

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту

«До захисту в ЕК»

«До захисту допущено»

Директор інституту (декан факультету)

Завідувач кафедри

_____ Шеремет О.О.
(підпис) (прізвище та ініціали)
« ____ » _____ 2020 р.

_____ Березянка Т.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)
« ____ » _____ 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності _____ 073 «Менеджмент» _____
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Менеджмент» _____

на тему: «Напрями забезпечення конкурентоспроможності підприємства»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи б

Когут Оксана Олександрівна
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

Керівник: к.е.н., доц. Шереметинська Оксана Валеріївна
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

_____ (підпис)

Рецензент _____
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

_____ (підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній
роботі немає запозичень із праць
інших авторів без відповідних
посилань.

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2020 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки
праці та менеджменту

_____ Т. В. Березянко
“10” лютого 2020 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Когут Оксані Олександрівні

1. Тема роботи: **Напрями забезпечення конкурентоспроможності підприємства**

керівник роботи: Шереметинська О. В., к.е.н., доцент

затверджені наказом закладу вищої освіти від 10.02.2020 року №109-КС.

2. Строк подання здобувачем роботи: 05 червня 2020 р.

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти, аналітичні та статистичні матеріали стосовно теми роботи, бухгалтерська, статистична звітність та аналітичні матеріали ТДВ «Яготинський маслозавод».

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

Розділ 1. Теоретико-методичні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Розділ 2. Дослідження діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод» та оцінка його конкурентоспроможності.

Розділ 3. Розроблення напрямів забезпечення конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод».

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень).

Результати дослідження знайшли відображення в 13 рисунках та 35 таблицях ілюстративного матеріалу.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 10 лютого 2020 року**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Збір та вивчення джерел інформації для написання кваліфікаційної роботи. Складання бібліографії наукових джерел.	15.02.2020 р.	
2	Розроблення та затвердження плану роботи керівником кваліфікаційної роботи і керівником проектної групи	20.02.2020 р.	
3	Робота над вступом до кваліфікаційної роботи	25.02.2020 р.	
4	Підготовка першого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	30.02.2020 р.	
5	Підготовка другого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	30.03.2020 р.	
6	Підготовка третього розділу, висновків до нього та подання його керівнику	30.04.2020 р.	
7	Підготовка висновків до роботи та подання його керівнику	10.05.2020 р.	
8	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	20.05.2020 р.	
9	Остаточне оформлення роботи. Формування проекту доповіді, ілюстративного матеріалу. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	25.05.2020 р.	
10	Подання завершеної роботи на розгляд комісії з попереднього захисту	28.05.2020 р.	
11	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри та подача електронного варіанту роботи для перевірки на плагіат	05.06.2020 р.	
12	Захист кваліфікаційної роботи	Згідно графіку захисту	

Здобувач _____ **О. О. Когут**Керівник проекту (роботи) _____ **О. В. Шереметинська**

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі розглянуто і узагальнено існуючі теоретико-методичні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

У роботі досліджено різні наукові підходи до визначення сутності конкурентоспроможності підприємства та чинників впливу на неї. Виокремлено основні методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства.

На основі узагальнення результатів дослідження особливостей конкурентоспроможності підприємства розроблено напрями забезпечення конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод», обґрунтовано доцільність впровадження нового обладнання на ньому, а також визначено вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності підприємства.

Кваліфікаційна робота викладена на 109 сторінках (без урахування додатків), містить 35 таблиць, 13 рисунків.

Ключові слова: КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ПІДПРИЄМСТВО, ДІЯЛЬНІСТЬ, МАСЛОЗАВОД, ЯКІСТЬ.

ANNOTATION

In the qualification work the existing theoretical and methodical bases of maintenance of competitiveness of the enterprise are considered and generalized.

The qualification work investigates various scientific approaches to determining the essence of the competitiveness of the enterprise and the factors influencing it. The main methods of assessing the level of competitiveness of the enterprise are highlighted.

Based on a generalization of results of research of features of competitiveness of the enterprise the directions of maintenance of competitiveness of «Yagotynsky Butter Plant» are developed, the expediency of introduction of the new equipment on it is proved, and also the influence of the offered measure on the basic indicators of enterprise activity is defined.

The qualification work is set out on 109 pages (*excluding appendices*), contains 35 tables, 13 figures.

Key words: COMPETITIVENESS, ENTERPRISE, ACTIVITY, BUTTER PLANT, QUALITY.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Сутність поняття конкурентоспроможність підприємства.....	9
1.2. Чинники формування конкурентоспроможності підприємства.....	16
1.3. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства...	23
Висновки до розділу 1.....	39
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД» ТА ОЦІНКА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ...	40
2.1. Аналіз ринку молока та молочних продуктів в Україні.....	40
2.2. Загальна характеристика діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод».....	48
2.3. Оцінка конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод».....	64
Висновки до розділу 2.....	75
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБЛЕННЯ НАПРЯМІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД».....	77
3.1. Прийняття управлінського рішення щодо напрямів забезпечення конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод».....	77
3.2. Обґрунтування доцільності впровадження нового гомогенізатора на ТДВ «Яготинський маслозавод».....	84
3.3. Вплив впровадження нового гомогенізатора на основні показники діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод».....	94
Висновки до розділу 3.....	98
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	100
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	103
ДОДАТКИ.....	109

ВСТУП

Уся діяльність підприємств як суб'єктів ринкових відносин протікає в умовах жорсткої конкуренції. Запорука їх успішного функціонування на ринку – це безперервний пошук напрямів підвищення конкурентоспроможності. Усе більшу роль у цьому відіграє інноваційний потенціал, здатність породжувати більш ефективні стратегії і постійно розвивати компанію, оновлюючи її структуру і ключові бізнес-процеси у відповідь на виклики зовнішнього середовища.

Загалом поняття «конкурентоспроможність підприємства» можна назвати багатоаспектним. Багато вітчизняних та зарубіжних авторів присвятили свої праці дослідженню його сутності, серед них М. Портер, В. Андріанов, Р. Фатхутдінов, О. Белов, Л. Кириченко, П. С. Зав'ялов, Л. Ш. Лозовський, А. Г. Поршнев, Б. А. Райзберг, М. І. Книш, А. І. Кредісов, В. Дж. Стівенсон, М. О. Ермолов, З. А. Васильєва, Г. Я. Кіперман, Г.М. Скударь, Г. Л. Азоєв, П. К. Канінський, Л. М. Калашникова, П. Ю. Беленький, М. І. Перцовський, В. Г. Шинкаренко та А. С. Бондаренко.

Метою написання кваліфікаційної роботи є пошук напрямів забезпечення конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод».

Для досягнення мети ставляться наступні завдання:

- дослідити сутність поняття конкурентоспроможність підприємства;
- визначити чинники формування конкурентоспроможності підприємства;
- розглянути методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- проаналізувати ринок молока та молочних продуктів в Україні;
- дослідити діяльність ТДВ «Яготинський маслозавод»;
- оцінити конкурентоспроможність ТДВ «Яготинський маслозавод»;

- на основі попередніх досліджень прийняти управлінське рішення щодо напрямів забезпечення конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод»;
- обґрунтувати доцільність запропонованого заходу;
- визначити вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод».

Об'єкт дослідження – напрями забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Предмет дослідження – теоретико-методичні та практичні засади пошуку напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Сферою застосування є господарська діяльність ТДВ «Яготинський маслозавод».

У роботі використані наступні методи: загальнонаукові – при розкритті теоретико-методичних засад конкурентоспроможності підприємства; графічний – при побудові багатокутника конкурентоспроможності; аналітичні та статистичні – при дослідженні ефективності та результативності діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод»; метод порівняння – при порівнянні досліджуваного підприємства і основних його конкурентів. При оцінці рівня конкурентоспроможності застосовувався метод, побудований на базі ефективної конкуренції. При формуванні висновків – метод узагальнення.

Інформаційною базою даної роботи стали праці вітчизняних та зарубіжних авторів, матеріали періодичних видань, дані Державної служби статистики України, результати опитувань, а також фінансова звітність ТДВ «Яготинський маслозавод».

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Обсяг основного тексту викладено на 109 сторінках. Робота містить 35 таблиць та 13 рисунків. Список використаних джерел налічує 77 найменувань, викладених на 7 сторінках. Робота має 3 додатки, які розміщено на 13 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність поняття конкурентоспроможність підприємства

Конкурентоспроможність підприємства є ключовою ланкою ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. Саме тому виникає потреба у вивченні сучасних теоретичних підходів до визначення даного поняття як економічної категорії.

У науковій літературі існує велика кількість визначень поняття «конкурентоспроможність підприємства». Авторські підходи до трактування категорії «конкурентоспроможність підприємства» можуть відрізнятися рівнем деталізації поняття, метою і завданням, які дослідник ставить перед собою. Це дає змогу стверджувати про відсутність загальноприйнятої дефініції. Визначення конкурентоспроможності підприємства здебільшого носять загальний характер та не враховують своєрідність функціонування суб'єкта господарювання [11].

Професор Гарвардської школи бізнесу М. Портер вважає, що поняття «конкурентоспроможність підприємства» є базовим в управлінні, й існуватиме до того часу, поки підприємство утримує конкурентну перевагу над конкурентами на ринку. Конкурентна перевага характеризується ним як «продуктивність використання ресурсів», де критерієм виступає рентабельність виробництва. Конкурентні переваги існують тоді, коли підприємство може отримати рентабельність вище середньої для даної галузі або сегмента ринку [54].

В. Андріанов вважає, що показник конкурентоспроможності країни є синтетичним показником, який об'єднує конкурентоспроможність товару, товаровиробника, галузеву конкурентоспроможність та характеризує положення країни на світовому ринку [2, с. 34].

Враховуючи багатоаспектність твердження «конкурентоспроможність», дану категорію доцільно розглядати на різних рівнях: конкурентоспроможність продукції, виробничих систем, ринку, галузі, регіону, держави та на рівні міждержавних об'єднань. Виникає необхідність у виділенні окремих рівнів конкурентоспроможності за ієрархією, а саме:

- мікрорівень (підприємство);
- мезорівень (галузі та сектори);
- макрорівень (національна економіка);
- глобальний рівень (світова економіка, співставлення між державами).

Усі рівні є однаково значимі та є необхідною умовою ефективного функціонування як національних господарств, так і усього світового господарства [7, с. 25].

Цікавий та фундаментальний підхід до висвітлення поняття «конкурентоспроможність підприємства» запропонував Р. Фатхутдінов. На його думку, конкурентоспроможність – це потенційна здатність об'єкта або суб'єкта управління конкурувати в майбутньому на конкурентних ринках, що забезпечена зниженням прояву стратегічних неконкурентоспроможних чинників і посиленням впливу стратегічних ексклюзивних конкурентних переваг об'єкта на основі проведення комплексної стратегічної діагностики об'єкта, параметрів ринку і конкурентів, розроблення стратегій [71, с.16].

Окрім зарубіжних та вітчизняних дослідників, розкриттям сутності досліджуваного поняття займалась швейцарська організація «European Management Forum», яка визначила, що конкурентоспроможність компанії – це її реальна потенційна здатність проектувати, виробляти та збувати за існуючих умов товари, які за ціновими і неціновими характеристиками є привабливішими для споживачів, ніж товари їх конкурентів [20, с. 99-100].

Окремі автори, трактуючи конкурентоспроможність підприємства, наголошують на пріоритетній ролі конкурентоспроможності продукції. Зокрема, Белов О. і Кириченко Л. у своїх дослідженнях пропонують розділити оцінку конкурентоспроможності за двома напрямками: оцінку

конкурентоспроможності продукції та оцінку власне конкурентоспроможності підприємства [6].

З обома попередніми дослідниками погоджуються Зав'ялов П. С., Лозовський Л. Ш., Поршнев А. Г. та Райзберг Б. А. Вони також об'єднують обидва поняття, переконано стверджуючи, що конкурентоспроможність – це здатність фірми, компанії конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців, споживачів [56].

Книш М. І. аналогічно пов'язує поняття «конкурентоспроможність» з продукцією підприємства, тобто зі ступенем привабливості конкретного продукту для споживача, який здійснює реальну покупку [27, с.54].

Кредісов А. І. акцентує увагу на важливості виділення основного фактору конкурентоспроможності товару (продукту) – характеристики товару, що відображає його відмінність від аналогічного конкурентного товару як за ступенем відповідності конкретної потреби, так і за витратами на її задоволення [30, с. 112].

Розглядаючи конкурентоспроможність підприємства з позиції задоволення потреб споживача, Стівенсон В. Дж. зазначає, що вона характеризує те, «наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу» [62, с. 65].

Такої ж думки притримується у своїх працях Ермолов М. О.: конкурентоспроможність – це відносна характеристика, яка відображає відмінності в процесі розвитку певного виробника від виробника конкурента як за ступенем задоволення власними товарами, так і за ефективністю виробничої діяльності [21, с. 40].

З. А. Васильєва під конкурентоспроможністю підприємств розуміє здатність задовольняти потреби споживачів на основі виробництва товарів і послуг, що перевершують конкурентів за необхідним набором параметрів [10].

Близькими за тлумаченням змісту цього поняття є визначення Кіпермана Г. Я. та Скударя Г. М. Перший дослідник трактує, що це здатність протидіяти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за рівнем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності. Другий переконаний, що це відносна характеристика, що віддзеркалює відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [26; 60].

Г. Л. Азоєв ідентифікує поняття «конкурентоспроможність» як здатність ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів – обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми, оскільки є результатом її конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління компанією [1, с. 24].

П. К. Канінський також акцентує увагу на фінансовій складовій, тому під конкурентоспроможністю підприємства розуміє його здатність отримувати прибутки, достатні для відтворення простого або розширеного виробництва, мотивації праці та поліпшення властивостей продукції [8, с. 532].

Л. М. Калашникова, П. Ю. Беленький та М. І. Перцовський, на відміну від вищезазначених дослідників розглядають поняття «конкурентоспроможність підприємства комплексно.

Так за Л. М. Калашниковою поняття «конкурентоспроможність підприємства» характеризується системою і якістю управління, якістю продукції, широтою та глибиною асортименту, затребуваного суспільством або окремими його членами, стабільним фінансовим станом, здатністю до інновацій, ефективним використанням ресурсів, цілеспрямованою роботою з персоналом, рівнем системи товароруху і сервісом фірми [25, с.15].

Згідно з думкою П. Ю. Беленького, конкурентоспроможність підприємства є показником узагальнювальним, який відображає дієвість

всього комплексу механізмів господарювання, і до дослідження проблем його забезпечення потрібно підходити комплексно з урахуванням усіх факторів і механізмів [5, с. 10].

М. І. Перцовський висловлює схоже трактування: конкурентоспроможність підприємства – це можливість проведення ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це узагальнювальний показник життєвої стійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали [52, с.57].

Узагальнюючи різні підходи до роз'яснення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства», варто виділити двох авторів: Шинкаренка В. Г. та Бондаренка А. С. На нашу думку, їхня інтерпретація даного поняття найбільш влучна та водночас лаконічна. Вони зазначили, що конкурентоспроможність підприємства – це динамічна характеристика здібності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому визначений рівень конкурентних переваг [74, с. 14].

Результати проведених досліджень дають змогу стверджувати, що категорія «конкурентоспроможність підприємства» характеризується переліком властивостей, поданих на рис. 1.1.

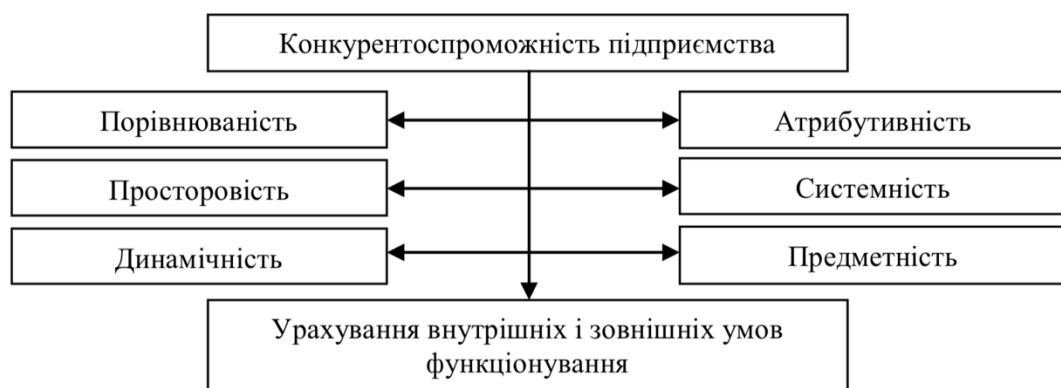


Рис. 1.1. Властивості категорії «конкурентоспроможність підприємства»

Джерело: [3]

Порівнюваність вказує на те, що конкурентоспроможність підприємства визначається та досліджується порівняно з реальними конкурентами, які

виготовляють аналогічну продукцію чи надають послуги і функціонують на одному й тому ж ринку.

Просторовість означає те, що конкурентоспроможність підприємства визначається у межах певного конкретного ринку, адже за рівних умов підприємство може бути конкурентоспроможним на одному ринку та неконкурентоспроможним – на іншому.

Динамічність свідчить про те, що поняття конкурентоспроможності є обмеженим у часі, оскільки підприємство може бути конкурентоспроможним в одному періоді, і позбутися цих позицій в іншому. Дослідження конкурентоспроможності підприємства потребує постійної оцінки її рівня, моніторингу показників, що її характеризують та дослідження джерел її формування: техніко-екологічних, виробничих, реалізаційних, маркетингових, професійнокваліфікаційно-кадрових, інноваційно-інвестиційних, організаційно-економічних.

Предметність передбачає виділення набору параметрів, які формують конкурентоспроможність підприємства. До таких параметрів можна віднести: високу якість продукції; використання сучасних технічних засобів та технологій; високий рівень кваліфікації персоналу; формування позитивного іміджу підприємства в свідомості споживачів; застосування комплексу маркетингу при просуванні продукції на ринок; забезпеченість підприємства матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами; наявність патентів на унікальні винаходи; використання прогресивних управлінських технологій тощо.

Атрибутивність вказує на виокремлення унікальних характеристик, які формують конкурентну перевагу підприємства (унікальність продукції, додатковий сервіс, оригінальна технологія виробництва тощо).

Системність передбачає дослідження всієї сукупності або максимально можливої кількості параметрів та умов, що формують конкурентоспроможність підприємства, а також взаємозв'язки між ними і взаємообумовленості їх складових. Тобто під системністю розуміють

сукупність наукових методів і практичних прийомів розв'язання складних економічних проблем [3].

У ході опрацювання основних положень економічної теорії були описані сучасні підходи дослідників до розкриття сутності поняття конкурентоспроможності підприємства. Усю сукупність дефініцій можна поділити на такі групи: 1) характеризує внутрішню і зовнішню діяльності підприємства, без згадки товару; 2) базується тільки на товарній складовій; 3) описує фінансову складову; 4) поєднує товар і виробничу діяльність суб'єкта господарювання.

З огляду на багатогранність поняття «конкурентоспроможність підприємства», не можливо сформулювати єдине визначення, яке стовідсотково розкриє його сутність. Проте доцільно виділити основні аспекти, виходячи з вищезазначених підходів дослідників:

- конкурентоспроможність підприємства доцільно розглядати на різних рівнях (мікрорівень, мезорівень, макрорівень та глобальний рівень);
- конкурентоспроможність підприємства – це результат ефективної господарської діяльності підприємства в умовах конкурентного ринку;
- в основу поняття конкурентоспроможності підприємства покладена конкурентоспроможність продукції або послуг, яку воно виготовляє або надає, але ці категорії не можна ототожнювати;
- конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю отримувати прибутки і вдало розпоряджатися власними та позиковими ресурсами;
- невід'ємною складовою конкурентоспроможності підприємства є маркетинг, а саме: стійкий імідж підприємства, якість продукції, сервісне обслуговування тощо;
- конкурентоспроможність підприємства визначається ступенем відповідності товарів заявленим потребам споживачів;

- конкурентоспроможність підприємства розглядається як комплексна характеристика підприємства, що відображає гармонійність і скоординованість усіх його ланок.

Різні автори мають своє бачення щодо інтерпретації досліджуваного нами поняття. Найбільш підходящим, на нашу думку, було визначення дослідників Шинкаренка В. Г. та Бондаренка А. С., які охарактеризували конкурентоспроможність підприємства як динамічну характеристику здібності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому визначений рівень конкурентних переваг. Проте дане визначення слід дещо розширити, додавши до нього таку важливу складову як інноваційність. Визначення звучатиме наступним чином: «Конкурентоспроможність підприємства – це динамічна характеристика здібності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому визначений рівень конкурентних переваг за рахунок впровадження нових технологічних процесів та модернізації обладнання». Доцільно зазначити, що висунуті вище твердження багатьох дослідників не мали акценту на інноваційну діяльність. Сучасний світ – світ прогресу, тому у розкритті сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» інновації повинні бути висунуті на перший план.

1.2. Чинники формування конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність підприємства відображає ефективність результатів його господарської діяльності. Для визначення конкурентних переваг підприємства, необхідно визначити фактори, що впливають на його поведінку в конкурентній боротьбі. Вивчення літературних джерел в області конкурентоспроможності дозволило виявити наявність різних класифікацій ключових чинників конкурентоспроможності підприємства.

Професор Гарвардської школи бізнесу М. Портер усі фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, пропонує систематизувати на основі трьох підходів. У рамках першого він пов'язує фактори конкурентоспроможності підприємства з факторами виробництва, представляючи їх у вигляді декількох великих груп:

1. Людські ресурси – кількість, кваліфікація та вартість робочої сили.
2. Фізичні ресурси – кількість, якість, доступність і вартість ділянок, води, корисних копалин, лісових ресурсів, джерел гідроелектроенергії, рибальських угідь; кліматичні умови та географічне положення країни базування підприємства.
3. Ресурс знань – сума наукової, технічної та ринкової інформації, що впливає на конкурентоспроможність товарів і послуг і зосередженої в академічних університетах, державних галузевих НДІ, приватних дослідницьких лабораторіях, банках даних про дослідження ринку та інших джерелах.
4. Грошові ресурси – кількість і вартість капіталу, який може бути використаний на фінансування промисловості та окремого підприємства.
5. Інфраструктура – тип, якість наявної інфраструктури і плата за користування нею, що впливають на характер конкуренції. Сюди відносяться транспортна система країни, система зв'язку, поштові послуги, переказ платежів та коштів з банку в банк всередині і за межі країни, система охорони здоров'я і культури, житловий фонд і його привабливість з точки зору проживання і роботи [53, с. 178].

Основу другого підходу до класифікації факторів конкурентоспроможності підприємства, запропонованого М. Портером, становить ступінь їх спеціалізації. Відповідно до цього всі фактори Портер ділить на два види:

1. Загальні фактори, до яких відносяться система автомобільних доріг, дебетовий капітал, персонал з вищою освітою. Як правило, вони можуть бути

використані в широкому спектрі галузей і дають підприємству переваги обмеженого характеру.

2. Спеціалізовані фактори включають в себе вузькоспеціалізований персонал, специфічну інфраструктуру, бази даних в певних галузях знань ці фактори створюють більш значну довгострокову основу для забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Третій підхід М. Портера ґрунтується на поділі чинників конкурентоспроможності підприємства на два типи:

1. Основні чинники, які об'єднують природні ресурси, кліматичні умови, географічне положення країни, некваліфіковану і напівкваліфіковану робочу силу, дебетовий капітал.

2. Розвинені чинники, які включають в себе сучасну інфраструктуру обміну інформацією, висококваліфіковані кадри (фахівці з вищою освітою, фахівці в області персональних комп'ютерів) і дослідницькі відділи університетів, які займаються складними високотехнологічними дисциплінами.

Слід зауважити, що основні чинники існують об'єктивно або для їх створення потрібні незначні державні і приватні інвестиції. Набагато більше значення для забезпечення конкурентоспроможності підприємства мають розвинені чинники, як фактори більш високого порядку [53, с. 179].

На думку французьких економістів А. Оллів'є, А. Дайан і Р. Урсі, ключових факторів конкурентоспроможності підприємства має бути вісім:

- 1) концепція товару і послуги, на якій базується діяльність підприємства;
- 2) якість, що виражається у відповідності продукту високому рівню товарів ринкових лідерів і виявляється шляхом опитувань і порівняльних тестів;
- 3) ціна товару з можливою націнкою;
- 4) фінанси – як власні, так і позикові;
- 5) торгівля – з точки зору комерційних методів і засобів діяльності;
- 6) післяпродажне обслуговування, що забезпечує підприємству постійну клієнтуру;

- 7) зовнішня торгівля підприємства, що дозволяє йому позитивно управляти відносинами з владою, пресою і громадською думкою;
- 8) передпродажна підготовка, яка свідчить про здатність підприємства не тільки передбачити запити майбутніх споживачів, але і переконати їх в своїх виняткових можливостях задовольнити ці потреби [63, с. 284].

Японські фахівці виділяють п'ятирівневу ієрархію чинників конкурентоспроможності підприємства (рис. 1.2.).

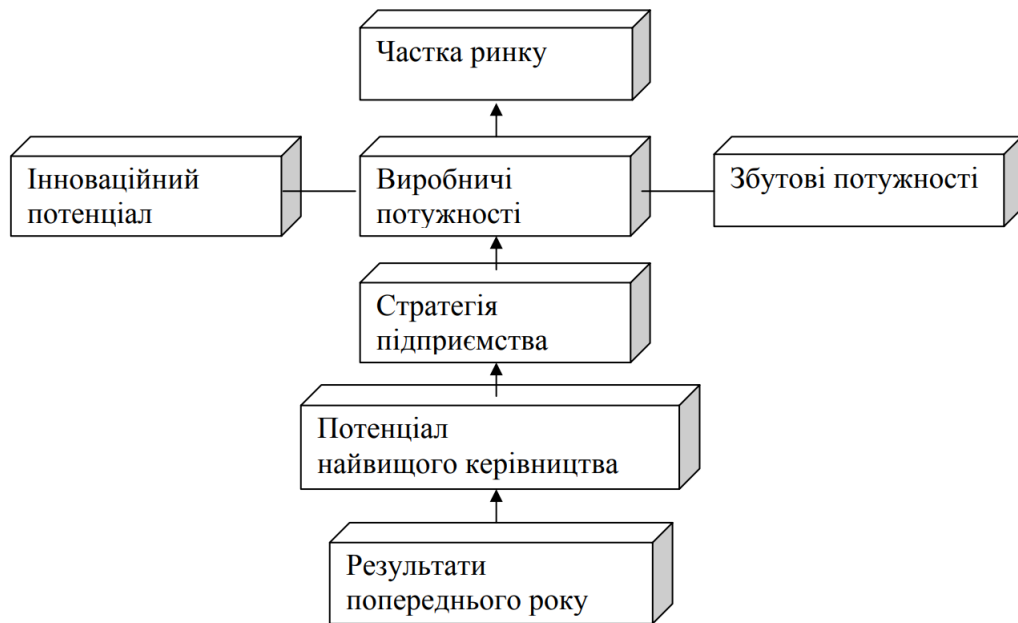


Рис. 1.2. Фактори конкурентоспроможності промислових підприємств

Джерело: [28]

Частка ринку (перший рівень) – мета і кінцевий результат менеджменту, на другому рівні ієрархії, на думку вчених, конкурентоспроможність повинна бути підкріплена здатністю до розвитку потенціалом виробничих, інноваційних та збутових потужностей підприємства. На третьому рівні ієрархії конкурентоспроможність визначається вибором стратегії підприємства. Стратегія конкурентної боротьби спрямована на поліпшення або збереження позицій підприємства на ринку – частки товарів, що ним продаються: давно вироблених або нових. Конкурентоспроможність на четвертому рівні ієрархії визначається здатністю вищого керівництва підприємства приймати такі рішення, які реалізують на практиці три зазначені чинники конкурентоспроможності підприємства. П'ятий рівень

представлений результатами діяльності підприємства в попередньому періоді. Тут, як вважають японські дослідники, прибуток як джерело ресурсів боротьби за ринок відіграє найважливішу роль. Таким чином, виникає наступна залежність: чим більше прибутку, тим вища конкурентоспроможність, а чим вища конкурентоспроможність, тим більше прибуток [28, с.229].

Артур А. Томпсон-молодший і А. Дж. Стрікланд пропонують виділяти такі ключові фактори конкурентоспроможності організації:

- якість і характеристики продукції;
- репутація (імідж);
- виробничі потужності;
- використання технологій;
- дилерська мережа і можливості поширення;
- інноваційні можливості;
- фінансові ресурси;
- витрати в порівнянні з конкурентами;
- обслуговування клієнтів [63, с. 285].

Девід Кревенс вважає, що керівництво компанії має на чільне місце ставити ключові компетенції, які визначаються конкурентними перевагами, універсальністю (конкурентна перевага в різних ситуаціях), складністю дублювання. Він пропонує угруповання компетенцій (факторів) здійснювати відповідно до спрямованості функціональних процесів: зовнішні, спрямовані з зовнішнього оточення всередину організації; внутрішні, що йдуть зсередини організації, і двосторонні.

Зовнішні процеси пов'язують організацію з її зовнішнім оточенням, забезпечуючи зворотний зв'язок і формуючи зовнішні зв'язки. Зовнішні процеси задають також спрямованість компетенцій організації, що визначаються внутрішніми і двосторонніми функціональними процесами. Внутрішні процеси спрямовані на задоволення потреб споживачів. У свою

чергу, наведені процеси характеризуються безліччю компетенцій (факторів) [29, с. 124].

Значний внесок у дослідження проблеми класифікації чинників конкурентоспроможності підприємства внесли вітчизняні вчені.

Голубков Є. П. пропонує при проведенні маркетингових досліджень для оцінки конкурентоспроможності підприємства використовувати 16 факторів результативності його діяльності, які він деталізує і доповнює за рахунок факторів конкурентоспроможності продукції та ефективності маркетингової діяльності компанії. До даних факторів конкурентоспроможності підприємства він відносить імідж організації, концепцію і якість продуктів (рівень їх відповідності світовому рівню), сумарну ринкову частку головних видів бізнесу, потужність науково-дослідницької, конструкторської та виробничої бази, рівень диверсифікації видів бізнесу, стабільність фінансово-економічного становища підприємства на ринку, маркетингову діяльність (реклама, рівень стимулювання збуту, глибина досліджень), рівень передпродажної підготовки та післяпродажного обслуговування, політику організації у зовнішньому підприємницькому середовищі [14, с. 187-188].

Усю сукупність факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, І. У. Зулькарнаєв і Л. Р. Ільєсова пропонують розділити на три групи: цілі, які ставить перед собою підприємство; ресурси, якими володіє підприємство; фактори зовнішнього середовища [23, с. 17-27].

У якості критеріїв, що визначають конкурентоспроможність підприємства, Н. К. Моїсеєва пропонує враховувати критерій, що відображає в динаміці ступінь задоволення споживача, і тимчасовий критерій ефективності виробництва [36, с. 160-167].

В. Л. Белоусов можливі фактори конкурентоспроможності підприємства групує по окремих елементах комплексу маркетингу (продукт, ціна, доведення продукту до споживача, просування продукту на ринок або маркетингові комунікації), а також враховує ділову активність і ефективність діяльності організації [4, с. 63-71].

До основних факторів конкурентоспроможності підприємства дослідник Максимов І. В. відносить ефективність його виробничої діяльності, фінансовий стан, ефективність організації збуту і просування товару на ринку, конкурентоспроможність продукції [32, с. 33-39].

Найбільшу популярність в економічній літературі отримав підхід, на основі якого всі фактори конкурентоспроможності підприємства об'єднані в дві основні групи, залежно від здатності підприємства надавати на них вплив. Дана класифікація включає зовнішні фактори, прояв яких в деякій мірі залежить від підприємства, і внутрішні, які майже повністю визначаються керівництвом підприємства.

З нашої точки зору, даний підхід до угруповання чинників конкурентоспроможності підприємства є найбільш прийнятним, оскільки підприємство слід розглядати як відкриту систему, на яку впливають фактори зовнішнього середовища, що підрозділяються, у свою чергу, на фактори прямого і непрямого впливу. Крім цього, підприємство має внутрішнє середовище, що складається з взаємозв'язаних змінних, що впливають на його функціонування.

Під зовнішніми факторами прямого впливу необхідно розуміти постачальників, науку і технології, державу, посередників, профспілки, конкурентів, споживачів, тип і місткість ринку. Зовнішні чинники непрямого впливу, з нашої точки зору, повинні включати: стан економіки, політико-правові чинники, природно-кліматичні чинники, науково-технічний прогрес, демографічну ситуацію, соціокультурні фактори.

До внутрішніх факторів, що визначають конкурентоспроможність підприємства, на які воно може безпосередньо впливати, слід відносити систему менеджменту якості, маркетингову діяльність, якість менеджменту, систему управління, економічну безпеку, репутацію (гудвіл) підприємства, фінансову, інноваційну, інвестиційну діяльність, корпоративну культуру, персонал, конкурентну стратегію, технології, масштаби застосування аутсорсингу, виробничі процеси, збутову (дилерську) мережу.

Виділені фактори можуть по-різному впливати на конкурентоспроможність підприємства, тому вивчення їх впливу дозволяє виявити сильні і слабкі сторони підприємства, можливості та загрози його розвитку.

1.3. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства

Одночасно з теоретичними дослідженнями суті конкурентоспроможності підприємства важливе місце займає проблема практичної оцінки даної економічної категорії. Вивчення конкурентів і умов конкуренції потрібна підприємству насамперед для того, щоб визначити в чому його переваги та недоліки перед конкурентами. Володіння такою інформаційною базою послугує основою для подальшої розробки необхідних напрямів з підвищення конкурентоспроможності фірми.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства повинна носити системний, комплексний характер, по можливості вбираючи в себе ключові складові зростання конкурентних переваг господарюючого суб'єкта ринкових відносин. Дана процедура являє собою встановлення кількісних і якісно-описових характеристик конкурентоспроможності та адекватний вибір їх вимірників. При цьому важливою складовою є об'єктивність діагностики (дослідження стану і причинно-наслідкових зв'язків формування конкурентоспроможності, з метою виявлення загроз та усунення відхилень від обраного стратегічного напрямку).

У процесі оцінки конкурентоспроможності підприємства виникають певні труднощі, які пов'язані насамперед із:

1) відносністю поняття конкурентоспроможності підприємства. «Конкурентоспроможність підприємства можна оцінити шляхом порівняння суб'єктів господарювання, що належать до однієї сфери бізнесу і у масштабах

країни, і у глобальних масштабах. Тому підприємство може бути визнане конкурентоспроможним на регіональному чи вітчизняному ринку і неконкурентоспроможним – на світовому» [64, с. 105];

2) складністю та недосконалістю методик оцінювання конкурентоспроможності. Це зумовлено, по-перше, труднощами у виборі базового об'єкта для порівняння; по-друге, труднощами у виборі системи показників, критеріїв та методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства; по-третє, проблематичністю використання повної і достовірної інформації для оцінювання конкурентоспроможності.

Усі методичні підходи в оцінці конкурентоспроможності, незважаючи на їх значну різноманітність, опираються на такі базові принципи:

- комплексність – результати дослідження повинні поєднувати у собі як оцінку ефективності процесу адаптації фірми до змінних умов функціонування, ступінь реалізації стратегічного потенціалу, так і конкурентні позиції підприємства в порівнянні з найголовнішими конкурентами;
- об'єктивність – результати дослідження повинні базуватися на повній і достовірній інформації про зовнішні та внутрішні умови функціонування фірми й відображати її реальні конкурентні позиції;
- системність – в основі оцінки рівня конкурентоспроможності повинні виступати результати системного аналізу на основі вивчення впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства з урахуванням існуючих взаємозв'язків та зумовленого ними синергічного ефекту;
- безперервність – процес дослідження повинен носити постійний характер для своєчасного виявлення змін чинників конкурентоспроможності, встановлення тенденцій у динаміці конкурентних позицій фірми, своєчасного прийняття та реалізації необхідних управлінських рішень;

- оптимальність – поряд з рівнем конкурентоспроможності об'єктом дослідження виступає й ефективність його досягнення, тобто комплексна оцінка шляхів досягнення конкурентних позицій з врахуванням як прямих витрат, пов'язаних з реалізацією заходів щодо регулювання конкретного чинника, так і потенційних витрат на розвиток і підтримку конкурентної переваги в майбутньому;
- динамічність – оцінка конкурентоспроможності повинна здійснюватися не лише у статиці (на конкретний момент часу), але й враховувати особливості змін конкурентних позицій підприємства та їх напрямку і тенденцій [69, с. 340-341].

В основі класифікації методів оцінки конкурентоспроможності фірми лежить їх поділ на окремі групи за певною ознакою. Якщо за ознаку взяти форму представлення результатів оцінки, то можна виділити такі методи: графічні, матричні, розрахункові та комбіновані.

Графічний метод оцінки конкурентоспроможності базується на побудові багатокутника конкурентоспроможності (радіальної діаграми конкурентоспроможності, «павутини» конкурентоспроможності). На рис. 1.3 представлено багатокутники конкурентоспроможності чотирьох підприємств (назви умовні) за дев'ятьма критеріями [9, с. 16].



Рис. 1.3. Багатокутник («павутина») конкурентоспроможності

Джерело: [9, с.16]

Кожен критерій встановлюється на основі експертних оцінок. Побудова багатокутника конкурентоспроможності розпочинається із кола, яке ділиться радіальними оціночними шкалами на рівні сектори. Їх кількість відповідає кількості обраних критеріїв. Шкала наноситься на радіальні прямі таким чином, щоби всі значення критеріїв знаходилися всередині оціночного кола (значення критеріїв зростають в міру віддалення від центра кола). Наступний етап – нанесення на кожен вісь точок, що відповідають значенням відповідних критеріїв та з'єднання їх ламаною лінією, яка і формує багатокутник конкретного підприємства. Рис. 1.3. наочно представляє відмінності між підприємствами на основі обраних критеріїв оцінювання.

Простота у побудові, можливість зіставлення конкурентоспроможності конкуруючих підприємств за найголовнішими аспектами та наочність є головними перевагами графічного методу оцінки конкурентоспроможності. Серед недоліків найважливішим є те, що цей метод не дозволяє встановити узагальненого значення рівня конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні таблиць-матриць, впорядкованих відповідним чином за встановленими елементами. Найбільш відомою і поширеною є матриця Бостонської консультативної групи (БКГ), представлена на рис. 1.3. Матриця побудована за принципом системи координат: по вертикалі відкладаються темпи зростання ринку, що розміщуються по рядках матриці у лінійному масштабі; по горизонталі, тобто по стовпцях матриці – в логарифмічному масштабі відкладається відносна частка виробника продукції на ринку. Найбільш конкурентоспроможними вважаються підприємства, що займають значну частку на ринку, що швидко зростає [33, с.16].

Згідно рис. 1.4 “Зірка” характеризує високу долю у галузі, що швидко зростає, займає лідируюче становище на ринку, приносить значні доходи, однак більша частина цих доходів витрачається на підтримку лідируючого

положення. Звідси дана стратегічна зона господарювання (СЗГ) постійно відчуває недостатність коштів.

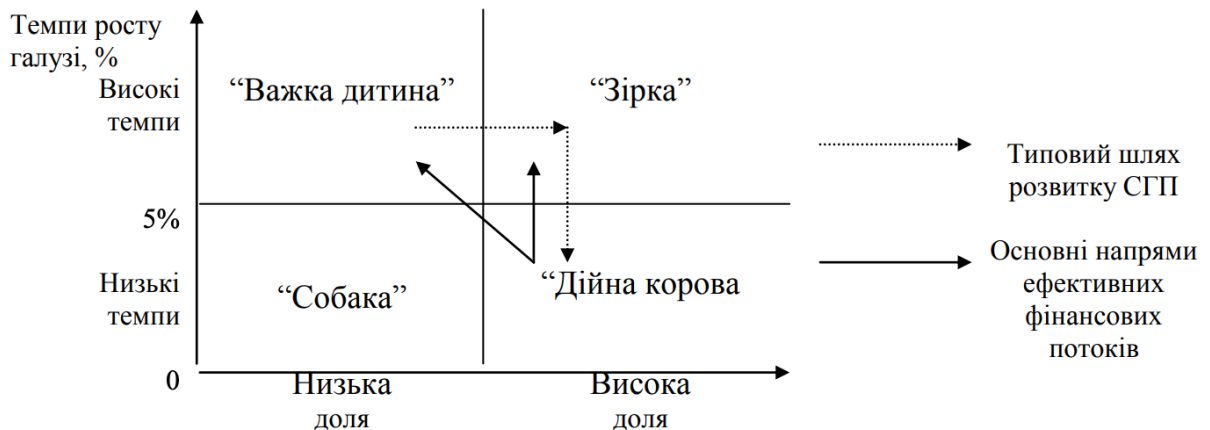


Рис. 1.4. Принципова схема матриці БКГ

Джерело: [33, с.16]

«Дійна корова» – висока доля у стабільній або старіючій галузі, займає лідируюче становище, що призводить до стійких та досить високих прибутків. На конкурентну боротьбу нема необхідності витратити значні кошти, бо фірма вже досить добре відома на ринку. Стабільні темпи росту не приваблюють менших конкурентів (на відміну від «Зірки»), оскільки не дають їм можливості «втиснутися» у вже складену та досить стабільну галузеву структуру. Прибутків значно більше, ніж необхідно для підтримки досягнутої ринкової долі. Цей фінансовий надлишок направляється для підтримки інших СЗГ.

«Важка дитина» – низька доля у галузі, що швидко зростає, має найбільш складне положення. Складається ситуація «або-або»: або нарощувати зусилля та становитися «Зіркою», або іти з ринку. Як правило, для нарощування зусиль не вистачає власних коштів, оскільки займана доля ринку не забезпечує отримання необхідного прибутку. Тому потрібна фінансова підтримка з боку «Дійних корів».

Взагалі, типовий шлях життєздатної СЗГ наступний: «Важка дитина» – завоювання долі ринку – «Зірка» – зниження темпів галузі (старіння галузі) – «Дійна корова».

«Собака» – низька доля у слабкозростаючій або стабільній галузі, займає найгірший стан: прибутків не дає, але вимагає засобів для підтримки свого

положення. Дана СЗГ лише відтягує на себе фінансові ресурси фірми. Фірма добивається стійкості лише у тому випадку, коли досягнуто оптимальне співвідношення між її стратегічними господарськими підрозділами, що є “Важкими дітьми”, “Зірками”, “Дійними коровами”.

Після визначення місця кожної СЗГ у системі координат “темпи росту попиту / ринкова доля” необхідно обрати оптимальну для кожної СЗГ стратегію [33, с. 16-17].

За наявності достовірної інформації матриця БКГ дозволяє дослідити розвиток процесів конкуренції в динаміці та забезпечити високу репрезентативність оцінки. Поряд з матрицею БКГ існує досить багато інших матричних моделей, які можуть бути використаними для оцінки і аналізу рівня конкурентоспроможності підприємства:

- матриця «Привабливість ринку / конкурентоспроможність» (модель GE / McKinsey);
- матриця «Привабливість галузі / конкурентоспроможність» (модель Shell / DPM);
- матриця «Стадія розвитку ринку / конкурентна позиція» (модель Hofer / Schendel);
- матриця «Стадія життєвого циклу продукції / конкурентна позиція» (модель ADL / LC) [31, с. 155-161].

Одним з найпоширеніших методів, що дозволяють у комплексі оцінити конкурентоспроможність фірми є SWOT-аналіз. Головна його особливість полягає у визначенні й оцінці сильних та слабких сторін у діяльності суб’єкта господарювання. Аналізу підлягають сильні сторони, слабкі сторони внутрішнього середовища, а також можливості та загрози зовнішнього середовища фірми. Методологія SWOT-аналізу передбачає виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, після чого встановлюються зв’язки між ними, які в подальшому можуть бути використані для формування конкурентної стратегії.

SWOT-аналіз здійснюється у кілька послідовних етапів. На початковому етапі визначаються сильні й слабкі сторони фірми. Крім цього, встановлюються можливості і загрози зовнішнього середовища фірми, виявляється ймовірність використання та вплив обраних можливостей і загроз на результати її діяльності.

Наступним етапом SWOT-аналізу є кількісна оцінка факторів внутрішнього середовища організації. Для цього використовують метод визначення профілю внутрішнього середовища. Для кожного фактора приводиться експертна оцінка його вагомості.

Проведений аналіз факторів внутрішнього й зовнішнього середовища та ранжування їх за рівнем впливу на діяльність фірми дозволяє сформулювати конкретний перелік слабких і сильних сторін, а також загроз і можливостей. Встановлення зв'язків між найбільш вагомими слабкими і сильними сторонами організації, загрозами і можливостями зовнішнього середовища – заключний етап в процесі SWOT-аналізу. Для встановлення взаємозв'язків будується матриця SWOT-аналізу [35, с. 21-26].

Табличний метод оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства фактично є різновидом матричного. Для прикладу розглянемо особливості цього методу за даними експертних оцінок 5-ти окремих аспектів діяльності трьох конкуруючих підприємств (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Матриця конкурентоспроможності підприємства

Фактор конкурентоспроможності	Середня експертна оцінка			Ранг фактора	Інтегральний факторний показник		
	Підприємство				Підприємство		
	№1	№2	№3		№1	№2	№3
1	2	3	4	5	6	7	8
Товар	3,5	4,5	4,0	0,18	0,63	0,81	0,72
Становище на ринку	4,1	4,3	3,9	0,22	0,90	0,95	0,86
Збут	3,8	3,5	3,7	0,2	0,76	0,70	0,74
Фінансовий стан	3,1	3,2	3,1	0,3	0,93	0,96	0,93
Виробництво	3,8	4,1	3,9	0,1	0,38	0,41	0,39
Разом	x	x	x	1,00	3,60	3,83	3,64

1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт конкурентоспроможності	x	x	x	x	0,94	1,00	0,95

Джерело: складено автором на основі [13]

Розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства є багаточисленними. Серед них можна виділити специфічні та комплексні методи. Специфічні методи – методи, що дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства за окремими аспектами його діяльності: виробничому, інноваційному, маркетинговому, фінансовому і т.п.; комплексні методи – методи, що базуються на всебічній оцінці конкурентоспроможності підприємства.

У практиці оцінки конкурентоспроможності підприємства найчастіше використовуються такі комплексні методи:

- а) оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства;
- б) оцінка і аналіз порівняльних переваг підприємств- конкурентів;
- в) метод, що ґрунтується на теорії ефективної конкуренції;
- г) інтегральний метод;
- д) метод самооцінки (Європейська модель ділової досконалості, англійська методика матриці удосконалення бізнесу (ВІМ));
- е) метод бенчмаркінга;
- ж) метод на основі споживчої вартості;
- з) метод на основі життєвого циклу продукту та ін.

Характеристика основних комплексних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства:

1. Метод, що базується на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства (фірми) – передбачає оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства на основі споживчої цінності виготовленої продукції. Метод ґрунтується на логічному взаємозв'язку конкурентоспроможності підприємства і конкурентоспроможності його продукції. Чим вищий рівень першого, тим, відповідно, вищий рівень

конкурентоспроможності його продукції. Оцінка конкурентоспроможності продукції (послуг), здійснюється шляхом порівняння двох характеристик: якості і ціни. При цьому найбільш конкурентоспроможною є та продукція, у якої співвідношення ціни та якості є найоптимальнішим. Вважається, чим вищою є різниця між споживчою вартістю продукції стосовно споживача і ціною, котру він готовий заплатити, тим вищий запас конкурентоспроможності [12, с. 123-124].

2. Метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів – визначення порівняльних переваг, які дозволяють забезпечити відносно нижчі витрати виробництва порівняно з конкуруючою галуззю чи підприємством. Оцінка рівня конкурентоспроможності здійснюється шляхом зіставлення не лише виробничих витрат, а й обсягів та норми прибутку, та/або обсягів продажу, та/або ринкових часток. Більш високі значення показників вважаються достатньою умовою для твердження, що підприємство є конкурентоспроможнішим [12, с. 123-124].

3. Інтегральний метод. Інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства включає в себе два головні елементи: 1) ступінь задоволення потреб споживача (характеризує відносну конкурентоспроможність товару); 2) ефективність виробництва (рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, середня норма рентабельності тощо). Якщо значення інтегрального показника дорівнює 1, то рівень конкурентоспроможності аналізованого підприємства відповідає рівню конкурентоспроможності підприємства-суперника; якщо інтегральний показник менший за 1-ю, то досліджуване підприємство вважається менш конкурентоспроможним, порівняно із суперником [12, с. 124-125].

4. Метод самооцінки діяльності. Передбачає реалізацію низки етапів. Спершу проводиться експертна оцінка усіх показників діяльності фірми (перелік яких залежить від методу самооцінки) за всіма критеріями з присвоєнням відповідно до ступеня розвитку підходу чи наявності позитивних результатів значень оцінок – 0,25; 0,50; 0,75; 1,00. Сума отриманих оцінок по

кожному критерію домножуються на вагу критерію та сумуються. На завершальному етапі виводиться загальна оцінка діяльності. Далі отримане значення зіставляється з попередньою оцінкою самого підприємства або з оцінкою діяльності підприємств-конкурентів. Результати проведення самооцінки допомагають скоригувати стратегічні і тактичні плани з врахуванням параметрів моделі ділової досконалості, які надалі необхідно реалізовувати, використовуючи наявні методи та засоби [12, с. 125].

5. Матричний метод (Бостонської консалтингової групи). Аналіз конкурентоспроможності з урахуванням життєвого циклу товару (послуги). Суть оцінки полягає в розробці матриці, побудованої за принципом системи координат: по горизонталі – темпи зростання / скорочення кількості продажу в лінійному масштабі; по вертикалі – відносна частка товару (послуги) на ринку. Найбільш конкурентоспроможними вважаються підприємства, які займають значну частку на швидкозростаючих ринках [12, с. 125-126].

6. Метод, заснований на теорії ефективної конкуренції. Головним інструментом в аналізі конкурентоспроможності є зіставлення показників стану підприємства з показниками як підприємств-конкурентів, так і з середньогалузевими показниками. Згідно з теорією ефективної конкуренції найбільш конкурентоспроможними вважаються ті підприємства, на яких найкращим чином організована діяльність усіх підрозділів та служб. На ефективність діяльності кожної зі служб впливає значна кількість чинників – ресурсів підприємства; оцінка ефективності кожного з підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ними цих ресурсів. В основі методу покладена оцінка чотирьох групових показників – критеріїв конкурентоспроможності із подальшим розрахунком інтегрального показника [12, с. 126].

Зазначені вище методи не можна назвати досконалими. Кожен із методів має як переваги, так і недоліки (табл. 1.2).

**Переваги та недоліки комплексних методів оцінки
конкурентоспроможності підприємства**

Назва методу	Переваги	Недоліки
1	2	3
Метод, що базується на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства (фірми)	Враховує найголовнішу характеристику, що визначає рівень конкурентоспроможності підприємства – конкурентоспроможність його продукту.	Не дає цілісного бачення щодо переваг і недоліків у діяльності підприємства.
Метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів	Простота у використанні.	Однобокі і обмежені висновки щодо рівня конкурентоспроможності фірми, позаяк зорієнтовані на виробничі витрати, залишаючи поза увагою процеси взаємодії виробника продукції з ринком.
Інтегральний метод	Простота і наочність, дозволяють отримати однозначну оцінку конкурентних позицій виробника. Дозволяє отримати узагальнене значення рівня конкурентоспроможності підприємства.	Обмеженість у використанні: застосовується лише для оцінки конкурентоспроможності монопродуктових підприємств.
Метод самооцінки діяльності	Дозволяє: 1) розробити порівняно нескладний інструментарій для регулярної оцінки діяльності будь-якої організаційної структури у вирішенні завдань її безперервного удосконалення; 2) використовувати процедури, які дають змогу порівнювати і оцінювати діяльність на основі національно визнаних критеріїв; 3) надати керівництву підприємства можливість отримувати просту, але досить повну картину для розробки планів подальшого поліпшення діяльності.	Вимагає залучення до процесу оцінки діяльності фірми представників усіх її підрозділів. Суб'єктивний характер експертних оцінок.

Кінець табл. 1.2

1	2	3
Матричний метод (Бостонської консалтингової групи)	Дозволяє забезпечити високу репрезентативність оцінки.	Не передбачає проведення аналізу причин того, що відбувається на підприємстві і ускладнює розробку управлінських рішень.
Метод, заснований на теорії ефективної конкуренції	Допомагає виявити сильні і слабкі сторони одного підприємства стосовно іншого, оцінити рівень відставання, розробити управлінські дії щодо підсилення слабких місць.	Труднощі у зборі необхідної інформації; достовірна оцінка потребує здійснення трудомістких розрахунків.

Джерело: складено автором на основі [12]

Серед вказаних методів заслуговує на увагу метод, що заснований на теорії ефективної конкуренції. Саме за його допомогою можна з високим рівнем достовірності встановити рівень конкурентоспроможності українських підприємств. Згідно з теорією ефективної конкуренції найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, на яких найкращим чином організована діяльність усіх його підрозділів. Оцінка ефективності кожного з підрозділів передбачає визначення рівня ефективності використання ресурсів (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Критерії та показники конкурентоспроможності підприємства

Критерії та показники конкурентоспроможності	Роль показника в оцінці	Обчислення показника
1	2	3
Ефективність виробничої діяльності підприємства		
Витрати на виробництво одиниці продукції, грн.	Відображає ефективність витрат при випуску продукції.	Валові витрати / Обсяг випуску продукції.
Фондовіддача	Характеризує ефективність використання основних виробничих фондів	Обсяг випуску продукції / Середньорічна вартість основних виробничих засобів.
Рентабельність продукції, %.	Характеризує ступінь прибутковості продукції.	Прибуток від реалізації*100 / Повна собівартість продукції.

Продовж. табл. 1.3

1	2	3
Продуктивність праці, тис. грн. / чол.	Відображає ефективність організації виробництва та використання робочої сили.	Обсяг випуску продукції / Середньоспискова чисельність працівників.
Фінансовий стан підприємства		
Коефіцієнт автономії	Характеризує незалежність підприємства від позикових джерел.	Власні засоби підприємства / Загальна сума джерел фінансування.
Коефіцієнт платоспроможності	Відображає здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання і дозволяє передбачати вірогідність банкрутства.	Власний капітал / Загальні зобов'язання.
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Відображає якісний склад засобів, що є джерелами покриття поточних зобов'язань.	Грошові кошти і цінні папери, що швидко реалізується / Короткострокові зобов'язання.
Коефіцієнт оборотності обігових коштів	Характеризує ефективність використання оборотних коштів. Відповідає часу (періоду кругообігу), протягом якого оборотні кошти проходять усі стадії виробництва і обігу.	Виручка від реалізації продукції / Середньорічний залишок оборотних коштів.
Ефективність організації збуту та просування товарів		
Рентабельність продажу, %.	Характеризує рівень прибутковості діяльності підприємства на ринку, відповідність ціни ринковим запитам.	Прибуток від реалізації продукції * 100 % / Обсяг продажу.
Коефіцієнт затовареності готовою продукцією	Відображає ступінь затовареності готовою продукцією. Зростання показника свідчить про зниження попиту.	Обсяг нереалізованої продукції / Обсяг продажу.
Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей	Характеризує ділову активність підприємства.	Обсяг випуску продукції / Виробнича потужність.
Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту	Характеризує економічну ефективність реклами і засобів стимулювання збуту.	Витрати на рекламу і стимулювання збуту / Приріст прибутку від реалізації.

1	2	3
Конкурентоспроможність товару		
Якість товару	Характеризує здатність товару задовольняти потреби відповідно до його призначення.	Комплексний метод.
Ціна товару	Характеризує доступність товару для споживача.	Низка методів ціноутворення.

Джерело: складено автором на основі [12, с. 127-128]

Першу групу показників формують ті з них, що відображають ефективність управління виробничим процесом: рівень виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організація праці на виробництві.

Друга група об'єднує показники, що відображають ефективність управління оборотними коштами: незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, здатність підприємства розраховуватися за своїми борговими зобов'язаннями, можливість стабільного розвитку підприємства у майбутньому.

У третю групу включені показники, що дозволяють оцінити ефективність управління збутом і просуванням товару на ринку, засобами реклами і стимулювання збуту.

Четверта група об'єднує показники конкурентоспроможності товару (якість товару, ціна продукції).

Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства розраховується за формулою (1.1):

$$K_{\text{КП}} = 0,15 \times E_{\text{В}} + 0,29 \times \Phi_{\text{П}} + 0,23 \times E_{\text{З}} + 0,33 \times K_{\text{Т}}, \quad (1.1)$$

де $E_{\text{В}}$ – значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

$\Phi_{\text{П}}$ – значення критерію фінансового стан підприємства;

$E_{\text{З}}$ – значення критерію ефективності організації збуту і просування товару на ринку;

K_T – значення критерію конкурентоспроможності товару;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коефіцієнти вагомості критеріїв.

Критерій ефективності виробничої діяльності розраховується за формулою (1.2):

$$E_B = 0,31 \times B + 0,19 \times \Phi + 0,40 \times P_{\Pi} + 0,10 \times \Pi, \quad (1.2)$$

де B – відносний показник витрат виробництва на одиницю продукції;

Φ – відносний показник фондівіддачі;

P_{Π} – відносний показник рентабельності продукції;

Π – відносний показник продуктивності праці;

0,31; 0,19; 0,40; 0,10 – коефіцієнти вагомості показників.

Критерій фінансового стану діяльності підприємства розраховується за формулою (1.3):

$$\Phi_{\Pi} = 0,29 \times K_A + 0,20 \times K_{\Pi} + 0,36 \times K_L + 0,15 \times K_{Ob}, \quad (1.3)$$

де K_A – відносний показник автономії підприємства;

K_{Π} – відносний показник платоспроможності підприємства;

K_L – відносний показник ліквідності підприємства;

K_{Ob} – відносний показник оборотності оборотних коштів;

0,29; 0,20; 0,36; 0,15 – коефіцієнт ваговитості показників.

Критерій ефективності організації збуту і просування товару на ринку розраховується за формулою (1.4):

$$E_3 = 0,36 \times P_{\Pi} + 0,29 \times K_{3AT} + 0,21 \times K_{3AB} + 0,14 \times K_P, \quad (1.4)$$

де E_3 – критерій ефективності організації збуту і просування товару;

P_{Π} – відносний показник рентабельності продажів;

K_{3AT} – відносний показник затовареності готовою продукцією;

$K_{ЗАВ}$ – відносний показник завантаження виробничих потужностей;

K_P – відносний показник ефективності реклами і засобів стимулювання збуту;

0,36; 0,29; 0,21; 0,14 – коефіцієнти ваговитості показників.

Критерій конкурентоспроможності товару розраховується за формулою (1.5):

$$K_T = \frac{Y_T}{C}, \quad (1.5)$$

де Y_T – якість товару;

C – ціна споживання.

Значення коефіцієнта конкурентоспроможності яке менше 0 свідчить про кризовий стан підприємства й низький рівень конкурентоспроможності, рівне 1 – що, підприємство є конкурентоспроможним, а більше 1 свідчить про те що підприємство є досить конкурентоспроможним і має конкурентні переваги над опонентами.

Універсальний характер цієї моделі дозволяє змінювати перелік оцінюваних параметрів, виходячи з інформаційних можливостей, рівня кваліфікації експертів, ступеня спеціалізації виробництва. Такий методичний підхід дозволяє аналізувати вплив окремих чинників, які забезпечують відповідні конкурентні позиції фірми на ринку, а також оцінювати можливі наслідки їх зміни у майбутньому.

Висновки до розділу 1

У першому розділі були висвітлені різні авторські підходи до трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства». Можна зробити висновок про відсутність загальноприйнятої дефініції, але варто виділити основні властивості, які характеризують дане поняття, зокрема: порівнюваність, просторовість, динамічність, предметність, атрибутивність, системність. Це означає, що конкурентоспроможність підприємства повинна розглядатись комплексно, враховуючи різноманітні чинники впливу на неї.

Визначенням чинників впливу на розглянуте нами поняття присвячено багато робіт дослідників. Найбільшу популярність в економічній літературі отримав підхід, на основі якого всі фактори конкурентоспроможності підприємства об'єднані в дві основні групи, залежно від здатності підприємства надавати на них вплив. Дана класифікація включає зовнішні фактори, прояв яких в деякій мірі залежить від підприємства, і внутрішні, які майже повністю визначаються керівництвом підприємства. З нашої точки зору, даний підхід до угруповання чинників конкурентоспроможності підприємства є найбільш прийнятним, оскільки підприємство слід розглядати як відкриту систему, на яку впливають фактори зовнішнього середовища, що підрозділяються, у свою чергу, на фактори прямого і непрямого впливу. Крім цього, підприємство має внутрішнє середовище, що складається з взаємозв'язаних змінних, що впливають на його функціонування.

Також у першому розділі були описані різноманітні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. В основі класифікації методів лежить їх поділ на окремі групи за певною ознакою. Якщо за ознаку взяти форму представлення результатів оцінки, то можна виділити такі методи: графічні, матричні, розрахункові та комбіновані. Серед розглянутих методів заслуговує на увагу метод, що заснований на теорії ефективної конкуренції. Саме за його допомогою можна з високим рівнем достовірності встановити рівень конкурентоспроможності українських підприємств.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД» ТА ОЦІНКА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

2.1. Аналіз ринку молока та молочних продуктів в Україні

Ринок молока та молочних продуктів є важливим складовим елементом агропродовольчого ринку. Від стану його розвитку залежить забезпечення населення України молокопродуктами.

Молоко – єдиний харчовий продукт, що забезпечує організм людини всіма необхідними поживними речовинами. Головним завданням молокопереробних підприємств є задоволення споживчого попиту у високоякісних та безпечних молочних продуктах зі збереженням їх поживної цінності. Важливим чинником, що прямо впливає на рівень якості харчових продуктів, є якість сировини, що використовується для їх виробництва. Із сировини незадовільної якості неможливо виготовити високоякісний, біологічно цінний продукт. В Україні якість молока регулюється згідно з ДСТУ 3662-2018 «Молоко-сировина коров'яче. Технічні умови» (табл. 2.1). Його вимоги наближені до вимог ЄС [37].

Таблиця 2.1

Порівняльна характеристика показників якості молока за вимогами України та країн ЄС

Показник	ЄС (Постанова № 853/2004)	Україна (ДСТУ 3662-2018)		
		Гатунок екстра	Вищий гатунок	Перший гатунок
1	2	3	4	5
Кількість мезофільних аеробних і факультативноанаеробних мікроорганізмів (КМАФАнМ за температури 30 °С), тис. КУО/см ³	100	≤ 100	≤ 300	≤ 500
Соматичні клітини, тис./см ³	400	≤ 400	≤ 400	≤ 500
Точка замерзання	-0,52 °С	-0,52 °С		

Джерело: складено автором на основі [37; 59]

На рис. 2.1 представлена динаміка зміни якості молока в Україні таких сортів: екстра, вищий, першого ґатунку, другого ґатунку та неґатункове.

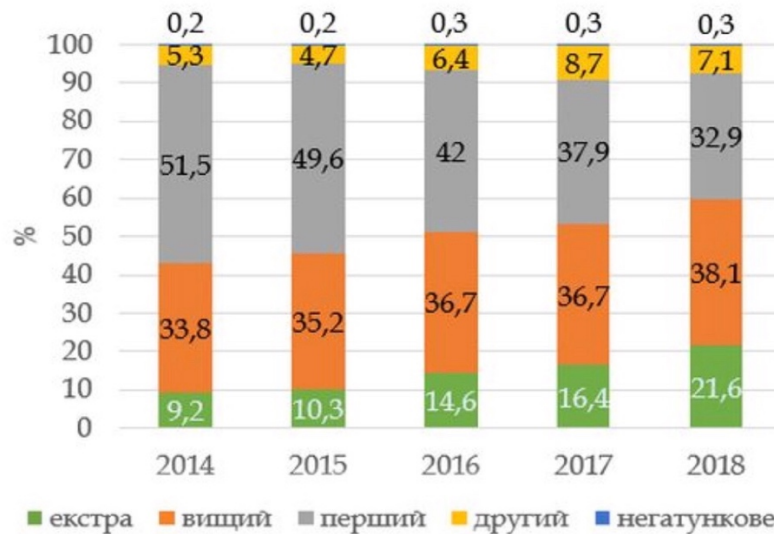


Рис. 2.1. Динаміка зміни якості в Україні молока, %

Джерело: [19]

З рис. 2.1 видно, що у структурі зданого на переробку молока у 2018 році збільшилася частка екстра та вищого ґатунку — 21,6% і 38,1% відповідно. Частка молока першого ґатунку становить 32,9% від загальної кількості, що на 5% менше порівно із 2017 роком. Це наслідок того, що переробні заводи, зважаючи на нові віяння і наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України про нові вимоги до гігієни молока-сировини, почали більш прискіпливо ставитись до встановлення ґатунку молока. Нові харчові вимоги та гармонізація українського харчового законодавства із світовим — величезний крок для реалізації того великого потенціалу, який на сьогодні стоїть перед національною молочною галуззю.

З періоду настання незалежності України, перед молокоперобними підприємствами постає проблема зниження кількості поголів'я корів. Розвиток сільського господарства нашої держави протягом 1991–2018 років супроводжувався низкою негативних процесів, які істотно вплинули на тваринницьку галузь. За даними Державної служби статистики України станом на 1 січня 2018 р. Було зафіксовано 2017,8 тис. Голів, що в 4,23 рази

менше аніж за аналогічний період 1990 року. У таблиці 2.2 представлені дані щодо зміни кількості корів протягом 1990-2018 рр.

Таблиця 2.2

Динаміка кількості корів в Україні за 1990-2018 рр.

Рік	Кількість корів, тис. голів	Відхилення від попереднього періоду
1	2	3
1990	8527,6	
1995	7818,3	-709,3
2000	5431,0	-2387,3
2005	3926,0	-1505,0
2010	2736,5	-1189,5
2011	2631,2	-105,3
2012	2582,2	-49
2013	2554,3	-27,9
2014	2508,8	-45,5
2015	2262,7	-153,9
2016	2166,6	-96,1
2017	2108,9	-57,7
2018	2017,8	-97,1

Джерело: складено автором на основі [18]

З таблиці 2.2 слідує, що впродовж всього аналізованого періоду спостерігається негативне зниження кількості поголів'я корів в Україні. Найменший спад був зафіксований у 2013 році порівняно з 2012 роком, де скорочення сягнуло -27,9 тис. голів, або -1,08 %. У 2000 році порівняно з 1995 роком був найбільший пік зниження кількості тварин, а саме 2387,3 тис. голів або 30,53%.

Проблеми виробництва і скорочення кількості поголів'я корів є не єдиними, що існують в молочній промисловості. Споживання молока теж має негативну тенденцію до зниження. Згідно з визначеними нормами харчування для нормального забезпечення життєдіяльності та функціонування організму, однією особою передбачене споживання молока в розмірі 380 кг на рік. На рис. 2.2 представлені дані про споживання молока в Україні в розрахунку на 1 особу.

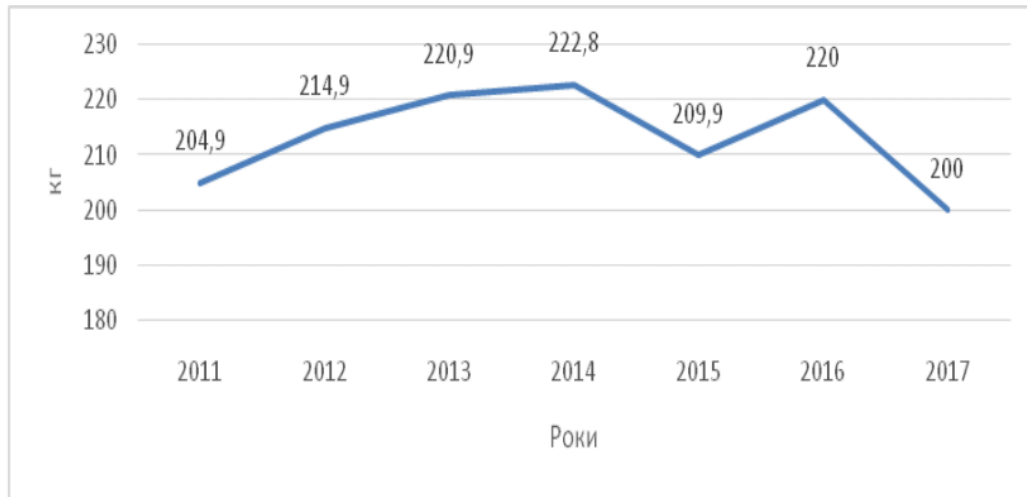


Рис. 2.2. Динаміка споживання молока в Україні в 2011- 2017 рр., кг/ос.

Джерело: складено автором на основі [18]

Найбільший показник був зафіксований у 2014 році у розмірі 222,8 кг/ос., після було різке зниження до значення 209,9 кг/ос. у 2015 році. У 2016 році показник знову покращив своє значення до позначки 220 кг/ос., але у 2017 році значення знову скоротилося до 200 кг/ос. Це достатньо низькі значення, що говорять про загрозу продовольчої безпеки населення.

Економічна криза стала причиною девальвації гривні, підвищення цін, що призводить до того, що українці скорочують свої витрати на харчування та не можуть дозволити купувати все у повній мірі. На рис. 2.3 представлена динаміка середніх споживчих цін на молоко в Україні.

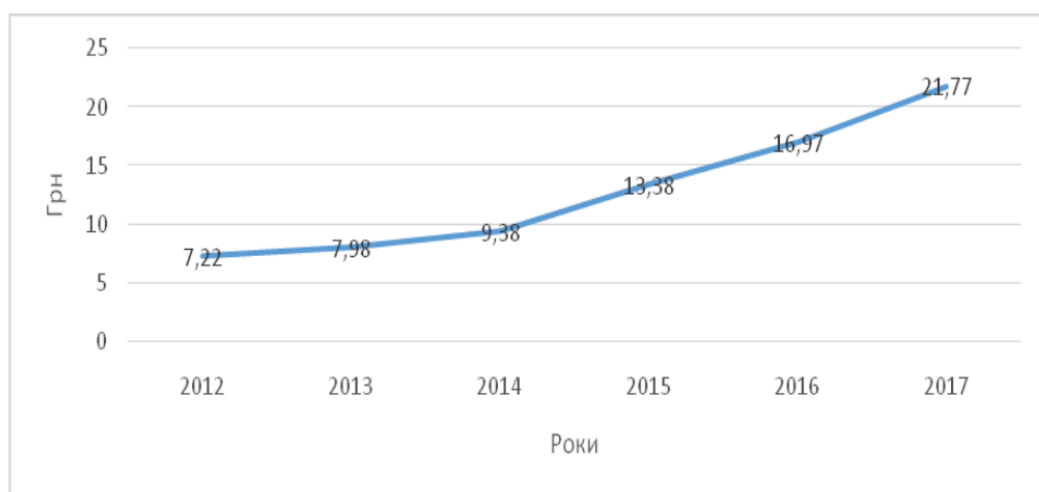


Рис. 2.3. Динаміка середніх споживчих цін на молоко за грудень 2012 – грудень 2017 рр., грн/1000 гр.

Джерело: складено автором на основі [18]

З рис. 2.3 слідує, що динаміка середніх споживчих цін на молоко в Україні характеризується щорічним різким підвищенням та спричиняє кризову ситуацію на ринку молочної продукції, адже закупівельні ціни на цей продукт є значно нижчими, ніж ціни на готову продукцію для споживачів, що створює диспропорцію цінової кон'юнктури молока.

На рис. 2.4 представлена динаміка зміни закупівельних цін на молоко в Україні за листопад 2014 – грудень 2018 рр.

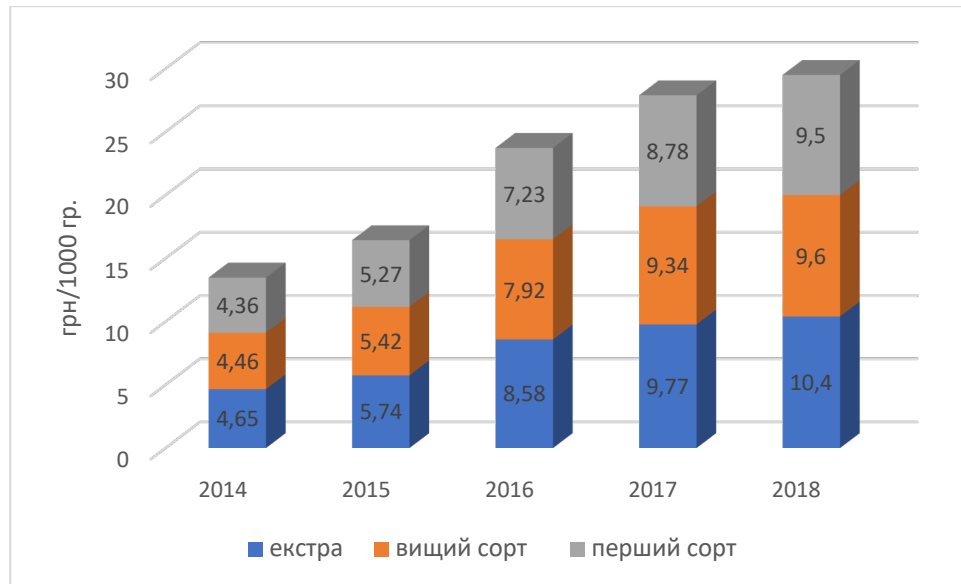


Рис. 2.4. Динаміка зміни закупівельних цін на молоко в Україні за листопад 2014 – грудень 2018 рр., грн/1000 гр.

Джерело: складено автором на основі [18]

В умовах ринку ціна на молоко та молочну продукцію формується відповідно до закону співвідношення попиту і пропозиції. Ціна товаровиробника на ринку збільшується за зростанням попиту на молоко та молочну продукцію, та знижується – при зменшенні попиту і збільшенні виробництва – пропозиції. Реалізовані на ринку молоко та молочні продукти оцінюються споживачами, формується кон'юнктура та встановлюється ціна, при цьому виробник отримує лише частину доходу, тому для отримання еквівалентної ціни необхідна компенсація з боку держави. Здійснюючи компенсацію недоотриманого доходу, держава забезпечує товаровиробнику ціну, яка формується виходячи з норм відтворення капіталу (ринкова ціна плюс державна підтримка дорівнює еквівалентної ціни) [51].

Загалом ринок молока характеризується високим рівнем динаміки та вважається висококонкурентним. Одна з тенденцій цього ринку – закріплення сильних торгових марок, тобто сталий процес «брендування» ринку. На ринку закріплюють свої позиції потужні холдинги та підприємства, що володіють заводами у різних регіонах України. Нині функціонує близько 350 підприємств із переробки молока, з яких 80 виробляють 90% суцільномолочної продукції [61, с. 99; 65, с. 27].

Основні виробники молочної продукції в Україні представлені в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Основні виробники молочної продукції в Україні та їх товарні марки

Виробники	Товарні марки	Асортимент продукції
1	2	3
ГК «Данон Україна», ТОВ «Данон Дніпро», ПрАТ «Данон Кремез»	«Активіа»	Біфідойогурти питні та густі
	«Растішка»	Дитячі йогурти та сирки
	«Actimel»	Пробіотичні кисломолочні продукти, які містять бактерії L. Casei Imunitass
	«Простоквашино»	Молоко, кефір, сметана, вершки, закваска, йогурт, ряжанка, сир, масло
	«Актуаль»	Напої, що поєднують в собі молочні продукти та соки
	«Смішарики»	Серія молочних продуктів для дітей від 3-х років
	«Тьома»	Дитячі йогурти та сирки
	«Даніссімо»	Молочні десерти
ТОВ «ТЕРРА ФУД», ТОВ «Білоцерківський молочний комбінат»	«Premialle»	Молоко, кефір та біо-кефір, сметана, ряжанка, йогурти MAXI FRUIT, термостатні йогурти у скляній упаковці, зернистий сир, фета, бринза та вершки
	«Біла лінія»	Молоко, кефір, сметана, закваска, йогурти, біфідойогурт, ряжанка, сир, вершки. Продукти пониженої жирності (кефір 1%, закваска 0%, сир зернистий 4%, сметана 10%)
	«Ферма»	Молоко, кефір, сметана, закваска, йогурт, ряжанка, сир, вершки, вершкове масло, тверді та плавлені сири, фета
	«Любий край»	Спреди та сметанні молочні продукти

1	2	3
ГК «PepsiCo», ПрАТ «Вімм Біль Данн Україна»	«Слов'яночка»	Молоко, кефір, сметана, ряжанка, сир, солодкі сирки
	«Чудо»	Питні й густі йогурти, збиті та фруктові сирні десерти, коктейлі, пудинги й глазуровані сирки
	«Ромол»	Молоко, кефір, ряжанка, сир, сметана та сирки
	«Смачненький сирочок»	Сирні десерти із фруктовим варенням
ГК «PepsiCo», ПрАТ «Вімм Біль Данн Україна»	«Агуша»	Продукти дитячого харчування для дітей від 4-6 місяців, а саме дитячі йогурти, сирки, кефір, соки та пюре, білакт
ПАТ «Юрія»	«Волошкове поле»	Молоко, кефір, сметана, ряжанка, йогурт, масло, біфілайф, ацидофілін, сирки, запіканки, десерти та сир
ТОВ «Люстдорф»	«На здоров'я»	Молоко, коктейлі, йогурти, вершки
	«Бурьонка»	Молоко, вершки
	«Селянське»	Молоко, кефір, сметана, ряжанка, йогурт, масло, напої молочні, вершки
	«Весела Бурьонка»	Молоко
	«Люстдорф»	Молоко сухе знежирене
	«Смачно шеф»	Молоко, вершки, крем кондитерський
	«Тотоша»	Молочні продукти для дітей
	«Despicable Me»	Йогурт, коктейлі
ТОВ «Мілкіленд- Україна»	«Добряна»	Молоко, кефір, сметана, йогурт, біфідойогурт, ряжанка, закваска, сироватка, сир, сирки, вершкове масло, м'які і тверді сири
	«Коляда»	Молоко, тверді та плавлені сири
	«Milkiland»	Сухе незбиране та знежирене молоко, суха молочна сироватка, суха демінералізована молочна сироватка, крем-сир
	«LatteR»	Молочні продукти, що не містять лактози і глютену

1	2	3
ГК «Лакталіс-Україна», ПАТ «Лакталіс Миколаїв», ТОВ «Молочний дім»	«Президент»	Масло, вершки, сир, сметана, тверді та плавлені сири, крем-сир
	«Дольче»	Йогурти питні та густі, десерт, запіканки, сирки
	«Лактонія»	Напої кисломолочні, йогурти, закваски, ряжанка з лактулозою
	«Локо Моко»	Йогурти та сирки для дітей, збагачені кальцієм, вітаміном Д та Омега-3 3
ГК «Лакталіс-Україна», ПАТ «Лакталіс Миколаїв», ТОВ «Молочний дім»	«Galbani»	Тверді сири, маскарпоне, моцарела, рікота
	«Lactel»	Молоко з вітаміном D
	«Фанні»	Йогурти, кефір, ряжанка, закваска, десерт, сирки
ПрАТ «Тернопільський молокозавод»	«Молокія»	Молоко, кефір, айран, сметана, йогурти, вершки, сир, масло
	«Молокія Казкова»	Молоко, йогурти
	«Молокія Сонечко»	Молоко, кефір, сметана, йогурти
ПрАТ «Галичина»	«Галичина Карпатський»	Йогурти, кефір
	«Галичина»	Молоко, кефір, сметана, йогурти, сир, масло
	«Мої корівки»	Йогурти, кефір, сметана, масло
	«Молочар»	Молоко, йогурти, сир
АТ «Молочний Альянс», ТДВ «Яготинський маслозавод»	«Яготинське»	Молоко, кефір, айран, сметана, йогурти, закваски, вершки, сир, сирки, масло, напої молочні, геролакт, сири м'які
	«Молочний Альянс»	Сухе незбиране та знежирене молоко
	«Яготинське для дітей»	Молочні продукти для дітей від 6 місяців
	«Пирятин»	Сири тверді та плавлені
	«Славія»	Йогурти, ряжанка, сири тверді та плавлені, крем-сир
	«Златокрай»	Масло
	«Хопси»	Йогурти

Джерело: складено автором на основі [41-50]

Отже, за останні роки на ринку молочних продуктів починають виокремлюватися основні лідери виробництва. Ці підприємства нарощують ресурси, збільшують кількість підпорядкованих заводів та дедалі більше закріплюються у обраних сегментах. Ефективність функціонування молокопереробних підприємств залежить від можливості отримання достовірної інформації про стан ринку молочної продукції та його розвиток.

2.2. Загальна характеристика діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод»

Товариство з додатковою відповідальністю «Яготинський маслозавод» (скорочено ТДВ «Яготинський маслозавод») є одним із найбільших національних виробників молочної продукції. Відповідно до статуту, затвердженого протоколом №1 від 12 квітня 2016 року, ТДВ «Яготинський маслозавод» за формою власності – недержавна власність. Юридична адреса – Україна, Київська обл., Яготинський район, м. Яготин, вул. Шевченка, будинок 213 [66].

Місія ТДВ «Яготинський маслозавод» – це безперервний пошук нових прогресивних рішень і нових продуктів. Сценарій успіху підприємства складається зі стратегічної мети – гідно конкурувати на світовому ринку та першочергового завдання – забезпечувати внутрішні потреби населення у високоякісній та корисній продукції. Спеціалістами маслозаводу розроблені нові, оригінальні види продукції на основі незбираного молока без використання консервантів. Постійні інновації, глибока інтеграція із сільськогосподарським виробником приватного сектору та багаті молочні традиції – ось що робить марку «Яготинське» синонімом невідомої вітчизняної доброти [75].

Обсяг виробництва на ТДВ «Яготинський маслозавод» забезпечено за рахунок випуску продукції такої номенклатури: молоко питне; кисло-молочна

продукція; сирно-творожна в асортименті. За 2016 рік було реалізовано продукції на суму 2 340 197 тис. грн (табл. 2.4); за 2017 – на суму 2 700 173 тис. грн (табл. 2.5); за 2018 – на суму 3 201 672 тис. грн (табл. 2.6) [57].

Таблиця 2.4

**Обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції ТДВ
«Яготинський маслозавод» у 2016 році**

№	Основний вид продукції	Обсяг виробництва			Обсяг реалізованої продукції		
		у натуральній формі (т)	у грошовій формі (тис. грн)	у % до всієї виробленої продукції	у натуральній формі (т)	у грошовій формі (тис. грн)	у % до реалізованої продукції
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Молоко питне	48516	544793	56,2	49397	542706	53,2
2	Кисломолочна продукція	24035	343613	27,8	25015	347559	26,9
3	Сирно-творожна продукція	3516	189176	4,1	4010	221418	4,3

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Таблиця 2.5

**Обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції ТДВ
«Яготинський маслозавод» у 2017 році**

№	Основний вид продукції	Обсяг виробництва			Обсяг реалізованої продукції		
		у натуральній формі (т)	у грошовій формі (тис. грн)	у % до всієї виробленої продукції	у натуральній формі (т)	у грошовій формі (тис. грн)	у % до реалізованої продукції
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Молоко питне	48811	672671	65	49469	684412	64,3
2	Кисломолочна продукція	23078	421623	30,7	23734	430461	30,9
3	Сирно-творожна продукція	3227	216529	4,3	3673	257260	4,8

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

**Обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції ТДВ
«Яготинський маслозавод» у 2018 році**

№	Основний вид продукції	Обсяг виробництва			Обсяг реалізованої продукції		
		у натуральній формі (т)	у грошовій формі (тис. грн)	у % до всієї виробленої продукції	у натуральній формі (т)	у грошовій формі (тис. грн)	у % до реалізованої продукції
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Молоко питне	48433	768864	54,9	48833	778339	49,8
2	Кисломолочна продукція	25708	551216	29,1	26075	556932	26,6
3	Сирно-творожна продукція	7866	329687	8,9	7919	334024	8,1

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства

Динаміку зміни обсягів виробництва основних видів продукції ТДВ «Яготинський маслозавод» у натуральній формі наведено на рис. 2.5.

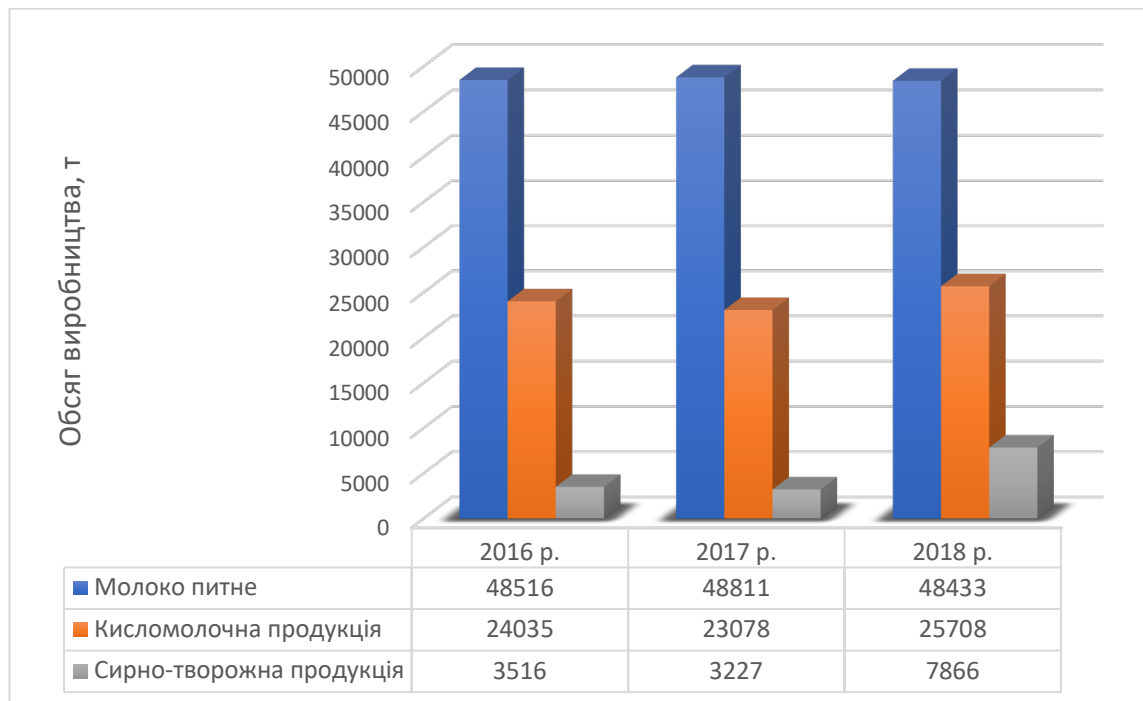


Рис. 2.5. Динаміка зміни обсягів виробництва ТДВ «Яготинський
маслозавод»

Джерело: складено автором

З рис. 2.5 видно, що у 2018 році на ТДВ «Яготинський маслозавод» найбільше зросли обсяги випуску сирно-творожної продукції. Обсяг випуску кисломолочної продукції також збільшився порівняно з 2017 роком. Такі зміни свідчать про ефективний процес управління підприємством. Проте, окрім позитивної динаміки, спостерігалась і негативна: у 2018 році дещо зменшився обсяг випуску питного молока.

Задля оцінки ефективності та результативності діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод» наведемо його основні техніко-економічні показники. Для цього візьмемо за основу показники фінансової звітності (додаток Б). Отримані результати зведемо у таблицю 2.7.

Таблиця 2.7

**Основні техніко-економічні показники діяльності ТДВ
«Яготинський маслозавод» за 2016-2018 рр.**

Найменування показника	Роки			Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
1	2	3	4	5	6
1. Обсяг виробництва продукції в натуральному виразі, т	76067	75116	82007	-1,25	9,17
2. Обсяг виробництва продукції у вартісному виразі, тис. грн	1077582	1310823	1649767	21,64	25,86
3. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн	2024684	2706103	3201672	33,65	18,31
4. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	1521831	2052854	2342351	34,89	14,10
5. Адміністративні витрати, тис. грн	18457	22668	26531	22,81	17,04
6. Витрати на збут, тис. грн	268928	363425	446501	35,14	22,86
7. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції, тис. грн	1822348	2449887	2838837	34,44	15,88

1	2	3	4	5	6
8. Валовий прибуток (збиток), тис. грн	502853	653249	859321	29,91	31,55
9. Прибуток (збиток) від операційної діяльності, тис. грн	206904	259436	367869	25,39	41,80
10. Чистий прибуток (збиток), тис. грн	129631	164523	253732	26,92	54,22
11. Середньооблікова чисельність працюючих, чол.	921	909	898	-1,30	-1,21
12. Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації, коп.	90,01	90,53	88,67	0,58	-2,05
12. Рентабельність діяльності (продаж), %	6,40	6,08	7,92	x	x
13. Рентабельність продукції, %	7,11	6,71	8,94	x	x

Джерело: розраховано автором

Згідно з таблицею 2.7 обсяг виробництва продукції в натуральному виразі знизився у 2017 році на 1,25%, це пов'язано зі зменшенням виробництва кисломолочної та сирно-творожної продукції. У 2018 році навпаки спостерігалось збільшення на 9,17%. У вартісному виразі обсяг виробництва продемонстрував позитивну динаміку: зріс на 21,46% та на 25,86% відповідно.

Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції збільшився з 2024684 тис. грн у 2016 році до 3201672 тис. грн у 2018 році. Можна припустити, що такий результат був отриманий унаслідок збільшення цін на продукцію, адже собівартість реалізованої продукції зросла на 34,89% та на 14,10%. Проте, зростання собівартості є негативним явищем для підприємства.

Не зважаючи на підвищення собівартості, валовий прибуток підприємства постійно збільшувався протягом аналізованого періоду (на 29,91% у 2017 році та на 31,55% у 2018). Прибуток від операційної діяльності та чистий прибуток також мають позитивну динаміку.

Середньооблікова чисельність працюючих постійно зменшується. У 2016 році вона становила 921 людини, у 2017 – 909, а у 2018 – 898. На підприємстві

часто відбувається модернізація обладнання, тому такі результати можуть свідчити про прагнення керівництва до автоматизації виробництва.

Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації дещо підвищились у 2017 році (на 0,52 коп.), проте у 2018 зменшились до 88,67 коп.

Показники рентабельності діяльності та рентабельності продукції дещо знизились у 2017 році, але зросли у 2018.

Додатково розрахуємо такі коефіцієнти рентабельності: валового прибутку, прибутку від операційної діяльності, чистого прибутку, коефіцієнт рентабельності активів та коефіцієнт рентабельності власного капіталу (табл. 2.8). Для розрахунку скористаємося даними балансу підприємства та фінансової звітності (додаток А та додаток Б).

Таблиця 2.8

**Показники рентабельності ТДВ «Яготинський маслозавод»
за 2016-2018 рр.**

Найменування показника	Формула розрахунку	Роки			Відносне відхилення, %	
		2016	2017	2018	2017/2016	2017/2018
1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнт рентабельності валового прибутку	Валовий прибуток(збиток) / Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	0,25	0,24	0,27	-4,00	12,50
Коефіцієнт рентабельності прибутку від операційної діяльності	Прибуток (збиток) від операційної діяльності / Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції)	0,10	0,10	0,11	0,00	10,00
Коефіцієнт рентабельності чистого прибутку	Чистий прибуток / Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	0,06	0,06	0,08	0,00	33,33

Кінець табл. 2.8

1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнт рентабельності активів	Чистий прибуток / Середньорічна величина активів	0,19	0,20	0,23	5,26	15,00
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Чистий прибуток / Середньорічна сума власного капіталу	0,58	0,52	0,59	-10,34	13,46

Джерело: розраховано автором

Згідно результатів розрахунку, наведених у таблиці 2.8 дещо негативна тенденція спостерігалась у 2017 році: зменшився коефіцієнт рентабельності валового прибутку на 4% та коефіцієнт рентабельності власного капіталу на 10,34%. Коефіцієнт рентабельності прибутку від операційної діяльності та коефіцієнт рентабельності чистого прибутку у 2017 році порівняно з 2016 не змінилися. Проте, у 2018 році усі показники рентабельності ТДВ «Яготинський маслозавод» продемонстрували позитивну динаміку, що свідчить про ефективну роботу компанії.

Наступним кроком дослідимо зміну вартості основних засобів ТДВ «Яготинський маслозавод». Це дасть нам змогу визначити стан виробничих потужностей.

Оскільки, орендовані основні засоби підприємство не використовує, розглянемо лише власні основні засоби виробничого призначення (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Власні основні засоби ТДВ «Яготинський маслозавод»

Найменування основних засобів	Роки			Абсолютне відхилення, ±		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2017/ 2016	2018/ 2017	2017/ 2016	2018/ 2017
1	2	3	4	5	6	7	8
будівлі та споруди, тис. грн	47878	58552	69176	10674	10624	22,29	18,14
машини та обладнання, тис. грн	122511	141053	177766	18542	36713	15,13	26,03

Кінець табл. 2.9

1	2	3	4	5	6	7	8
транспортні засоби, тис. грн	805	787	1623	-18	836	-2,24	106,23
земельні ділянки, тис. грн	0	0	0	0	0	0	0
інші, тис. грн	4262	13730	40419	9468	26689	222,15	194,38
Усього, тис. грн	175456	214122	288984	38666	74862	22,04	34,96

Джерело: розраховано автором

Амортизація основних засобів нараховується із застосуванням прямолінійного методу. Строки корисного використання встановлюються для кожного об'єкта основних засобів окремо. Середні строки корисного використання для груп основних засобів становлять: будинки та споруди – 15 років; машини та обладнання – 10 років; транспортні засоби – 9 років; інші основні засоби – 5 років [58].

Первісна вартість основних засобів у 2016 році становить 320012 тис.грн., ступінь зносу основних засобів: 45,17%, ступінь використання основних засобів: 100%, сума нарахованого зносу: 144556 тис.грн [58].

Первісна вартість основних засобів у 2017 році – 384869 тис.грн., ступінь зносу основних засобів: 44,36%, ступінь використання основних засобів: 100%, сума нарахованого зносу: 170747 тис.грн [58].

Первісна вартість основних засобів у 2018 році – 497008 тис.грн., ступінь зносу основних засобів: 41,86%, ступінь використання основних засобів: 100%, сума нарахованого зносу: 208024 тис.грн [58].

За розрахунками у табл. 2.9 можна зробити висновок, що підприємство протягом аналізованого періоду нарощує свої виробничі потужності, оскільки їх вартість зростає майже по всіх групах. В цілому, ТДВ «Яготинський маслозавод» має потужну виробничу базу, яка складається з власних основних засобів.

Додатково наведемо структуру основних засобів (табл. 2.10).

**Структура власних основних засобів ТДВ «Яготинський
маслозавод»**

Найменування основних засобів	2016 рік	Структура, %	2017 рік	Структура, %	2018 рік	Структура, %	Абсолютне відхилення, ±	
							2017/2016	2018/2017
1	2	3	4	5	6	7	8	9
будівлі та споруди, тис. грн	47878	27	58552	27	69176	24	0	-3
машини та обладнання, тис. грн	122511	70	141053	66	177766	61	-4	-5
транспортні засоби, тис. грн	805	1	787	1	1623	1	0	0
земельні ділянки, тис. грн	0	0	0	0	0	0	0	0
інші, тис. грн	4262	2	13730	6	40419	14	4	8
Усього, тис. грн	175456	100	214122	100	288984	100	0	0

Джерело: розраховано автором

Розрахунки показали, що в структурі основних засобів переважають машини та обладнання: у 2016 році 70%, у 2017 – 66%, у 2018 – 61%.

Далі розрахуємо показники майнового стану підприємства (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

**Показники майнового стану ТДВ «Яготинський маслозавод» за
2016-2018 рр.**

Показник	Формула розрахунку	Нормативне значення	Роки			Відносне відхилення, %	
			2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт зносу основних засобів	Сума зношених основних засобів / Первісна вартість основних засобів	<0,5	0,45	0,44	0,42	-2,22	-4,54

1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт придатності основних засобів	Залишкова вартість основних засобів / Первісна вартість основних засобів	>0,5	0,55	0,56	0,58	1,82	3,57
Коефіцієнт оновлення основних засобів	Збільшення за звітний період первісної вартості основних засобів / Первісна вартість основних засобів на кінець звітного періоду	збільшення	0,11	0,17	0,22	54,54	29,41
Частка основних засобів в необоротних активах	Сума основних засобів / Сума необоротних активів	зменшення	0,96	0,73	0,79	-23,96	8,22
Частка основних засобів в сукупних активах	Сума основних засобів / Сума сукупних активів	зменшення	0,25	0,22	0,24	-12,00	9,09
Фондовіддача	Чиста виручка від реалізації продукції / Середньорічна вартість основних засобів	збільшення	11,99	13,89	12,66	15,85	-8,85
Фондомісткість	Середньорічна вартість основних засобів / Чиста виручка від реалізації продукції	зменшення	0,08	0,07	0,08	-12,50	14,29

Джерело: розраховано автором

За результатами розрахунків, наведених у табл. 2.11 у 2018 році спостерігається зниження коефіцієнта зносу основних засобів на 2,22% та на

4,54% відповідно. Така динаміка є позитивною для підприємства. До того ж, показник у всіх аналізованих роках знаходиться в межах норми.

Коефіцієнт придатності основних засобів та коефіцієнт оновлення мають тенденцію до збільшення, що є також хорошим результатом діяльності підприємства.

Частка основних засобів в необоротних активах спочатку зменшилась у 2017 році на 23,96%, а потім збільшилась у 2018 на 8,22%. Частка основних засобів в сукупних активах мала такі ж коливання: у 2017 зменшились 12%, а у наступному році збільшилась на 9,09%. Це свідчить про те, що у 2017 році підприємство було не повною мірою забезпечене основними засобами.

Також була розрахована фондovіддача та фондovісткість. Фондовіддача у 2018 році зменшилась на 8,85%, що є сигналом зниження ефективності використання основних засобів підприємства. Фондовісткість відповідно зросла на 14,29%.

Розраховано показники ділової активності ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2016-2018 рр. (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

**Показники ділової активності ТДВ «Яготинський маслозавод»
за 2016-2018 рр.**

Назва показника	Формула розрахунку	Нормативне значення	Роки			Відносне відхилення, %	
			2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт оборотності активів	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції / Середньорічна вартість активів	збільшення	3,04	3,25	2,94	6,91	-9,54

Продовж. табл. 2.12

1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції / Середньорічна сума кредиторської заборгованості	збільшення	8,40	8,75	6,68	4,17	-23,66
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції / Середньорічна сума дебіторської заборгованості	збільшення	5,99	6,01	5,19	0,33	-13,64
Строк погашення дебіторської заборгованості	(Середньорічна сума дебіторської заборгованості / Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції)*365 днів	зменшення	60,96	60,78	70,30	-0,30	15,66
Строк погашення кредиторської заборгованості	(Середньорічна сума кредиторської заборгованості / Собівартість реалізованої продукції)*365 днів	зменшення	57,78	54,98	74,64	-4,84	35,76
Коефіцієнт оборотності запасів	Собівартість реалізованої продукції / Середньорічна вартість запасів	збільшення	12,80	18,15	20,07	41,80	10,58

1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції / Середньорічна величина власного капіталу	збільшення	9,12	8,49	7,48	-6,91	-11,90

Джерело: розраховано автором

Згідно таблиці 2.12 у 2018 році коефіцієнт оборотності активів на ТДВ «Яготинський маслозавод» знизився на 9,54%. Зниження оборотності активів веде до зростання потреби у фінансових ресурсах. В умовах відсутності доступу до дешевих фінансових ресурсів це призведе до збільшення фінансових витрат компанії. Вирішити дану проблему можна за допомогою: зниження суми виробничих запасів до мінімально допустимого рівня, який забезпечить безперебійність операційного процесу; стимулювання збуту і зниження суми запасів готової продукції і товарів; здійснення заходів щодо прискорення погашення дебіторської заборгованості.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості та коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості у 2018 році зменшились на 23,66% та на 13,64% відповідно. Зменшення коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості свідчить про збільшення покупок підприємства у кредит. Зменшення коефіцієнта дебіторської заборгованості свідчить про те, що підприємство повільніше одержує оплату по рахунках.

Строк погашення дебіторської заборгованості збільшився на 10 днів у 2018 році, тобто підприємство стало більше часу всередньому очікувати на повернення грошей за продану продукцію. Показник є дещо негативним, проте не критичним. Строк погашення кредиторської заборгованості зріс на 20 днів. Це свідчить про збільшення середнього періоду сплати підприємством короткострокової кредиторської заборгованості, що є негативною тенденцією.

Коефіцієнт оборотності запасів за аналізований період продемонстрував позитивну динаміку. У 2017 році порівняно з 2016 він зріс аж на 41,80%. У 2018 році порівняно з 2017 відносно відхилення показника дещо менше і становить 10,58%. Можемо зробити висновки про ефективну політику управління запасами на підприємстві.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу має тенденцію до спаду, що вказує на зниження швидкості обороту вкладеного підприємством власного капіталу. Відповідно, відносно відхилення показника є від'ємним та становить -6,91% і -11,90%.

Наступним кроком проведемо розрахунок показників ліквідності і платоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2016-2018 рр. (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

**Показники ліквідності і платоспроможності ТДВ «Яготинський
маслозавод» за 2016-2018 рр.**

Назва показника	Формула розрахунку	Нормативне значення	Роки			Відносне відхилення, %	
			2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт покриття (загальний коефіцієнт ліквідності)	Оборотні активи / Поточні зобов'язання	1,5-3	2,00	1,86	1,42	-7,00	-23,66
Коефіцієнт швидкої ліквідності	(Сума оборотних активів - Сума запасів) / Поточні зобов'язання	≥1	1,60	1,52	1,23	-5,00	-19,08
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Грошові кошти та їх еквіваленти / Поточні зобов'язання	0,1-0,2	0,13	0,04	0,06	-69,23	50,00

1	2	3	4	5	6	7	8
Власний оборотний капітал, тис. грн	Власний капітал-Необоротні активи	збільшення	54087	106802	88506	97,46	-17,13
Робочий капітал (розмір власних оборотних засобів), тис. грн	Оборотні активи-Поточні зобов'язання	-	261105	308472	251999	18,14	-18,31
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	(Власний капітал-Необоротні активи) / Власний капітал	$\geq 0,1$	0,23	0,27	0,19	17,39	-29,63
Коефіцієнт забезпеченості ВОК	Власні оборотні кошти / Оборотні активи	$\geq 0,1$	0,10	0,16	0,10	60,00	-37,50
Коефіцієнт забезпеченості запасів ВОК	Власні оборотні кошти / Запаси	> 1	0,52	0,87	0,79	67,31	-9,19
Коефіцієнт автономії	Власний капітал / Сума активів	$> 0,5$	0,34	0,42	0,37	23,53	-11,90
Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів	Обсяг позикового капіталу / Власний капітал	≤ 1	1,10	1,40	1,68	27,27	20,00

Джерело: розраховано автором

Виходячи з проведених розрахунків у таблиці 2.13, спостерігається негативна тенденція здебільшого у 2018 році. Так коефіцієнт покриття у 2018 році знаходиться поза межами норми і становить 1,42. Показник нижче нормативного свідчить про проблемний стан платоспроможності, адже оборотних активів недостатньо для того, щоб відповісти за поточними

зобов'язаннями. Крім цього, проблеми з платоспроможністю ведуть до збільшення вартості позикових коштів і, як результат, до прямих фінансових втрат у майбутньому. Для підвищення значення коефіцієнту покриття необхідно працювати в напрямку підвищення суми оборотних активів і зниження суми поточних зобов'язань.

Коефіцієнт швидкої ліквідності у всіх роках в межах норми, проте спостерігається його зменшення у 2017 році на 5%, а у 2018 – на 19,08%.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності у 2017 році стрімко знизився на 69,23%, а потім зріс у 2018 році на 50%, проте його значення в обох останніх роках є нижчим за норму. Задля вирішення даної проблеми, компанія може залучити позикові кошти, реалізувати частину зайвих активів для збільшення суми найбільш ліквідних активів.

Власний оборотний капітал зріс у 2017 році на 97,46%, але у 2018 зменшився на 17,13%. Для того, щоб запобігти подальшому зниженню даного показника, слід залучати додаткові кошти на постійній основі. Це можуть бути як додаткові вкладення сторонніх інвесторів, так і кошти поточних власників. Значення робочого капіталу також коливається від збільшення до зменшення. У 2017 році він зріс на 18,14% порівняно з 2016, а у 2018 став меншим на 18,31%.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу перебуває в межах норми, проте має тенденцію до зниження. Щоб уникнути цього підприємству необхідно працювати в напрямку збільшення частки власних ресурсів, це дозволить збільшити суму власних оборотних коштів.

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами та коефіцієнт забезпеченості запасів власними оборотними коштами також знизились у 2018 році на 37,5% і на 9,19% відповідно. Зменшення показників говорить про значну фінансову залежність підприємства від зовнішніх кредиторів, без короткострокового та довгострокового позикового капіталу компанія не зможе забезпечити безперебійний виробничо-збутовий процес.

Зниження коефіцієнта автономії свідчить про те, що підприємство залежне від зовнішніх джерел фінансування його господарської діяльності.

Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів більше норми та має тенденцію до збільшення. Така тенденція означає, що у підприємства в обігу знаходиться більше позикових коштів ніж власних. Це пояснюється тим, що власні кошти підприємства мають тенденцію до скорочення, а позикові кошти до збільшення. Відбувається посилення залежності підприємства від інвесторів і кредиторів, тобто зниження його фінансової стійкості.

2.3. Оцінка конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод»

ТДВ «Яготинський маслозавод» є одним із найбільших виробників молочної продукції. Товари даного підприємства, а саме масло, молоко, сметану, кефір, ряжанку, термостатну молочну продукцію, м'які та кисломолочні сири, йогурти, на сьогоднішній день можна побачити на прилавках будь якого магазину чи супермаркету.

Гордістю підприємства є унікальний кисломолочний продукт – закваска «Яготинська», що відрізняється від інших продуктів цього ряду підвищеним вмістом спеціально підібраних молочнокислих бактерій. Яготинський маслозавод першим розробив та налагодив випуск готових до вживання заквасок, відкривши на українському молочному ринку нову товарну категорію [38].

Підприємство має багато нагород. У 2015 році Яготинський маслозавод став переможцем Всеукраїнського конкурсу товарів та послуг «100 кращих товарів України» за продукт функціональний харчовий кисломолочний «Геролакт», 3,2% жиру, а також має золоту медаль Національного дегустаційного конкурсу якості молочних продуктів Національної асоціації

молочників України «Укрмолпром» та диплом за Масло солодковершкове екстра 82,5% жиру ТМ «Яготинське» [39].

Холдинг «Молочний Альянс», до якого входить маслозавод постійно вкладає кошти у модернізацію виробничих потужностей. Зокрема, осучаснені приймально-апаратне відділення, цех кисломолочної продукції, маслоцех, ділянка розливу продукції в ПЕТ-упаковку та компресорний цех. У результаті реконструкції приймально-апаратного відділення збільшено обсяг сховища сировини майже втричі (з 100 т до 290 т), підвищено більш як удвічі продуктивність ліній сепарації та пастеризації сирого молока (з 14 т/рік до 32,5 т/рік), автоматизовано технологічний процес. Установка сучасних компресорів дозволила зменшити споживання підприємством електроенергії в 2,5 рази, збільшити продуктивність виробництва холоду втричі і підвищити рівень безпеки об'єкту, адже обсяг аміаку в системі зменшився з 14 т до 600 кг. Істотно розширити асортимент дозволило встановлення лінії розфасовки молока в ПЕТ-пляшку потужністю 6000 пляшок/рік та введення в експлуатацію 17 нових танків для приготування кисломолочної продукції, поінформували на підприємстві [76].

Ще однією з суттєвих конкурентних переваг ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей». Це унікальний для України окремо побудований спеціалізований завод з виробництва дитячого молочного харчування, оснащений найсучаснішим обладнанням світових виробників. Також ТДВ «Яготинський маслозавод» пройшов ресертифікацію на відповідність інтегрованої системи управління якістю вимогам двох міжнародних стандартів: ДСТУ ISO 22000:2005 та ДСТУ ISO 9001:2009. Дані стандарти розроблено для організацій, які бажають довести свою здатність систематично виробляти якісну продукцію, що задовольняє потреби споживача. З 2015 року Яготинський маслозавод починає щорічно отримувати на власну продукцію Сертифікати Халяль [77].

Для того, щоб оцінити рівень конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод» необхідно спершу визначити місце підприємства

на ринку молока та молочних продуктів України. У 2017 році за даними AR-group було складено рейтинг найпотужніших молочних компаній за обсягами виробництва молока і молоковмісних продуктів (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

**Найпотужніші молочні компанії України за обсягами виробництва
молока і молочних продуктів**

Назва компанії	Розташування заводу	Дата реєстрації	Частка на ринку	Потужність переробки	Потужність виробництва
1	2	3	4	5	6
1. Вінницький молочний завод Roshen	Вінниця, Вінницька область	1998 рік	9,6%	600 т/добу	160 т/добу
2. Терра Фуд	Тулчин, Вінницька область	2007 рік	9,2%	1400 т/добу, 550000 т/рік	250000 т/рік
3. Молочний Альянс	Київ, Київська область	2006 рік	7,7%	400000 т/рік	135000 т/рік
4. Люстдорф	м. Іллінці, Вінницька область	1997 рік	5,2%	400 т/добу	-
5. Данон Україна:					
- Данон Дніпро	Херсон, Херсонська область	1998 рік	4,9%	-	68000 т/рік
- Данон Кремез	Кременчуг, Черкаська область	1986 рік		500 т/добу, 180000 т/рік	112000 т/рік
6. Андрушівський маслосирзавод	Андрушівка, Житомирська область	2005 рік	4,5%	250 т/добу	100 т/добу
7. Вімм-Білл-Данн Україна:					
- Київський міський молочний завод	Вишневе, Київська область	1973 рік	4,4%	425000 т/рік	200 т/добу
- Харківський молочний комбінат	Харків, Харківська область	1973 рік	4,4%	-	150 т/добу, 55000 т/рік

1	2	3	4	5	6
8. Лакталіс Україна:					
- Лакталіс Миколаїв»	Миколаїв, Миколаївська область	1996 рік	3,7%	200 т/добу	70 т/добу
- «Молочний Дім»	Павлоград, Дніпропетровська область	2002 рік			
9. Комбінат «Придніпровський»	Дніпро, Дніпропетровська область	1995 рік	2,7%	250 т/добу, 126 000 т/рік	-
10. Тернопільський молокозавод	Тернопіль, Тернопільська область	1957 рік	2,6%	340 т/добу	50000 т/рік

Джерело: складено автором на основі [67]

Частки ринку виробників молочної продукції за 2017 р. у відсотковому значенні зображено на рис. 2.6.

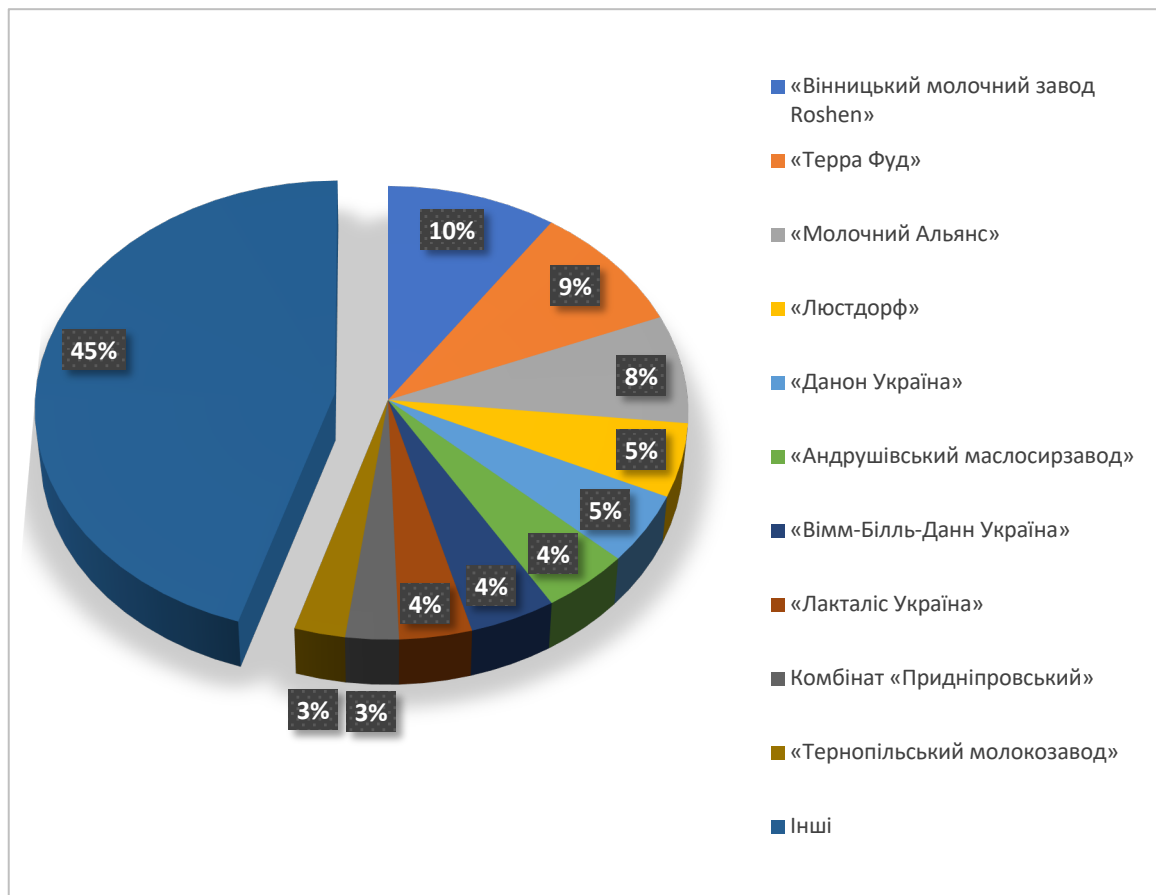


Рис. 2.6. Частки ринку виробників молочної продукції за 2017 р.

Джерело: складено автором на основі [67]

З рис. 2.6 видно, що лідируючі позиції займають такі молокоперобні підприємства України:

- ПрАТ «Вінницьки молочний завод «Рошен»: частка на ринку – 10 %;
- ТОВ «Терра Фуд»: частка на ринку – 9 %;
- АТ «Молочний Альянс»: частка на ринку – 8 %.

Також за даними Голови Ради директорів Союзу молочних підприємств України Вадима Чагаровського, у 2018 році було складено «Топ-10 виробників молочної продукції» (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

Топ-10 виробників молочної продукції в Україні за 2018 рік

Виробник	% виробництва
1	2
«Данон Україна»	13,15
«Молочний Альянс»	11,19
«Лакталіс»	9,95
«Люстдорф»	9,8
«Вімм-Білл-Данн»	8,84
Придніпровський молочний комбінат	5,52
«Галичина»	5,26
Тернопільський молокозавод	5,2
«Терра Фуд»	4,71
Група компаній «Формула»	3,11

Джерело: складено автором на основі [68]

Як видно з таблиці 2.15 «Молочний Альянс» знаходиться на другому місці серед найкращих виробників молочної продукції. Перше місце займає «Данон Україна» і є головним конкурентом групи компаній «Молочний Альянс», зокрема ТДВ «Яготинський маслозавод». Ще одним конкурентом для підприємства є ПрАТ «Вімм-Білл-Данн», не зважаючи на те, що у топ-10 виробників молочної продукції воно займає нижчу позицію.

Здійснимо оцінку конкурентоспроможності АТ «Молочний Альянс» відносно основних його конкурентів: «Данон Україна» та ПрАТ «Вімм-Білл-Данн». Для цього скористаємося методом бальної оцінки конкурентоспроможності за основними факторами, розмір балів від 1 до 5 (додаток В). Результати оцінки представлені в табл. 2.16.

**Бальна оцінка конкурентоспроможності АТ «Молочний Альянс»,
«Данон Україна» та ПрАТ «Вімм-Білл-Данн»**

Фактори конкурентоспроможності	Вага фактору	Значення фактору (у балах)			Цінність фактору (у балах)		
		АТ «Молочний Альянс»	«Данон Україна»	ПрАТ «Вімм-Білл-Данн»	АТ «Молочний Альянс»	«Данон Україна»	ПрАТ «Вімм-Білл-Данн»
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Частка ринку	0,09	4	3	3	0,36	0,27	0,27
2. Споживчі властивості продукції (якість)	0,13	5	4	4	0,65	0,52	0,52
3. Імідж підприємства	0,10	5	5	3	0,50	0,50	0,30
4. Упаковка продукції	0,07	4	4	4	0,28	0,28	0,28
5. Асортимент продукції	0,06	5	5	5	0,30	0,30	0,30
6. Ціна товару	0,08	4	3	5	0,32	0,24	0,40
7. Сучасні технології і устаткування	0,11	4	4	4	0,44	0,44	0,44
8. Ефективність маркетингових комунікацій	0,09	4	5	3	0,36	0,45	0,27
9. Виробнича потужність	0,11	4	5	4	0,44	0,55	0,44
10. Фінанси	0,11	5	4	3	0,55	0,44	0,33
11. Канали розподілу	0,05	4	4	4	0,20	0,20	0,20
Усього	1	x	x	x	4,40	4,19	3,75

Джерело: розраховано автором

Для наочності проведення бальних показників нами був обраний графічний метод, що полягає в побудові багатокутника конкурентоспроможності. Для цього на векторах, що відповідають факторам конкурентоспроможності, відкладаються відповідні показники (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Багатокутник конкурентоспроможності АТ «Молочний Альянс», «Данон Україна» та ПрАТ «Вімм-Білл-Данн»

Джерело: складено автором

Отже, за допомогою методу бальної оцінки конкурентоспроможності було визначено, що АТ «Молочний Альянс», до складу якого входить ТДВ «Яготинський маслозавод», є найбільш конкурентоспроможним серед своїх конкурентів. До переваг холдингу можна віднести: достатньо високу частку ринку порівняно з його основними конкурентами; відмінну якість продукції, що відповідає світовим стандартам; високий імідж підприємства – свідчить про довіру споживачів; широкий асортимент продукції; та високий рівень доходності.

У таблиці 2.17 наведемо споживчі переваги щодо молока різних товарних марок в Україні у 2018 році. Річний рейтинг за результатами голосування споживачів обчислюється як середнє арифметичне балів, отриманих конкурсантом у кожному з чотирьох річних кварталів.

Споживчі переваги щодо молока різних товарних марок в Україні у 2018 році

Товарні марки	Виробники	Споживчі переваги, %	Оцінка за 5-бальною шкалою
1	2	3	4
«Яготинське»	ТДВ «Яготинський маслозавод»	41,00	5,00
«Простоквашино»	ТОВ «Данон Дніпро», ПрАТ «Данон Кремез»	23,01	2,92
«Селянське»	ТОВ «Люстдорф»	22,15	2,77
«Галичина»	ПрАТ «Галичина»	20,59	2,61
«Молокія»	ПрАТ «Тернопільський молокозавод»	17,13	2,32
«Волошкове поле»	ПАТ «Юрія»	15,12	2,00
«Ферма»	ТОВ «ТЕРРА ФУД», ТОВ «Білоцерківський молочний комбінат»	15,74	1,99
«Слов'яночка»	ГК «PepsiCo», ПАТ «Вімм Біль Данн Україна»	13,32	1,62
«Біла лінія»	ТОВ «ТЕРРА ФУД», ТОВ «Білоцерківський молочний комбінат»	10,38	1,26
«Рудь»	ПАТ «Житомирський маслозавод» – компанія «Рудь»	7,44	0,98
«Lactel»	ГК «Лакталіс- Україна», ПАТ «Лакталіс Миколаїв», ТОВ «Молочний дім»	7,44	0,92
«Добряна»	ТОВ «Мілкленд- Україна»	5,88	0,77
«Хуторок»	ТОВ «С-Транс», Inmilkco	6,06	0,76
«Злагода»	ПАТ «Комбінат «Придніпровський»	5,71	0,75
«Бурьонка»	ТОВ «Люстдорф»	5,54	0,73

Джерело: складено автором на основі [70]

Виходячи з даних таблиці 2.17, товарна марка «Яготинське» користується найбільшим попитом серед споживачів України і обходить своїх найбільших конкурентів «Данон» та ПрАТ «Вімм-Білл-Данн».

Оцінимо рівень конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод» за такими критеріями: ефективність виробничої діяльності підприємства; фінансовий стан; ефективність організації збуту та просування товарів; конкурентоспроможність товару (табл. 2.18).

ТДВ «Яготинський маслозавод» пройшов ресертифікацію на відповідність інтегрованої системи управління якістю вимогам двох міжнародних стандартів: ДСТУ ISO 22000:2007 та ДСТУ ISO 9001:2009. Повна модернізація заводу також дала можливість вивести підприємство на новий рівень роботи і підвищити якість продукції. Виходячи з даних фактів та досліджень, проведених нами, можемо стверджувати, що якість продукції на ТДВ «Яготинський маслозавод» з кожним роком покращується, відповідно і довіра споживачів до неї також покращується. Таким чином, прийmemo за максимальне оціночне значення споживачами продукції 100% (балів). За 2016-2018 роки продукція підприємства, згідно опитування експертів відповідає показникам якості з точки зору покупців на 83 бали у 2016 році, 84 – у 2017 році і 88 – у 2018. Ціна – доступність товарів для споживачів в 2016 році становила близько 79 балів, у 2017 – 82 балів, а у 2018 – 85 бали за тією ж шкалою.

Таблиця 2.18

Критерії та показники конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод»

Критерії та показники конкурентоспроможності	Роки			Абсолютне відхилення, ±		Відносне Відхилення, %	
	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017	2017/2016	2018/2017
1	2	3	4	5	6	7	8
Ефективність виробничої діяльності підприємства							
Витрати на виробництво одиниці продукції, тис. грн.	1,69	1,87	1,72	0,18	-0,15	10,65	-8,02

1	2	3	4	5	6	7	8
Фондовіддача	11,99	13,89	12,66	1,90	-1,23	15,85	-8,85
Рентабельність продукції, %.	7,11	6,71	8,94	-0,40	2,23	-5,63	33,23
Продуктивність праці, тис. грн. / чол.	1170,01	1442,05	1837,16	272,04	395,11	23,25	27,40
Фінансовий стан підприємства							
Коефіцієнт автономії	0,34	0,42	0,37	0,08	-0,05	23,53	-11,90
Коефіцієнт платоспроможності	0,51	0,72	0,60	0,21	-0,12	41,18	-16,67
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,13	0,04	0,06	-0,09	0,02	-69,23	50,00
Коефіцієнт оборотності обігових коштів	4,11	4,56	4,22	0,45	-0,34	10,95	-7,46
Ефективність організації збуту та просування товарів							
Рентабельність продажу, %.	6,40	6,08	7,92	-0,32	1,84	-5,00	30,26
Коефіцієнт затовареності готовою продукцією	0,04	0,05	0,02	0,01	-0,03	25,00	-60,00
Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей	0,56	0,56	0,61	0,00	0,05	0,00	8,93
Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту	0,74	0,53	0,90	-0,21	0,37	-28,38	69,81
Конкурентоспроможність товару							
Якість товару	83	84	88	1	4	1,20	4,76
Ціна товару	79	82	85	-3	-3	-3,80	-3,66

Джерело: розраховано автором

Для визначення інтегральних показників конкурентоспроможності за період з 2016 по 2018 роки розрахуємо:

1) критерій ефективності виробничої діяльності за формулою 1.2:
 2016 р.: $E_B = 0,31 \times 1,69 + 0,19 \times 11,99 + 0,40 \times 7,11 + 0,10 \times 1170,01 = 122,65$,
 2017 р.: $E_B = 0,31 \times 1,87 + 0,19 \times 13,89 + 0,40 \times 6,71 + 0,10 \times 1442,05 = 150,11$,
 2018 р.: $E_B = 0,31 \times 1,72 + 0,19 \times 12,66 + 0,40 \times 8,94 + 0,10 \times 1837,16 = 190,23$.

2) критерій фінансового стану підприємства за формулою 1.3:
 2016 р.: $\Phi_{\Pi} = 0,29 \times 0,34 + 0,20 \times 0,51 + 0,36 \times 0,13 + 0,15 \times 4,11 = 0,86$,
 2017 р.: $\Phi_{\Pi} = 0,29 \times 0,42 + 0,20 \times 0,72 + 0,36 \times 0,04 + 0,15 \times 4,56 = 0,96$,

2018 р.: $\Phi_{\Pi} = 0,29 \times 0,37 + 0,20 \times 0,60 + 0,36 \times 0,06 + 0,15 \times 4,22 = 0,88$.

3) критерій ефективності організації збуту і просування товару на ринку за формулою 1.4:

2016 р.: $E_3 = 0,36 \times 6,40 + 0,29 \times 0,04 + 0,21 \times 0,56 + 0,14 \times 0,74 = 2,54$,

2017 р.: $E_3 = 0,36 \times 6,08 + 0,29 \times 0,05 + 0,21 \times 0,56 + 0,14 \times 0,53 = 2,40$,

2018 р.: $E_3 = 0,36 \times 7,92 + 0,29 \times 0,02 + 0,21 \times 0,61 + 0,14 \times 0,90 = 3,11$.

4) критерій конкурентоспроможності товару, за формулою 1.5:

2016 р.: $K_T = \frac{83}{79} = 1,05$,

2017 р.: $K_T = \frac{84}{82} = 1,02$,

2018 р.: $K_T = \frac{88}{85} = 1,04$.

Розрахуємо коефіцієнт конкурентоспроможності за формулою 1.1:

2016 р.: $K_{\text{КП}} = 0,15 \times 122,65 + 0,29 \times 0,86 + 0,23 \times 2,54 + 0,33 \times 1,05 = 19,58$,

2017 р.: $K_{\text{КП}} = 0,15 \times 150,11 + 0,29 \times 0,96 + 0,23 \times 2,40 + 0,33 \times 1,02 = 23,68$,

2018 р.: $K_{\text{КП}} = 0,15 \times 190,23 + 0,29 \times 0,88 + 0,23 \times 3,11 + 0,33 \times 1,04 = 29,85$.

Розраховані значення зведено в табл. 2.19.

Таблиця 2.19

**Значення та відхилення коефіцієнта конкурентоспроможності ТДВ
«Яготинський маслозавод» за період з 2016 по 2018 роки**

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, ±		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2017/ 2016	2018/ 2017	2017/ 2016	2018/ 2017
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт конкурентоспроможності	19,58	23,68	29,85	4,10	6,17	20,94	26,06

Джерело: розраховано автором

Отже, за результатами розрахунків видно, що коефіцієнт конкурентоспроможності у кожному з досліджуваних років зростає. У 2016 році він склав 19,58, у 2017 – 23,68, а у 2018 – 29,85. Це свідчить про те, що у заводу регулярно з'являються нові конкурентні переваги, які дозволяють йому підвищувати рівень конкурентоспроможності.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було досліджено ринок молока та молочних продуктів в Україні. Незважаючи на те, що перед молокоперобними підприємствами постає проблема зниження кількості поголів'я корів, ринок молока характеризується високим рівнем динаміки та вважається висококонкурентним.

Окремо було надано загальну характеристику досліджуваного нами ТДВ «Яготинський маслозавод». Підприємство входить до складу найбільших виробників молочної продукції в Україні, основною його місією є безперервний пошук нових прогресивних рішень і нових продуктів.

Задля оцінки ефективності та результативності діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод» було наведено його основні техніко-економічні показники з 2016 по 2018 рік. Зокрема, варто зазначити, що протягом аналізованого періоду, спостерігалось збільшення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції. Можна припустити, що такий результат був отриманий унаслідок збільшення цін на продукцію, адже собівартість реалізованої продукції також зросла. Не зважаючи на підвищення собівартості, валовий прибуток постійно збільшувався. Прибуток від операційної діяльності та чистий прибуток також мають позитивну динаміку. Середньооблікова чисельність працюючих має тенденцію до спаду. Показники рентабельності діяльності та рентабельності продукції дещо знизились у 2017 році, але зросли у 2018.

Дослідження власних основних засобів підприємства показали, що в структурі основних засобів переважають машини та обладнання.

Здебільшого усі показники майнового стану ТДВ «Яготинський маслозавод» знаходяться в межах норми та демонструють позитивну динаміку. Проте, у 2018 році дещо зменшилась фондвіддача, що є сигналом зниження ефективності використання основних засобів підприємства.

Показники ділової активності продемонстрували як позитивну, так і негативну динаміку. Зокрема, у 2017 та 2018 роках зріс коефіцієнт оборотності запасів. Коефіцієнт оборотності активів у 2018 році навпаки знизився. Коефіцієнти оборотності кредиторської та дебіторської заборгованості у 2018 році також зменшились. Строк погашення дебіторської та кредиторської заборгованості збільшився у 2018 році на 10 та на 20 днів відповідно.

Показники ліквідності і платоспроможності продемонстрували негативну тенденцію здебільшого у 2018 році. Так коефіцієнт покриття у 2018 році знаходиться нижче норми. Коефіцієнт швидкої ліквідності у всіх роках в межах норми, проте спостерігається його зменшення. Значення коефіцієнту абсолютної ліквідності в обох останніх роках є нижчим за норму. Власний оборотний капітал стрімко зріс у 2017 році, але у 2018 зменшився. Значення робочого капіталу також коливається від збільшення до зменшення. Коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами, коефіцієнт забезпеченості запасів власними оборотними коштами та коефіцієнт автономії мають тенденцію до зниження.

За допомогою методу бальної оцінки та побудови багатокутника конкурентоспроможності було здійснено оцінку конкурентоспроможності холдингу «Молочний Альянс», до складу якого входить ТДВ «Яготинський маслозавод», відносно основних його конкурентів, а саме «Данон Україна» та ПрАТ «Вімм-Білль-Данн». Виявилось, що АТ «Молочний Альянс» є найбільш конкурентоспроможним серед своїх конкурентів.

Також окремо була проведена оцінка рівня конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод». Результати розрахунків показали, що коефіцієнт конкурентоспроможності у кожному з досліджуваних років зростає. Це свідчить про те, що у заводу регулярно з'являються нові конкурентні переваги, які дозволяють йому підвищувати рівень конкурентоспроможності та займати лідируючі позиції на ринку.

РОЗДІЛ 3
РОЗРОБЛЕННЯ НАПРЯМІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ
МАСЛОЗАВОД»

3.1. Прийняття управлінського рішення щодо напрямів забезпечення конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод»

В умовах розвитку ринкових відносин існують різні напрями підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств. В основному, така діяльність зводиться до вміння ефективно управляти конкурентними перевагами молокопереробного підприємства, вміння збалансовано використовувати ресурсний потенціал та в умовах обмеженості сировинних ресурсів досягати поставленого результату.

Одним із перспективних напрямів підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств, зокрема ТДВ «Яготинський маслозавод» є запровадження у виробництво нових технологічних розробок. Однак, це можливо лише на підставі проведення відповідних розрахунків та подальшого контролю за допомогою таких методів:

- прогнозування матеріальних витрат підприємства (витрат на енергоресурси та оновлення обладнання);
- аналіз та прогнозування попиту на нову продукцію з урахуванням сезонних коливань;
- визначення обсягу необхідних інвестицій на переобладнання виробництва основними фондами і оборотними засобами;
- оцінка прибутковості виробництва й реалізації нового молочного продукту, визначення періоду відшкодування початкових витрат;
- створення плану забезпечення фінансування науково-технічної розробки, виробництва й реалізації нових молочних продуктів [17, с. 20].

Вищезазначене свідчить, що молокопереробним підприємствам для підвищення власної конкурентоспроможності на основі випуску нового виду конкурентної продукції необхідно ретельно підходити до технологічного прогнозування та планування цього процесу. Завдяки підвищенню технологічного рівня, впровадженню науково-технічних розробок для молокопереробних підприємств стане можливим зниження рівня витрат, підвищення фінансової стійкості та конкурентоспроможності [17, с. 20].

Механізм управління підприємством задля підвищення рівня його конкурентоспроможності також передбачає зміцнення конкурентних переваг підприємств на ринку та його реструктуризацію, яка передбачає здійснення заходів, спрямованих на вдосконалення організаційної структури підприємства, управління, форми власності. Такі заходи здатні покращити фінансовий стан підприємства, збільшити обсяги випуску продукції і, як наслідок, підвищити його конкурентоспроможність. Усі ці заходи мають виконуватися підприємством у межах вибудованої керівником конкурентної стратегії розвитку підприємства [40, с. 336].

Окрім цього, важливу роль відіграє оборотний капітал. Управління ним є важливим питанням реструктуризації та містить такі елементи: принципи управління оборотним капіталом в сучасних умовах; показники ефективності використання оборотного капіталу; шляхи переходу до бюджетного управління фінансовими потоками; основні напрями факторного аналізу використання оборотного капіталу. Для вітчизняних молокозаводів, враховуючи високу матеріаломісткість, особливо актуальним є питання комплексного управління всіма елементами оборотного капіталу. Для підвищення ефективності функціонування оборотного капіталу необхідно визначати особливості управління кожним його елементом та формувати ефективну систему менеджменту [55, с. 42].

Ще одним з напрямів підвищення конкурентоспроможності є впровадження комп'ютерних технологій, використання сучасної високоефективної вимірювальної техніки, експрес-методів мікробіологічного

й фізико-хімічного контролю якості, виробництво молочних продуктів високої якості, що відповідають міжнародним стандартам [72, с. 16].

Конкурентоспроможність молокопереробного підприємства прямо пропорційно залежить від вміння забезпечувати високу якість молочної продукції при збереженні обсягу витрат на заготівлю та обробку молочної сировини. Велике значення у цьому відіграє запровадження ефективного механізму управління усіма структурними підрозділами молокопереробного підприємства, включаючи і відділ, що займатиметься розробкою та впровадженням новітніх технологій виробництва молочної продукції.

Наукові розробки на молокопереробних підприємствах варто спрямовувати на створення маловідходних технологій переробки молочної сировини, що дасть змогу підвищити економічну ефективність виробництва та збільшити випуск молочних продуктів, забезпечить високий рівень конкурентоспроможності продукції і виробництва, сприятиме оновленню основних та виробничих фондів.

Важливим напрямом наукових досліджень у молокопереробних підприємствах має стати технологія якості для забезпечення споживачів повноцінними збалансованими за складом молочними продуктами. В європейських країнах з розвиненою економікою частіше всього використовується концепція комплексного управління якістю (TQL), яку трактують як останню фазу сучасного процесу розвитку концепції якості, яка, крім функції управління і контролю якості, враховує також функції політики підприємства, планування, організації управління персоналом і створення умов для розвитку управління. Дану концепцію забезпечення якості молочної продукції доцільно використовувати молокопереробним підприємствам, на яких передбачається комплексна, якісна орієнтація на потреби споживачів, їх постійно зростаючі вимоги та очікування [73, с.112].

Новітні технології дають змогу повністю зберегти біологічно корисні речовини у продукції та підвищити техніко-економічні показники виробництва завдяки використанню біокаталізаторів і зменшенню відходів.

Одним із головних напрямів наукових розробок для молокопереробних підприємств є пошук нових джерел білка та поліпшення якості харчових продуктів. З огляду на це, постає необхідність конструювання рецептур продуктів «нового покоління», збалансованих за хімічним складом. При цьому, повинні враховуватися такі чинники, як забезпечення організму харчовими речовинами та енергією. Слід розробляти ресурсозберігаючі технології одержання білкових препаратів із заданим складом і функціональними характеристиками. Вирішення цієї проблеми вбачається у використанні біотехнологій.

Одним з прогресивних технологічних процесів, які сприяють покращенню якості молочних продуктів, є гомогенізація, яка отримала широке застосування і повністю себе виправдала у виробництві питного молока і низки різних молочних продуктів. Гомогенізоване молоко має безліч переваг перед негомогенізованим таких як: поліпшення смакових та сенсорних якостей молока, підвищена стійкість при зберіганні та транспортуванні, відсутність залишків жиру на стінках тари при виливанні молока. Якість продуктів з використанням гомогенізованого молока набагато вища. Впровадження сучасних приладів для гомогенізації, механізованих і автоматизованих ліній, високопродуктивних і надійних агрегатів дає змогу підвищити ефективність виробництва, збільшити продуктивність праці, механізувати трудомісткі ручні процеси, скоротити виробничі площі, зменшити втрати цінної сировини, значно поліпшити якість продукції і санітарно-гігієнічні умови виробництва.

Впровадження на молокопереробних підприємствах нових науково-технічних розробок вплине на збільшення їх конкурентних переваг через розв'язання проблеми комплексної переробки сировини, розширення асортименту продукції та підвищення споживчих властивостей молочних продуктів, зменшення витрат на всіх стадіях у ланцюгу: виробництво молочної сировини – транспортування – зберігання – переробка – реалізація – споживання.

Нині науково-технічний та виробничий потенціал молокопереробних підприємств не повною мірою задовольняють потреби часу, як за кількісними, так і за якісними показниками. Один з важливих резервів інтенсифікації – використання виробничих потужностей. Враховуючи зазначене, у перспективі слід здійснити значний обсяг робіт з реконструкції та модернізації молокопереробних підприємств. Як показали дослідження, з переходом до ринку змінилися економічні пріоритети. Якщо раніше молокопереробні підприємства розвивались переважно екстенсивно, то тепер вирішення багатьох завдань можливе лише на основі інтенсифікації виробництва, підвищення ефективності і якості роботи, використання досягнень науково-технічного прогресу [22, с. 33].

Таким чином робимо висновки, що провідними напрямками економічного й науково-технічного прогресу на молокопереробних підприємствах у ринкових умовах є інтенсифікація виробництва, раціональне використання молочної сировини й матеріалів, ефективне використання обладнання, прискорення виробничих процесів.

Дослідивши діяльність ТДВ «Яготинський маслозавод», ми з'ясували, що місією підприємства є забезпечення населення високоякісною, корисною продукцією. Отже, усі зусилля керівництва повинні бути направлені на підвищення конкурентоспроможності, за рахунок постійного покращення якісних характеристик продукції без збільшення її собівартості. Найкращим рішенням у даному випадку може стати впровадження на молокозаводі ресурсозберігаючих технологій. Керівництво ТДВ «Яготинський маслозавод» намагається регулярно вкладати кошти в його модернізацію, проте щодня світ іде вперед, з'являється нове, більш потужне обладнання. Деяке обладнання на підприємстві, яке ще вчора вважалось сучасним, сьогодні вже може стати застарілим. Наприклад, встановлене обладнання для здійснення описаного нами вище надважливого процесу гомогенізації молока і молочних продуктів – гомогенізатор не зовсім відповідає сучасним вимогам. На більшості молокопереробних підприємств в Україні, встановлені плунжерні

гомогенізатори. Класична конструкція цих пристроїв включає плунжерний насос, за допомогою якого утворюють високий тиск, а також два ступені гомогенізуючих клапанів, які притиснуті пружинами до відповідних сідел. Але гомогенізатори такої конструкції мають істотні недоліки, зокрема високі енерговитрати та швидкий знос робочих поверхонь клапана.

Для прийняття управлінського рішення перш за все необхідно: визначити проблему, яка потребує вирішення; сформулювати мету проекту та зазначити очікувані результати від його впровадження. Механізм прийняття управлінського рішення на ТДВ «Яготинський маслозавод» наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Механізм прийняття управлінського рішення щодо заміни обладнання (гомогенізатора) на ТДВ «Яготинський маслозавод»

Складові механізму прийняття управлінського рішення	Опис
1	2
Постановка проблеми	Зростання повних витрат на виробництво продукції: значні витрати по статті «Паливо та енергія на технологічні цілі» та на оплату праці через використання застарілого обладнання.
Мета	Підвищення конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод».
Очікувані результати	Підвищення якісних характеристик продукції (зокрема покращення консистенції, збільшення терміну зберігання), за рахунок заміни старого гомогенізатора на новий. Зменшення витрат по статті «Паливо та енергія на технологічні цілі» та на оплату праці.

Джерело: складено автором

З огляду на поставлену задачу підвищення конкурентоспроможності ТДВ «Яготинський маслозавод» доцільно запропонувати впровадження на ньому сучасного гомогенізатора для механічної обробки молока, який не лише здатний поліпшити якісні характеристики продукції, збільшити термін її зберігання, але й дозволяє значно зекономити витрати по статті «Паливо та

енергія на технологічні цілі», а також на оплату праці, адже є повністю автоматизованим.

Після прийняття управлінського рішення складається план заходів з реалізації проекту з переліком усіх необхідних документів (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Управлінське забезпечення впровадження і реалізації обраного проекту
із заміни старого гомогенізатора на новий**

№	Захід	Назва документа
1	2	3
1	Аналіз основних показників діяльності підприємства Аналіз конкурентоспроможності підприємства	Аналітичні звіти
2	Рішення щодо заміни обладнання Рішення керівника	Рішення Наказ про заміну обладнання
3	Внесення змін до корпоративного кодексу управління підприємством	Кодекс корпоративного управління
4	Створення оперативного плану забезпечення заміни обладнання Кошторис витрат на виконання проекту	Кошторис витрат Оперативний план
5	Внесення змін до бюджету	Наказ Новий бюджет
6	Внесення змін до штатного розкладу	Нова редакція штатного розкладу
7	Затвердження штатного розкладу	Наказ керівника
8	Проект положення про заміну обладнання	Наказ Положення
9	Внесення змін до технологічної документації	Наказ про внесення змін
10	Вибір постачальника нового обладнання	Звіт
11	Заключення договору з постачальником	Договір
12	Доставка і монтаж нового обладнання Демонтаж старого обладнання	Договір Накладна Технологічні документи
13	Налагодження та перевірка нового обладнання. Випробовування обладнання. Налагодження системи управління	Службова записка Технологічні документи
14	Аналіз результату виконання та реалізації проекту	Аналітичні звіти

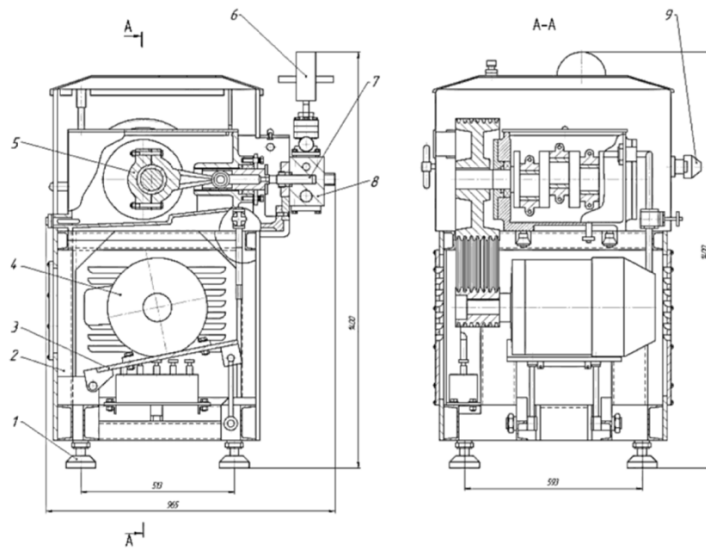
Джерело: складено автором

3.2. Обґрунтування доцільності впровадження нового гомогенізатора на ТДВ «Яготинський маслозавод»

Гомогенізація – важливий технологічний процес в молочній промисловості. Цей процес представляє собою подрібнення жирових кульок молока (дисперсна фаза) та одночасний рівномірний їх розподіл у плазмі молочного продукту (дисперсійна фаза). Мета гомогенізації – механічна стабілізація дисперсної фази для перешкоджання процесам розділення фаз, тобто утворення відстою вершків на поверхні продукту. Адже, при розшаруванні продукту зростає швидкість його скисання, погіршуються (або припиняються) тривалі процеси дозрівання та ферментації при виробництві кисломолочної продукції, зменшуються строки зберігання отриманого продукту [34].

Принцип дії гомогенізатора: коли продукт проходить через регульований клапан, частки або краплі присутні в рідкій суміші під дією високого тиску дробляться до дуже маленького розміру (діаметр $\varnothing = 0,1-0,2$ мкм, в середньому $\varnothing \leq 1$ мкм) в результаті зменшення тиску, розширення, розриву, скорочення і високошвидкісного впливу і т.д., можуть бути зроблені емульсія або дисперсія. Таким чином отримують гомогенізаційну стабільність, легке засвоєння, тривалий термін зберігання, смакові якості і колір продукту. Принцип дії – це головний чинник при доборі гомогенізатора для певної технологічної лінії. Саме від нього залежить ефективність гомогенізації, питомі витрати енергії та вартість машини [16].

На більшості молочних підприємств України, зокрема і на ТДВ «Яготинський завод», встановлені плунжерні гомогенізатори моделі ОГМ-2,5 (рис. 3.1).



1 – опорні ніжки; 2 – станина; 3 – поворотна плита; 4 – електродвигун;
 5 – кривошипно-шатунний механізм; 6 – манометрична головка; 7 – плунжер;
 8 – плунжерний блок; 9 – запірний клапан

Рис. 3.1. Схема гомогенізатора ОГМ-2,5

Джерело: [15]

Дана модель гомогенізатора має наступні характеристики; продуктивність 2,5 т/год; робочий тиск 20 МПа; температура гомогенізованого продукту від 60 до 80 °С; кількість ступенів гомогенізації – 2; вага обладнання 3,6 т. Гомогенізатор ОГМ-2,5 складається з плунжерного насосу високого тиску та регульованого голчатого сопла, за допомогою якого визначається рівень дроселювання (зниження) тиску. Насос нагнітає продукт, соплом створюється дуже маленький зазор, і під час проходження продукту через цей зазор, відбувається розрив часток, і таким чином відбувається гомогенізація [15].

Недоліками плунжерних гомогенізаторів є не досить висока продуктивність, висока матеріалоемність та енергоємність.

Новим поколінням гомогенізаторів відомих по всьому світу є гомонізатори Tetra Pak. Розглянемо модель Tetra Pak 20G (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Гомогенізатор Tetra Pak 20G

Джерело: [24]

У порівнянні зі звичайними гомогенізованими пристроями, диск даного пристрою має більший діаметр і особливу геометричну конструкцію, яка забезпечує більшу ефективність. Інноваційна конструкція гомогенізатору HD EnergyIQ являє собою найбільш енергоефективне рішення. Tetra Pak 20G забезпечує багатоступінчасту гомогенізацію продукту при меншому надлишковому тиску, що зменшить енерговитрати на гомогенізацію приблизно на 20%. Високотемпературний конденсат в асептичному бар'єрі зводить до мінімуму споживання пара і охолоджуючої води. Вихідна температура конденсату становить близько 110°C (в стандартних конструкціях – близько 60-80°C). Таке рішення скорочує споживання пара та води на 30%. Крім цього, висока температура забезпечує більшу безпеку продуктів харчування [24].

Виходячи з вище сказаного, задля покращення якісних характеристик продукції і відповідно підвищення конкурентоспроможності на ТДВ «Яготинський маслозавод» нами було прийнято рішення про встановлення сучасного гомогенізатору Tetra Pak 20G продуктивністю 5 т/год на лінії розливу молока жирністю 2,6% в ПЕТ пляшці 900 г замість двох старих гомогенізаторів ОГМ-2,5 продуктивністю по 2,5 т/год кожен. Новий гомогенізатор дозволить не лише покращити якість продукції, але й дозволить підприємству зекономити, шляхом зменшення витрат по статті «Паливо та

енергія на технологічні цілі», а також, за рахунок повної автоматизації обладнання, зекономити на оплаті праці.

Вихідні показники для розрахунку ефективності впровадження нового гомогенізатору на ТДВ «Яготинський маслозавод» наведені у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Вихідні показники для розрахунку ефективності впровадження нового гомогенізатору на ТДВ «Яготинський маслозавод»

Показники	Одиниці виміру	Базовий варіант	Проектний варіант
1	2	3	4
Випуск продукції	т/добу	96	96
Кількість змін роботи обладнання		3	3
Час роботи підприємства за рік	дні	247	247
Кількість робочих на лінії в зміну (Апаратник, 4 розряд)	чол.	2	0
Єдиний соціальний внесок	%	22,0	22,0
Тривалість роботи електродвигунів за зміну	год.	8,0	8,0
Витрати електроенергії	Квт/год	87	69,60
Витрати пари	т	0,34	0,24
Витрати холоду	кДж	184,3	129,01
Витрати води	м ³	9,5	6,65
Вартість електроенергії	грн./Квт	2,40	2,40
Вартість пари	грн./т	342	342
Вартість холоду	грн./кДж	2,80	2,80
Вартість води	грн./м ³	22,99	22,99
Амортизаційні відрахування	% від вартості обладнання	20	20
Витрати на ремонт	% від вартості обладнання	8	8
Вартість обладнання	тис. грн.	200x2=400	600
Заготівельно - складські витрати при придбанні обладнання	% від вартості обладнання		1,25
Витрати на монтаж придбаного обладнання	% від вартості обладнання		10

Кінець табл. 3.3

1	2	3	4
Витрати на демонтаж	% від вартості обладнання	5	
Адміністративні витрати	% від собівартості продукції	1,13	1,13
Витрати на збут	% від собівартості продукції	19,06	19,06
Відпускна ціна 1 т виробу	тис. грн./т	20	20

Джерело: складено автором

Спершу визначимо число днів роботи підприємства (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Розрахунок числа днів роботи за рік

Обладнання за закріпленим асортиментом	Календарний фонд часу	Зупинки з причин			Всього зупинки	Кількість днів роботи обладнання, (гр.2 - гр.6)
		Вихідні і святкові	Ремонт обладнання			
			Поточний	Капітальний		
1	2	3	4	5	6	7
Гомогенізатор ОГМ-2,5	365	113	5	-	118	247

Джерело: розраховано автором

Наступним кроком розрахуємо вартість нового обладнання у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Кошторисно-фінансовий розрахунок на нове обладнання

Назва нового обладнання	Ціна за од. без ПДВ, тис. грн	Кількість од. обладнання	Вартість обладнання, тис. грн. (гр2*гр.3)	Витрати, тис. грн			Первісна вартість нового обладнання, тис. грн (гр4+гр5+гр6+гр7)
				Транспортування (5%)	Заготівельно-складські (1.25%)	Монтаж (10%)	
1	2	3	4	5	6	7	8
Гомогенізатор Tetra Pak 20G	600	1	600	30	7,5	60	697,5

Джерело: розраховано автором

Демонтоване обладнання, враховуючи його ступінь зносу, може бути реалізоване іншим підприємствам галузі за залишковою вартістю (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Розрахунок суми витрат на демонтаж обладнання, що реалізується іншим підприємствам

Назва обладнання	Кількість одиниць	Первісна вартість одиниці, тис. грн	Первісна вартість усіх одиниць обладнання, тис. грн	% зносу	Залишкова вартість, тис. грн	Витрати на демонтаж (5%), тис. грн
1	2	3	4	5	6	7
Гомогенізатор ОГМ-2,5	2	200	400	42	232	20

Джерело: розраховано автором

Визначимо загальну вартість капітальних витрат (початкових інвестицій) на реалізацію запропонованого заходу:

$$K_{\text{заг}} = 697,5 + 20 - 232 = 485,5 \text{ тис. грн}$$

Розрахуємо фактичний добовий та річний обсяг виробленого молока 2,6% жиру, враховуючи коефіцієнт використання потужності (табл. 3.7). Обсяг виробництва внаслідок впровадження заходу не зміниться.

Таблиця 3.7

Розрахунок виробничої програми у натуральному виразі

Найменування продукції	Добова потужність, т	Коефіцієнт використання потужності	Фактичний добовий обсяг виробництва, т (гр.2*гр.3)	Річний обсяг виробленої продукції (гр.4 табл. 3.4 * гр.7 табл. 3.1), т
1	2	3	4	5
Молоко 2,6% жиру	120	0,8	96	23712

Джерело: розраховано автором

Згідно з вихідними даними, відпускна ціна за 1 т молока становить 20 тис. грн. У таблиці 3.8 наведено розрахунок виробничої програми у вартісному виразі.

Таблиця 3.8

Розрахунок виробничої програми у вартісному виразі

Найменування продукції	Річний обсяг виробництва, т (за даними табл.3.3, гр.5)	Відпускна ціна підприємства (без ПДВ), тис. грн. /т	Вартість річного обсягу виробництва, тис. грн.
1	2	3	4
Молоко 2,6% жиру	23712	20	474240

Джерело: розраховано автором

Далі розрахуємо вартість сировини, основних та допоміжних матеріалів на виробництво 1 т молока 2,6% жиру в ПЕТ пляшці 900 г (табл. 3.9). Яготинський маслозавод приймає молоко лише від господарств "екстра" та "вищого" гатунків. Закупівельна ціна на молоко вищого гатунку у 2018 році становила 9,6 грн за 1 л.

Таблиця 3.9

Розрахунок вартості сировини, основних та допоміжних матеріалів на виробництво 1 т молока

Сировина, основні та допоміжні матеріали	Одиниці вимірювання	Норма витрат на 1 т продукції	Вартість за одиницю, грн.	Усього витрат на 1 т продукції, грн.
1	2	3	4	5
Сировина				
Молоко незбиране	кг	1012,5	9,60	9720
Усього сировини				9720
Пакувальні матеріали				
ПЕТ преформа	шт.	1112	1,70	1890,40
Етикетка	шт.	1112	0,20	222,40
Плівка термозбігова	м	323,5	0,44	142,34
Усього пакувальні матеріали				2255,14
Допоміжні матеріали				
Миючі засоби	кг	1	27,93	27,93
Дезінфікуючі засоби	кг	1	62,70	62,70
Мило	шт.	0,5	6,90	3,45

Кінець табл. 3.9

1	2	3	4	5
Пероксид водню	л	0,1	55,00	5,50
Усього допоміжні матеріали				99,58
Усього				12074,72
Транспортні витрати (5%)				603,74
Усього по статті				12678,46

Джерело: розраховано автором

Як було зазначено вище, гомогенізатор Tetra Pak 20G на 20% менше споживає енергії при незмінно високій якості продукції, що виробляється. Також скорочується споживання пара та води на 30%. Отже, розрахуємо вартість палива та енергії на 1 т продукції до і після впровадження нового гомогенізатора (табл.3.10).

Таблиця 3.10

Розрахунок вартості палива та енергії на виробництво 1 т молока

Види палива та енергії	Одиниці вимірювання	Норма витрат на 1 т продукції	Вартість за одиницю, грн.	Усього витрат на 1 т продукції, грн.
1	2	3	4	5
До впровадження				
Пара	т	0,34	342,00	116,28
Холод	кДж	184,30	2,80	516,04
Вода	м ³	9,50	22,99	218,41
Електроенергія	кВт/год	87	2,40	208,80
Усього				1059,53
Після впровадження				
Пара	т	0,24	342,00	81,40
Холод	кДж	129,01	2,80	516,04
Вода	м ³	6,65	22,99	152,88
Електроенергія	кВт/год	69,60	2,40	167,04
Усього				917,36

Джерело: розраховано автором

У таблиці 3.11 розрахуємо зміну витрат на амортизацію та ремонт обладнання.

Зміна витрат на амортизацію та ремонт обладнання

Показники	Вартість обладнання, тис. грн	% відрахувань	Витрати, тис. грн
1	2	3	4
До впровадження			
Амортизація	200x2=400	20	80,00
Витрати на ремонт	200x2=400	8	32,00
Після впровадження			
Амортизація	600	20	120,00
Витрати на ремонт	600	8	48,00

Джерело: розраховано автором

Амортизація та витрати на ремонт обладнання у розрахунку на 1 т готової продукції (до впровадження заходу) = $112000/23712 = 4,72$ грн.

Амортизація та витрати на ремонт обладнання у розрахунку на 1 т готової продукції (після впровадження заходу) = $168000/23712 = 7,09$ грн.

За рахунок впровадження на підприємстві нового автоматизованого гомогенізатора Tetra Pak 20G передбачається вивільнення працівників. Старі гомогенізатори ОГМ-2,5 обслуговували 2 робітники на лінії у зміну («Апаратник» 4-го розряду). Для того, щоб у подальшому розрахувати економію на оплаті праці, розрахуємо спершу фонд оплати праці робітників до впровадження заходу. Згідно галузевої угоди між Міністерством аграрної політики та продовольства України, Всеукраїнським об'єднанням організацій роботодавців «Федерація роботодавців агропромислового комплексу та продовольства України» і Профспілкою працівників агропромислового комплексу України в харчовій та переробній промисловості на 2014-2020 роки, мінімальна тарифна ставка для працівника 4-го розряду становить 21,51 грн, отже:

Річна заробітна плата одного робітника = $21,51 \times 8 \times 3 \times 247 = 127511,28$ грн

Як зазначалося вище, лінію обслуговують 2 робітники, таким чином:

Усього заробітна плата = $127511,28 \times 2 = 255022,56$ тис. грн

Додаткова заробітна плата визначається в обсязі 60% від основного фонду оплати праці робітників, отже:

Додаткова заробітна плата = $255022,56 \times 0,6 = 153013,54$ грн.

Усього фонд оплати праці = $255022,56 + 153013,54 = 408036,10$ грн.

У розрахунку на 1 т продукції = $408036,10 / 23712 = 17,21$ грн.

Відрахування на соціальні заходи становлять 22% від усього фонду оплати праці, отже:

Відрахування на соціальні заходи = $408036,10 \times 0,22 = 89767,94$ грн.

У розрахунку на 1 т продукції: 3,79 грн.

Фонд оплати праці до впровадження = $408036,1 + 89767,94 = 497804,04$ грн.

У розрахунку на 1 т продукції = $497804,04 / 23712 = 21,00$ грн.

Згідно з базовою калькуляцією за 2018 рік, заробітна плата за 1 т готової продукції (по всьому асортименту) становить 1332,63 грн, отже економія на оплаті праці за рахунок впровадження заходу становитиме 21,00 грн.

Витрати на оплату праці за 1 т готової продукцією (у розрізі всього асортименту) після впровадження заходу становитимуть: $1332,63 - 21,00 = 1311,63$ грн.

У таблиці 3.12 наведено основні статті калькуляції собівартості 1 т молока 2,6% жиру до впровадження заходу та після.

Таблиця 3.12

Собівартість виробництва 1 т молока 2,6% жиру

Стаття калькуляція	Одиниці вимірювання	Значення до впровадження заходу	Значення після впровадження заходу	Абсолютне відхилення, ±
1	2	3	4	5
Сировина і матеріали	грн.	12678,46	12678,46	0
Паливо і енергія на технологічні цілі	грн.	1059,53	917,36	-142,17
Заробітна плата	грн.	17,21	0	-17,21
Відрахування на соціальне страхування	грн.	3,79	0	-3,79
Витрати на утримання та експлуатацію обладнання	грн.	4,72	7,09	2,37
Виробнича собівартість	грн.	13763,71	13602,91	-160,80
Адміністративні витрати	грн.	155,53	153,71	-1,82
Витрати на збут	грн.	2623,36	2592,71	-30,65

1	2	3	4	5
Повні витрати	грн.	16542,60	16349,33	-193,27

Джерело: розраховано автором

Сума повних витрат на обсяг виробництва (23712 т):

До впровадження = $(16542,60 \times 23712) / 1000 = 392258,13$ тис. грн.

Після впровадження = $(16349,33 \times 23712) / 1000 = 387675,31$ тис. грн.

Дохід:

До впровадження = $(20000 \times 23712) / 1000 = 474240$ тис. грн.

Після впровадження = 474240 тис. грн.

Прибуток:

До впровадження = $474240 - 392258,13 = 81981,87$ тис. грн.

Після впровадження = $474240 - 387675,31 = 86564,69$ тис. грн.

Додатковий прибуток:

$86564,69 - 81981,87 = 4582,82$ тис. грн.

Чистий прибуток (враховуємо ставку податку на прибуток 18%):

$4582,82 \times 0,82 = 3757,91$ тис. грн.

Термін окупності:

$485,5 / (3757,91 + 120) = 0,13$ р.

Витрати на 1 грн виробленої продукції:

До впровадження = $392258,13 / 474240 = 82,71$ коп.

Після впровадження = $387675,31 / 474240 = 81,75$ коп.

3.3. Вплив впровадження нового гомогенізатора на основні показники діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод»

Впровадження нового гомогенізатора на ТДВ «Яготинський маслозавод» у певній мірі вплине на основні техніко-економічні показники роботи підприємства. Для оцінки цього впливу та загалом результативності запровадженого заходу сформуємо таблицю 3.13.

Таблиця 3.13

Техніко-економічні показники роботи підприємства

Показники	Одиниці вимірювання	Роки		Відхилення від звітнього року	
		2018	Плановий	Абсолютне, ±	Відносне, %
1	2	3	4	5	6
Обсяг виробництва продукції в натуральному виразі	тис. грн	82007	82007	0	0
Обсяг виробництва продукції у вартісному виразі	тис. грн	1649767	1649767	0	0
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн	3201672	3201672	0	0
Собівартість реалізованої продукції	тис. грн	2342351	2338538,11	-3812,89	-0,16
Адміністративні витрати	тис. грн	26531	26487,84	-43,16	-0,16
Витрати на збут	тис. грн	446501	445774,23	-726,77	-0,16
Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис. грн	2838837	2834254,18	-4582,82	-0,16
Прибуток (збиток) від операційної діяльності	тис. грн.	367869	372451,82	4582,82	1,25
Чистий прибуток (збиток)	тис. грн.	253732	257489,91	3757,91	1,48
Середньооблікова чисельність працюючих	чол.	898	892	-6	-0,67
Витрати на 1 грн виробленої продукції	коп.	88,67	88,52	-0,15	-0,17
Рентабельність діяльності (продаж)	%	7,92	8,04	0,12	x
Рентабельність продукції	%	8,94	9,08	0,14	x

Джерело: розраховано автором

З таблиці 3.13 видно, що внаслідок впровадження заходу на ТДВ «Яготинський маслозавод» у проектному році відбудеться зменшення повних

витрат на виробництво і реалізацію продукції на 4582,82 тис. грн. При цьому прибуток від операційної діяльності зростає на 4582,82 тис. грн, чистий прибуток збільшиться на 3757,91 тис. грн. Середньооблікова чисельність працюючих зменшиться на 6 працівників. Рентабельність діяльності зростає з 7,92 до 8,04%, а рентабельність продукції зростає з 8,94 до 9,08%.

Також розрахуємо доцільність інвестиційного проекту за допомогою загальноприйнятої методи оцінки інвестиційних проектів з врахування дисконтування. Проект має дисконтуватися за ставкою, що приймається на рівні ставки рефінансування НБУ. Ставку дисконту приймаємо на рівні 18 %.

Величина чистого генерованого грошового потоку визначається за формулою 3.1:

$$\text{ЧГП} = \Delta \text{ЧП} p + A m, \quad (3.1)$$

$$\text{ЧГП} = 3757,91 + 120 = 3877,91 \text{ тис. грн.}$$

Нинішня вартість (НВ) майбутніх грошових потоків за весь життєвий цикл проекту визначається за формулою 3.2:

$$\sum \text{НВ} i = \sum \text{ЧГП} / (1 + p)^i = \sum \text{ЧГП} \times \alpha_i, \quad (3.2)$$

де p – ставка дисконту, яку беруть на рівні ставки рефінансування НБУ (приймаємо на рівні 18 %);

α_i – коефіцієнт приведення за i - тий рік терміну економічного життя проекту. Коефіцієнт приведення за i - тий рік терміну економічного життя проекту розраховується за формулою 3.3:

$$\alpha_i = 1/(1 + p), \quad (3.3)$$

При ставці дисконту 18 %

$$1 \text{ рік } \alpha_1 = 0,847; \quad \text{НВ}_1 = 3877,91 \times 0,847 = 3284,59 \text{ тис. грн.}$$

2 рік $\alpha_2 = 0,718$; $НВ_2 = 2784,34$ тис. грн.

3 рік $\alpha_3 = 0,609$; $НВ_3 = 2361,65$ тис. грн.

4 рік $\alpha_4 = 0,516$; $НВ_4 = 2001,00$ тис. грн.

5 рік $\alpha_5 = 0,437$; $НВ_5 = 1694,65$ тис. грн.

$\sum НВ_i = 12126,23$ тис. грн.

Чиста нинішня вартість (ЧНВ) = $\sum НВ_i - ПІ = 12126,23 - 485,5 = 11640,73$
тис. грн.

Дисконтований (гарантований) період повернення інвестицій розраховується за формулою 3.4:

$$T_i = ПІ/НВ_{сер.} < 5 \text{ років}, \quad (3.4)$$

де $НВ_{сер.}$ – середньорічна теперішня вартість: $НВ_{сер.} = \sum НВ_i / N$

$НВ_{сер.} = 12126,23/5 = 2425,25$ тис. грн.

$T_i = 485,5/2425,25 = 0,2$ роки.

Індекс дохідності:

$ІД = ЧНВ / ПІ = 11640,73/485,5 = 23,98$.

Індекс прибутковості:

$ПІ = \sum НВ_i / ПІ = 12126,23/485,5 = 24,98$.

У результаті проведених розрахунків, запропонований проект слід вважати доцільним до впровадження тому, що: чиста нинішня вартість на кінець життєвого циклу з наростаючим підсумком, є величина позитивна 11640,73 тис. грн.; строк повернення інвестицій гарантований складає 0,2 року, що є прийнятний, так як значно менший терміну економічного життя проекту, що дорівнює 5 рокам; індекс дохідності дорівнює 23,98. Тобто з 1 грн. інвестицій ми отримуємо 23,98 грн. дисконтованого чистого грошового потоку; індекс прибутковості дорівнює 24,98. Тобто з 1 грн. інвестицій ми отримуємо 24,98 грн чистого прибутку.

Висновки до розділу 3

У даному розділі було описано механізм прийняття управлінського рішення щодо напрямів забезпечення конкурентоспроможності досліджуваного у роботі ТДВ «Яготинський маслозавод». Оскільки місією підприємства є забезпечення населення високоякісною, корисною продукцією, усі зусилля керівництва повинні бути направлені на підвищення конкурентоспроможності, за рахунок постійного покращення якісних характеристик продукції без збільшення її собівартості. Одним з прогресивних технологічних процесів, які сприяють покращенню якості молочних продуктів виявилась гомогенізація.

Мета гомогенізації – механічна стабілізація дисперсної фази для перешкоджання процесам розділення фаз, тобто утворення відстою вершків на поверхні продукту. За рахунок цього важливого процесу отримують гомогенізаційну стабільність, легке засвоєння, тривалий термін зберігання, смакові якості і колір продукту. При виборі приладу на якому здійснюватиметься гомогенізація головним чинником є принцип його дії. На ТДВ «Яготинський маслозавод» був встановлений плунжерний гомогенізатор, який мав високу матеріалоемність та енергоемність. Саме тому, управлінським рішенням стало впровадження гомогенізатора нового покоління Tetra Pak 20G на лінії розливу молока 2,6% жиру.

Інноваційна конструкція гомогенізатору Tetra Pak 20G забезпечує багатоступінчасту гомогенізацію продукту при меншому надлишковому тиску, що дозволяє зменшити енерговитрати приблизно на 20%. Високотемпературний конденсат в асептичному бар'єрі скорочує споживання пара і охолоджуючої води на 30%. А також, за рахунок повної автоматизації обладнання відбувається економія на оплаті праці.

Нами були проведені розрахунки для обґрунтування доцільності впровадження даного заходу. Можна зробити висновок, що захід є доцільним. У результаті впровадження нового гомогенізатора ми отримаємо чистий

прибуток у розмірі 3757,91 тис. грн., недисконтований термін окупності при цьому становитиме 0,13 року.

Також було досліджено вплив впровадження нового гомогенізатора на основні показники діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод». За результатами розрахунків у проектному році відбудеться зменшення повних витрат на виробництво і реалізацію продукції на 4582,82 тис. грн. При цьому прибуток від операційної діяльності зросте на 4582,82 тис. грн, чистий прибуток збільшиться на 3757,91 тис. грн. Середньооблікова чисельність працюючих зменшиться на 6 працівників. Рентабельність діяльності зросте з 7,92 до 8,04%, а рентабельність продукції зросте з 8,94 до 9,08%. Отже, даний захід є доцільним.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Випускна кваліфікаційна робота була присвячена пошуку напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Оскільки, конкуренція на ринку з кожним роком стає все більш жорсткою, дана тема виявилась досить актуальною.

Ми з'ясували, що поняття «конкурентоспроможність підприємства» є багатограним, саме тому існують різні підходи до трактування його сутності та визначення чинників, які на нього безпосередньо впливають. Важко виділити єдиний загальноприйнятий підхід, оскільки думки авторів, які досліджували дане поняття відрізняються. Проте, ми вважаємо, що на перший план у розкритті його сутності потрібно висувати інновації. Сучасний світ досить стрімко розвивається, будь-яке підприємство повинне швидко реагувати на зовнішні зміни і постійно нарощувати свій інноваційний потенціал.

Для того, щоб зрозуміти у якому стані знаходиться підприємство на даному етапі та у якому напрямку йому далі рухатись, важливим етапом є оцінка його конкурентоспроможності. Серед низки розглянутих нами методів оцінки конкурентоспроможності найбільшої уваги заслужив метод, заснований на теорії ефективної конкуренції. Він полягає в оцінці ефективності кожного з підрозділів і передбачає визначення рівня ефективності використання ресурсів. Даний метод ми застосували на практиці при оцінці рівня конкурентоспроможності досліджуваного нами у роботі ТДВ «Яготинський маслозавод», яке входить до складу найбільших виробників молочної продукції в Україні. Розрахований коефіцієнт конкурентоспроможності показав позитивну динаміку за період з 2016 по 2018 рік. Це дало нам змогу зробити висновок, що завод має значний потенціал і у нього постійно з'являються нові конкурентні переваги, які дозволяють йому підвищувати рівень конкурентоспроможності та займати лідируючі позиції на ринку.

Також задля більш повної картини стану ТДВ «Яготинський маслозавод» нами було проаналізовано основні техніко-економічні показники його господарської діяльності. Позитивним виявилось те, що чистий дохід від реалізації продукції та прибуток постійно зростали. Проте, ми помітили негативну тенденцію, яка виявилась у зростанні собівартості реалізованої продукції та відповідно повних витрат на її виготовлення і реалізацію. Це дало нам змогу усвідомити, що потрібно працювати у напрямку зменшення повних витрат на виготовлення та реалізацію продукції.

Додатково були розраховані й інші показники. Зокрема, за результатами розрахунків показників майнового стану ТДВ «Яготинський маслозавод» було виявлено зменшення фондівддачі у 2018 році на 8,85%, що є сигналом зниження ефективності використання основних засобів.

Показники ділової активності продемонстрували як позитивну, так і негативну динаміку. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості та коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості у 2018 році зменшились на 23,66% та на 13,64% відповідно. Строк погашення дебіторської та кредиторської заборгованості збільшився на 10 та на 20 днів відповідно. Коефіцієнт оборотності активів у 2018 році знизився на 9,54%. Ми з'ясували, що уникнути подальше зниження даного показника можна за допомогою: зниження суми виробничих запасів до мінімально допустимого рівня, який забезпечить безперебійність операційного процесу; стимулювання збуту і зниження суми запасів готової продукції і товарів; здійснення заходів щодо прискорення погашення дебіторської заборгованості. Коефіцієнт оборотності запасів за аналізований період навпаки продемонстрував позитивну динаміку. Коефіцієнт оборотності власного капіталу мав тенденцію до спаду, що вказує на зниження швидкості обороту вкладеного підприємством власного капіталу.

За результатами розрахунку показників ліквідності і платоспроможності, було виявлено, що деякі з них знаходяться поза межами норми. Так коефіцієнт покриття у 2018 році нижче норми і становить 1,42. Для підвищення значення коефіцієнту покриття необхідно працювати в напрямку підвищення суми

оборотних активів і зниження суми поточних зобов'язань. Власний оборотний капітал зріс у 2017 році аж на 97,46%, але у 2018 зменшився на 17,13%. Для того, щоб запобігти подальшому зниженню даного показника, слід залучати додаткові кошти на постійній основі. Коефіцієнт маневреності власного капіталу перебуває в межах норми, проте має тенденцію до зниження. Щоб уникнути цього підприємству необхідно працювати в напрямку збільшення частки власних ресурсів.

За допомогою дослідження діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод» були запропоновані напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. Управлінським рішенням стало впровадження нового гомогенізатора Tetra Pak 20G на лінії виготовлення молока 2,6% жиру задля покращення його якісних характеристик, зменшення повних витрат на виробництво і тим самим, підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому. Проведені розрахунки показали, що даний захід дозволить зменшити витрати електроенергії на 20%, витрати води та пари на 30%, а також витрати на оплату праці, за рахунок вивільнення двох працівників у зміну. У результаті впровадження ми отримаємо чистий прибуток у розмірі 3757,91 тис. грн., недисконтований термін окупності при цьому становитиме 0,13 року. У проектному році відбудеться зменшення повних витрат на виробництво і реалізацію продукції на 4582,82 тис. грн. При цьому прибуток від операційної діяльності зросте на 4582,82 тис. грн, рентабельність діяльності зросте з 7,92 до 8,04%, а рентабельність продукції зросте з 8,94 до 9,08%. Це дає нам змогу свідчити про доцільність впровадження даного заходу. За рахунок цього, підприємство зможе наростити свій інноваційний потенціал та ще раз заявити, що здатне виготовляти високоякісну продукцію, яка відповідає усім міжнародним стандартам та зможе гідно конкурувати не лише на внутрішньому ринку, але й на зовнішніх.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.
2. Андрианов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. Андрианов // Экономист. – 2007. – № 10. – С. 34-42.
3. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 448 с.
4. Белоусов В.Л. Анализ конкурентоспособности фирмы // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — № 5. — С. 63- 71.
5. Беленький П.Ю. Дослідження проблем конкурентоспроможності / П.Ю. Беленький // Вісник НАН України. – 2007. – № 5. – С. 9-18.
6. Белов О. В. Методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства / О. В. Белов, Л. М. Кириченко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2011. – Спецвипуск 33, Ч. 1. – С. 18-25.
7. Бондаренко И.С. Конкурентоспособность страны и конкуретный преимущества: сущность, методы оценки / И. С. Бондаренко \ \ Економіка промисловості. 2007. № 3 (38). С. 25–31.
8. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. / А. Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 2002. – 677 с.
9. Бринзя О. З. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства / О. З Бринзя, Д. М. Мозоль //Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2013. – №6.– С. 16 – 25.
10. Васильева З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка / З.А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 83-90.

11. Василькова Ю. К. Теоретичний базис конкурентоспроможності підприємства / Ю. К. Василькова, Н. М. Олійник // Економічний простір: Збірник наукових праць. – Дніпро: ПДАБА. – 2018. – № 129. – С. 153-163.
12. Вашків О. Конкурентоспроможність підприємства [Електронний ресурс]: опорн. консп. лекцій / О. Вашків. – Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 148 с.
13. Вашків О.П. Методичні аспекти оцінки та аналізу конкурентоспроможності підприємства / О.П. Вашків // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2010. – № 2. – С. 88–95.
14. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учебник / Е.П. Голубков. – Москва: Финпресс, 2013. – 688 с.
15. Гомогенизаторы для молока и молочных продуктов: монография / А.И. Удовкин, И.В. Назаров, Т.Н. Толстоухова. – зерноград: АЧИИ ФГБОУ ВО Донской ГАУ, 2016. – 187 с.
16. Гомогенізатор плунжерний [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ptknovator.ru/katalog/gomogenizatory-dispergatory/gomogenizator-plunzhernyy/>
17. Грек О.В., Лихолат О.С. Аспекти ресурсозбереження в молочній галузі // Молокопереробка.– 2012.– №5. – С. 20–23.
18. Державний комітет статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
19. Динаміка зміни якості молока [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://milku.info/uk/post/dinamika-zmini-akosti-moloka-za-persij-kvartal-2019-roku>
20. Экономическая стратегия фирмы // под. ред. А.П. Градова. – СПб. : Специальная литература, 2000. – 589 с.
21. Ермолов М.О. Конкурентоспособность предприятий: учебник / М. О. Ермолов. СПб.: Бизнес–пресса. 2007. 271 с.
22. Єгоров І., Маслюківська А. Активізація інноваційної діяльності – як фактор підвищення конкурентоспроможності вітчизняних молокопереробних

підприємств // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка.– 2013.– №12. – С. 32–35.

23. Зулькарнаев И.У., Ильясова Л.Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — № 4. — С. 17-27.

24. Інноваційна конструкція для зниження тиску і економії енергії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tetrapak.com/ru/processing/homogenization/tetra-pak-homogenizer>

25. Калашникова Л.М. Конкурентоспособность предприятия и их продукции / Л.М. Калашникова // Машиностроитель. – 2003. – № 11. – С. 15-18.

26. Киперман Г Я. Экономика предприятия: словарь / Г. Я. Киперман. – Москва: Юристъ, 2000. – 271 с.

27. Кныш М. И. Конкурентные стратегии: [учеб. пособие] / М. И. Кныш. – СПб, 2000. – 284 с.

28. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий. Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. О.С.Виханского. М: Прогресс, 2000. - 384с.

29. Кревенс Девід В. Стратегічний менеджмент: Пер. з англ. – М., 2003. 217 с.

30. Кредисов А. И. История учений менеджмента / А. И. Кредисов. – К.: Вира Р, 2000. – 336 с.

31. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації //Механізм регулювання економіки, 2013, № 4, с.155-161.

32. Максимова, И.В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия / И.В. Максимова // Маркетинг. – 2004. – № 3. – С. 33 – 39.

33. Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами. Методичні вказівки до практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» спеціальності 181 «Харчові технології» усіх форм навчання. / Укладачі: Бутко М.П., Повна С.В.– Чернігів: ЧДТУ, 2017. – 32 с.

34. Машины та обладнання для гомогенізації молока [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tsatu.edu.ua/ophv/wp-content/uploads/sites/13/laboratorna-robota-2-mashyny-ta-obladnannja-dlja-homohenizaciyi-moloka.pdf>
35. Мех О.А. Можливості удосконалення методики SWOTаналізу / О.А. Мех // Наука та наукознавство. – 2012. – № 1. – С. 21–26.
36. Моисеева Н. К. Стратегическое управление туристской фирмой: учебник. — М.: Финансы и статистика, 2007.
37. Молоко-сировина коров'яче. Технічні умови: ДСТУ 3662:2018 – [Чинний від 2017-01-01]. – К.: ДП «УкрНДНЦ», 2016. – 16 с.
38. Молочні ріки, яготинські береги [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agroprofi.com.ua/statti/520-molochni-riki-jagotinski-beregi>
39. Найбільші платники податків Київщини: ПАТ «Яготинський маслозавод» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mykyivregion.com.ua/2019/05/06/najbilshi-platniki-podatkiv-kiyivshini-pat-yagotinskij-maslozavod/>
40. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник. – К.: ЕксОб, 2001. – 559 с.
41. Офіційний сайт АТ «Молочний альянс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://milkalliance.com.ua>
42. Офіційний сайт ГК «Лакталіс-Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lactalis.com>.
43. Офіційний сайт ГК «PepsiCo» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pepsico.ua>
44. Офіційний сайт компанії «Данон-Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.danone.ua>
45. Офіційний сайт ПАТ «Юрія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.voloshkovepole.com.ua>
46. Офіційний сайт ПрАТ «Галичина» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.galychyna.com.ua>

47. Офіційний сайт ПрАТ «Тернопільський молокозавод» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://molokija.com>
48. Офіційний сайт ТОВ «Люстдорф» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.loostdorf.com>
49. Офіційний сайт ТОВ «Мілкіленд-Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.milkiland.ua>
50. Офіційний сайт ТОВ «ТЕРРА ФУД» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://terrafood.ua/company>
51. Пащенко О.В. Ціноутворення на ринку молока та молочної продукції / О. В. Пащенко // Ефективна економіка. – 2014. – №10. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3407>
52. Перцовский Н.И. Международный маркетинг: учеб. пособие / И.А. Спиридонов, С.В. Барсукова; род ред. Н.И. Перцовского. – М. : Высшая школа, 2001. – 239 с.
53. Портер М. Конкуренция. / М. Портер. - М.:Вильямс, 2005 - 608 с.
54. Портер М. Э. Конкуренция: учеб. пособ. / Портер М. Э.; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
55. Процесний підхід до управління оборотним капіталом молокопереробних підприємств України [Електронний ресурс] / О. П. Швидка. // Ефективна економіка. - 2012. - № 6. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_6_51
56. Райзберг Б А. Современный экономический словарь: 5-е изд. / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: Инфра-М, 2009. – 536с.
57. Регулярна інформація за 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/11380/106>
58. Річна інформація емітентів цінних паперів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://milkalliance.com.ua/company/inform/yagotinskij-maslozavod/>
59. Сень О. В. Якість молока в контексті Європейських стандартів [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/23_NTP_2012/Economics/12_114691.doc.htm

60. Скудар Г.М. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства: автореф. дисертації на здобуття ступеня д-ра екон. наук : 08.06.01 / Скудар Г.М. - Донецьк, 2000. – 35 с.
61. Степанчук С. О. Стан та перспективи розвитку молочного ринку України / С. О. Степанчук, Ю. Ю. Єфісько // Економіка та держава. – 2017. – № 5. – с. 99–102.228
62. Стивенсон В. Дж. Управление производством. - М.: Лаборатория базовых знаний, 2004. - 928 с.
63. Сысоева Е.А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие // Экономические науки. Экономика и управление. – 2010. – № 12 (73). – С. 283-287.
64. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємства: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.
65. Тивончук С. В. Розвиток ринку виробництва молока в Україні в контексті євроінтеграційних процесів / С. В. Тивончук, Я. О. Тивончук, Т. П. Павлоцька // Економіка АПК. – 2017. – № 4. – С. 25–31
66. Товариство з додатковою відповідальністю «Яготинський маслозавод» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Відомості про підприємство/
<https://milkalliance.com.ua/company/enterprises/yagotinskij-maslozavod/>
67. Топ-10 найпотужніших молочних заводів України 2017 і 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://nmglobaltrade.com/news/analytics-and-forecasts/top-10-samh-mosxnh-molocsnh-zavodov-ukrain-2017-i-2018>
68. ТОП-10 українських виробників молочної продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Agravery.com
69. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посібник / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабань, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
70. Фаворити успіху: молоко [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.favor.com.ua/vote/products/milk>

71. Фатхутдинов Р . А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Фатхутдинов Р. А. – М. : Маркетинг, 2002. – 892 с.
72. Черевко Д.Г. Підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств в умовах членства України в СОТ: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Львів. нац. аграр. ун-т. – Львів, 2010. – 20 с.
73. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства. Маркетингове та логістичне забезпечення. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2002. – 314 с.
74. Шинкаренко В.Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко. – Харьков : Изд-во ХНАДУ, 2003. – 186 с.
75. Ювілейний акорд: якість, натуральність, ціна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/yuvilejnih-akord-yakist-naturalnist-cina/>
76. Яготинський маслозавод завершив модернізацію виробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.harchovyk.com/news/detail/2103>
77. Яготинський маслозавод отримав міжнародні сертифікати ISO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://milkalliance.com.ua/press-centre/news/yagotinskij-maslozavod-otrimav-m/>

ДОДАТКИ

Додаток А

			КОДИ
		Дата(рік, місяць, число)	2018 01 01
Підприємство	Товариство з додатковою відповідальністю «Яготинський маслозавод»	за ЄДРПОУ	00446003
Територія		за КОАТУУ	3225510100
Організаційно-правова форма господарювання		за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності		за КВЕД	10.51
Середня кількість працівників	909		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	07700, Київська обл., м. Яготин, вул. Шевченка, буд. 213		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами бухгалтерського обліку)			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			V

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2017 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	499	2498	0
первісна вартість	1001	2447	4587	0
накопичена амортизація	1002	1948	2089	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	364	336	0
Основні засоби:	1010	175456	214122	0
первісна вартість	1011	320012	384869	0
знос	1012	144556	170747	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0

Продовження додатку А

первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	6102	77225	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом І	1095	182421	294181	0
ІІ. Оборотні активи				
Запаси	1100	104155	122105	0
Виробничі запаси	1101	56680	51510	0
Незавершене виробництво	1102	3885	4279	0
Готова продукція	1103	42338	64448	0
Товари	1104	1252	1868	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	212497	285378	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	3675	8154	0
з бюджетом	1135	951	24	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	902	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	151493	233296	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	5351	418	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	34704	13430	0
Готівка	1166	396	14	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	419	884	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0

Продовження додатку А

інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	7967	3087	0
Усього за розділом II	1195	521212	666776	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	703633	960957	0

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	3797	3797	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	232711	397186	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	236508	400983	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	207018	201670	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0

Продовження додатку А

Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	207018	201670	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	75964	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	72125	116092	0
за розрахунками з бюджетом	1620	11435	11153	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	8733	0
за розрахунками зі страхування	1625	551	841	0
за розрахунками з оплати праці	1630	2047	2918	0
за одержаними авансами	1635	0	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	601	594	0
із внутрішніх розрахунків	1645	162248	124334	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	4969	5976	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	6131	20432	0
Усього за розділом III	1695	260107	358304	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	703633	960957	0

Примітки
Керівник
Головний бухгалтер

дані відсутні
Сіренко О.О.
Гишко В.Й.

Продовження додатку А

Підприємство Товариство з додатковою відповідальністю «Яготинський маслозавод»
 Територія КИЇВСЬКА ОБЛАСТЬ
 Організаційно-правова форма господарювання ТОВАРИСТВО З ДОДАТКОВОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
 Вид економічної діяльності Перероблення молока, виробництво масла та сиру
 Середня кількість працівників 898
 Одиниця виміру : тис. грн.
 Адреса 07700 Київська область Яготинський р-н м. Яготин вул. Шевченка, буд. 213, т.(04575) 5-59-88

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

за КОАТУУ
за КОПФГ

за КВЕД

Коди		
2019	01	01
00446003		
3225510100		
250		
10.51		

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на "31" грудня 2018 р.

Форма № 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	1000	--	--
первісна вартість	1001	--	--
накопичена амортизація	1002	--	--
Незавершені капітальні інвестиції	1005	--	--
Основні засоби	1010	216956	288984
первісна вартість	1011	389792	497008
знос	1012	172836	208024
Інвестиційна нерухомість	1015	--	--
Довгострокові біологічні активи	1020	--	--
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	--	--
інші фінансові інвестиції	1035	77225	77225
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	--	--
Відстрочені податкові активи	1045	--	--
Інші необоротні активи	1090	--	--
Усього за розділом I	1095	294181	366209
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	122105	111350
Виробничі запаси	1101	51510	70728
Незавершене виробництво	1102	4279	6042
Готова продукція	1103	64448	30856
Товари	1104	1868	3724
Поточні біологічні активи	1110	--	--
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	285378	315882
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	8154	8745
з бюджетом	1135	24	37
у тому числі з податку на прибуток	1136	--	--
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	233296	380464
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	418	913
Поточні фінансові інвестиції	1160	--	--
Гроші та їх еквіваленти	1165	13430	33152
Готівка	1166	14	23
Витрати майбутніх періодів	1170	884	187
Інші оборотні активи	1190	3087	1011

Усього за розділом II	1195	666776	851741
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	--	--
Баланс	1300	960957	1217950

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3797	3797
Капітал у дооцінках	1405	--	--
Додатковий капітал	1410	--	--
Резервний капітал	1415	--	--
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	397186	450918
Неоплачений капітал	1425	--	--
Вилучений капітал	1430	--	--
Усього за розділом I	1495	400983	454715
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	--	--
Довгострокові кредити банків	1510	--	--
Інші довгострокові зобов'язання	1515	201670	163493
Довгострокові забезпечення	1520	--	--
Цільове фінансування	1525	--	--
Усього за розділом II	1595	201670	163493
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	75964	154819
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	--	--
товари, роботи, послуги	1615	116092	155939
розрахунками з бюджетом	1620	11153	13066
у тому числі з податку на прибуток	1621	8733	9087
розрахунками зі страхування	1625	841	1266
розрахунками з оплати праці	1630	2918	4645
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	594	1789
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	124334	215919
Поточні забезпечення	1660	5976	9567
Доходи майбутніх періодів	1665	--	--
Інші поточні зобов'язання	1690	20432	42732
Усього за розділом III	1695	358304	599742
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	--	--
Баланс	1900	960957	1217950

Генеральний директор

(підпис)

Сіренко Олександр Олександрович

Головний бухгалтер

(підпис)

Каплій Оксана Олександрівна

Підприємство	Товариство з додатковою відповідальністю «Яготинський маслозавод» <hr/> (найменування)	Дата(рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ
			2018 01 01
			00446003

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 12 місяців 2017 р.**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2706103	2024684
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	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	(2052854)	(1521831)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	653249	502853
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	3220	4568
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
Адміністративні витрати	2130	(22668)	(18457)
Витрати на збут	2150	(363425)	(268928)
Інші операційні витрати	2180	(10940)	(13132)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і	2182	(0)	(0)

Продовження додатку Б

сільськогосподарської продукції			
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	259436	206904
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	3382	4289
Інші доходи	2240	619	792
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(62046)	(53774)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(688)	(152)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	200703	158059
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	36180	28428
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	164523	129631
збиток	2355	(0)	(0)

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	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	164523	129631

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	1763122	1409205
Витрати на оплату праці	2505	74980	61650
Відрахування на соціальні заходи	2510	16408	13480
Амортизація	2515	27668	26299

Продовження додатку Б

Інші операційні витрати	2520	343904	253166
Разом	2550	2226082	1763800

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	361592	361592
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	361592	361592
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки
Керівник
Головний бухгалтер

дані відсутні
Сіренко О.О.
Гишко В.Й.

Продовження додатку Б

Підприємство Товариство з додатковою відповідальністю
«Яготинський маслозавод»

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ

Коди		
2019	01	01
00446003		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2018 рік

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3201672	2706103
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2342351)	(2052854)
Валовий:			
прибуток	2090	859321	653249
збиток	2095	(--)	(--)
Інші операційні доходи	2120	5034	3220
Адміністративні витрати	2130	(26531)	(22668)
Витрати на збут	2150	(446501)	(363425)
Інші операційні витрати	2180	(23454)	(10940)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	367869	259436
збиток	2195	(--)	(--)
Дохід від участі в капіталі	2200	--	--
Інші фінансові доходи	2220	5477	3382
Інші доходи	2240	116	619
Фінансові витрати	2250	(62482)	(62046)
Втрати від участі в капіталі	2255	(--)	(--)
Інші витрати	2270	(1421)	(688)
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	309559	200703
збиток	2295	(--)	(--)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-55827	-36180
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	--	--
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	253732	164523
збиток	2355	(--)	(--)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
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	253732	164523

ІІІ. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1944364	1763122
Витрати на оплату праці	2505	109285	74980
Відрахування на соціальні заходи	2510	23122	16408
Амортизація	2515	37373	27668
Інші операційні витрати	2520	417386	343904
Разом	2550	2531530	2226082

ІV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	--	--
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	--	--
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	--	--
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	--	--
Дивіденди на одну просту акцію	2650	--	--

Генеральний директор

(підпис)

Сіренко Олександр Олександрович

Головний бухгалтер

(підпис)

Каплій Оксана Олександрівна

Фактори оцінки конкурентоспроможності підприємства

Фактори конкурентоспроможності	1 бал	2 бали	3 бали	4 бали	5 балів
1	2	3	4	5	6
1. Частка ринку	Дуже мала	Мала	Середня	Велика	Дуже велика
2. Споживчі властивості продукції (якість)	Дуже низька якість	Низька якість	Задовільна якість	Хороша якість	Висока якість
3. Імідж підприємства	Дуже низький, відсутність довіри до підприємства	Низький	Задовільний	Позитивний	Високий, позитивний імідж, максимальна довіра до підприємства
4. Упаковка продукції	Погана	Ненадійна	Задовільна	Має приємний вигляд, безпечна та надійна	Безпечна, відповідає останнім світовим тенденціям
5. Асортимент продукції	Вузький асортимент	Невеликий вибір асортиментних груп товарів	Середній вибір асортименту	Великий вибір товарів	Широкий асортимент, різноманітні товарні групи
6. Ціна продукції	Висока	Вище середньої	Середня	Нормальна	Низька
7. Сучасні технології і устаткування	Відсутні. Технології і устаткування застарілі	Технології і устаткування не відповідають сучасним вимогам	Незначна кількість. Більшість технологій і устаткування потребує оновлення	Достатня кількість	Велика кількість
8. Ефективність маркетингових комунікацій	Нульова	Дуже низька	Достатня	Висока	Дуже висока
9. Виробнича потужність	Дуже низька	Низька	Середня	Висока	Дуже висока

Продовження додатку В

1	2	3	4	5	6
10. Фінанси	Критично низький рівень дохідності	Низький рівень дохідності	Задовільний рівень дохідності	Достатньо високий рівень дохідності	Високий рівень дохідності
11. Канали розподілу	Дуже низька ефектив- ність каналів розподілу	Низька ефективність каналів розподілу	Середня ефективність каналів розподілу	Достатня ефектив- ність каналів розподілу	Висока ефективність каналів розподілу

Джерело: складено автором