1135	477	276
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1912	3956
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Грошові кошти та їх еквіваленти	1165	11	378
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	6471	10472
III. Необоротні активи, утримані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	7569	11495

ПАСИВ	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	100	100
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(10081)	(7941)
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	(9981)	(7841)
II. Довгострокові зобов'язання та забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515	9408	1161
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	9408	1161
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	4679	3127
за розрахунками з бюджетом	1620	332	639
зі страхування	1625	172	200
з оплати праці	1630	367	432
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	2592	3277
Усього за розділом III	1695	8142	7675
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	7569	11495

Керівник _____

Головний бухгалтер _____

Підприємство	ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»	Дата (рік, місяць, число)	Коди		
			2016	12	31
	за ЄДРПОУ		37890885		

Звіт про фінансові результати
за рік 2016 р.

Форма N 2

Код за ДКУД

1801003**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	74800	49832
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	75797	51100
Валовий:			
прибуток	2090		
збиток	2095	997	1268
Інші операційні доходи	2120	14034	12973
Адміністративні витрати	2130	2201	1174
Витрати на збут	2150	3816	1875
Інші операційні витрати	2180	15163	13207
Фінансові результати від операційної діяльності:			
прибуток	2190		
збиток	2195	8143	4551
Доход від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	306	
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	441	33
Фінансові результати до оподаткування:			
прибуток	2290		
збиток	2295	8278	4584
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350		
збиток	2355	8278	4703

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-8278	-4703

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	73713	32667
Витрати на оплату праці	2505	5778	3064
Відрахування на соціальні заходи	2510	2122	1128
Амортизація	2515	68	4
Інші операційні витрати	2520	-	12536
Разом	2550	81681	49399

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	300		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	310		
Чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію, грн.	320		
Скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію, коп.	330		
Дивіденди на одну просту акцію, коп.	340		

Підприємство <u>ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»</u>	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	Коди		
		2017	12	31
		37890885		

Звіт про фінансові результати
за рік 2017 р.

Форма N 2 Код за ДКУД **1801003**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	91519	74800
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	82582	75797
Валовий:			
прибуток	2090	8937	
збиток	2095		997
Інші операційні доходи	2120	1288	14034
Адміністративні витрати	2130	2087	2201
Витрати на збут	2150	4057	3816
Інші операційні витрати	2180	1026	15163
Фінансові результати від операційної діяльності:			
прибуток	2190	3037	
збиток	2195		8143
Доход від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	238	306
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	375	441
Фінансові результати до оподаткування:			
прибуток	2290	2422	
збиток	2295		8278
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	522	
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	2900	
збиток	2355		8278

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2900	-8278

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	80569	73713
Витрати на оплату праці	2505	6966	5778
Відрахування на соціальні заходи	2510	1533	2122
Амортизація	2515	29	68
Інші операційні витрати	2520	-	-
Разом	2550	89097	81681

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	300		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	310		
Чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію, грн.	320		
Скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію, коп.	330		
Дивіденди на одну просту акцію, коп.	340		

Підприємство	ТОВ «Молочний завод «Фаворит»»	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	Коди		
			2018	12	31
			37890885		

Звіт про фінансові результати
за рік 2018 р.

Форма N 2 Код за ДКУД **1801003**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	117932	91519
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	110828	82582
Валовий:			
прибуток	2090	7104	8937
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	1372	1288
Адміністративні витрати	2130	2319	2087
Витрати на збут	2150	5935	4057
Інші операційні витрати	2180	1442	1026
Фінансові результати від операційної діяльності:			
прибуток	2190		3037
збиток	2195	1220	
Доход від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		238
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		375
Фінансові результати до оподаткування:			
прибуток	2290		2422
збиток	2295	1220	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		522
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350		2900
збиток	2355	1220	

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-1220	2900

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	108229	80569
Витрати на оплату праці	2505	13608	6966
Відрахування на соціальні заходи	2510	2994	1533
Амортизація	2515	99	29
Інші операційні витрати	2520	-	-
Разом	2550	124930	89097

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	300		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	310		
Чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію, грн.	320		
Скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію, коп.	330		
Дивіденди на одну просту акцію, коп.	340		