

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра економіки і підприємництва

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

Базилевський Микола Олександрович

УДК 338.3

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА
ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «БЕРДИЧІВСЬКИЙ ПИВОВАРНИЙ ЗАВОД»**

Спеціальність 051 «Економіка»

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавра

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

Керівник роботи
Ткачук Василь Іванович
доктор економічних наук, професор

АНОТАЦІЯ

Базилевський М.О. Забезпечення конкурентоспроможності продукції на підприємстві ТОВ «Бердичівський пивоварний завод».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня Бакалавра за спеціальністю 051 «Економіка». – Поліський національний університет, Житомир, 2021р.

Метою роботи являється аналіз та обґрунтування теоретичних та практичних методів забезпечення конкурентоспроможності продукції в сучасних ринкових умовах.

В роботі проаналізовано поняття конкурентоспроможності продукції, методи її оцінки та шляхи підвищення. Проведено аналітичний аналіз конкурентоспроможності продукції досліджуваного підприємства. Було розроблено та проаналізовано інвестиційний проект по підвищенню конкурентних переваг продукції підприємства.

SUMMARY

Bazilevsky MO Ensuring the competitiveness of products at the enterprise LLC "Berdychiv Brewery".

Qualifying work for the Bachelor's degree in specialty 051 "Economics". - Polissya National University, Zhytomyr, 2021.

The aim of the work is the analysis and substantiation of theoretical and practical methods of ensuring the competitiveness of products in modern market conditions.

The paper analyzes the concept of product competitiveness, methods of its evaluation and ways to improve. The analytical analysis of competitiveness of production of the investigated enterprise is carried out. An investment project to increase the competitive advantages of the company's products was developed and analyzed.

Зміст

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА МЕХАНІЗМ ЇЇ ОЦІНКИ	5
1.1. Сутність поняття конкурентоспроможності продукції підприємства та фактори, що на неї впливають	5
1.2. Методологічні аспекти оцінки рівня конкурентоспроможності продукції підприємства	7
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ТОВ «БЕРДИЧІВСЬКИЙ ПИВОВАРНИЙ ЗАВОД»	10
2.1. Загальна характеристика господарської діяльності підприємства	10
2.2. Оцінка економічної діяльності досліджуваного підприємства.....	12
2.3. Оцінка конкурентоспроможності продукції на ТОВ «Бердичівський пивоварний завод».....	16
РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ У ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС ЗАХОДІВ НАЦІЛЕНИХ НА ПОКРАЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «БЕРДИЧІВСЬКИЙ ПИВОВАРНИЙ ЗАВОД»	20
3.1. Обґрунтування доцільності впровадження нової технології.	20
3.2. Економічна оцінка інвестиційного проекту по впровадженню нової технології обробки пива.	21
ВИСНОВОК	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	25
Додатки	27

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних умовах динамічного розвитку ринкового середовища підприємствам та фірмам необхідно вміти швидко пристосовуватися до роботи в умовах жорсткої конкуренції. На сьогоднішній день конкуренція існує всюди. Конкуренція спонукає підприємства до постійного власного розвитку у боротьбі за споживача. Таким чином, конкуренція безпосередньо впливає на розвиток інноваційної діяльності підприємств. Конкурентоспроможність продукції – це показник, який фактично показує переваги товару або послуги, того чи іншого підприємства на ринку.

Метою роботи є освоєння основних теоретичних аспектів конкурентоспроможності продукції. Аналітичне дослідження економічної діяльності та конкурентних переваг продукції підприємства ТОВ «Бердичівський пивоварний завод». Розробка практичних рекомендацій щодо покращення конкурентоспроможності продукції досліджуваного підприємства.

Об'єктом дослідження є процес розвитку конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «Бердичівський пивоварний завод»

Предметом дослідження є аналіз теоретико-методичних і практичних підходів до оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.

Основними методами дослідження є аналіз, групування, порівняння, класифікація процесів, пов'язаних з управлінням конкурентоспроможності промислового підприємства. Інформаційною базою дослідження є навчальні підручники, матеріали періодичних видань, інтернет-ресурси та нормативні акти

РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА МЕХАНІЗМ ЇЇ ОЦІНКИ

1.1. Сутність поняття конкурентоспроможність продукції підприємства та фактори, що на неї впливають

Конкурентоспроможність продукції підприємства є визначальним чинником формування конкурентоспроможності підприємства.

Перш за все потрібно дати визначення, що являє собою конкурентоспроможність продукції.

Конкурентоспроможність продукції є багатоаспектним і багатовимірним поняттям, вона являє собою сукупність таких якісних характеристик товару чи послуги, які забезпечують попит на товар або послугу. Різні вчені по-різному підходять до розуміння цього поняття. (Додаток А)

Загалом їх можна згрупувати таким чином:

- за властивостями та характеристиками продукції
- за наявністю ринкових переваг та ступенем задоволення потреб споживачів
- за прибутковістю виробника.

Спільним є те, що конкурентоспроможність продукції визначається в момент її реалізації. З цього робимо висновок, що конкурентоспроможність продукції визначається споживачем, який купуючи продукцію, визнає її відповідність своїм потребам. [1]

Досить очевидним є те, що на конкурентоспроможність продукції підприємства має вплив доволі широкий ряд факторів, які охоплюють сферу виробництва і збуту продукції, стан ринкового середовища тощо. Виділяється який десять основних груп факторів (рис. 1.1.).

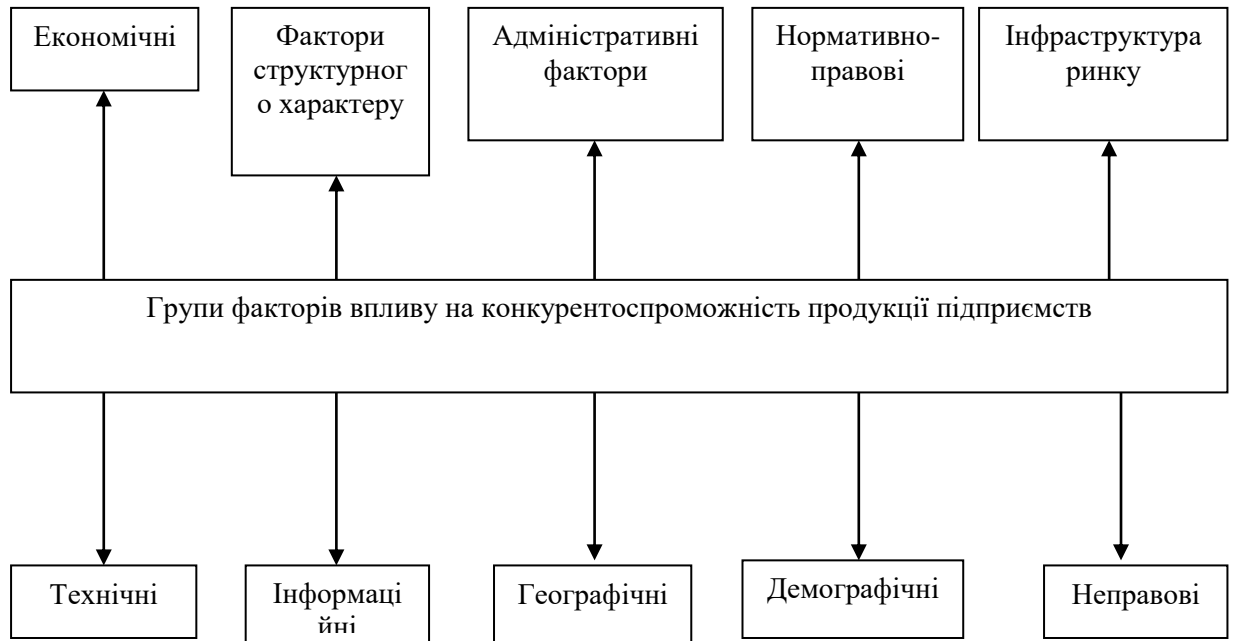


Рис. 1.1. Схематичне зображення факторів, які впливають на рівень конкурентоспроможності продукції.

Побудовано на основі [2]

До економічних відносяться фактори які впливають на загальноекономічний стан ринку, на якому діє підприємство, сюди відносимо загальну насиченість ринку, чутливість споживачів до зміни цін, циклічність попиту.

До технічних відноситься технологічні особливості продукції, що виготовляє підприємство.

До факторів структурного характеру відносяться досконалість виробничої структури підприємства.

До інформаційних належать дані про виробників, маркетингову діяльність, інфраструктуру ринку.

До адміністративних відносимо обмеження у діяльності підприємства з боку органів державної влади.

До географічних факторів відноситься географічне розташування підприємства, відносно ресурсів необхідних для виробництва продукції, а також відстань до потенційного споживача.

До нормативно-правових відносяться ліцензії на виробництво та

реалізацію продукції, права на технологію виробництва. Сюди також відносяться пільги, які надаються підприємству державою.

До демографічних факторів відносяться демографічна ситуація в країні, чисельність цільових груп споживачів, міграції населення.

Організованість і відкритість ринків праці, капіталу, інвестицій в технології, розвиток між фірмової кооперації формують інфраструктуру ринку.

1.2. Методологічні аспекти оцінки рівня конкурентоспроможності продукції підприємства

Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції дає відносну характеристику потенціалу товарів або послуг у задоволенні споживчих вимог ринку в дійсний період часу, відносно продукції конкурентів.

Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції базується на визначенні параметрів конкурентоспроможності, які залежать від об'єкта дослідження, а також від обраної методики.[3]

Кирчата І.М. дає наступне визначення параметрам конкурентоспроможності. Параметри конкурентоспроможності – це властивості продукції, які визначають галузеві особливості, що застосовуються при оцінюванні її конкурентоспроможності. Параметри взаємопов'язані із видом та рівнем складності виробу в експлуатаційному та технічному відношеннях, а також від деяких зовнішніх факторів та необхідної точності оцінки методів дослідження.[4]

Таким чином, для того аби товар або послуга були конкурентоспроможні ринку, вони повинні мати особливі властивості та відповідати критеріям кінцевого споживача. Основними критеріями споживача є ціна та якість.

Вчений Перерва П.Г трактує наступну класифікацію параметрів конкурентоспроможності [5]:

1. Технічні параметри (характеризують технічні властивості продукції);
2. Екологічні параметри (вплив продукції на навколишнє середовище);
3. Ергономічні параметри (взаємодія продукції із споживачем);
4. Естетичні параметри (візуально гармонічне оформлення, або привабливий дизайн);
5. Економічні параметри (визначають рівень виробничих витрат і ціну споживання, тобто ціну утримання, обслуговування);
6. Класифікаційні параметри
7. Нецінові параметри (переваги підприємства, які не мають вартісного вираження, але збільшують конкурентоспроможність товару або послуги);

Проаналізувавши літературу, можна представити найпоширенішу класифікацію методів оцінки конкурентоспроможності продукції (додаток. Б) [6]

Враховуючи те, що якість це одна з головних характеристик товару або послуги, що виробляє підприємство, доречно буде згадати про методи, які оцінюють конкурентоспроможність продукції, порівнюючи її зі зразком для визначення відносного рівня якості.[7]

До цих методів входять (Рис.1.2.):

- диференціальний метод;
- комплексний метод;
- змішаний метод;

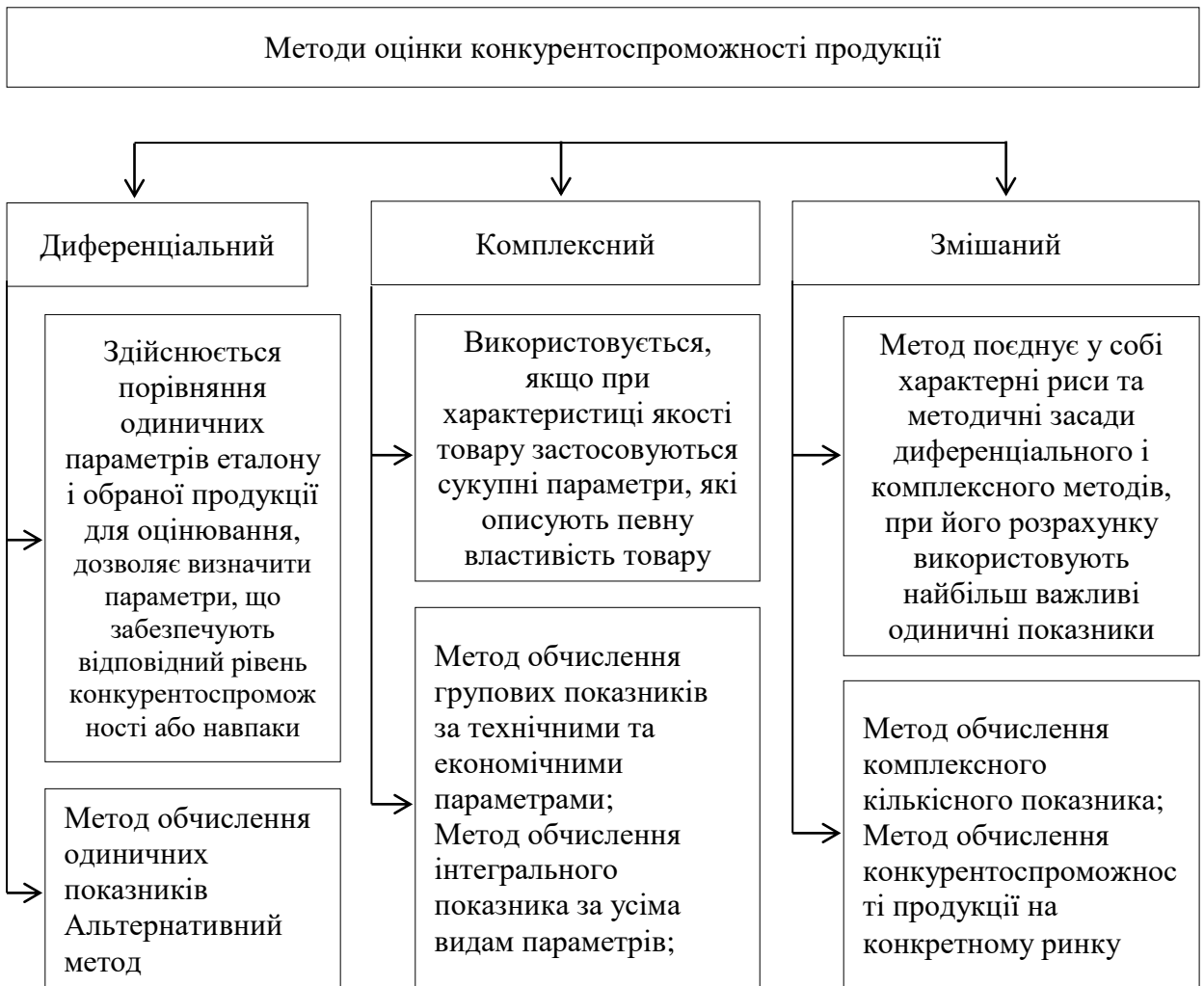


Рис 1.2. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.
Складено автором на основі [8]

Аналіз цих методів дозволяє визначити, що найбільш практичними у є комплексний та змішаний методи, тому що вони дають змогу розраховувати інтегральний показник. Так як інтегральний показник, дає нам можливість оцінити динаміку зміни показника конкурентоспроможності у часі та просторі. (Додаток Г)

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ТОВ «БЕРДИЧІВСЬКИЙ ПИВОВАРНИЙ ЗАВОД»

2.1. Загальна характеристика господарської діяльності підприємства

Об'єктом дослідження дипломної роботи є Товариство з обмеженої відповідальністю «Бердичівський пивоварний завод». Діяльність підприємства регламентується чинним законодавством, а саме Конституцією України [9], Податковим Кодексом України [10], Господарським Кодексом України [11], Законом України про «Про акціонерні товариства» [12], Законом України «Про захист прав споживачів» [13], а також власним статутом підприємства.

Досліджуване підприємство відноситься до харчового сегменту промисловості України, здійснює виробництво та збут продукції у сфері броварства. [14]

Основна мета діяльності підприємства ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» очевидно є одержання максимального прибутку, від здійснення виробничої, комерційної діяльності та збуту готової продукції.

Головним спрямуванням діяльності підприємства є виробництво та реалізація готової продукції - пива.

Об'єктом діяльності ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» є:

- виготовлення пива;
- виготовлення солоду пивоварного;
- добування та розлив артезіанської води;
- гуртова, роздрібна і фірмова торгівля продукцією власного виготовлення;

В даний період часу ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» виготовляє 13 сортів пива, з яких 12 сортів світлого і 1 темний (Рис.2.1).[14]

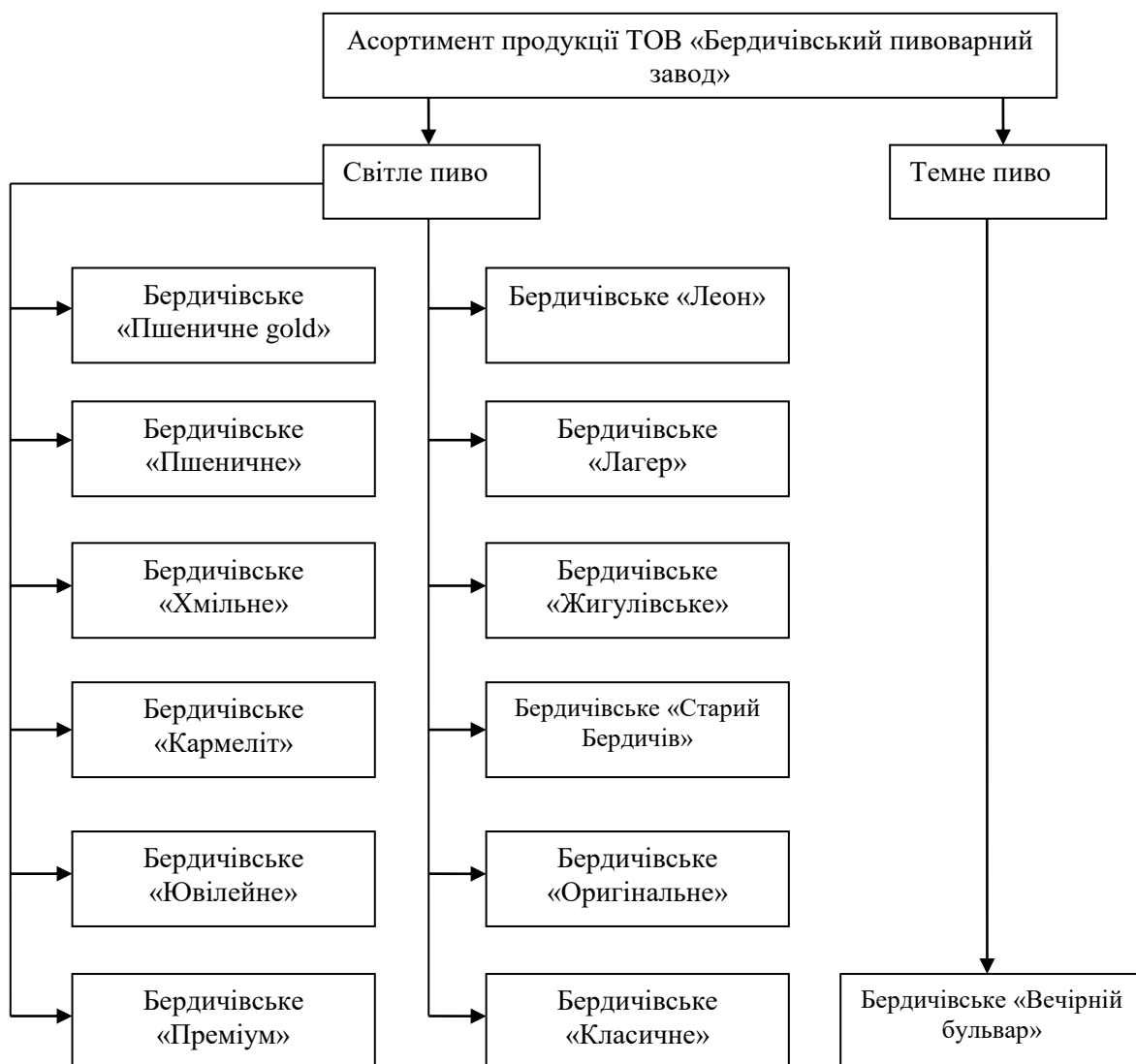


Рисунок 2.1. Асортимент продукції ТОВ «Бердичівський пивоварний завод»
Розроблено автором на основі [15]

Структура виробництва досліджуваного підприємства схематично зображена у додатку Д (Рис. Д.1)

Структура управління підприємства схематично зображена у додатку Д (Рис. Д.2)

Основною сировиною з якої виготовляється пиво є ячмінний солод, хміль та вода. Для виготовлення солоду підприємство користується власною солодовнею. Також пивоварня має змогу забезпечити себе ячменем, але наявних потужностей не вистачає для забезпечення необхідної кількості

солоду, тому підприємство закупає вже готовий солод у постачальників. Підприємство самостійно, у повній мірі, забезпечує себе водою з власної артезіанська свердловина глибиною 110 метрів. [14]

Характеристику постачальників сировини ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» наведено у додатку Д (таблиця Д.2).

Аналізуючи данні у додатку Д, можна зробити висновок, що обсяги поставок з постачальниками в 2020 році збільшились на 28%. Даний показник свідчить про достатньо високий потенціал підприємства у збільшенні обсягів виробництва. Строк придатності від дня виготовлення бердичівського пива становить від 12 до 14 діб, в залежності від сорту пива. Пиво повинно доставлятися у точки реалізації якомога швидше, в цьому і полягає основна проблема конкурентоспроможності продукції підприємства.

2.2 Оцінка економічної діяльності досліджуваного підприємства

Діяльність підприємств в умовах ринкової економіки пов'язана з необхідністю підвищувати конкурентоспроможність продукції та послуг шляхом безупинного підвищення ефективності використання ресурсів і підприємницьких можливостей підприємства.[3]

Діагностику господарської діяльності доцільно проводити шляхом аналізу показників, що відображають роботу підприємства. Проаналізуємо основні економічні показники діяльності підприємства ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» (табл. 2.1).

Для даних показників поведемо аналіз за три звітних періоди. Для проведення аналізу скористаємося фінансовою звітністю за останні три роки.

Таблиця 2.1.

Аналіз основних фінансово-економічних показників господарської діяльності
ТОВ "Бердичівський пивоварний завод"

№ з/п	Показники	Роки			Відхилення 2020 р. до 2018 р.	
		2018	2019	2020	+/-	%
1	2	3	4	5	6	7
1	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	102556	127096	148647	46091	44,94
2	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	78108	93576	96296	18188	23,28
3	Валовий прибуток, тис. грн.	24448	33520	52351	27903	114,13
4	Адміністративні витрати	10285	12719	15307	5 022	48,83
5	Витрати на збут, тис. грн.	589	850	691	102	17,32
6	Операційний прибуток (збиток), тис. грн.	14668	21186	33757	19 089	130,14
7	Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	12028	17373	28827	16 799	139,66
8	Сукупний дохід, тис. грн.	12028	17373	28827	16 799	139,66
9	Валова рентабельність основної діяльності %	31,3	35,82	54,36	23,06	-
10	Рентабельність операційної діяльності, %	16,48	19,77	28,81	12,33	-

На основі отриманих даних з таблиці 2.1., можемо спостерігати доволі швидку динаміку росту доходів відносно менш швидкої динаміки росту собівартості продукції. Внаслідок чого у 2020 році сукупний дохід досліджуваного підприємства зріс на 16799 тис. грн. порівняно з 2018, що у відсотках складає 139,66% (більш ніж у 2 рази).

Такі показники свідчать про позитивну динаміку функціонування підприємства.

Таблиця 2.2

Склад та структура операційних витрат
ТОВ «Бердичівський пивоварний завод»

№ з/п	Показники	Роки						Відхилення 2020 р. до 2018 р.	
		2018		2019		2020		+/-	%
		Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%		
1	Матеріальні затрати	63932	71,85	73374	68,48	74679	63,74	10 747	-8,11
2	Витрати на оплату праці	13853	15,57	20185	18,84	21681	18,5	7 828	2,93
3	Відрахування на соціальні заходи	2900	3,26	4214	3,93	4500	3,84	1 600	0,58
4	Амортизація	5340	6	5565	5,19	11435	9,76	6 095	3,76
5	Інші операційні витрати	2957	3,32	3807	3,55	4872	4,16	1 915	0,84
	Разом	88982	100,0	107145	100,0	117167	100,0	28 185	0

З даних таблиці 2.2 можемо сформулювати т певні висновки.

Найбільшого зростання зазнали матеріальні затрати, вони у 2020 зросли на 10747 тис. грн., у порівнянні з 2018, проте їхня частка у структурі операційних витрат зменшилась на 8,11%. Таке зростання обумовлюється розширенням обсягів виробництва, про що свідчать дані з таблиці 2.1., звідси ж і впливає зростання витрат пов'язаних з амортизаційними відрахуваннями - 6095 тис. грн. (3,76%)

Відчутно зріс показник витрат на оплату праці - 7828 тис. грн.(2,93%), така динаміка росту вірогідно пов'язана із підвищенням мінімальної заробітної плати в Україні.

Зростання показників у 2020 році не несуть за собою негативного впливу, як такого, адже підприємство постійно розвивається і зростання витрат цілком закономірне.

Ресурсне забезпечення підприємства характеризується ефективністю їх використання в процесі підприємницької діяльності . Оцінимо наявність та

застосування потужностей підприємства в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Показники раціонального використання ресурсів

ТОВ «Бердичівський пивоварний завод»

№ з/п	Показники	Роки			Відхилення 2020 р. до 2018 р.	
		2018	2019	2020	+/-	%
1	2	3	4	5	6	7
1	Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	57451	35807	57089	-362	-0,63
2	Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	39142	43845,5	53018,5	13876,5	35,45
3	Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	145	145	150	5,00	3,45
4	Фондовіддача	1,79	3,55	2,60	0,82	45,86
5	Фондомісткість	0,56	0,28	0,38	-0,18	-31,44
6	Фондоозброєність, тис. грн.	396,21	246,94	380,59	-15,62	-3,94
7	Коефіцієнт обороту оборотних активів, об.	2,62	2,90	2,80	0,18	7,01
8	Тривалість одного обороту оборотних активів, дн.	137,40	124,19	128,40	-9,00	-6,55
9	Матеріаловіддача	1,22	1,28	1,29	0,07	5,3
10	Матеріаломісткість	0,82	0,78	0,78	-0,04	-5,25
11	Рентабельність використання основних і оборотних засобів, %	20,94	48,52	50,49	29,56	141,19
12	Середньорічна оплата одного працівника, тис. грн.	95,54	139,21	144,54	49,00	51,29

Аналізуючи дані, отримані з таблиці 2.3. Станом на 2020 рік, можемо спостерігати аналогічну тенденцію росту вартості оборотних активів підприємства, розмір яких зріс на 35,45% у порівнянні з 2018 роком. Обумовлюється це, як було написано вище, розширенням обсягів виробництва, і зростання даного показника є цілком нормальним.

Також варті уваги такий момент, як зростання фондовіддачі на 45,86%, що свідчить про зростання ефективності використання основних фондів підприємства.

Аналогічно з показником таблиці 2.2. спостерігається динаміка росту оплати праці (+49% на одного працівника порівняно з 2018 роком).

2.3.Оцінка конкурентоспроможності продукції на ТОВ «Бердичівський пивоварний завод»

Провівши аналіз основних економічних показників ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» та визначивши основні напрямки діяльності підприємства можемо зробити висновок, що досліджуване підприємство має високий виробничий та науковий-технічний потенціал.

Необхідно визначити частку ринку продукту в загальному обсязі реалізації підприємства.

Проведемо оцінку конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «Бердичівський пивоварний завод». Оцінювання конкурентоспроможності буде здійснюватися за допомогою порівняння найбільш конкурентних сортів Бердичівського пива та продукції конкурента ПрАТ «Оболонь» Оболонь «Premium extra Brew»[16].

Найбільш прибутковим сортом пива виробленим підприємством ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» є Бердичівське «Пшеничне» (Додаток Е.). Для визначення конкурентоспроможності застосуємо метод індексної оцінки параметрів товару на базі бальної оцінки технічних та якісних ознак (табл. 2.4)

Таблиця 2.4

Бальна оцінка технічних та економічних ознак

Показники	Бальна оцінка	Вагомий коефіцієнт
1.Технічні показники		
Харчова цінність в 100 г.	9,8	0,1
Енергетична цінність	4,9	0,1
Упаковка	10	0,09
Маркування	11	0,1
Органолептика	12	0,3
Масова частка спирту	9	0,11
Масова частка зсушених речовин у первозданному суслі	15	0,1
Піностійкість	10	0,1
2.Економічні показники		0,1
Ціна	10	0,1
Сума	91,7	1

За допомогою бальної оцінки проведемо аналіз конкурентоспроможності продукції досліджуваного підприємства.

Технічні параметри оцінки конкурентоспроможності продукції

Параметр	Коефіцієнт вагомості параметрів	ПрАТ «Оболонь»	ТОВ «Бердичівський пивоварний завод	Максимальна кількість балів	Еталонне Значення
		Оболонь «Premium extra Brew»	Бердичівське «Пшеничне»		
Харчова цінність в 100 грам	0,1	9,1	9,8	10	9,8
Енергетична цінність	0,1	3,8	4,9	5	9,9
Упаковка	0,09	15	10	15	10
Маркування	0,1	8	11	11	10
Органолептика	0,3	9	12	12	9
Масова частка спирту	0,11	10	9	10	5,61
Масова частка сухих речовин у початковому суслі	0,1	12	15	15	13
Піностійкість	0,1	10	10	10	10

Проведемо розрахунок індексу технічних параметрів :

$$I_{\text{тех}} = \frac{9,1}{9,8} \times 0,1 + \frac{3,8}{4,9} \times 0,1 + \frac{15}{10} \times 0,09 + \frac{8}{11} \times 0,1 + \frac{9}{12} \times 0,3 + \frac{10}{9} \times 0,11 + \frac{12}{15} \times 0,1 + \frac{10}{10} \times 0,1 = 0,91$$

Значення індексу технічних параметрів 0,91 означає ,що «Кармеліт» за технічними параметрами на 9% має меншу конкурентоспроможність відносно товару-конкурента.

Економічні параметри конкурентоспроможності продукції

Параметр	ТОВ «Бердичівський пивоварний завод»	ПрАТ «Оболонь»	Максимальний бал	Еталонне значення
	Бердичівське «Пшеничне»	Оболонь «Premium extra Brew»		
Ціна	10	10	10	10

Проведемо розрахунок *індексу економічних параметрів*:

$$I_{\text{ек}} = \frac{10}{10} = 1$$

Значення індексу економічних параметрів 1 означає ,що Бердичівське «Пшеничне» та Оболонь «Premium extra Brew» мають рівну конкурентоспроможність відносно економічних параметрів .

На базі здійсненого дослідження розрахуємо коефіцієнт конкурентоспроможності продукції :

$$K_{\text{кон}} = \frac{0,91}{1} \equiv 0,91$$

Значення коефіцієнта конкурентоспроможності 0,91 означає ,що пиво «пшеничне» підприємства ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» на 9 % є менш конкурентоспроможним ,ніж пиво «Premium extra Brew» підприємства – конкурента ПрАТ «Оболонь».

Здійснивши аналіз конкурентоспроможності продукції,можна зробити такі , що підприємство ТОВ « Бердичівський пивоварний завод» має великі можливості щодо зміцнення та підняття конкурентоспроможності продукції підприємства . За допомогою зміцнення своїх технічних параметрів підприємство матиме змогу вийти на новий рівень конкурентоспроможності продукції.

РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ У ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС ЗАХОДІВ НАЦІЛЕНИХ НА ПОКРАЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «БЕРДИЧІВСЬКИЙ ПИВОВАРНИЙ ЗАВОД»

3.1. Обґрунтування доцільності впровадження нової технології.

Основною проблемою, через яку досліджуване підприємство не може конкурувати з великими компаніями пивоварної галузі в Україні є низький строк зберігання пива. Дана проблема обмежує підприємство у збуті своєї продукції, як в інших регіонах країни, так і в своєму. Так як термін зберігання пива з дня виготовлення становить від 12 до 14 діб, Бердичівський пивзавод програє конкуренцію іншим виробникам на дистанції.

Пропонується впровадити у виробничий процес нову технологію обробки пива, а саме пастеризацію.

Пастеризація – це послідовний процес нагрівання готового пива до визначеної температури, а потім його охолодження. Під час термічної обробки знищуються живі дріжджі та мікроорганізми, які впливають на строк придатності напою. Мета такої процедури – збільшення строку зберігання пива. [17]

Таким чином ідея впровадження технології пастеризації пива є економічно доцільною. Збільшення строку придатності пива дасть змогу досліджуваному підприємству закріпитися на одному рівні з крупними виробниками пива в Україні.

Так як на продукцію яку виробляє ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» вже сформований сталий попит, планується освоєння нових ринків для збуту пива, за рахунок впровадження у виробничий процес нової технології, та як наслідок залучення нових клієнтів-споживачів.

3.2 Економічна оцінка інвестиційного проекту по впровадженню нової технології обробки пива.

Для збільшення рівня конкуренції продукції ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» пропонується ввести нову технологію обробки пива, а саме пастеризацію.

Дослідивши ринок пастеризаторів для пива, рекомендую для придбання підприємством пастеризатор тунельного типу «HermisTP-HRW10/15» з продуктивністю 5000 – 15000 Б/Ч. Характеристики даного пастеризатора наведені у додатку Ж.

Таблиця 3.1

Фінансово-економічна характеристика впровадження нової технології

Показник	Кількість,шт	Ціна, грн..
1. Найменування витрат:		
Вартість обладнання	1	179246,9
Вартість транспортування		13462,35
Вартість монтажних робіт		12000,00
Вартість налагодження програми		1900,00
Всього	1	206609,25
2. Собівартість продукції		
Собівартість в т.ч. ПДВ		95 634
Без ПДВ		76507,2
3. Доходи від реалізації продукції	70000л	178647
в т.ч. ПДВ		35729,4
4. Сплата податків		
ПДВ		35729,4
Акцизний податок		18904,7
Податок на прибуток		25 725,17
5. Чистий прибуток		98 287,73
6. Термін окупності , років		5

Із наведених в таблиці даних зробимо розрахунок показників для оцінки очікуваних інвестицій по проекту та дані зведемо до таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Розрахунок інвестиційної окупності впровадження нової технології

Роки	Дохід грн.	Витрати грн.	Коефіцієнт дисконтування, Q= 30%	Грошовий потік, грн.	Дисконтний грошовий потік, грн.
1	-	206609,25	0,769	-206609,25	-158882,51
2	98287,73	-	0,592	+98287,73	+58186,34
3	98287,73	-	0,455	+98287,73	+44720,92
4	98287,73	-	0,349	+98287,73	+34302,42
5	98287,73	-	0,269	+98287,73	+26439,41
Всього	393150,92	206609,25	-	186 541,67	+4776,58

Аналізуючи дані отримані в таблиці 3.2 отримуємо наступні висновки:

Термін окупності інвестицій становитиме 5 років. Сума чистого доходу за протягом 4 років експлуатації нової технології буде становити +98287,73грн.,

На основі даних з таблиці 2.1 визначимо коефіцієнт рентабельності впровадження запропонованого інвестиційного проекту.

$$\text{Рентабельність інвестицій} = \frac{\text{чистий прибуток від впровадження нової технології}}{\text{витрати на впровадження нової технології}};$$

Тоді маємо для нашого проекту:

$$\text{Рентабельність проекту} = \frac{393150,92}{206609,25} = 1,9$$

Отже рентабельність інвестиційного проекту по вдосконаленню технології виробництва пива становить 1,9, тому представлений проект можна впроваджувати, оскільки він буде ефективним.

ВИСНОВОК

У випускній кваліфікаційній роботі виконано розгляд та узагальнення теоретико-методичних засад системного управління конкурентоспроможності продукції

В основі конкурентоспроможності продукції підприємств лежить здатність підприємств-виробників окремої галузі реалізовувати продукцію, яка відповідає державним та міжнародним стандартам якості, задовольняє вимоги споживачів та приносить прибуток підприємству.

В умовах ринку на якому діють закони чистої конкуренції, для забезпечення попиту на товар або послугу, підприємство постійно вдосконалювати свою продукцію.

Для існування на в таких умовах важливу роль відіграють методи, за допомогою яких проводиться оцінка та аналіз конкурентоспроможності як своєї продукції, так і конкурентів.

Найбільш практичними є комплексний та змішаний методи, які дають змогу розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності.

Таким чином, щоб досягнути високого рівня конкурентоспроможності продукції, підприємцям необхідно проводити аналітичну роботу з дослідження ринкового середовища та потреби споживачів.

Проаналізувавши фінансово-економічну діяльність підприємства можна стверджувати, що прибутки підприємства з кожним роком збільшуються так у 2020 році відносно 2018 року чистий прибуток підприємства зріс більше ніж у 2 рази, що безумовно свідчить про хорошу динаміку роботи та розвитку підприємства. Настільки велика динаміка збільшення доходів також свідчить про високий потенціал підприємства для виходу на нові ринки збуту.

Для розрахунку конкурентоспроможності продукції підприємства було застосовано метод порівняння продукту ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» та продукції конкурента ПрАТ «Оболонь». Даний розрахунок дав

змогу повністю оцінити рівень конкурентоспроможності продукції ТОВ «Бердичівський пивоварний завод», та побачити незначні недоліки у технічних та економічних показниках роботи підприємства, а саме значення коефіцієнта конкурентоспроможності становить 0,91. Цей показник показує, що продукція підприємства на 9 % є менш конкурентоспроможною, ніж продукція підприємства-конкурента.

Для покращення конкурентоспроможності продукції досліджуваного підприємства було запропоновано інвестиційний проект, суть якого полягає в провадженні технології пастеризації пива для збільшення його терміну придатності. Фінансово-економічна характеристика запропонованого проекту показала, що дана інвестиція не є програшною, термін окупності становить 5 років.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Праця автора, Тези
2. Швед В.В. Конкурентоспроможність підприємства та особливості їх визначення в сучасних умовах / В.В. Швед, С.Л. Яблочников // Вісник Дніпропетровського університету. – 2013. – Випуск 7/1. – С. 92-97.
3. Адамик В.А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В.А. Адамик // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2012. – № 1. – С. 69-78.
4. Кирчата І. М. Оцінка конкурентного потенціалу підприємства в системі управління конкурентоспроможністю підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / І. М. Кирчата. – Маріуполь, 2007. - 18 с.
5. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // Маркетинг і менеджмент інновацій.– 2012.– №4. – С. 230–235
6. Колотілін В.М. Економічна діагностика: Навч.-метод. посібник. – Кривий Ріг: КЕІ, КНЕУ, 2010. – 137 с.
7. Прищепа М.С. Узагальнення теоретичних підходів до визначення поняття «конкурентоспроможність продукції». URL:<http://www.rusnauka.com/>
8. Степанкова А.А. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/>

Нормативно-правові акти

9. Конституція України.
URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
10. Податковий кодекс України.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
11. Господарський кодекс України.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

12. Закон України «Про акціонерні товариства»

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-17#Text>

13. Закон України «Про захист прав споживачів»

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

Інтернет-ресурси

14. ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» - офіційний сайт підприємства

URL: <https://berdpivo.com.ua/pro-kompaniyu/>

15. ТОВ «Бердичівський пивоварний завод» - офіційний сайт підприємства

URL: <https://berdpivo.com.ua/products/>

16. ПрАТ «Оболнь» - офіційний сайт підприємства

URL: <https://obolon.ua/ua>

17. Пастеризація пива

URL: <http://mag.fanatic.beer/articles/knowledge/pasterization>

18. Офіційний сайт виробника тунельних пастеризаторів пива «HERMIS»

URL: <https://www.hermis.biz/produkti/produkt/tunnelnyj-pasterizator/>

Додатки

Визначення терміну «конкурентоспроможність продукції»

№	Автор	Визначення
1	2	3
1	Іванов Ю.Б.	узагальнюючий показник життєстійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний та трудовий потенціал
2	Алексєєв С.Б.	економічна категорія, яка є результатом суб'єктивного співставлення покупцем споживацької користі у випадку купівлі товару даного підприємства із споживацькою користю від придбання аналогічних товарів фірм-конкурентів
3	Савінова Ю.А.	все те, що забезпечує переваги на зовнішньому ринку, сприяє успішному збуту в умовах конкуренції
4	Шершньова З.Є., Оборська С.В.	ступінь його відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо
5	Фамінський І.Ф.	порівняльна характеристика товару, віддзеркалює комплексну оцінку усієї сукупності його якісних і економічних властивостей (параметрів) відносно виявлених вимог ринку або властивостей другого товару
6	Фатхутдинов Р.А.	здійснюється на підставі аналізу і прогнозування динаміки трьох основних циклів: життєвого циклу товару, циклу прибутковості товару, відтворюючого циклу товару; ступінь задоволення конкретної потреби у порівнянні з найкращою аналогічною продукцією за наявності сертифіката якості
7	Печінкин А., Фомін В.	властивість, яку оцінюють за сукупністю основних техніко-економічних, якісних та вартісних показників, що відрізняють товар від товару-конкурента
8	Зав'ялов П.С.	поняття відносно, зв'язане з ринком та часом продажу (для товарів сезонного попиту), і визначається лише тими якостями, які мають суттєвий інтерес для споживачів
9	Єрмолов М.О.	сукупність трьох складових: якості виробу; умов створення, збуту, сервісу товару, що визначає його вартість; реклами, засобів стимулювання продажу, товарного знаку, пакування, гарантій, іміджу фірми
10	Енциклопедія бізнесмена, менеджера, економіста	сукупність якісних та вартісних характеристик продукції, що забезпечують її відповідність вимогам ринку у певний період часу. Це поняття характеризує ступінь привабливості товарів для споживачів у певних часових та просторових умовах.

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності продукції

Критерій	Види методів
За принципом, що використовується	<ul style="list-style-type: none"> • органолептичні, реєстраційні, вимірювальні, соціологічні(вимірюють одиничні критерії конкурентоспроможності); • експериментальні (оцінюють одиничні параметри конкурентоспроможності на певний момент часу, є досить достовірними, проте витратними за часовим параметром); • розрахункові (використовують, якщо необхідновизначити груповий показник або узагальнений критерій); • статистичні (застосовують при оцінці конкурентоспроможності на основі обсягу продажу); • аналітичні (застосовують для оцінки групових критеріїв, а також для оцінки діяльності конкурентів); • маркетингові (застосовують для визначення загальногорівня конкурентоспроможності);
За стадією життєвого циклу	<ul style="list-style-type: none"> • методи, які використовуються переважно на етапі проектування та виробництва продукту; • методи, що переважно використовують на етапі реалізації та експлуатації продукції;
За номенклатурою	<ul style="list-style-type: none"> • прямі (можуть містити значну кількість критеріїв, з яких основними є якість та ціна, дають можливість розраховувати інтегральний показник якості чи оцінювати відношення якість/ціна); • непрямі (основними також є якість та ціна, що закладаються в основу оцінювання після прямого розрахунку);
За способом відбору важливих аспектів товару	<ul style="list-style-type: none"> • відбір проводиться суб'єктами оцінки; • відбір проводиться на основі експертного опитування з числа внутрішніх та зовнішніх експертів; • відбір проводиться на основі думки репрезентативної вибірки споживачів;
За показниками оцінки	<ul style="list-style-type: none"> • диференційований; • комплексний; • змішаний;
За формою представлення результатів	<ul style="list-style-type: none"> • розрахунково-аналітичний; • матричний метод (наприклад, "Матриця Нільсона"); • графічний метод.

(складено автором на основі [6])

Технічні параметри	характеризують технічні та фізичні властивості товару
	характеризують вплив товару на середовище зовнішнє
Ергономічні параметри	характеризують міру відповідності продукції властивостям людського організму в процесі виконання трудових операцій чи споживанні
Естетичні параметри	містять в собі такі характеристики інформаційної виразності продукції
економічні параметри	визначають рівень виробничих витрат і ціну споживання через витрати на придбання, споживання, обслуговування, утилізацію товару
Нормативно-правові параметри	характеризують міру відповідності продукції встановленим вимогам, нормам, стандартам, що визначені відповідними нормативно-правовими документами
	наявні в продукції ознаки, що надають можливість класифікувати її відповідно до державних класифікаторів продукції
Нецінові параметри	наявні у підприємства переваги, які не мають цінового вираження, однак збільшують конкурентоспроможність продукції (маркетинг, репутація компанії, наявні бізнес-зв'язки, ексклюзивність продукції тощо)

Оцінка інтегрального коефіцієнту конкурентоспроможності продукції ($K_{ін}$) передбачає використання її складових – ціни та якості з урахуванням стадій життєвого циклу товару та розраховується за формулою:

$$K_{ін} = K_{я} \times \gamma_1 + K_{ц} \times \gamma_2, (1.1)$$

де $K_{ін}$ – інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності продукції

$$(0 \leq K_{ін} \leq 1);$$

$K_{я}$ – коефіцієнт конкурентоспроможності за якістю ($0 \leq K_{я} \leq 1$);

$K_{ц}$ – коефіцієнт конкурентоспроможності за ціною ($0 \leq K_{ц} \leq 1$);

γ_1, γ_2 – коефіцієнти значимості показників якості та ціни на стадіях життєвого циклу товару.

Якщо $K_{ін} > 1$, то товар перевершує за конкурентоспроможністю зразок, якщо $K_{ін} < 1$ - поступається, а коли $K_{ін} = 1$ - на одному рівні. При обчисленні параметрів необхідно мати на увазі, що, якщо елемент одиничних показників дорівнює нулю, то товар не відповідає обраній нормі.

Методи передбачають оцінку рівня конкурентоспроможності продукції як інтегрального результату дії широкого спектру чинників, таких як: продукт, ціна, канали збуту, реалізація, рівень потенціалу управлінських структур та персоналу, та визначають проведення розрахунків у декілька етапів. Кожний із методів здатний точно оцінити рівень конкурентоспроможності продукції та дати повний аналіз результатів. [3]

Основні відомості ТОВ «Бердичівський пивоварний завод»

Назва	ТОВ «Бердичівський пивоварний завод»
Організаційно-правова форма	Відкрите акціонерне товариство
Код ЄДРПОУ	05418342
Місцезнаходження	13300, Україна, Житомирська область, м. Бердичів, вул. Європейська, буд. 114
Дата реєстрації	1 березня 1995 року. Свідоцтво про державну реєстрацію видано Бердичівським міським виконавчим комітетом ради народних депутатів, №61
Дата внесення змін в установчі документи	Нова редакція статуту зареєстрована Виконавчим комітетом Бердичівської міської Ради народних депутатів 12 вересня 2000 року. Реєстраційний номер 193.
Розрахунковий рахунок	2602335
МФО	311669
Назва банку	АППБ –Аваль»
Основні види діяльності	Виробництво пиво, екстракту хмелю, солоду пивоварного, оптова та роздрібна торгівля, транспортно-експедиційні послуги
Чисельність працівників	150
Статутний фонд	8280 грн. 30 коп.
Кількість акціонерів	Засновники товариства є фізичні особи, по іменовані в установчому договорі про створення товариства в кількості 197. їх частка в статутному фонду – 100%. Кількість акціонерів на кінець 2000 року – 59, з них 58 фізичних осіб (доля в статутному капіталі 56,06%), одна юридична особа – ПрАТ «Бердичівпиво» (доля в статутному фонді – 43,94%).

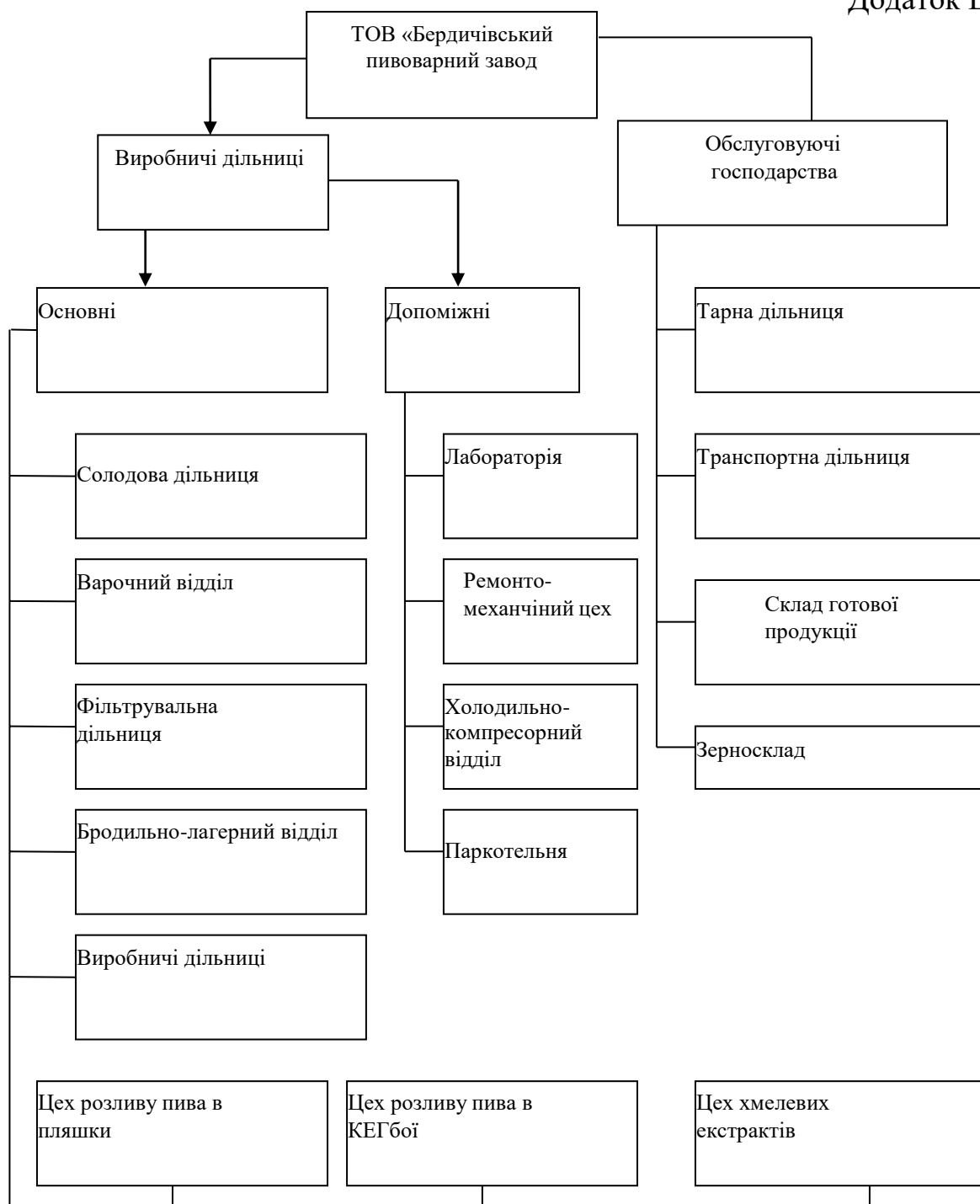


Рисунок Е.1 – Виробнича структура ТОВ «Бердичівський пивоварний завод»



Рис. Е.2. Загальна структура ТОВ «Бердичівський пивзавод»

Таблиця Е.2

Характеристика постачальників сировини ТОВ «Бердичівський пивоварний завод»

Матеріали	Постачальники	Роки				Відхилення	
		2019		2020			
		Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	+/-	%
1. Основні: солод ячмінний	ТОВ „Бердичівська солодова компанія»	987	39,39	1089	33	102	10,33
2. Солод житній ферментований	Чуднівський спиртзавод	0,21	0,08	0,30	0,009	0,09	42,85
3. Ячмінь	(Бердичівський та Чуднівський р-н)	687	27	877	27	190	27,70
4. Хміль	(Бердичівський, Житомирський р-н)	286	11,43	329	10,23	43	15,08
5. Рисова січка	Приватні підприємства України	14	0,592	16	0,521	2	13,20
6. Цукор	Приватні підприємства і підприємці	39	1,58	41	1,29	2	5,2
7. Допоміжні: Кроненпробка	ПрАТ „УКР-ПАК М.Я-ворів	19	6,77	23	7,34	4	21,1
8. Етикетки	ТОВ „Зірка» м.Чернігів	269	10,70	393	12,20	124	46
9. Клей „супер»	Тов „Вупка-скот» м.Івано-Франківськ	31	1,24	39	1,22	8	26
10. Діоксид вуглецю	ТОВ „Техно газ» м Вінниця	13	0,52	15	0,49	2	15
11. Каустична сода	ТОВ „ Нафта України», Київ	38	1,52	44	1,38	6	15,8
12. Кізелгур	ТОВ „Вулка –скот» м Івано-Франківськ	89	3,58	101	3,16	12	13,5
13. Фільтр кортовий	„Українська пивна компанія Харків	12	0,48	14	0,45	2	16,7
14. Хлорне вапно	ТОВ „Нафта України» Київ	6	0,28	7	0,25	1	16,7
15. Триполіфосфат	ТОВ „Влас» Київ	10	0,40	12	0,37	2	20
Всього		2506	100	3221	100	715	28,5

Додаток Е

Таблиця Е.1

Визначення продукту – лідера

№	Продукт підприємства	Обсяг реалізації за роками		Частка ринку	
		2019 тис грн	2020 тис грн	ТОВ «Бердичівський пивоварний завод»	ПАТ «Оболонь»
1	Пиво «Бердичівське оригінальне»	57987	59687	12	19
2	Пиво «Пшеничне»	58234	60987	21	10
3	Пиво «Жигулівське»	46675	49568	8	9
4	Пиво «Кармеліт»	50234	51567	10	3
Сума			221809	-	-

Характеристики пастеризатора тунельного типу «Hermis TP-HRW 10/15»

Тунельний пастеризатор "TP-HRW"	<i>призначений для термічної обробки продукту в тарі, з метою підвищення його біологічної стійкості.</i>
Продуктивність	<i>від 5000 до 15000 б / год</i>
Продукт	<i>пиво, квас, сік, вино, газовані і негазовані напої, консервовані продукти о</i>
Кількість температурних зон	<i>від 7 до 10</i>
Робочий режим	<i>автоматичний, напіваавтоматичний</i>
Джерело нагріву	<i>пар, гаряча вода, електрика</i>
Розміри	<i>залежить від тари, необхідної температури. Пастеризатор виготовляється у вигляді тунелю</i>
Матеріал	<i>нержавіюча сталь AISI 304, AISI 316L, AISI 316Ti, AISI 321</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Весь процес пастеризації повністю автоматичний • • Реєстрація до 8 параметрів пастеризації • • Система водообміну між зонами нагрівання та охолодження • • Система відкриття і фіксації верхніх кришок полегшує доступ і спрощує чистку • • Система активної подачі тари • • Система захисту від перевантаження • • Система збору та повернення конденсату • • Ефективна і незалежна система розпилення в кожній зоні • • Автоматичний моніторинг і регулювання PU • • Аварійний сигналізація • • Створення «рецептів» для різних продуктів і форматів тари • • Віддалений доступ через модем і передачу даних (Profibus, Інтернет і т. Д.) <p>Сенсорна панель управління (touch screen)</p>

<p>Компанія HERMIS використовує тільки якісні матеріали і комплектуючі, виготовлені в Європі, які відповідають всім вимогам якості:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>моторедуктора LENZE, SEW-EURODRIVE</i> • <i>Насоси LOWARA, GRUNDFOS, KSB</i> • <i>Парові клапани BURKERT, SAMSON</i> • <i>Регістр температури ENDRESS + HAUSER</i> • <i>Теплообмінники FUNKE, KELVION</i> • <i>Система активної подачі тари REXNORD</i> • <i>Система електричного управління SIEMENS, MOELLER, OMRON</i> • <i>Система автоматичного управління SIEMENS</i> • <i>Пластикова модульна стрічка REXNORD, MOVEX або конвеєрна стрічка з нержавіючої сталі HERMIS, TWENTEBELT</i> • <i>Система подачі повітря SMC, FESTO</i> • <i>Распильные форсунки LECHLER</i>
--	--

Розроблено автором на основі [18]