

Міністерство освіти і науки України  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту

(повна назва факультету)

Кафедра менеджменту та адміністрування

(повна назва кафедри)

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

бакалавр

(назва освітнього ступеня)

на тему: «Обґрунтування доцільності впровадження у виробництво  
нової продукції та надання послуг, на прикладі ПП "Файний пекар»

Виконав(ла): студент(ка) IV курсу, групи БМ-41  
спеціальності 073 Менеджмент

(шифр і назва спеціальності)

	<u>Провальний В.А.</u>
(підпис)	(прізвище та ініціали)
Керівник	<u>Гарматюк О.О.</u>
(підпис)	(прізвище та ініціали)
Нормоконтроль	<u>Мосій О. Б.</u>
(підпис)	(прізвище та ініціали)
Завідувач кафедри	<u>Сороківська О. А.</u>
(підпис)	(прізвище та ініціали)
Рецензент	<u>Стойко І.І.</u>
(підпис)	(прізвище та ініціали)

Міністерство освіти і науки України  
**Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя**

Факультет економіки та менеджменту  
(повна назва факультету)

Кафедра менеджменту та адміністрування  
(повна назва кафедри)

ЗАТВЕРДЖУЮ  
 Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(підпис)                      (прізвище та ініціали)  
 «    »                                      2024 р.

## ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
(назва освітнього ступеня)

за спеціальністю 073 «Менеджмент»  
(шифр і назва спеціальності)

студенту Провальному Володимиру Андрійовичу  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Обґрунтування доцільності впровадження у виробництво нової продукції та надання послуг, на прикладі ПП "Файний пекар»

Керівник роботи Гарматюк Оксана Олегівна, к.е.н., доцент  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом ректора від «05» лютого 2024 року № 4/7-119

2. Термін подання студентом завершеної роботи 25 червня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи звіти про фінансові результати, баланси, звіти з праці, дані виробничої діяльності підприємства, тощо.

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Вступ. Розділ 1 Теоретичні засади розвитку підприємства на основі впровадження у виробництво нової продукції

Розділ 2 Характеристика основної діяльності та аналіз асортименту продукції та послуг на ПП «Файний Пекар»

Розділ 3 Обґрунтування доцільності впровадження нових рішень в асортименті продукції та послуг на ПП «Файний Пекар»

Розділ 4 Безпека у надзвичайних ситуаціях, охорона праці. Висновки

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

Показники фінансової стійкості ПП «Файний Пекар» за 2021-2023рр.

Показники ліквідності та платоспроможності ПП «Файний Пекар» за 2021-2023рр.

Динаміка зростання виробництва продукції на ПП «Файний Пекар» за 2021-2023 роки.

Питома частка кожної категорії асортименту. Співвідношення виготовлених виробів ПП «Файний Пекар» по кожній категорії за 2021-2023 роки. Фактори непрямого впливу

зовнішнього середовища. Порівняння вартості продуктів для виготовлення кондитерських виробів в Тернопільській та Львівській областях. Фактори прямого впливу зовнішнього

середовища. Обсяг реалізованих борошняних кондитерських виробів у Тернопільській області

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Безпека життєдіяльності, охорона праці	Окіпний І.Б., к.т.н., доцент		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ	лютий 2024 р.	
2	Розділ 1 Теоретичні засади розвитку підприємства на основі впровадження у виробництво нової продукції	березень 2024 р.	
3	Розділ 2 Характеристика основної діяльності та аналіз асортименту продукції та послуг ПП «Файний Пекар»	квітень 2024 р.	
4	Розділ 3 Обґрунтування доцільності впровадження нових рішень в асортименті продукції та послуг на ПП «Файний Пекар»	травень 2024 р.	
5	Розділ 4 Безпека у надзвичайних ситуаціях, охорона праці	травень 2024 р.	
6	Висновки	червень 2024 р.	

Студент

\_\_\_\_\_ (підпис)

Провальний В. А.

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

\_\_\_\_\_ (підпис)

Гарматюк О. О.

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

**Провальний В. А. Обґрунтування доцільності впровадження у виробництво нової продукції та надання послуг, на прикладі ПП "Файний пекар".**

Кваліфікаційна робота бакалавра: 69 сторінок, 7 рисунків, 9 таблиць, 21 літературне джерело.

**Предмет дослідження** – політика формування та управління асортиментом на ПП «Файний Пекар».

**Об'єктом** дослідження є асортимент товарів та послуг, а також пов'язана з ним діяльність ПП «Файний пекар».

**Мета роботи** – надання практичних рекомендацій, стосовно покращення асортименту продуктів та послуг на ПП «Файний Пекар».

**Методи дослідження:** аналітичні, порівняльні, спостереження, синтезу, узагальнення тощо.

У роботі розроблено та обґрунтовано заходи, що мають на меті покращити загальне становище підприємства ПП «Файний Пекар». Запропоновано впровадження широкого асортименту продуктів та послуг на базі створення кондитерського цеху, а також впровадження у виробництво еклерів з заварним кремом та шоколадною глазур'ю за рахунок вдосконалення існуючого цеху та його виробничих ліній.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентоздатність, фактори, виробництво, попит, рентабельність.

## SUMMARY

**Provalnyi V. A. Justification of the feasibility of introducing new products into production and providing services (PE "Fainyi Pekar" as a case study)**

**Bachelor's thesis:** 69 pages, 7 figures, 9 tables, 21 references.

**Subject of investigation** is the forming policy and the assortment managing at PE " Fainyi Pekar ".

**The object of investigation** is the range of goods and services and all the related activities of the PE " Fainyi Pekar ".

**The aim of the work** is providing practical recommendations on how to improve the range of products and services at the PE " Fainyi Pekar ".

**Research methods:** analytical, comparative, observation, synthesis, generalisation, etc.

The article develops and substantiates measures aimed at improving the general position of the PE " Fainyi Pekar ". It is proposed to introduce a wide range of products and services on the basis of creation of a confectionery shop, as well as to introduce eclairs with custard and chocolate glaze into production by improving the existing shop and its production lines.

**Key words:** competitiveness, competitiveness, factors, production, demand, profitability.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ У ВИРОБНИЦТВО НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ .....	9
1.1 Суть та роль інновацій в процесі розвитку підприємства .....	9
1.2 Впровадження у виробництво нової продукції (послуг) як один із шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	14
РОЗДІЛ 2 ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ ПП «ФАЙНИЙ ПЕКАР» .....	23
2.1 Характеристика виробничо-господарської діяльності ПП «Файний пекар»	23
2.2. Аналіз асортименту та виробництва продукції підприємства .....	32
РОЗДІЛ 3 ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ РІШЕНЬ В АСОРТИМЕНТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ НА ПП «ФАЙНИЙ ПЕКАР».....	40
3.1 Обґрунтування заходів щодо покращення асортименту продукції та послуг досліджуваного підприємства.....	40
3.2 Обґрунтування доцільності впровадження еклерів з кремом та шоколадною глазур'ю на ПП «Файний Пекар».....	53
РОЗДІЛ 4 БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ, ОХОРОНА ПРАЦІ	58
4.1 Долікарська допомога при кровотечах .....	58
4.2 Психофізіологічне розвантаження для працівників.....	61
ВИСНОВКИ.....	66
БІБЛІОГРАФІЯ.....	67
ДОДАТКИ.....	<b>Помилка! Закладку не визначено.</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Сучасні умови економічного розвитку вимагають від вітчизняних підприємств швидко реагувати та пристосовуватися до постійних змін. За таких умов існування підприємства, постійно постає питання його конкурентоспроможності, фінансової стійкості, котрі зазвичай прямо залежить від асортименту товарів та послуг що пропонує підприємство, а точніше їхньої здатності забезпечити функціонування підприємства, отримання прибутку, для формування операційного запасу коштів, потрібних на його розвиток, розробку та впровадження інноваційних проектів. Для відповідності зазначеним вимогам, вони повинні не тільки користуватися попитом, але й бути рентабельними.

**Метою роботи** є розроблення заходів, щодо покращення асортименту, та обґрунтування доцільності їх впровадження на ПП «Файний Пекар».

**Завданням роботи** є

- Теоретичний розгляд важливості здійснення змін в асортименті підприємства.
- Розгляд діяльності, характеристика та аналіз ПП «Файний Пекар» та його асортименту.
- Розробка пропозицій впровадження нових продуктів та послуг до асортименту.

**Предмет дослідження** – політика формування та управління асортиментом на ПП «Файний Пекар»

**Об'єктом дослідження** є асортимент товарів та послуг, а також пов'язана з ними діяльність ПП «Файний Пекар»

**Практичне значення результатів роботи** для підприємства полягає в можливості використання запропонованих, проаналізованих та обґрунтованих ідей, щодо впровадження у виробництво нових рішень, що дозволить зекономити ресурси підприємства.

**Інформаційною базою** стали нормативно-правові акти, інструкції, зведені реєстри аналітичного та синтетичного обліку, статистичні дані опубліковані Державною Службою Статистики України, інша звітність ПП «Файний пекар».

**Структура й обсяг кваліфікаційної роботи.** Робота включає вступ, чотири розділи, висновки, бібліографію. Обсяг роботи 69 сторінок комп'ютерного тексту. Робота включає 9 таблиць, 7 рисунків, бібліографічний перелік джерел із 21 найменування.



## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ У ВИРОБНИЦТВО НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

#### 1.1 Суть та роль інновацій в процесі розвитку підприємства

Кожне підприємство функціонуючи в сучасних ринкових умовах прагне досягти певних цілей, щоб задовольняти власні потреби та потреби своїх споживачів. Серед потреб підприємства, перш за все є отримання прибутку, щоб мати змогу залишатися «на плаву», фінансувати роботу своїх структурних підрозділів, задовольняти потреби власника або інвестора даного підприємства. Щодо задоволення потреб останнього є першочерговим завданням для керівництва підприємством, бо інвестор не погодився б інвестувати знаючи що не отримає з цього фінансової вигоди. Задоволення потреб споживачів, в основному, зводяться до отримання якісного продукту за допустимою ціною. А для цього підприємству потрібні кошти на бенчмаркінг, постійні дослідження, аналіз якості, впровадження нових та вдосконалення існуючих способів виготовлення продукції, процесів та технологій надання високоякісних послуг. А для цього підприємство повинно бути конкурентоздатним, тобто бути кращим за своїх конкурентів, які мають схожі місію, завдання та цілі, проте відрізняються своїми можливостями.

У контексті глобалізації та дедалі гострішої конкуренції інновації є основою конкурентоспроможності, що дозволяє країнам з інноваційними конкурентними перевагами займати вигідну позицію в міжнародному співтоваристві. Тому стратегічним завданням національної економіки є підвищення конкурентоспроможності на інноваційній основі, що дасть перевагу вітчизняним товаровиробникам у боротьбі з економічними конкурентами на внутрішньому та зовнішньому ринках.

У процесі концептуалізації нової реальності економічної практики представники неокласики Е. Чемберлін, А. Маршалл, Й. Шумпетер, Д.

Робінсон, Ф. Фон Хайєк сформували теорію недосконалої та монополістичної конкуренції, яка включала в об'єкти дослідження нецінову конкуренцію. З розвитком відносин між учасниками ринку, як зараз свідчать експерти, ступінь ввічливості відносин зростає, що свідчить про те, що соціальна природа конкуренції переважає над біологічною.

Економістами, конкуренція розглядається як певний об'єктивний закон, проте конкретної теорії конкурентної боротьби немає. Зазначимо, що існуючі дослідницькі та наукові роботи на цю тему різняться лише рівнями радикальності поглядів на форми вираження, природу, сучасний розвиток та її суть.

Зазвичай конкуренція розглядається як:

- Спосіб цінорегулювання.
- Суперництво між суб'єктами економічної діяльності.
- Важливий аспект ринкової рівноваги.

Найбільш поширеним є погляд на конкуренцію, як на змагання між виробниками за кращі умови існування, ринки, сировину, споживачів або інформацію.

Підходи до сприйняття і трактування конкуренції, серед сучасних розрізняють:

- Поведінковий, має на меті виявити особливості поведінки економічних суб'єктів, задіяних у гонитві за платоспроможними доходами. А. Сміт вважав конкуренцію поведінковою категорією, яка представляє суперництво між окремими продавцями та покупцями на ринку за найвигідніші операції. Популярна характеристика А. Сміта конкуренції як «невидимої руки», яка керує діями учасників ринку. Поведінковий підхід до розуміння природи конкуренції існував передусім у контексті неокласичної та класичної політичної економіки. З позиції даного підходу конкуренція вважається силою, яка регулює ціну ринкових товарів через властивості попиту та пропозиції, результатом якої є єдина ціна ідентичних товарів. Прихильники даного підходу виступали за те, що конкуренція повинна враховувати реальні та потенційні дії

інших у світі бізнесу, щоб створити (ревізію) власної поведінки на ринку. Формулювання гіпотези раціонального економічного агента дозволило трактувати конкуренцію як боротьбу за незвичайними економічними благами, а також за фінансово вигідних покупців. Вивчення результатів дослідників поведінкового підходу щодо розуміння конкуренції дає можливість зробити висновок, що формування критичних (а часом навіть категоричних) думок про його обмеженості часто ігнорує принцип історизму. З огляду на останні дослідження, основні постулати поведінкового підходу можна використовувати як основу для усвідомлення суті конкурентоспроможності та формування принципів керування нею, розуміючи, що зусилля виробників спрямовуватимуться на оволодіння ресурсами споживачів (коштами та часом), щоб максимально задовольнити їхні потреби.

- Функціональний підхід розглядає конкуренцію як аспект розвитку економіки, мотивації суб'єктів, які функціонують на ринку. Вважається, що цей підхід є наслідком поведінкового підходу, оскільки ґрунтується на поведінці підприємця, який здатен руйнувати стереотипи ведення бізнесу. Сьогодні загальноприйнятим є твердження про переважну важливість функціонального підходу для усвідомлення суті конкуренції. Незважаючи на зменшення життєвого циклу продукції, індивідуалізацію виробництва та збільшення швидкості інноваційних процесів, конкуренція стає все більш жорсткою. Такий стан речей зумовлює потребу в дослідженнях перспектив, можливостей і шляхів розвитку підприємств.

- Структурний підхід пояснює доцільність існування конкуренції з позиції, коли ринковий механізм знеособлений і зосереджений на аналізі конкурентних умов, які здебільшого залежать від розміру, кількості та діяльності учасників ринку. Адепти даного підходу зосереджуються не на суперництві економічних суб'єктів, а на вивченні ринкової структури, обставин, які на ньому виникають. В даному випадку конкуренцію розглядають як спосіб регулювання виробництва в суспільстві, в наслідок чого зміщуються фактори виробництва в галузях. В межах даного підходу виділяють наступні

види ринків за конкуренцією: монополія, монополістична конкуренція, олігополія, досконала конкуренція.

На ринку чистої конкуренції функціонують багато підприємств, які виробляють схожий продукт за своїми споживчими властивостями, використовують схожі технології і технологічні процеси для виготовлення такого продукту. На такому ринку, покупці володіють достатньою кількістю інформації про даний продукт, і його характеристики, а вихід на даний ринок для нових виробничих або торгових фірм є не сильно трудозатратним і зазвичай не зустрічає великого спротиву від фірм конкурентів. Це, в певному розумінні, економічна утопія для споживачів через великий вибір і невисокі ціни, зумовлені конкуренцією.

Монополія в свою чергу виступає як антипод, де весь обсяг продажів належить одному підприємству, серед причин можуть бути унікальність або інноваційність даного продукту, чи перевага даного підприємства, яка дозволила в той чи інший спосіб витіснити конкурентів з даного ринку. В такому випадку ціноутворення залежить в основному від даного підприємства і стримувати його від підвищення цін буде лише величина попиту, потреби та незамінність даного продукту для споживачів. Вхід в таку галузь є дуже важким, а іноді й зовсім неможливим.

На ринку монополістичної конкуренції існує певна кількість невеликих фірм, котрі виробляють диференційовану продукцію. Вихід на такий ринок для нових підприємств є відносно легким.

Щодо олігополії, то тут функціонують не багато підприємств, що пропонують диференційовані або однорідні товари. Вихід на такий ринок є важким.

Кожен учасник економічних відносин на будь-якому ринку, де присутні конкуренти, перебуває в певній суб'єктивній ситуації, де існують сильні конкуренти, котрі мають більший дохід та прибуток; краще технічне й технологічне оснащення; якісне кадрове забезпечення, що робить конкуренцію з такими підприємствами досить важкою справою.

Щоб покращувати свої позиції на ринку кожне підприємство мусить постійно розвиватись та вдосконалюватися, покращуючи якість продукції, збільшуючи її асортимент, впроваджуючи нові види продукції та послуги, використовуючи передові технології в даній галузі, а іноді кардинально змінюючи певні аспекти своєї діяльності. Дані зміни на підприємстві називають інноваціями, тобто такими, які сприяють загальному розвитку підприємства чи організації.

Інновацією вважається впровадження або винахід чогось надзвичайно нового, новітнього. До інновацій також відноситься впровадження існуючих технологій, які є новими лише в контексті функціонування даного підприємства і здатні збільшити його конкурентоспроможність, продуктивність, ефективність, або інші важливі аспекти його діяльності. Роль інновацій в сучасному бізнес середовищі неможливо переоцінити. Інновації дають можливість підприємствам не лише вижити, але іноді вони стають причиною кардинальних змін. Лише завдяки конкуренції, і як наслідок, інноваційній діяльності, підприємства мають змогу розвиватися і змінюватися.

Кожне підприємство існує і функціонує в межах певної держави, політика якої, в тій чи іншій мірі впливає на добробут економічних суб'єктів. Хоча, ринкова економіка вважається найбільш ефективною формою організації виробництва, американський учений Р. Клитгаард зазначав, що ефективний ринок є результатом розумної державної політики і законодавства. Механізм ринку не здатен забезпечити ефективного функціонування всіх аспектів народного господарства, тому держава повинна втручатися і регулювати економічні відносини, щоб вирішувати певні економічні проблеми, які не можуть бути вирішені ринком автоматично.

Серед державних методів впливу на економічні відносини є податкова система, оскільки податки в той чи інший, прямий або непрямий спосіб, присутні у всіх статтях розходів підприємства, чи це комунальні послуги, чи розходи на транспортування, чи витрати на сировину для виробництва, у випадку з підприємствами котрі виробляють продукцію, або товар, у випадку з

роздрібною торгівлею. І якщо прослідкувати життєвий цикл продукції можна побачити, що вона оподатковується ще до її створення, а також впродовж всього виробничого циклу, тобто до моменту продажу, а в деяких випадках і після продажу. Тож оподаткування має значний вплив на витрати суб'єкта господарювання, а отже зменшує суму коштів, котрі підприємство могло б акумулювати, для подальшого розвитку та впровадження інновацій.

Багатьма розвинутими країнами така система використовується для стимулювання інноваційної діяльності, а саме шляхом запровадження податкових пільг, для інвестицій на дослідження та впровадження інноваційних технологій, а також на розвиток певних галузей економіки. Вітчизняні спроби стимулювання інновацій шляхом податкових пільг не були дуже успішними, через недосконалість контролю.

Проаналізувавши інноваційні процеси в Україні, можна спостерігати зростання собівартості продукції. Завдання держави – створити сприятливі умови для ефективної взаємодії виробничого, наукового і технічного потенціалів, а також розробити механізми, які б дозволили активізувати інноваційну діяльність. Зовсім небагато підприємств мають змогу реалізовувати якісь інноваційні проекти. Тому вони змушені шукати інші, не пов'язані з сприятливою політикою державних органів, шляхи здійснення інноваційної діяльності для збереження власної конкурентоспроможності і посилення позиції на ринку.

## **1.2 Впровадження у виробництво нової продукції (послуг) як один із шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства**

Щоб підвищити конкурентоздатність фірма повинна вивчати і аналізувати ринок, а також потреби й побажання споживачів. Саме маркетингові дослідження, вивчення і аналіз ринку, є основою для прийняття правильних управлінських рішень, від яких залежить успішність зовнішньої діяльності організації.

Заходи, які можуть підвищити конкурентоспроможність підприємства представлені на рис. 1.1.

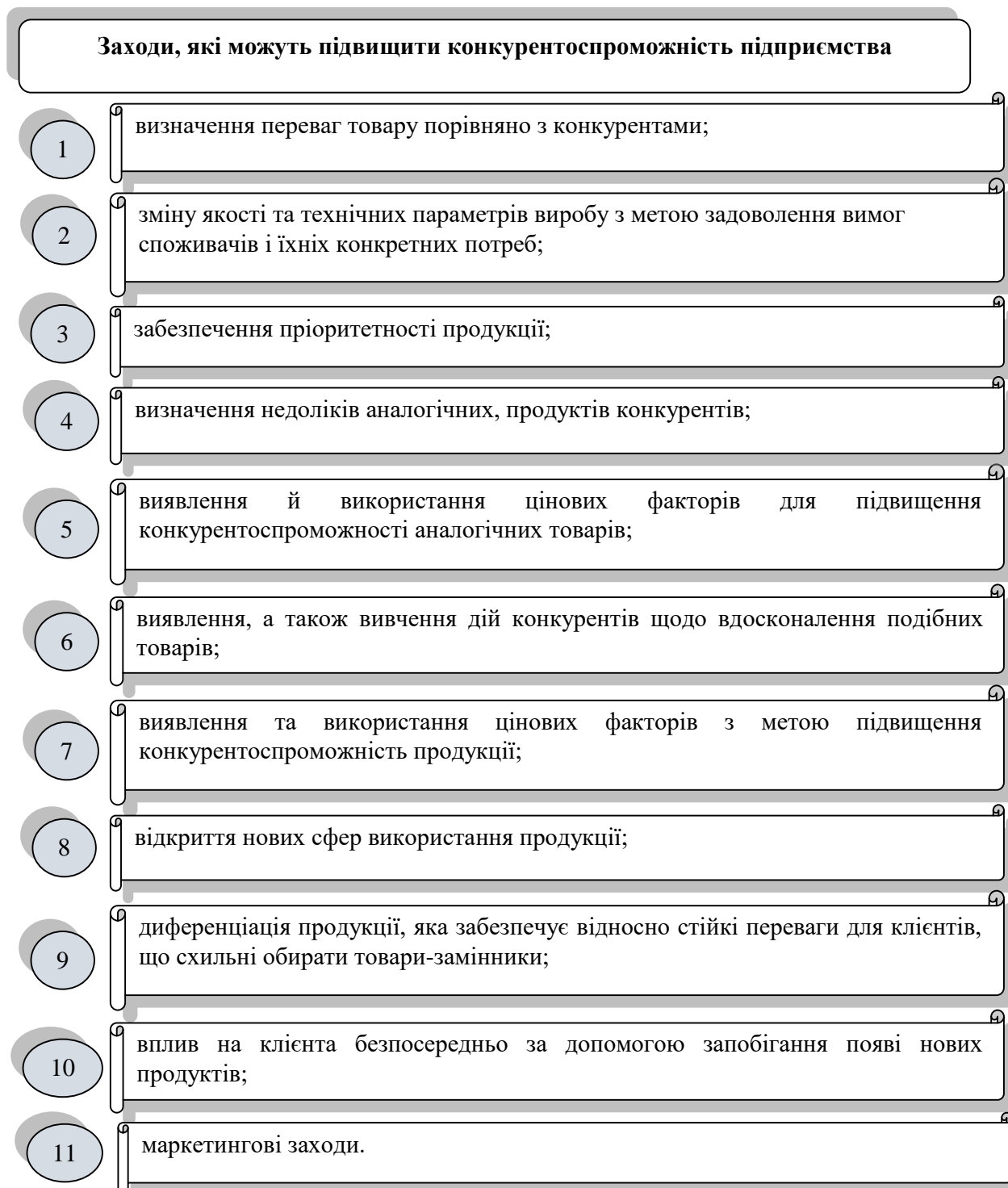


Рисунок 1.1 – Заходи, які можуть підвищити конкурентоспроможність підприємства

За результатами таких досліджень відповідні підрозділи підприємства зможуть ефективніше планувати стратегію своєї подальшої діяльності:

- Маркетинговий відділ, знаючи чого потребує споживач, яким якостям продукту він надає перевагу, наскільки він чутливий до ціни, даний підрозділ зможе визначити наскільки ефективними будуть ті чи інші способи реклами.

- Відділ збуту на основі даних про споживачів, про товари які вони купляють; про підприємства, що діють на цьому ринку і можуть бути зацікавлені в співпраці; про об'єми товарної продукції, яку купляють споживачі в тих чи інших місцях, зможе прийняти рішення де і з ким краще працювати над налагодженням каналів збуту.

- Економічний відділ зможе ефективно прорахувати ймовірний прибуток від продажу певної кількості продукції за поточних ринкових умов, зможе спрогнозувати вплив економічних змін на даному ринку, а також глобальних змін в економіці, на стан справ підприємства і прибутковість його діяльності в майбутньому, а отже створити план рекомендацій щодо прийняття подальших рішень з метою збереження або збільшення економічної вигоди від діяльності підприємства в майбутньому.

- Відділ відповідальний за розробку, вдосконалення продукту зможе порівняти наявні характеристики товарів фірми з характеристиками товарів конкурентів і характеристиками, які потребують чи бажають отримати споживачі купуючи даний товар, визначити і спланувати необхідні вдосконалення для задоволення потреб споживачів, або впровадження у виробництво нової продукції.

Тому достовірною та актуальною інформацією про ситуацію на ринку і зовнішнє середовище фірми є дуже важливою складовою для формування правильного, об'єктивного розуміння дійсності, а отже є запорукою його подальшого ефективного розвитку.

Маючи достатню кількість інформації про ринок, підприємство може впливати на попит, збільшуючи його. Проте існує багато факторів, які потрібно



врахувати перед початком будь якого впливу на ринок, серед таких факторів перш за все варто виділити кон'юнктуру ринку, тобто унікальної ситуації на даному ринку, на яку впливають інші фактори:

- цінова еластичність, наскільки сильно зміна кількості товару чи ціни впливатиме на попит;
- легкість заміни товару;
- кількість фірм конкурентів;
- кількість потенційних конкурентів, тобто фірм, для яких ринок може бути привабливим і, які можливо скористаються можливістю виходу на цей ринок;
- кількість покупців;
- товари і послуги, що пропонуються фірмами на цьому ринку;
- потреби споживачів в товарі і його незамінність для задоволення певної конкретної потреби покупця на даному ринку;
- вподобання споживачів;
- купівельна спроможність споживачів та їх етичні погляди.

Маючи комплексну інформацію про споживачів, підприємство може зосередити зусилля на створенні ефективної маркетингової стратегії, зосередженої на цільовій аудиторії, або орієнтованої на всіх споживачів, правильно обравши маркетингові інструменти або їх комбінацію, для здійснення ефективного впливу на споживачів.

Це можна здійснювати за допомогою реклами, стимулів збуту, цінової політики, різноманітних заходів, створення і просування бренду фірми, мерчандайзингу, колаборацій з популярними брендами, тощо. Перелічені інструменти вважаються основними і широко застосовуються на практиці. Тому компанії активно шукають і розвивають нові шляхи і способи реклами, серед яких SMM (Social Media Marketing) або SMP (Social Media Promotion), які покликаний реалізувати маркетингові амбіції компаній на просторах соціальних медіа через існуючі канали відомих блогерів, а також через створення власних сторінок в соціальних мережах, для розвитку і підтримання

бренду фірми. Власне, в епоху інформатизації та обізнаності кожен може отримувати потрібну інформацію про існуючі маркетингові заходи, які використовуються компаніям.

Відповідність трендам, активно використовують компанії для зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку, зручності для споживачів, які приносить стрімка діджиталізація, змушують учасників ринку використовувати технологічні досягнення суспільства, і способи надання послуг, які з ними пов'язані і виникли відносно нещодавно, не тільки для підвищення своєї конкурентоздатності, але й для збереження поточних позицій на ринку, уникнення переманювання конкурентами споживачів, які віддають перевагу електронним способам надання послуг, а отже і частини ринку, яка переміститься онлайн.

Для збереження і розширення частини ринку компаніям потрібно переймати не лише інноваційні продукти та послуги, але й аналізувати більш звичні ринки на можливість проникнення. Для порівняння ефективності фірми з конкурентами використовувати бенчмаркінг, котрий дозволить ідентифікувати їх сильні сторони, ефективні способи надання послуг та виробництва продукції, котрі можна перейняти. Збільшення кількості товарів та послуг, що пропонує підприємство дасть можливість компанії розвиватися в іншій, схожій або і зовсім відмінній від основної, звичної сфери діяльності, що спонукатиме споживачів, які споживали продукцію інших виробників, купляти інноваційну продукцію даного підприємства. В такий спосіб можна розвивати підприємство, приваблювати нових покупців, збільшуючи джерела доходу.

Використання концепцій управління таких як Lean Management дозволить оптимізувати розвиток діяльності організації на всіх її рівнях. Дана концепція передбачає:

- Впровадження стандартів контролю якості, що відповідають міжнародним нормам.
- Підвищення ефективності використання фінансових ресурсів, скорочення непотрібних витрат.

- Заходи щодо підвищення корисної роботи виробництва, його ефективності, за рахунок зменшення непотрібних втрат.

Такі оптимізаційні заходи допоможуть підвищити ефективність внутрішньої роботи підприємства. Адже ефективна робота всього підприємства – запорука виготовлення якісного продукту, що зможе задовольняти потреби споживачів і змагатись з продукцією конкурентів.

Товари і послуги – це те, за чим споживачі звертаються до ринку, до кожного підприємства на цьому ринку, маючи певні очікування та вимоги, не задовольнивши які підприємство втратить частку ринку і не зможе існувати. До планування асортименту кожне підприємство повинно підходити вкрай серйозно, використовуючи всі доступні маркетингові, фінансові, стратегічні можливості. Щоб забезпечити результативне управління асортиментом підприємство повинно досягти ефективності в інших видах своєї діяльності, від яких воно залежить, а саме:

- маркетингових дослідженнях;
- науково-дослідній діяльності;
- проектно-технічній діяльності;
- управлінні збутом;
- сервісному обслуговуванні.

Успішна діяльність в цих сферах дасть фірмі можливість вчасно і ефективно реагувати на зміни ринку, а в кращому випадку передбачати або бути їх причиною.

Обсяг необхідних ресурсів, для реалізації тих чи інших рішень, пов'язаних із управлінням асортиментом, для кожного підприємства індивідуальний і залежить від багатьох факторів, таких як:

- сфери діяльності підприємства;
- продукції, яка виготовляється;
- складності виробничо-технічних процесів;
- гнучкості виробництва;
- рівня інноваційного розвитку;

- ступеню підготовленості персоналу та його здатності до впровадження різного роду змін;
- рівня конкурентоспроможності.

Підприємства, які виробляють технічно складну продукцію, з ускладненими технологічними процесами, вимагатимуть набагато більше часу і ресурсів для здійснення тих чи інших змін, пов'язаних з асортиментом, ніж підприємства з простим технологічним процесом.

Для досягнення стратегічної мети підприємства, потрібно вносити зміни в асортимент продукції і послуг що пропонуються підприємством, робити це вчасно, відповідно до потреб ринку. Залежно від ринку де веде господарську діяльність підприємство і від продукції, яку воно виробляє, можливість задовольнити потреби абсолютно всіх споживачів одним товаром, або обмеженою кількістю його видів, зменшується. Споживач стає все вимогливішим і вибагливішим. Тому, щоб збільшувати продажі, компанії вдаються до різних маркетингових інструментів, серед яких диференціювання - збільшення кількості видів продукції, що випускається і послуг, що надаються. Чим більше різновидів продукції випускається на підприємстві, тим більше специфічних потреб та індивідуальних вподобань воно може задовольнити і тим більшу кількість клієнтів може залучити фірма.

Окрім потреби й бажання споживача отримувати найбільш персоналізований товар, що є більше маркетинговим фактором, фірма повинна враховувати життєвий цикл виробів, який також різниться між собою. Вчасне зняття з виробництва продукції, що вже втратила свою прибутковість, більше не приносить бажаного доходу, або може бути нерентабельною потенційно, встановлення можливості її вдосконалення для повернення на ринок, або заміни новими продуктами, що зможуть привернути до себе увагу, позитивно вплине на результати діяльності підприємства. А розробка таких продуктів заздалегідь, якісне і вміле планування, що опирається на результати аналізу та прогнози розвитку ринку, призведуть до збереження ринкової частки в майбутньому.

Компанії стараються максимально диференціювати і, в той самий час стандартизувати продукцію, тобто випускати багато різних продуктів, створених за якнайбільш незмінним технологічним процесом. Це досягається за рахунок диференційованого виготовлення лише певних, основних компонентів, що дає можливість створювати кінцевий продукт, два зразки якого, можуть бути схожі ззовні та значно відрізнятися своїми споживчими властивостями, характеристиками, або можуть бути різними ззовні і мати ідентичну будову всередині. Такий спосіб виробництва, побудови на спільному шасі, наперед пристосованому до різних компонентів, якими комплектується виріб, широко використовуються в електротехнічній, автомобільній, авіаційній, а також інших галузях промисловості.

Існують сегменти ринку, де споживачі не просто вибагливі, а з певних причин, не можуть користуватися продуктом, що випускається для масового споживача. Основною з таких причин є вади і проблеми зі здоров'ям. Хоч таких споживачів небагато, їх потреби враховуються багатьма підприємствами різних галузей промисловості. Ці підприємства стараються пристосувати свій продукт для таких людей, але це не завжди можливо, тому вони вдаються до створення окремих ліній продукції із необхідними змінами, які передбачають підвищену доступність. Така діяльність сприяє охопленню якнайбільшої частки ринку і всіх можливих його сегментів, що позитивно впливає на імідж підприємства на ринку, хоча може бути не настільки прибутковим, як випуск масових товарів.

Через політику, якою користується підприємство, щодо своєї продукції та послуг, тобто їх якості, асортименту, політики підбору сировини, наявності і якості сервісів, споживачі визначають прагнення підприємства не просто випускати уніфіковану продукцію, бути однією з багатьох фірм на ринку, а справді задовольняти потреби своїх клієнтів, виготовляючи нову необхідну продукцію, освоюючи нові ринки збуту.

Асортимент товарів і послуг є одним із основних засобів будь-якої компанії для створення та утримання прихильності клієнтів незалежно від

успішності маркетингової компанії, від причин чому споживач вирішив звернутися в дану фірму.

Отже, з метою досягнення результативності та ефективності діяльності функціонування будь-якого підприємства, аспекти, що стосуються продукції та послуг, що пропонуються, їх різноманітність, ступінь оновлення з врахування трендів ринку та індивідуальних потреб кожного споживача, повинні постійно контролюватися та вдосконалюватися. Тільки використовуючи такий підхід підприємства зможуть не тільки вижити в складних умовах сьогодення, але й досягти значних успіхів в майбутньому.

## РОЗДІЛ 2

### ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ ПП «ФАЙНИЙ ПЕКАР»

#### 2.1 Характеристика виробничо-господарської діяльності ПП «Файний пекар»

Підприємство розташоване в невеликому місті Чортків, що у Тернопільській області, де проживають понад 30 000 осіб.

Приватне підприємство «Файний пекар» є юридичною особою, що працює на засадах повного господарського розрахунку, самофінансування, фінансування за допомогою залучених коштів та самокупності, має самостійний баланс, круглу печатку із своєю назвою українською та німецькою мовами. Знаходиться підприємство за адресою: м. Чортків, вул. Білецька, 9А (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – ПП «Файний пекар»

Приватне підприємство «Файний пекар» розпочало свою діяльність у кінці третього кварталу 2016 року. На той момент кількість робочого персоналу становила 5 чоловік.

ПП «Файний пекар» – є приватним підприємством, яке належить до суб'єктів малого бізнесу, а його дохід не перевищує встановлених норм Податковим кодексом України.

Підприємство є самостійним господарюючим суб'єктом, має права юридичної особи, володіє відокремленим майном, від свого імені набуває майнові, та особисті немайнові права і несе обов'язки, вступає в зобов'язання як з українськими, так і з іноземними юридичними та фізичними особами, виступає в суді, господарському та третейському суді від свого імені, здійснює виробничу, комерційну, посередницьку, та іншу господарську діяльність, що не суперечить чинному законодавству, та статуту підприємства, з метою одержання прибутку.

Підприємство має самостійний баланс, поточний та інші (в тому числі і валютний) рахунки в установах банків, підприємство користується їхніми послугами для здійснення успішної діяльності в сфері фінансів, а також для підтримання і покращення операційної діяльності.

Підприємство є власником та розпорядником персональних баз даних та обробляє персональні дані. Підприємство є власником бази даних його працівників. Обробка персональних даних здійснюється для конкретних і законних цілей. Обробка персональних даних його контрагентів здійснюється з метою забезпечення його господарської діяльності відповідно до норм законодавства, та положень його статуту.

Підприємство є власником набутого ним майна, в тому числі такого, що передане йому засновником, продукції та послуг, які вироблені підприємством в результаті господарської діяльності, доходів, одержаних, в результаті його господарської діяльності, та іншого майна, яке придбане (набуте) на підставах, передбачених законодавством.



Діяльність підприємства будується на комерційних засадах при повному дотриманні принципу законності.

Підприємство має право продавати, передавати іншим підприємствам, організаціям та установам, обмінювати, здавати в оренду, надавати безплатно в тимчасове користування або позику належне йому майно, земельні ділянки, будинки, споруди, устаткування, транспортні засоби, інвентар, сировину та інші матеріальні цінності.

Підприємство має право, продавати, передавати безоплатно, обмінювати, здавати в оренду громадянам, передавати в лізинг, засоби виробництва та інші матеріальні цінності. Безоплатна передача і надання підприємством матеріальних цінностей громадянам здійснюється з дозволу засновника або уповноваженого ним органу.

Джерелами формування власності підприємства є:

- внески засновника підприємства;
- доходи, одержані від реалізації продукції, робіт, послуг;
- кредити банків та інших кредиторів;
- доходи одержані від цінних паперів;
- інші джерела, що не суперечать чинному законодавству.

За рішенням засновника у підприємстві формуються фонди, які потрібні для вирішення завдань і цілей підприємства, передбачених його статутом.

Згідно коду державної реєстрації підприємство займається наступними видами діяльності:

- 10.71, що передбачає виробництво хліба та хлібобулочних виробів, виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання.
- 49.41 Вантажний автомобільний транспорт.
- 46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин.
- 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна.

- 01.63 Після урожайна діяльність.
- 47.24 Роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими кондитерськими виробами в спеціалізованих магазинах.
- 10.72 Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання.

Випікання хліба та хлібобулочних виробів, як харчового стратегічного продукту, є доволі поширеним та масовим явищем виробничої сфери харчової промисловості. Цей процес трактують як хлібопечення – виробництво харчових продуктів, що випікають із борошна, води, дріжджів, солі та іншої сировини, необхідної для їх виготовлення й дозволеної для такого виду діяльності у встановленому порядку.

Промислове хлібопечення майже повністю витіснило домашнє випікання хліба і навіть булочних виробів як через зайнятість жінок, так і у зв'язку з економічною не вигідністю випікання хліба в домашніх умовах. Усе це привело до поширення та урізноманітнення хлібопекарних виробництв: на великих хлібозаводах у містах і районних центрах – до малих і міні-пекарень в інших населених пунктах. Саме до таких малих пекарень й належить ПП «Файний пекар».

Вибираючи вид діяльності хлібопечення, власник підприємства керувався однією із особливостей хлібопекарної галузі харчової промисловості – умовно постійний попит на продукцію, яку виробляють. Це пов'язано з історично сформованою специфікою харчування населення України, адже хліб для нас є обов'язковим складником харчування, не доповненням до їжі, а основним продуктом. Адже як свідчать статистичні дані у загальній структурі споживання продуктів харчування населенням України за калорійністю найбільша питома вага припадає на хлібні продукти – 45%.

У випадку необхідності підприємство отримує необхідні дозволи і ліцензії згідно законодавства України.

Підприємство не обмежується видами діяльності передбаченими в його статуті, і може здійснювати будь-яку іншу діяльність не заборонену законодавством.

Впровадження будь яких змін на підприємстві потребує інвестування певних коштів вже на етапі планування, крім того при впровадженні деяких новацій, не завжди можна бути певним в окупності витрачених коштів, а іноді зміни, в супереч здійсненим дослідженням, розрахункам, стратегічним планам, взагалі можуть призвести до погіршення фінансового становища підприємства, і до такого варіанту розвитку подій, менеджери також мають бути готові, бо завжди існує ризик зазнати невдачі.

Через ризики, перш за все фінансових втрат, пов'язані із прийняттям управлінських рішень, щодо здійснення будь яких змін в звичній роботі організації, потрібно дослідити спроможність підприємства здійснювати інновації, а також його здатність сприймати наслідки і продовжувати свою діяльність, у випадку, якщо спроба реалізації таких змін виявиться невдалою.

Будь які рішення, з боку менеджерського складу підприємства, особливо рішення які несуть фінансові ризики, мають бути засновані на даних проведеного дослідження, або на інформації, що надається фінансовим відділом підприємства, який займається моніторингом фінансового стану. Одними з основних показників на які варто звернути увагу є показники фінансової стійкості підприємства.

Фінансова стійкість підприємства – це характеристика його здатності долати економічні труднощі та можливості забезпечувати себе необхідними ресурсами за потреби, що в свою чергу дає змогу тримати підприємство на плаву, а його фінанси в порядку.

Аналіз показників фінансової стійкості дає підприємству фінансову безпеку, адже своєчасне розуміння прорахунків максимізує шанси їх якнайшвидше ліквідувати, а отже це вбезпечує підприємство від зайвих ризиків у подальшій фінансовій діяльності.

Що стосується досліджуваного підприємства, то його можна віднести до типу нормальної фінансової стійкості, адже простежується наявний надлишок власних ресурсів, які дають змогу фінансування запасів чи витрат. Проаналізуємо основні показники фінансової стійкості, які представимо в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Показники фінансової стійкості ПП «Файний Пекар» за 2021-2023рр.

№ п/п	Показник	Алгоритм розрахунку	2021р	2022р	2023р	Нормативне значення
1.	Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	$K_{фн} = \frac{\Phi.1р.1195}{\Phi.1р.1900}$	0,6	0,6	0,7	Вище 0,5
2.	Коефіцієнт фінансової залежності	$K_{фз} = \frac{\Phi.1р.1900}{\Phi.1р.1195}$	0,001	0,011	1,48	Нижче 2
3.	Коефіцієнт фінансового ризику (фінансового левериджу)	$K_{фр} = \frac{\Phi.1р.(1595 + 1695 + 1700)}{\Phi.1р.1495}$	1,6	0,36	0,26	Нижче 1
4.	Власний оборотний капітал	$Вл. об. кап = \frac{1495}{1095}$	0,99	1,9	2,4	-
5.	Коефіцієнт маневрування власного капіталу	$K_{мвк} = \frac{\Phi.1р.(1495 + 1595 - 1095)}{\Phi.1р.1495}$	-0,01	0,47	0,58	Зростання
6.	Коефіцієнт покриття (платоспроможності)	$K_{пз} = \frac{1495}{1695}$	0,6	2,7	3,8	Зростання
7.	Коефіцієнт фінансової стійкості	$K_{фст} = \frac{\Phi.1р.1495 + р.1595}{\Phi.1р.1900}$	0,4	0,72	0,79	0,7-0,9

Коефіцієнт автономії дає змогу вирахувати частку власного капіталу в загальній сумі кошів підприємства та свідчить про перспективи зміни фінансового стану на найближчий період. На початок аналізованого періоду (2021-2023рр) 60% активів підприємства було сформовано за рахунок власних

коштів, а у 2023 величина зросла до 70%. Це свідчить про зменшення залежності від зовнішніх джерел фінансування.

Коефіцієнт фінансової залежності – є оберненим до коефіцієнта автономії. Зростання цього показника говорить про збільшення заборгованості і веде до зменшення рівня фінансової незалежності підприємства. Протягом аналізованого періоду цей показник коливався. Якщо у 2021 році його значення було мінімальним, у 2022 воно трохи зросло, до 0,11, а вже у 2023 зросло до величини в 1,48, проте не перевищило допустимо можливе – 2.

Коефіцієнт фінансового ризику допомагає визначити рівень ризику, пов'язаного з фінансовими обов'язками підприємства. Завдяки його розрахунку, менеджер може зрозуміти, наскільки підприємство є здатним погашати свої заборгованості чи виконувати фінансові зобов'язання у потрібний термін. Якщо величина даного коефіцієнту піднімається вище допустимого значення – 1, це говорить про загрозу фінансовій стійкості підприємства. На початок аналізованого періоду у 2021 р. величина коефіцієнту була 1,6, та кожного наступного року цифра зменшувалася – 0,36 та 0,26 було відповідно у 2022 та 2023 році.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує частку власних коштів, вкладених в оборотні активи. Оптимально, значення даного показника має зростати. Аналізуючи розрахунок на основі даних досліджуваного підприємства бачимо, що кожного взятого до аналізу року так і було. У 2021 році значення цього коефіцієнта становило -0,01, у 2022 динаміка залишалася позитивною – 0,47, а вже у 2023 показник дорівнював 0,58.

Коефіцієнт покриття – це фінансовий показник, який використовується для визначення здатності підприємства забезпечити покриття фінансових зобов'язань за рахунок генерованого прибутку. Оптимально, значення даного показника також має зростати, що ми можемо й бачити аналізуючи баланс досліджуваного підприємства. У 2021 році коефіцієнт становив 0,6, у 2022 році становив 2,7, а останнього аналізованого року – 2023 він дорівнював 3,8.

Коефіцієнт фінансової стійкості - є оберненим до коефіцієнта фінансового ризику. Перевищення власного капіталу над зобов'язаннями свідчить про достатній запас фінансової стійкості і відносну незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансових ресурсів. Оптимально, коли значення показника коливається між 0,7 та 0,9. Якщо у 2021 році фінансова стійкість досліджуваного підприємства була несприятливою (показник становив 0,4), то у 2022 та 2023 він дійшов до свого нормального значення – 0,72 та 0,79 відповідно.

Відштовхуючись від значень усіх розрахованих показників, можемо зробити висновок, що загальне фінансове становище досліджуваного підприємства протягом аналізованого періоду покращувалося. Щороку показники все більше наближалися до своїх оптимальних значень. Фінансова залежність підприємства, як і ризику у його діяльності, зменшувалися, що говорить про позитивну динаміку та загальний сприятливий фінансовий стан досліджуваного підприємства.

В табл. 2.2. представлені показники ліквідності та платоспроможності ПП «Файний Пекар» за 2021-2023рр.

Аналізуючи розраховані показники досліджуваного підприємства, можемо зробити висновки стосовно ліквідності його балансу. Як бачимо, у 2021 році стан балансу підприємства був далеким від нормативних значень. Коли у 2022 році показники стали наближатися до оптимального, то у 2023 році числа дійшли до своїх найбільш позитивних значень: коефіцієнт швидкої ліквідності максимально наблизився до рекомендованого, коефіцієнт абсолютної ліквідності та коефіцієнт поточної ліквідності й зовсім перейшли межу рекомендованого мінімуму й навіть переросли його.

Можемо стверджувати, що динаміка показників ліквідності протягом аналізованого періоду 2021-2023 рр. була досить таки позитивною. Коли рекомендоване значення коефіцієнту абсолютної ліквідності становить вище 0,2 – 0,35, то у 2021 році вирахований даний коефіцієнт на підприємстві

Таблиця 2.2 – Показники ліквідності та платоспроможності ПП «Файний Пекар» за 2021-2023рр.

№ п/п	Назва показника	Алгоритм розрахунку	2021р	2022р	2023р	Нормативне значення
1	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$K_{ал} = \frac{\Phi.1p.1160 + p.1165}{\Phi.1p.1695 + p.1700}$	0,02	0,13	0,6	Вище 0,2 - 0,35
2	Коефіцієнт швидкої ліквідності	$K_{шл} = \frac{\Phi.1p.1160 + p.1165 + p.(1120 + \dots + 1155)}{\Phi.1p.1695 + p.1700}$	0,02	0,54	0,6	0,7 – 0,8
3	Коефіцієнт поточної ліквідності	$K_{пл} = \frac{\Phi.1p.1195 + p.1200}{\Phi.1p.1695 + p.1700}$	0,9	2,3	3,2	Вище 1

був 0,02, що є далеким від бажаного мінімуму. У 2022 році коефіцієнт абсолютної ліквідності балансу підприємства зріс до найбільш близького мінімуму значення – 1,3, а вже у 2023 він переріс навіть його верхню межу. На жаль, коефіцієнт швидкої ліквідності на кінець аналізованого періоду так і не дійшов до рекомендованого значення 0,7 – 0,8, проте його динаміка у розрізі 2021-2023 років також була позитивною – 0,02, 0,54 та 0,7 відповідно. Найбільш перспективним видався коефіцієнт поточної ліквідності, адже серед усіх аналізованих коефіцієнтів, лише його значення переросло бажаний мінімум – 1 ще у 2022 році, коли показники інших коефіцієнтів прийшли до своїх рекомендованих значень тільки у 2023 році.

На стан ліквідності та платоспроможності підприємства впливає багато факторів. Серед них ефективно управління оборотними активами, правильна

фінансова політика, управління кредиторською заборгованістю, прибутковість, а також і рівень економічної стабільності на місцевості. Якщо говорити про це, то рівень економічної стабільності став максимально несприятливим для фінансової складової підприємства саме протягом аналізованого періоду, адже у 2022 розпочалося повномасштабне російське вторгнення. Проте всупереч цьому, шляхом управління факторами мінімізації кредиторської заборгованості та управління оборотними активами, підприємству таки вдалося втримати ріст значень показників до позитивного протягом цих років.

Перевірити умови втрати платоспроможності підприємства можна саме завдяки аналізу ліквідності балансу підприємства. Орієнтуючись на розраховані значення показників, втрата платоспроможності досліджуваному підприємству ПП «Файний Пекар» не загрожує.

## **2.2 Аналіз асортименту та виробництва продукції підприємства**

При плануванні створення підприємства, обираючи вид діяльності, власник орієнтувався на галузь, з стабільним попитом, де економічні зміни якнайменше впливатимуть на діяльність підприємства і його здатність приносити прибуток, виробництво хліба, чи не найкраще підходить для цього.

Цей вид продукції користується постійним попитом, на який майже не впливають сезонні коливання, та економічні фактори. Навіть навпаки, як тільки відбувається щось, що може негативно по впливати на харчову галузь, будь яка нестабільність, або негативні зміни в економічному становищі населення, перш за все споживачі купляють хліб, тому дана галузь є доволі привабливою, з точки зору стабільності попиту, та захищеності від впливу непередбачуваних факторів зовнішнього середовища.

Приватне підприємство «Файний Пекар» пропонує широкий асортимент продукції, котрий налічує більш ніж 150 видів хлібопекарських виробів. Асортимент продукції підприємства створювався відповідно до вимог



споживачів на ринку, і продовжує вдосконалюватися, про це свідчить зростання попиту і як наслідок виробництва, яке ми можемо спостерігати на рис. 2.2.

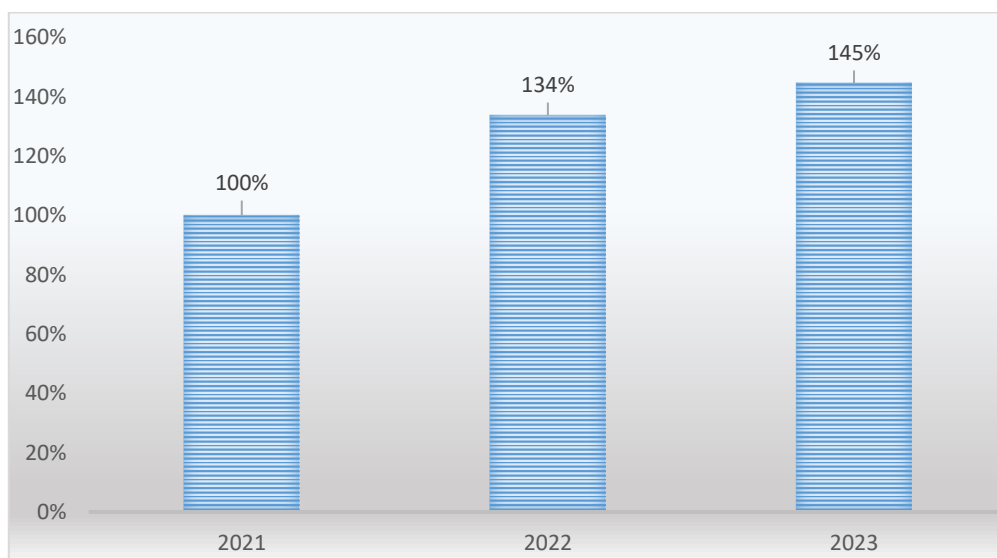


Рисунок 2.2 – Динаміка зростання виробництва продукції на ПП «Файний Пекар» за 2021-2023 роки.

Продукцію, яка виготовляється на досліджуваному підприємстві доцільно поділити на дві категорії:

- 1) вироби що користуються постійним, умовно стабільним попитом;
- 2) вироби спеціального призначення, що виробляються лише в певні періоди, або на замовлення.

При такому розподілі асортимент ділиться в співвідношенні зображеному на рис. 2.3.

До продукції, що користується стабільним попитом, відносяться вироби, які виробляються постійно, які щоденно потребують підприємства, що займаються роздрібною торгівлею для підтримання своєї діяльності та отримання прибутку. Такими виробами, в контексті даного підприємства, є: різні види хліба, багети, булочки, завиванці, пироги, рогалики, рулети, сухарі, грінки, заготовки для піци, лаваші тощо.

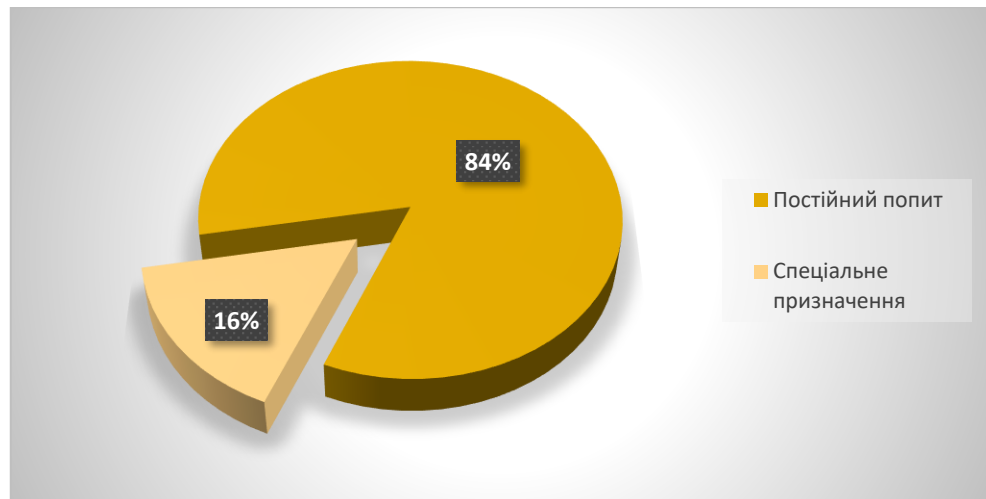


Рисунок 2.3 – Питома частка кожної категорії асортименту

Таку продукцію також можна розділити на вироби, що споживачі потребують першочергово, вироби найвищого попиту, котрі постійно споживаються і активно використовуються для приготування їжі в побуті, до них відносяться в першу чергу хліб, такі продукти повинні вироблятися постійно без перебоїв, щоб задовольняти попит споживачів.

Асортимент підприємства налічує різні види хліба, вони відрізняються за технологією виготовлення, випікаються на різному обладнанні, мають різний склад та рецептуру, і що найголовніше диференційовані за цінами, щоб врахувати потреби людей, котрі не в змозі, або не хочуть купляти хліб за вищими цінами.

За особливою технологією виготовляються, «Хліб Петльований житній», «Хліб Бабусин житній», «Ситній», «Піца на дровах», що випікаються в спеціальній печі, яка розігрівається дровами, і хліб печеться від температури каменю, також в цій печі випікається «Хліб Білобожницький» але в формах. Випікання в печі за старовинною технологією, робить ці види хліба особливими, надаючи їм аромат та смак, що відрізняють їх від інших виготовлених в сучасних механічних печах.

При створенні асортименту було враховано особливі потреби певних категорій споживачів, тому деякі види хліба виготовляються без дріжджів, цукру, тощо.

Диференціація асортименту також присутня у ваговому аспекті, деякі види хліба, що виготовляються великими, продаються також розрізаними по половині, або по четвертині, це дає можливість кожному купити улюблений хліб, в потрібній кількості, або за потрібною ціною. Певні види хліба виготовляються з найменшими витратами, щоб їх ціна була якомога меншою.

Окремо слід виділити продукцію, яка виготовляється для закладів швидкого харчування, яких зараз є багато, і які користуються особливим попитом серед багатьох категорій споживачів, різного віку. Такою продукцією є заготовки для швидкого приготування піц, булочки для хотдогів, бургерів, паніно, лаваші для кебабів, шаурми, тощо.

Хлібобулочні вироби складають чималу частину асортименту продукції підприємства. Підприємство виготовляє булочки, сайки, пироги, завиванці, плетенки, рогалики, з різними варіантами наповнень. Фруктова начинка використовується, яблучна, вишнева, абрикосова, бананова, малинова, смородина, ківі, повидло, також використовується кокосова, сирна начинка, мак, шоколад, кунжут, часник, сосиски. Такий широкий вибір робить свій внесок в привабливість продукції споживачами.

Щодо продукції, спеціального призначення, то до такої відносять наступні вироби:

- Короваї, які виготовляються на замовлення, і використовуються за звичай на весіллях, та офіційних заходах, для здійснення традиційних обрядів.
- Вироби котрі користуються попитом лише під час певних релігійних свят, купуються для релігійних потреб.

Хлібних виробів релігійного призначення, є всього 5 видів, і перше що може спасти на думку, це паски та бабки, котрі виготовляються лише до Великодніх свят, наступний, це паляниця котра виготовляється до свята Преображення Господнього, але й попит на них існує лише у відповідні періоди перед цими святами. До цієї категорії відноситься також хліб, котрий споживачі купують на Парастас, і попит на який зростає в період перед великодніми святами, але існує протягом всього року, та калачі котрі виготовляються і

продаються весь рік але пік попиту на них припадає на період Різдвяних свят. Ціни на такі вироби вираховуються лише перед початком їх виготовлення, відповідно до конкретних ринкових умов, кожного року.

Щодо короваїв, то це особливий вид продукції тому, що їх виготовляють лише на замовлення. Вони бувають одно, двох, та трьох поверховими, а їх вага в основному варіюється від 3 до 4,5 кілограм. Під час замовлення клієнт має можливість обрати серед асортименту існуючих варіантів, або замовити особливий зовнішній вигляд майбутнього короваю, його дизайн, вагу, розміри, а також інші характеристики, котрі можливо змінити, на свій смак. Відповідно ціна вираховується до кожного замовлення окремо, якщо були внесені зміни, або використовується наперед визначена ціна, якщо було обрано з запропонованих підприємством варіантів, або зміни не значні, і не матимуть суттєвого впливу на собівартість.

Попри такий поділ асортименту, щороку можна спостерігати співвідношення кількості виготовленої продукції обох категорій зображене на рис. 2.4.

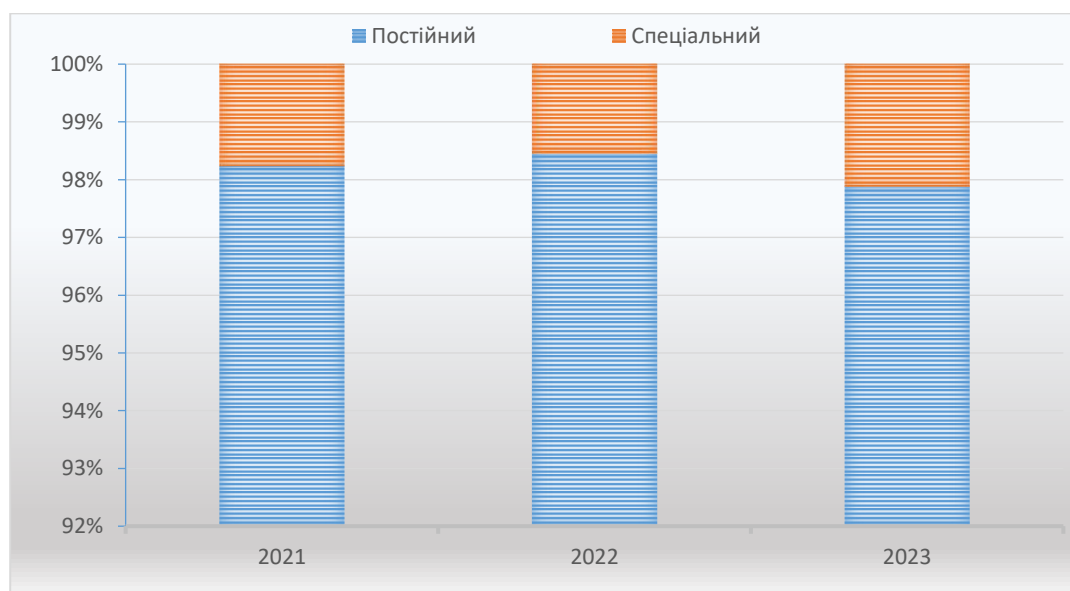


Рисунок 2.4 – Співвідношення виготовлених виробів ПП «Файний Пекар» по кожній категорії за 2021-2023 роки

Важливим аспектом діяльності підприємства є фактори що мають вплив на ціноутворення в даній галузі. Такими є як фактори зовнішнього середовища, так і унікальні умови існування підприємств на даному ринку, і галузі в цілому.

Серед факторів, котрі впливають на ціноутворення, це ціни та сировину, котрі також варіюються, і залежать від багатьох інших. Найбільш вагомим чинником утворення цін на сировину у всій галузі харчової промисловості є врожайність, яку важко передбачити, яка змінюється з року в рік і яка не залежить повністю від дій людини, люди можуть лише старатися покращувати врожайність, за допомогою догляду за землею, догляду за рослинами в процесі їх вирощування, використання спеціальних засобів боротьби з шкідниками, та добрив, які покликані покращувати врожайність, але жоден з цих засобів не може дати ста відсоткового результату, і окремо, впливають на результат не так значно, як наприклад погодні умови, на які люди не здатні впливати взагалі. Тому результати діяльності агропромислового комплексу можна вважати відносно непередбачуваними.

Важливість результатів праці, в поєднанні з її відносною непередбачуваністю заставляє підприємців і менеджерів, які працюють в цій галузі враховувати можливі ризики, і вдаватися до певних дій, як зберігання певної кількості зерна, на випадок поганої врожайності, або закладати частку таких витрат в ціну, успішних періодах, що негативно впливає на ціни в періодах коли врожайність в нормі, або висока, але дає можливість частково вберегти ринок від негативних наслідків, в періоди не врожайності.

Витрати на транспортування, продукції до місць дистрибуції, і пов'язані з цим витрати, ще один чинник, що впливає на стабільність роботи всієї галузі, адже вартість транспортування супроводжують діяльність фірми як до так і після саме виробництва продукції, бо окрім покупки сировини для виробництва, транспортні витрати присутні при купівлі дерева, яке потрібно для виготовлення деяких спеціальних видів продукції, а також робить їх трохи дорожчими, і залежними від цін на дизельне паливо, які протягом 2021 року в середньому становили близько 28 гривень за літр, а протягом 2023 коливались

від 43 до 55 гривень за літр, що значно впливало на вартість всього виробництва.

Наступним фактором, котрий має значний вплив на ціноутворення в даній галузі, і котрий вважається одним з найважливіших, впливає саме з критичної важливості даного виду діяльності та продукції, що виробляється, для населення. Це моральна сторона роботи в даній галузі, бо попри собівартість виробництва, попри податковий тиск з боку держави, попри всі інші фактори, що негативно впливають на діяльність, менеджери таких підприємств стараються тримати ціни в таких межах, щоб купівля хліба була якомога доступнішою для населення.

На ПП «Файний Пекар», при такому асортименті продукції, збалансовано рентабельність сягає 5-7%, враховуючи що деякі вироби мають нульову рентабельність, а деякі мають більшу рентабельність, це дає підприємству можливість функціонувати, закривати основні, а також певні непередбачувані витрати. Та такий режим роботи робить планування значних інвестицій в закупку коштовного обладнання, здійснення інноваційних досліджень та змін, без залучення зовнішніх фінансових джерел, значно важчим.

Проте, на підприємстві проводять дослідження і впроваджують нові види продукції в інший спосіб, уникаючи додаткових витрат. Переймаючи досвід інших компаній, виготовляють вже популярні на інших ринках вироби. Також виготовляються нові, експериментальні види продукції, спочатку в невеликій кількості, їх перспективність аналізується працівниками підприємства, далі вони пропонуються агентами в точках роздрібної торгівлі, потім, якщо ноу-хау добре сприймається споживачами, їх включають в асортимент і виготовляють постійно.

Протягом досліджуваного періоду, тобто 2021-2023 років, було впроваджено:

- хліб для приготування тостів;
- хліб під назвою «Нордік», в склад якого входять сухофрукти;
- хліб із журавлиною;

- булочки з сардельками;
- булочки з сирно-кокосовою начинкою;

Якщо тостовий хліб був чимось очікуваним, то впровадження хліба з сухофруктами або хліба з журавлиною, для споживачів стало певним сюрпризом, та такі нововведення були позитивно сприйнятими споживачами на ринку, а нові види продукції успішно запусченими у виробництво.

Така реакція, свідчить про позитивне налаштування, та готовність цього ринку до диференціаційних змін, експериментів та нововведень.

## РОЗДІЛ 3

### ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ РІШЕНЬ В АСОРТИМЕНТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ НА ПП «ФАЙНИЙ ПЕКАР»

#### **3.1 Обґрунтування заходів щодо покращення асортименту продукції та послуг досліджуваного підприємства.**

Оцінка підприємства, аналіз його фінансового стану, дає розуміння готовності підприємства до певних змін, фінансових викликів, а розуміння постачання, творення цін, певної непередбачуваності всієї галузі, а також чинників та факторів, що впливають на успішність його поточної діяльності, дає можливість зрозуміти труднощі, з якими воно стикається в процесі своєї діяльності, труднощів, що можуть виникнути в процесі впровадження нових рішень.

Протягом досліджуваного періоду фінансова ситуація на підприємстві була в основному позитивною, а виробництво зростало, проте як наслідок особливостей галузі де діє підприємство, рентабельність продукції підприємства залишається низькою, на певних виробках нульовою, що компенсується за рахунок вищої рентабельності інших виробів, це дозволяє отримувати прибуток, покриваючи витрати, та це не означає що немає шляхів покращити цю ситуацію.

Однією з пропозицій розвитку підприємства в даній ситуації є впровадження виробництва широкого асортименту кондитерських виробів.

Створення кондитерського цеху відкриває для підприємства ряд можливостей для зміцнення свого становища в конкурентному ринку, для маркетингових заходів, що забезпечать кращу впізнаваність бренду підприємства в інтернеті, покращення становища та конкурентоспроможності підприємства.



Маючи декілька кваліфікованих працівників (5-7) на зміну, і базове обладнання для кондитерської справи, можна виготовляти основні види солодошів, торти, круасани, тістечка, кекси та мафіни, слойки, пироги, тощо.

Варто оцінити середовище потенційної діяльності, щоб зрозуміти наскільки успішним може бути проект під час його реалізації. Для цього варто скористатися методом PEST, для аналізу факторів непрямого впливу зовнішнього середовища, що впливатимуть на успішність реалізації пропозиції.

Таблиця 3.1 – Фактори непрямого впливу зовнішнього середовища.

Фактори впливу	Шкала							
	0	1	2	3	4	5	6	
<b>I. Політичне середовище</b>								
Політична стабільність	Несприятлива		+					Сприятлива
Безпека	Несприятлива				+			Сприятлива
Оподаткування	Несприятливе					+		Сприятливе
Вимоги до якості	Несприятливі					+		Сприятливі
<b>II. Економічне середовище</b>								
Цільова аудиторія	Несприятлива						+	Сприятлива
Оплата праці	Висока					+		Низька
Вартість сировини	Висока					+		Низька
Економічне зростання	Низьке		+					Високе
Витрати споживачів	Низькі			+				Високі
<b>III. Соціальне середовище</b>								
Освіченість кадрів	Низька					+		Висока
Вплив інших споживачів	Несприятливий						+	Сприятливий
Вплив ЗМІ	Несприятливий					+		Сприятливий
Популярність виробів	Низька				+			Висока
<b>IV. Технологічне середовище</b>								
Технологічність Галузі	Низька					+		Висока
Ймовірність інновацій	Низька		+					Висока
Автоматизація	Низька				+			Висока

Політичне середовище справді складне, і не надто сприятливе для впровадження експериментальних товарів. В наслідок вторгнення, компанії в Україні повинні працювати під загрозою повітряної атаки різними засобами

ураження, що робить важким саме виробництво і зставляє задуматись, чи варто здійснювати будь які інвестиції взагалі.

Підприємство розташоване у не великому місті, тому ймовірність повітряних атак не висока, та одна з найбільших проблем підприємства це втрата кадрів, зазвичай чоловічої статі, яких дорогою на роботу призвали на військову службу. Раптова втрата працівників, які виконують важку роботу, або роботу яка вимагає певних навичок, робить безперерійне виробництво значно важчим. Працівниками виробництва кондитерських виробів можуть бути в основному жінки, що робить цю ідею більш привабливою.

Податкова ситуація є радше сприятливою, оскільки при виробництві кондитерських виробів підприємства не обкладаються додатковими зборами, тому підприємство сплачуватиме лише основні збори, як ППП, ПДВ, ПДФО, військовий збір, які є обов'язковими для сплати при веденні будь якої господарської діяльності.

Вимоги до якості досить високі при виробництві будь яких харчових продуктів, в тому числі хліба, тому при початку виробництва кондитерських виробів підприємство може задіяти наявну систему контролю якості, та працівників, які вже за це відповідають, а оскільки виробництво кондитерських виробів та виробництво хлібобулочних виробів, певною мірою схожі, то підприємство може транслювати наявний досвід для ефективнішого досягнення цілей в цій ніші.

Економічне середовище не є абсолютно сприятливим для відкриття такого цеху, та для виходу на новий ринок. Основні негативні фактори пов'язані з війною в Україні. Це відключення електроенергії, для уникнення збитків від яких, компанія була змушена закупити дизельний генератор, що дозволяє продовжувати виробництво, навіть коли світло зникло раптово. Люди, тобто потенційні покупці продукції, стараються не виходити з дому без необхідності, що потенційно може негативно відобразитися на продажах.

Така продукція користується попитом, серед споживачів різних вікових груп, та цільовою аудиторією є перш за все сім'ї, люди з дітьми.

Оплата праці в регіоні не є високою, на початку 2022 року середня заробітна плата в Тернопільській області була приблизно на 21.4% нижчою за середнє значення по Україні, це значення показника було найнижчим протягом досліджуваного періоду, після 2021 року найкращим значенням цього показника було значення на 14% нижче від середньої заробітної плати по Україні. Протягом даного періоду, значення коливалося в цьому проміжку. Такі значення, цього показника, говорять про можливість наймати потрібну кількість, більш кваліфікованих працівників, та відсутність надлишкових витрат на оплату праці.

Ціни на сировину в регіоні є сприятливими, порівнюючи наприклад, з Львівською областю, де розташоване виробництво одного з потенційних конкурентів, котрі зараз постачають кондитерські вироби на цей ринок. Для порівняння ціни на основні продукти які використовуються в кондитерській справі зображено на рисунку 3.1

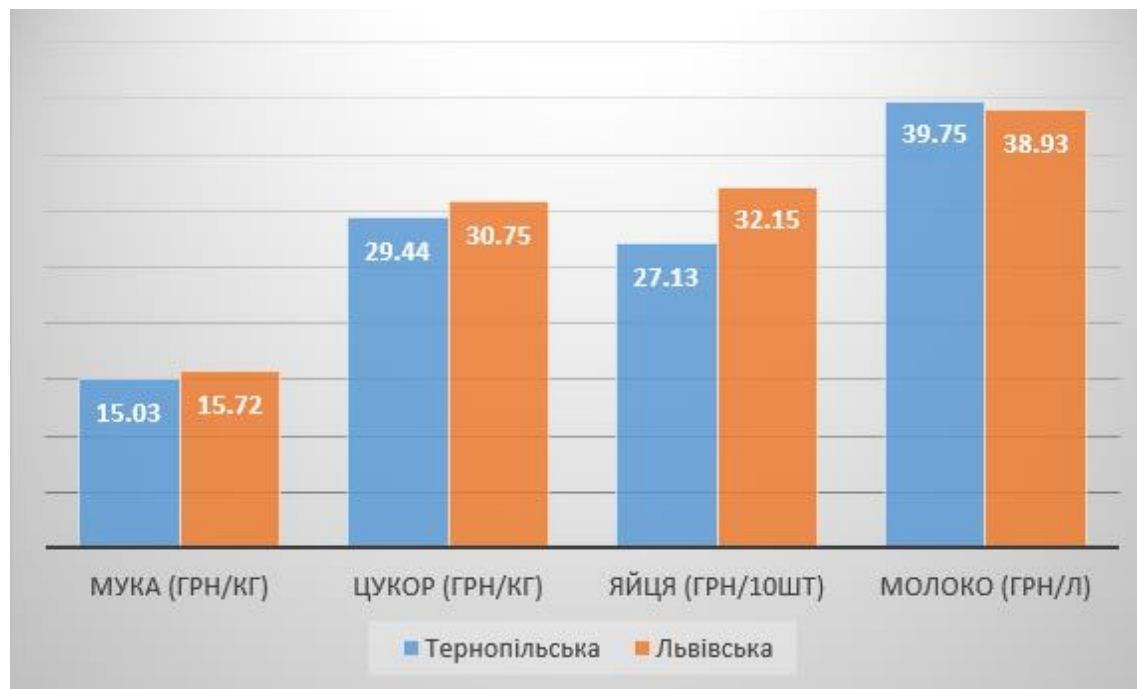


Рисунок 3.1 – Порівняння вартості продуктів для виготовлення кондитерських виробів в Тернопільській та Львівській областях.

Повномасштабне вторгнення негативно вплинуло на економічну ситуацію в Україні в цілому, зростання цін на сировину, транспортування, є найбільшими викликами для малих підприємств в Україні. Попри стабільно важку економічну ситуацію, харчова промисловість, як і інші промисловості України, намагається пристосуватися та продовжувати свою діяльність в поточних умовах існування

Зниження рівня витрат населенням як один з наслідків повномасштабного вторгнення зустріли багато галузей господарства України, це і зменшення кількості населення, і перегляд їхніх витрат, в зв'язку з можливою небезпекою. Та харчова промисловість одна з найважливіших для людей, тому економлячи на будь яких витратах, споживачі продовжують купляти їжу.

Щодо наявності достатньої кількості кваліфікованих потенційних працівників, то з цим проблем виникнути не мало б. Неподалік досліджуваного підприємства знаходиться навчальний заклад, де готують спеціалістів різних професій, серед них і кондитери.

Вплив інших споживачів важлива складова успішної маркетингової програми, бо яка реклама може бути кращою, ніж задоволені клієнти. З солодощами це працює дуже добре, адже як тільки споживач бачить смачні кондитерські вироби в інших покупців, він одразу хоче їх придбати.

На роботу кондитером може підійти далеко не кожен, потрібні спеціальні знання, та навички, особливо на початку виготовлення таких виробів, тому варто ретельно підбирати кадрів. В регіоні розташований навчальний заклад де готують спеціалістів кондитерів, крім того, нерідко, люди вже мають певний досвід у випіканні кондитерських виробів, що мало б підвищити ймовірність легше найняти працівника з потрібним рівнем підготовки.

Сильний вплив на споживачів має середовище де вони живуть, люди які їх оточують, інформація яку вони бачать в засобах масової інформації, та в інтернеті. Нерідко люди викладають в соціальні мережі пости з цікавими кондитерськими виробами, або бачать рекламу кондитерських виробів в інтернеті, що викликає бажання купити схожий виріб.

Дана галузь добре розвинена технологічно. Ринок виробничого обладнання повний різних рішень, що дозволяють автоматично виготовляти кондитерські вироби майже з мінімальною кількістю персоналу. Таке обладнання дозволяє виготовляти тисячі одиниць на годину. Це говорить про можливість автоматизації виробництва за необхідності.

Кондитерські вироби вже давно увійшли в життя споживачів, як невід'ємна частина зустрічі з друзями, рідними за будь-яким чаюванням, або просто приємна частина обідньої перерви на каву з колегами, тому ймовірність сильних змін на цьому ринку через створення нових кондитерських виробів невелика, а у випадку новинок у кондитерстві, нові вироби не сильно вплинуть на давно сформований ринок, а лише займуть нове своє місце в асортименті, звичної для споживачів продукції.

Те ж саме можна сказати і про технології виробництва кондитерських виробів, сучасний рівень автоматизації виробництва дозволяє виготовляти продукцію достатньо дешево, та автоматизовано, та все ж існує багато кондитерських де виробництво виконується людьми, що говорить про переваги такого виробництва, які пов'язані з об'ємами продукції що виготовляється, тобто використання найманих працівників для виробництва кондитерських виробів у малих кількостях вигідніше ніж встановлення автоматизованого обладнання.

Використання у виробництві автоматизованого обладнання зменшує затрати на виробництво, за рахунок меншої кількості працівників, що потрібні для виробництва, проте створення автоматизованого цеху значно дорожче ніж обладнання його для людської праці, та доцільно за потреби виробництва значної кількості продукції. На підприємстві «Файний Пекар» вся продукція виготовляється з лівовою часткою людської праці, через розмір підприємства, ринкові умови за яких воно працює.

Проаналізувавши лише фактори що мають непрямий вплив на ринок кондитерських виробів, картина дійсності буде не повною. Для отримання повної картини факторів, що матимуть вплив на успішність проекту потрібно

також проаналізувати інші фактори зовнішнього середовища, тобто ті що матимуть прямий вплив на діяльність підприємства. Для аналізу факторів прямого впливу, нами було використано Метод п'яти сил Портера.

Таблиця 3.2 – Фактори прямого впливу зовнішнього середовища.

Фактори впливу	Шкала								
		0	1	2	3	4	5	6	
<b>I. Сила покупців</b>									
Кількість споживачів	Низька						+		Висока
Диференціація продукції	Низька				+				Висока
Значення ціни	Високе					+			Низьке
Витрати	Низька			+					Висока
<b>II. Сила постачальників</b>									
Кількість альтернативних постачальників	Низька				+				Висока
Якість сировини	Низька						+		Висока
Вартість сировини	Висока				+				Низька
Унікальність сировини	Висока					+			Низька
<b>III. Загроза заміни</b>									
Ймовірність вибору інших виробів	Висока				+				Низька
Витрати на унікальність	Високі							+	Низькі
Ймовірність втрати ринку через альтернативи	Висока						+		Низька
Кількість альтернатив	Багато			+					Мало
<b>IV. Існуючі конкуренти</b>									
Прагнення конкурентів до розширення частки ринку	Високе				+				Низьке
Темп зростання ринку	Швидко						+		Повільно
Диференціація продукції	Висока				+				Низька
Конкуренція на ринку	Висока				+				Низька
Зростання кількості конкурентів	Швидко					+			Повільно
<b>V. Загроза нових конкурентів</b>									
Розмір інвестицій	Низький				+				Великий
Вартість залучення клієнтів	Низька			+					Висока
Доступність каналів збуту	Висока					+			Низька

Кількість споживачів хлібобулочних кондитерських виробів серед Українців досить висока, а виробництво як кондитерських, так і просто хлібобулочних виробів, зростає.

Даний ринок функціонує дуже довго, тому значна диференціація продукції не дивує. Вона існує абсолютно різноманітна, починаючи від різноманіття самих виробів, продовжуючи різноманіттям їх наповнень, інгредієнтів, оздоблення, тощо.

У випадку борошняних кондитерських виробів, ставлення покупців до ціни сильно суб'єктивне, та залежить від індивідуальних умов, вподобань, конкретної особистості, та навіть від конкретного бажання, що виникло у конкретний момент часу.

Після початку повномасштабного вторгнення фінансові можливості українців трохи похитнулися, це пов'язано з інфляцією, зростанням цін, невизначеністю майбутнього, тощо. На зараз, близько половини свого доходу українці витрачають на продукти харчування.

Сировина закупляється оптом в постачальників на пряму, за спеціальними цінами, дешевше ніж це можна зробити в точках роздрібною торгівлі, на ринках чи в місцях оптової торгівлі де діють посередники. Це дає підприємству перевагу перед невеликими кондитерськими і пекарнями, котрі працюють з об'ємами сировини і змушені закупляти її за вищими цінами.

Працівники підприємства, менеджери спілкуються з постачальниками, стежать за цінами та якістю продукції в різних постачальників, тобто за виникнення необхідності, яка може раптово з'явитись, з різних причин, завжди можуть закупити необхідну сировину додатково, в іншого постачальника.

Якість виробів з борошна сильно залежить від якості самого борошна та інших інгредієнтів. На підприємстві ретельно стежать за якістю продукції, що виготовляється, тому й сировина обирається відповідної якості. Наприклад при виборі борошна звертається увага на його колір, запах, хруст, смак, клейковину, вологість, крупність помелу, тощо.

Через близькість продукції, що пропонується для впровадження, до продукції, що вже виготовляється на підприємстві, більшість інгредієнтів будуть закуплятися в тих самих постачальників, з якими вже налагоджено співпрацю, що значно полегшить процес підготовки до впровадження нових

виробів у виробництво. Та можливо принесе певні переваги, при закупівлі більшої кількості сировини в постачальника, що може позитивно відобразитися на собівартості продукції.

Сировина потрібна для виготовлення борошняних кондитерських виробів не є надзвичайно складною для отримання чи рідкісною. Навіть навпаки, у випадку з продукцією агропромислового комплексу, то цей сектор досить добре розвинений в Україні. На доступність цієї сировини, за нормальних умов, впливає лише врожайність, та економічні чинники.

Через особливості ринку, схожість продуктів за своїми споживчими властивостями, ймовірність вибору клієнтом продукції конкурента існує, та так само існує і ймовірність вибору продукції досліджуваного підприємства, яка матиме власні переваги, порівняно з виробами інших компаній.

Додаткові витрати на досягнення унікальності виробів, тобто саме переваги перед конкурентами, не високі, і на це є кілька причин, по перше відносно низька вартість інгредієнтів, по друге, простота внесення змін в рецепт і процес виготовлення. Такі особливості виробництва дозволяють без надзвичайно високих затрат проводити дослідження з використанням різних інгредієнтів та експериментальних ідей.

Створення нових кондитерських виробів відбувається досить часто, та кардинальних змін ринок не зазнає, продукти, що вже давно завоювали прихильність споживачів, продовжують активно виготовлятися та продаватися.

Ринок багатий різноманіттям виробів, на будь який смак, тож споживач може легко обрати виріб іншої компанії, тому важливо мати переваги, які змусять покупця зробити вибір саме на користь потрібної нам продукції.

Бажання розширення і збільшення ринкової частки притаманне кожному комерційному підприємству, тому й на цьому ринку підприємства борються за прихильність споживачів.

На зростання ринку сильно вплинуло повномасштабне вторгнення. Якщо від 2014 до 2020 року, ринок зростав більш менш стабільно, в 2021 році зріс на майже 30%, в 2022 році, можна спостерігати скорочення на 20%, пов'язане з



вторгненням, проте вже в 2023 році можна спостерігати прагнення ринку до відновлення попередніх показників.

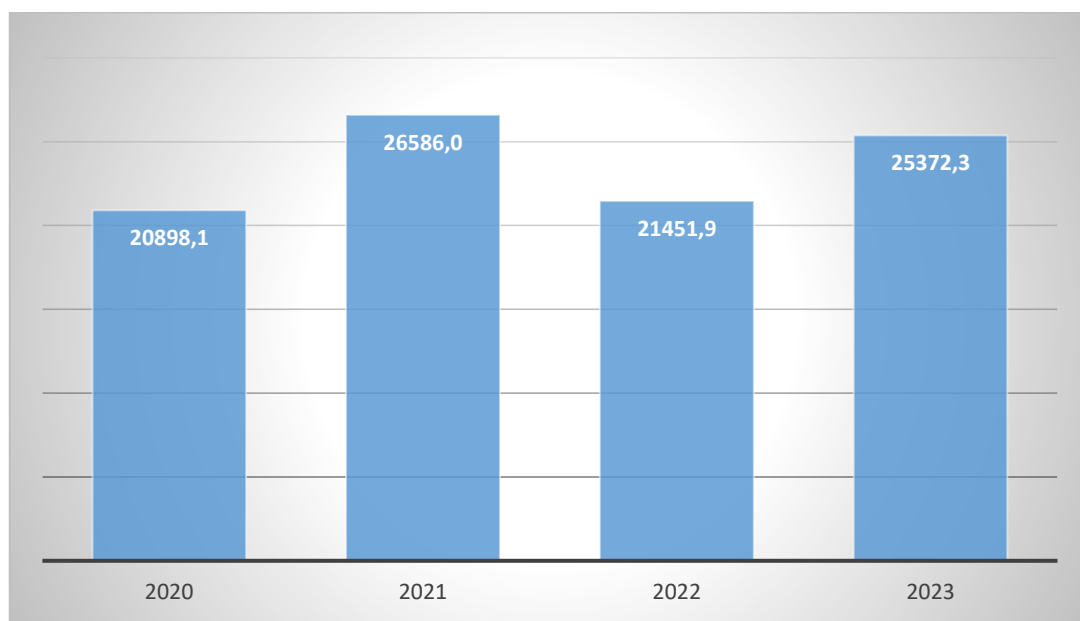


Рисунок 3.2 – Обсяг реалізованих борошняних кондитерських виробів у Тернопільській області (тис. грн.)

Конкуренція на цьому ринку жорстка, компанії стараються продати якнайбільше продукції, збільшити частку ринку, та розширити мережу збуту, над цим працюють не лише спеціалісти маркетингу, а й спеціальні працівники, що відвідують точки збуту, особисто спілкуються з продавцями та менеджерами, такі люди стараються завжди бути в курсі, які товари, де краще продаються, щоб запропонувати найкращі вироби для продажу, відповідно до такого попиту вони формують замовлення в компанії, презентують нові товари, дають зворотній зв'язок, щоб на підприємстві мали актуальну інформацію щодо ринкових тенденцій.

На ринку функціонує не велика кількість великих компаній, але серед таких компаній рідко з'являються нові гравці на ринку. Частіше відкриваються невеликі кав'ярні, чи міні пекарні, де пропонуються такі вироби.

Інвестиції для виходу на ринок потрібні не надто великі, та потрібна наявність певного обладнання, професійні зразки якого є дорого вартісними, та

маючи непрофесійне обладнання, що є дешевшим, та кількох працівників, можна почати виробництво таких виробів, це одна з причин чому міні пекарні, та міні кав'ярні, такий популярний вид бізнесу.

Вартість залучення клієнтів відсутня, у випадку продажу продукції в кіоски, та магазини, котрі самостійно турбуються про кількість клієнтів, в такому випадку головне налагодити співпрацю з точками збуту.

Виготовляючи хлібні вироби, досліджуване підприємство має налагоджений зв'язок з місцями продажу таких виробів, що полегшує вихід на цей ринок для даного підприємства.

Провівши аналіз зовнішнього середовища, при аналізі деяких факторів, ми можемо спостерігати вже налагоджену роботу підприємства, що значно полегшить впровадження у виробництво нової продукції, процес підготовки кадрів, та збут цієї продукції. Також вищі значення рентабельності виробів допоможуть покращити фінансовий стан підприємства та його конкурентоспроможність.

За умови наявності вже функціонуючого кондитерського цеху, для підприємства доцільно розширити асортимент послуг, за рахунок пропозиції, створювати кондитерські вироби на замовлення, з дизайном і складом на вибір клієнта, а також створювати кондитерські столи на замовлення, на свята. Така робота дасть можливість створити додаткове джерело доходу, а враховуючи той факт, що кондитерський цех працюватиме до обіду, через особливості попиту, а свята влаштовують зазвичай ввечері, це не заважатиме основній діяльності цеху.

Такі послуги доцільно рекомендувати наприклад, коли клієнт замовляє коровай, також доцільно пропонувати різні знижки, що базуються на замовленні кількох позицій з асортименту, та знижки що залежать від розміру замовлення, така цінова політика дозволить заохочувати клієнтів до здійснення більших замовлень, а враховуючи вищу рентабельність підприємство може використовувати це для отримання більшого прибутку за рахунок кількості.

Витрати на планування та підготовку приміщення, закупівлю та встановлення потрібного обладнання, серед якого піч, міксери, холодильник, шафа для продукції, робочі столи для персоналу, ваги, дозатори, просіювачі для муки, тісторозкатувальні машини, про ремонт в цьому приміщенні, планування робочого процесу, також витрати на просування продукції в сумі становитимуть 1260000 грн. Структуру витрат на кожен етап впровадження показано в Таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Структура витрат на створення кондитерського цеху на ПП «Файний Пекар» (тис. грн.)

№	Витрати	Вартість
1	Планування	24,0
2	Підготовка приміщення	256,0
3	Закупка та встановлення обладнання	860,0
4	Витрати пов'язані зі збутом та рекламою	120,0
	Сума	1260,0

Отже з цих витрат:

Капітальні:  $24000 + 256000 + 860000 = 1100000$  грн.

Експлуатаційні: 120000 грн.

Цех має налічувати мінімум дві паралельних лінії виробництва, обладнаних конвекційними пічками, по 4 листи в кожній, тістомішалками, автоматичними міксерами, столами для роботи, обладнанням для начинки, шафами для відстоювання, вагами, формами, та іншими інструментами. На кожній лінії по 2 працівники, працюють над виготовленням виробів.

Асортимент цеху має налічувати велику кількість продукції, з різною собівартістю, часом виготовлення та попитом. Тому користуючись методом середніх значень, вирішили провести розрахунки рентабельності на основі середніх значень найбільш важливих показників.

Середній час підготовки виробів до випікання 30 хв, середній час випікання таких виробів 30 хвилин, в середньому на один лист поміщається 15 виробів, за 6 годинну зміну з урахуванням можливих затримок, та корисного

часу випікання в 4 години, дві виробничі лінії дозволяють виготовити наступну кількість продукції:

$$2 * ( 15 * 4 * 2 * 4 ) = 960 \text{ вир/день.}$$

Тобто, працюючи 22 дні на місяць, за рік кількість виготовленої продукції кондитерським цехом, становитиме:

$$960 * 22 * 12 = 253440 \text{ шт.}$$

Встановивши ціну на вироби так, щоб прибуток від реалізації одного виробу в середньому становив 5 гривень, і помноживши це число на кількість виготовленої за рік продукції, можемо спрогнозувати прибуток отриманий від реалізації даної кількості продукції:

$$253440 * 5 = 1267200 \text{ грн}$$

Це не враховуючи витрат пов'язаних з браком, простоем, податком на прибуток та іншими факторами, що впливають на результат виробництва. Тому, щоб врахувати їх вплив на результати діяльності віднімем нормативну частку браку, що становить 3 %, та податок на прибуток 18% від прибутку.

$$1267200 - 21\% = 1\,001\,088 \text{ грн.}$$

За умови відсутності додаткових витрат, прогнозований термін окупності проекту можемо визначити за формулою 3.1:

$$P_o = \frac{I_n}{\Pi_n} \quad (3.1)$$

Де  $P_o$  – Період окупності вкладених інвестицій;

$I_{\text{п}}$  – розмір інвестованих в проект коштів;

$\Pi_{\text{п}}$  – прогнозований прибуток з реалізації виготовленої продукції за одиницю часу;

При розрахунках отримаємо наступне значення:

$$1260000 / 1001088 = 1,27 \text{ року};$$

Таке значення періоду окупності є індикатором, на користь прийняття рішення про реалізацію даного проекту.

### **3.2 Обґрунтування доцільності впровадження еклерів з кремом та шоколадною глазур'ю на ПП «Файний Пекар».**

Еклери, витвір кондитерського мистецтва, що вже давно став частиною життя багатьох. Попри наявність великого їх різноманіття, все ж еклери з заварним, або масляним кремом, та шоколадною глазур'ю, вважаються класичними, та найбільш популярними. Саме тому було вирішено запропонувати до виробництва цей вид еклерів.

Для початку такого виробництва знадобиться одна конвекційна піч, професійний міксер, шприци для начинки, або кондитерські мішки, холодильник для зберігання сировини, що в сумі вартуватимуть 100000 грн.

Розрахуємо собівартість виготовлення еклерів з шоколадною глазур'ю. Собівартість виготовлення партії виробів розраховується як сума вартостей кожного з потрібних інгредієнтів для виготовлення одного виробу, помножена на кількість виробів, що планується виготовити, формула 3.2:

$$C_{\text{сир}} = K_{\text{в}} * \sum(K_{\text{сир}} * C_{\text{сир}})$$

(3.2)

де  $C_{\text{сир}}$  – вартість закупки сировини, потрібної для виготовлення партії з  $K$  виробів;

$K_{\text{в}}$  – кількість виробів що планується виготовити;

$K_{\text{сир}}$  – кількість відповідного інгредієнта, що потрібна для виготовлення одного виробу;

$C_{\text{сир}}$  – ціна закупки відповідного інгредієнта.

Структуру необхідної сировини, а також вартість кожного з інгредієнтів можна побачити на таблиці 3.4

Таблиця 3.4 – Потрібні інгредієнти та їх кількість та вартість в

120 штук									
	молоко (мл)	вода (мл)	цукор (г)	сіть (г)	масло (г)	мука (г)	яйця (шт)	шоколад (г)	ванільний цукор (г)
Тісто	1000	1000	80	40	800	1200	40		
Крем	3000		800			500	16		80
Глазур					400			800	
загалом (г)	4000	1000	880	40	1200	1700	2800	800	80
Вартість	154.68	0	26	3.57	494.94	17	131.26	450	6.4

розрахунку на 120 виробів

Вага необхідної сировини становить:

$$4000 + 1000 + 880 + 40 + 1200 + 1700 + 2800 + 800 + 80 = 12\,500 \text{ г.}$$

Вартість необхідної сировини для виготовлення 120 еклерів, згідно з опублікованими цінами Державною Службою Статистики України станом на травень 2024 року, в Тернопільській області, становить:

$$154,68 + 0 + 26 + 357 + 17 + 131,26 + 450 + 6,4 = 1283,85 \text{ грн.}$$

Виготовлення еклера обійдеться в 15 гривень, тому розрахунки проводились, зокрема й розрахунки ПДВ виходячи з ціни продажу 20 гривень за один виріб. Встановлення рентабельності на такому рівні, за такої собівартості дасть можливість підприємству отримувати прибуток, залишить можливість для націнки в точках збуту, та дозволить зберегти продукцію конкурентоздатною, порівняно з продукцією, що вже існує на цьому ринку. Детальніше формування собівартості виробництва та розрахунки можна побачити на таблиці 3.5

Таблиця 3.5 Розрахунок собівартості виготовлення еклера з шоколадною глазур'ю.

Стаття витрат	Розрахунки	Вартість (грн.)
Сировина	1284 / 120	10.7
Зарплата	1200 / 240	5
Комунальні послуги	$6 * 10 \text{ кВт} * 1.65 / 240$	0.78
Інші витрати		1.02
Собівартість		17.5

При такій структурі собівартості і ціні в 25 грн. за один виріб, рентабельність продукції становить 30% що значно більше ніж рентабельність на більшості виробів, що зараз присутні в асортименті даного підприємства.

Виробнича потужність залежить від багатьох факторів, основними з яких є продуктивність обладнання та робочої сили, проте продуктивність робочої сили може змінюватись від зміни до зміни та сильно залежить від самого працівника, в той час як продуктивність обладнання є чітко обмеженою, тому продуктивність виробництва ми визначили спираючись на продуктивність обладнання.

Конвекційна піч розрахована на одночасне випікання до 4 листів з виробами, на кожен з яких поміщається 15 виробів, що дозволяє виготовляти по 60 виробів одночасно, а враховуючи, що на випікання однієї партії потрібно до

30 хв, протягом години одна піч дозволяє виготовити дві таких партії, тобто продуктивність печі складе:

$$(15 * 4) / 0,5 = 120 \text{ вир/год.}$$

Протягом зміни виробництво даного виду продукції, з урахуванням конкретної економічної ситуації, та інших факторів, що впливають на величину попиту, виробництво цього продукту рекомендуємо в кількості 240 виробів на день.

Прибуток від реалізації виготовленої продукції можна визначити віднявши собівартість виробництва продукції від доходу, що отриманий після її реалізації.

Дохід, можна визначити як добуток ціни та кількості реалізованих виробів. Тобто прибуток, отриманий від реалізації продукції, виготовленої на одній печі, за одну шестигодинну зміну, з урахуванням 3% браку, становитиме:

$$(240 - 240 * 0,03) * 25 - 240 * 17,5 = 1620 \text{ грн.}$$

За місяць який включає 22 робочих дні прибуток становитиме:

$$1620 * 22 = 35640 \text{ грн.}$$

Враховуючи поточну ставку податку на прибуток в Україні, що становить 18%, після сплати податку прибуток:

$$35640 - 35640 * 0,18 = 29224,8 \text{ грн/міс.}$$

За рік величина прибутку становитиме:

$$29224 * 12 = 350697,6 \text{ грн.}$$



Для оцінки перспективності пропозиції визначимо період окупності інвестицій за формулою 3.1:

$$P_o = 100000 / 350697,6 = 0,28$$

Визначимо точку беззбитковості розділивши величину інвестицій на величину рентабельності одного виробу:

$$100000 / 7,5 = 13334 \text{ шт.}$$

Підведемо підсумки отриманих показників, згрупувавши отримані показники у таблицю 3.6

Таблиця 3.6 – Показники оцінки економічної віддачі проекту виробництва еклерів з шоколадною глазур'ю на ПП «Файний Пекар»

№	Показник	Значення
1	Період окупності	4 місяці
2	Точка беззбитковості	13334 шт.
3	Рентабельність одного виробу	30%

Такі показники свідчать, що за незмінних витрат, проект окупиться менш ніж за 4 місяці, або за час продажу 13334 виробів, рентабельність даних виробів є високою, тобто проект є рекомендованим для впровадження на ПП «Файний пекар», а також здійснить позитивний вплив на показник загальної рентабельності виробів підприємства, його прибутковість та конкурентоспроможність на ринку.

## РОЗДІЛ 4

### БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ, ОХОРОНА ПРАЦІ

#### 4.1 Долікарська допомога при кровотечах

Кровотеча - це витікання крові з судин внаслідок їх пошкодження. Її інтенсивність може варіюватися від незначної до масивної, що загрожує життю. Надання першої допомоги при кровотечі є життєво важливим кроком для зупинки кровотечі, запобігання втраті крові та стабілізації стану потерпілого до приїзду медичної допомоги.

Зовнішня кровотеча буває :

- Капілярна кровотеча характеризується повільним витіканням крові з дрібних судин, зазвичай вона зупиняється самостійно.
- Венозна кровотеча виникає при пошкодженні вен. Кров при цьому витікає темним струменем.
- Артеріальна кровотеча є найнебезпечнішою, адже артерії несуть насичену киснем кров під високим тиском. Вона характеризується яскраво-червоною кров'ю, що б'є фонтаном.

Внутрішня кровотеча може виникнути при пошкодженні внутрішніх органів. Її ознаками можуть бути:

1. Блідість шкіри;
2. Слабкість;
3. Запаморочення;
4. Нудота;
5. Блювота;
6. Холодний піт;
7. Зниження артеріального тиску;
8. Втрата свідомості.

Першим і головним принципом надання першої допомоги при кровотечі є забезпечення безпеки на місці події. Це означає, що потрібно оцінити ситуацію

на наявність небезпек, які можуть зашкодити вам або постраждалому. Після того, як місце події безпечне, наступним кроком є оцінка тяжкості кровотечі. Невелику кровотечу з подряпин або порізів зазвичай можна зупинити за допомогою простих заходів, тоді як сильна кровотеча з глибоких ран або артерій вимагає негайної медичної допомоги.

При незначних кровотечах основна увага приділяється контролю над втратою крові та запобіганню інфекції. Ось розбивка кроків:

1. Прикладіть сильний і постійний тиск безпосередньо на рану, використовуючи чисту тканину або стерильну пов'язку. Притискайте рану щонайменше 10-15 хвилин, навіть якщо кровотеча начебто зупинилася.

2. Якщо можливо, підніміть пошкоджену частину тіла вище рівня серця. Це допоможе зменшити приплив крові до ділянки і ще більше сповільнить кровотечу.

3. Після зупинки кровотечі обережно промийте рану чистою водою або м'яким антисептичним розчином, якщо такий є. Накладіть стерильну пов'язку і зафіксуйте її бинтом, щоб запобігти подальшому забрудненню.

При сильній кровотечі основна увага приділяється мінімізації крововтрати та негайному виклику невідкладної допомоги. Натискання на певні точки тиску, розташовані між кісткою та артерією, може значно сповільнити кровотік.

Джгути слід використовувати лише в крайньому випадку, оскільки при неправильному накладенні вони можуть спричинити пошкодження тканин. Використовуйте джгут, якщо кровотечу не можна зупинити за допомогою прямого тиску, і тільки якщо ви навчилися його правильно накладати.

Протягом усього процесу життєво важливо зберігати спокій і заспокоювати пораненого. Паніка може значно погіршити ситуацію і ускладнити надання ефективної першої допомоги. Систематизуємо дії до медичної допомоги при різних видах кровотечі у таблиці 4.1:

Таблиця 4.1 - Дії домедичної допомоги при різних видах кровотечі.

Вид кровотечі	Дії
Капілярна	1. Обробити краї рани антисептиком (перекис водню, йод, зеленка). 2. Накласти нетугу марлеву пов'язку. 3. При великій площі ушкодження звернутися за медичною допомогою.
Венозна	1. Не видаляти згустки крові! 2. Накласти асептичну пов'язку, що давить, з міцного бинта або тканини. 3. Якщо кровотеча не зупиняється, використовувати джгут-турнікет. Під джгут підкласти вату або інший м'який матеріал, записати час накладення. 4. Максимальний час накладення джгута: 1 година (зима, осінь), 2 години (весна, літо). 5. Замість джгута можна використовувати підручні матеріали (ремені, краватки, тощо).
Артеріальна	1. Підняти кінцівку вище за рівень серця. 2. Накласти закрутку з тканини або джгут вище місця пошкодження. 3. Час накладення джгута - якщо на кінцівці немає перелому: до 1 години (зима, осінь), до 2 годин (весна, літо). 4. Якщо кровотеча не зупиняється, притиснути артерію пальцем вище місця пошкодження. 5. При кровотечі з ліктьової, підколінної, стегнової, плечової артерій максимально зігнути і підняти кінцівку.
Внутрішня	1. Викликати швидку допомогу. 2. Укласти потерпілого в напівсидяче положення. 3. Прикласти холодний компрес до місця передбачуваної кровотечі.

Якщо не надати домедичну допомогу при різних видах кровотечі, можна отримати наступні наслідки, які наведемо у таблиці 4.2:

Таблиця 4.2 - Наслідки ненадання домедичної допомоги при кровотечі

Наслідок	Опис
Збільшення крововтрати	Це може призвести до шоку, який характеризується низьким кров'яним тиском, прискореним серцебиттям, запамороченням і втратою свідомості. У важких випадках шок може призвести до смерті.

## Продовження таблиці 4.2

Інфікування	Відкрита рана, яка не зачинена та не очищена належним чином, схильна до інфікування. Це може призвести до серйозних інфекцій, таких як сепсис, які можуть бути смертельними.
Пошкодження тканин	Кров допомагає доставляти кисень і поживні речовини до тканин. Якщо кровотеча не зупинена, тканини можуть не отримувати достатньо кисню та поживних речовин, що може призвести до пошкодження або загибелі тканин.
Ускладнення	Залежно від типу та розташування кровотечі, неотримання домедичної допомоги може призвести до специфічних ускладнень. Наприклад, кровотеча з голови може призвести до гематоми головного мозку, а кровотеча з живота може призвести до внутрішньої кровотечі в черевну порожнину.
Смерть	У крайніх випадках неотримання домедичної допомоги при кровотечі може призвести до смерті.

Отже, перша допомога при кровотечі - це важлива навичка, якої можна легко навчитися. Запам'ятавши основні принципи безпеки на місці події, прямий тиск, підняття та правильний догляд за раною, ви зможете ефективно впоратися з незначними кровотечами. У випадку сильної кровотечі пріоритетом має бути зупинка крововтрати та виклик екстреної допомоги. Спокій і зважені дії можуть суттєво вплинути на процес загоєння і, можливо, врятувати життя.

#### **4.2 Психофізіологічне розвантаження для працівників.**

Психофізіологічне розвантаження - це комплекс заходів, спрямованих на відновлення психофізіологічного стану працівників, зниження рівня їх стомлюваності, підвищення працездатності та профілактику професійних шкідливостей. Основні принципи психофізіологічного розвантаження для працівників наведемо у таблиці 4.3

Таблиця 4.3 - Основні принципи психофізіологічного розвантаження для працівників

Принцип	Опис
Комплексність	Використання різноманітних методів та засобів психофізіологічного впливу, що охоплюють різні сфери психіки та фізіології людини.
Індивідуальний підхід	Врахування індивідуальних особливостей працівників, їх психофізіологічного стану, віку, статі, професії, умов праці тощо.
Систематичність	Регулярне проведення заходів з психофізіологічного розвантаження, що забезпечує стійкий позитивний ефект.
Доступність	Застосування простих, зрозумілих та доступних для працівників методів та засобів.
Ефективність	Використання методів та засобів, які мають науково доведену ефективність та забезпечують досягнення поставлених цілей.
Безпечність	Забезпечення безпеки та етичності проведення заходів з психофізіологічного розвантаження.
Профілактична спрямованість	Попередження виникнення психофізіологічної втоми та перенапруження, а також сприяння збереженню здоров'я та працездатності працівників.

В свою чергу методи психофізіологічного розвантаження і їхні переваги та недоліки наведемо у таблиці 4.5:

Таблиця 4.5 - Методи психофізіологічного розвантаження

Засіб	Опис	Переваги	Недоліки
Короткі перерви	Робити короткі перерви протягом робочого дня, щоб відійти від комп'ютера, розім'ятися, походити або просто посидіти та розслабитися.	Допомагають зняти м'язову напругу, покращити кровообіг, підвищити працездатність.	Не завжди є можливість зробити перерву, якщо ви працюєте з терміновим завданням.
Фізичні вправи	Займатися фізичними вправами протягом робочого дня, наприклад, робити зарядку, ходити по сходах замість ліфта, використовувати тренажерні стійки.	Допомагають зняти стрес, покращити настрій, підвищити працездатність.	Не завжди є можливість займатися фізичними вправами на роботі.
Дихальні вправи	Виконувати дихальні вправи протягом робочого дня, наприклад, діафрагмальне дихання або йогівські пранаями.	Допомагають розслабитися, зняти м'язову напругу, покращити концентрацію уваги.	Деякі техніки можуть бути складними для освоєння.
Методи релаксації	Використовувати методи релаксації, такі як медитація, аутотренінг або прогресивна м'язова релаксація, протягом робочого дня.	Допомагають зняти стрес, тривогу, покращити сон.	Деякі методи можуть потребувати часу та практики для досягнення результату.
Арт-терапія	Займатися арт-терапією, наприклад, малювати, ліпити, танцювати або слухати музику, протягом робочого дня.	Допомагають виразити емоції, зняти стрес, покращити креативність.	Можуть потребувати певних навичок або ресурсів.

## Продовження таблиці 4.5

Зміна робочої пози	Міняти робочу позу протягом робочого дня, щоб не сидіти весь час в одному положенні.	Допомагає зняти м'язову напругу, покращити кровообіг.	Не завжди є можливість змінити робочу позу, якщо ви працюєте за комп'ютером.
Провітрювання робочого приміщення	Регулярно провітрювати робоче приміщення, щоб забезпечити доступ свіжого повітря.	Допомагає покращити концентрацію уваги, зменшити втому.	Не завжди є можливість провітрювати робоче приміщення, якщо воно знаходиться в багатоповерховій будівлі.
Спілкування з колегами	Спілкуватися з колегами протягом робочого дня, щоб зняти стрес і покращити настрій.	Допомагає відчутти себе частиною команди, отримати підтримку.	Не завжди є можливість спілкуватися з колегами, якщо ви працюєте з терміновим завданням.
Відпочинок після роботи	Важливо добре відпочивати після роботи, щоб відновити сили та запобігти накопиченню стресу.	Допоможе вам краще почуватися фізично та емоційно.	Не всім людям вистачає часу на повноцінний відпочинок після роботи.

Психофізіологічне розвантаження для працівників є важливим з багатьох причин:

1. Робота може бути джерелом стресу та тривоги, що негативно впливає на фізичне та психічне здоров'я працівників, а психофізіологічне розвантаження допомагає зняти стрес та тривогу, покращуючи емоційний стан працівників.

2. Коли працівники відчувають стрес і тривогу, їм важко зосередитися на роботі, що знижує їхню працездатність, в цьому випадку психофізіологічне розвантаження допомагає покращити концентрацію уваги та пам'ять, що призводить до підвищення працездатності.



3. Професійне вигорання - це стан емоційного, фізичного та психічного виснаження, який може призвести до серйозних проблем зі здоров'ям, в цей час психофізіологічне розвантаження може допомогти запобігти вигоранню, роблячи роботу більш приємною та емоційно стійкою.

4. Коли працівники відчують себе щасливими та розслабленими, вони більш схильні до співпраці та спілкування один з одним. Психофізіологічне розвантаження може допомогти створити більш позитивну та продуктивну робочу атмосферу.

5. Хронічний стрес може призвести до розвитку багатьох хронічних захворювань, таких як серцево-судинні захворювання, діабет та депресія, тому психофізіологічне розвантаження може допомогти знизити ризик цих захворювань, покращуючи загальне фізичне та психічне здоров'я працівників.

Отже, вибір засобів психофізіологічного розвантаження залежить від індивідуальних потреб та вподобань працівника, рекомендується комбінувати різні засоби для досягнення найкращого результату. Регулярне психофізіологічне розвантаження це важлива складова профілактики стресу та покращення психоемоційного стану працівників, особливо зараз під час війни, коли працівники окрім стресу на роботі, отримують стрес в повсякденному житті через ворожі обстріли.

## ВИСНОВКИ

Результатом проведеного дослідження стало обґрунтування доцільності здійснення нововведень щодо оптимізації асортиментного ряду задля покращення становища ПП «Файний Пекар». Було запропоновано заходи для досягнення потрібного результату, а також обґрунтовано доцільність їх здійснення. Згідно розрахунків, пропоновані заходи будуть успішними та складуть додаткову вагу конкурентоспроможності підприємства.

Як було викладено в розділі 1, підприємствам потрібно адаптуватися до актуальних запитів споживачів, щоб залишатися конкурентоспроможним. Здатність обмеженої кількості продуктів повністю задовольнити потреби споживачів зменшується, а вимоги зростають. Саме тому для збереження конкурентних позицій, компанії вдаються до різних прийомів. Згідно з теоретичним матеріалом, викладеним в першому розділі, внесення змін в асортимент, його оптимізація є одним з найефективніших інструментів досягнення цього.

Що стосується другого розділу, то аналізуючи такі фінансові показники як оборотний капітал, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнти ліквідності тощо, ми зробили позитивні висновки стосовно його фінансового стану. Переглянувши асортимент підприємства та результати нещодавно впроваджених позицій, ми визначили його особливості та величину сприйняття ринком новаторських експериментів.

Враховуючи все згадане вище, у розділі 3 ми послідовно перейшли до розгляду ряду проектів, суть яких полягала в розширенні асортименту підприємства.

Отож, у результаті здійсненого дослідження було рекомендовано перелік заходів та аргументовано доцільність їх впровадження. Звідси розуміємо, що втілення підприємством подібних заходів, однозначно, приведе його до бажаних результатів.

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Досьє компанії ПО Файний пекар. *You control*: веб-сайт. URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/40538903/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/40538903/) (дата звернення: 20.02.2024).
2. Гарматюк О.О., Головчук Н.Є., Сорока С.Р. Окреслення ролі виробничих ресурсів в економічному розвитку вітчизняних підприємств. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції „Інновації: аспекти управління, виробництва, сфери обслуговування“, 28 березня 2019 року. Т. : ПП Паляниця В.А., 2019. С. 25–26.
3. Горбаченко С.А., Карпов В.А. Аналіз підприємницьких проектів : навч. посіб. Одеса, 2013. 241 с.
4. Васьківська К. В., Сич О. А. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Львів, 2017. 234 с.
5. Гарматюк О. О., Кріль Ю. А. Вплив новітніх технологій на економіку / Збірник тез доповідей ІХ Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів „Актуальні задачі сучасних технологій“, 25-26 листопада 2020 року. Т. : ТНТУ, 2020. Том 2. С. 170–171. (Економічні та соціальні аспекти нових технологій).
6. Галина Володимирівна Ціх, Віталій Тимошук Проблеми малого та середнього бізнесу в Україні у воєнний час. ІСВuTS-2022, 23-24 листопада 2022 р. Т. : ФОП Паляниця В.А., 2022. С. 183–184.
7. Прибуток як результат фінансово-господарської діяльності підприємства. Формування прибутку підприємства. *Фінанси підприємства* : веб-сайт. URL: [https://elearning.sumdu.edu.ua/free\\_content/lectured:d5813c9f9255c551fe3b3d9975d3ea3e8c1c7701/latest/337967/index.html](https://elearning.sumdu.edu.ua/free_content/lectured:d5813c9f9255c551fe3b3d9975d3ea3e8c1c7701/latest/337967/index.html) (дата звернення 18.03.2024).
8. Дмитрів С. П., Колесник Г. Ю., Юрик Н. Є. Покращення використання виробничих фондів як джерело забезпечення конкурентоспроможності

вітчизняних підприємств. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції „Інновації: аспекти управління, виробництва, сфери обслуговування“, 28 березня 2019 року. Т. : ПП Паляниця В.А., 2019. С. 27–28.

9. Тетяна Кужда, Наталія Шведа, Наталія Юрик Застосування інформаційних технологій при бізнес-аналізі діяльності організації в кризових умовах / *Галицький економічний вісник*. Т. : ТНТУ, 2023. Том 81. № 2. С. 96–105. (Менеджмент).

10 . ПДФО. Податок на доходи фізичних осіб. *Головбук* : веб-сайт. URL: <https://www.golovbukh.ua/rubric/15-pdf> (дата звернення 18.04.2024).

11. Податок на додану вартість. *ДЕБЕТ-КРЕДИТ* : веб-сайт. URL: [https://services.dtkr.ua/catalogues/tax\\_rates/33-podatok-na-dodanu-varnist](https://services.dtkr.ua/catalogues/tax_rates/33-podatok-na-dodanu-varnist) (дата звернення 18.04.2024).

12. Державна Служба Статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 19.04.2024)

13. Військовий збір. Мінфін : веб-сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/treasury/military/> (дата звернення: 20.04.24).

14. Васьківська К. В., Сич О. А. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Львів, 2017. 234 с.

15. Жарков С. О. Особливості управління прибутком підприємства. *Світ економічної науки*. 2018. веб-сайт. URL:: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/2796/> (дата звернення: 20.03.24).

16. Ольга Галушак, Вадим Кондирев Основні завдання технічного розвитку підприємства / Матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих учених „Соціально-економічні аспекти розвитку економіки“, 27-28 квітня 2017 року. Т. : ТНТУ, 2017. С. 21–22. (Секція 1. Актуальні проблеми сучасного управління: вітчизняний та зарубіжний досвід).

17. Людмила Малюта, Наталія Макар Актуальність проблеми зниження собівартості продукції. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції „Розвиток навчально-науково-виробничих комплексів в умовах

трансформаційної економіки“, 21 березня 2012 року, Т. : ТНТУ, 2012. С. 65. (Наука і підприємництво).

18. М. І. Ребрик, Н. Б. Кирич Шляхи підвищення рівня рентабельності діяльності підприємства. Збірник тез доповідей Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів „Актуальні задачі сучасних технологій“, 28-29 листопада 2018 року. Т. : ФОП Паляниця В. А., 2018. Том 3. С. 223–224. (Економічні та соціальні аспекти нових технологій).

19. Атаманчук П.С., Мендерецький В.В., Панчук О.П., Чорна О.Г. Інтегрований курс безпеки життєдіяльності (теоретичні основи): Навч. посіб. Кам'янець-Подільський: Буйницький О. А., 2009 . 200 с.

20. Атаманчук П.С., Мендерецький В.В., Панчук О.П., Чорна О.Г. Безпека життєдіяльності та охорона праці (Практичний курс): Навчальний посібник . Кам'янець-Подільський: “Думка”, 2010. 152 с.

21. Охорона праці (практикум): Навч. посіб. / За заг. ред.. к.т.н., доц. І.П. Пістуна. Львів: «Тріада плюс», 2011. 436 с.

## Зміна цін номенклатури № 1 від 09 січня 2024 р.

№	Товар	Основні ціни			
		Ціна	Од.	Валюта	Знижка
1	Булочка Гамбургер 0,080	7,38	шт	грн	
2	Багет "Гречаний" 0,300	18,00	шт	грн	
3	Багет "Гречаний" Різаний 0,290	18,54	шт	грн	
4	Багет Стрілецький 0,330	15,90	шт	грн	
5	Багет Стрілецький половинка поріzana 0,160	8,46	шт	грн	
6	Багетик 0,200	7,98	шт	грн	
7	Батон Дорожній порізаний 0,320	16,14	шт	грн	
8	Батон Дорожній 0,330	15,60	шт	грн	
9	Булочка здобна Сирок 0,120	10,32	шт	грн	
10	Булочка Равлик 0,150	11,34	шт	грн	
11	Булочка "Ківи-Банан" 0,120	9,90	шт	грн	
12	Булочка Абрикоска 0,120	9,78	шт	грн	
13	Булочка "Вишня тісті" 0,120	12,54	шт	грн	
14	Булочка Дитяча 0,100	5,52	шт	грн	
15	Булочка до сніданку 0,140	6,30	шт	грн	
16	Булочка з крихтою 0,050	3,66	шт	грн	
17	Булочка з повидлом 0,120	9,24	шт	грн	
18	Булочка з шоколадом 0,120	12,12	шт	грн	
19	Булочка здобна Віночок 0,150	10,98	шт	грн	
20	Булочка зі згущеним молоком 0,120	9,72	шт	грн	
21	Булочка кругла з кунжутом 0,100	7,80	шт	грн	
22	Булочка Маково-сирна 0,170	14,52	шт	грн	
23	Булочка Малинка 0,09	7,80	шт	грн	
24	Булочка Осине гніздо 0,350	21,18	шт	грн	
25	Булочка Ромашка 0,450	18,30	шт	грн	
26	Булочка Смородинка 0,120	11,34	шт	грн	
27	Булочка Трускавочка 0,120	11,11	шт	грн	
28	Булочка Часничок 0,280	14,52	шт	грн	
29	Грінки 0,200	20,94	шт	грн	
30	Завиванець з повидлом 0,225	10,38	шт	грн	
31	Заготовка для піци 0,100	6,60	шт	грн	
32	Калач 0,750	31,50	шт	грн	
33	Калач круглий оздоблений 1,3	84,66	шт	грн	
34	Калач круглий 1,3	54,84	шт	грн	
35	Калач порізаний 0,730	32,04	шт	грн	
36	Калач прямокутний (весільний) 2,00	78,36	шт	грн	
37	Калач прямокутний оздоблений (весільний) 2,00	104,94	шт	грн	
38	Калач ромбовидний (весільний) 2,400	111,84	шт	грн	
39	Калач ромбовидний оздоблений 2,400	131,28	шт	грн	
40	Калач Святковий 0,5	16,86	шт	грн	
41	Коровай двоповерховий 3,200	548,10	шт	грн	
42	Коровай здобний двоповерховий 4,00	768,60	шт	грн	
43	Коровай здобний одноповерховий 2,5	529,20	шт	грн	
44	Коровай здобний трьохповерховий 4,500	894,60	шт	грн	
45	Коровай одноповерховий 2,5	283,50	шт	грн	
46	Коровай трьохповерховий 4,50	793,80	шт	грн	
47	Коровайчик 1,00	64,26	шт	грн	
48	Малютка з кунжутом 0,3	16,38	шт	грн	
49	Малютка 0,500	24,36	шт	грн	
50	Паніно 0,140	6,30	шт	грн	
51	Панська здоба 0,350	17,40	шт	грн	

52	Пиріг Яблучний 0,120	10.74	шт	грн
53	Плетенка з маком 0,500	20.16	шт	грн
54	Плетенка здобна з родзинками 0,350	20.46	шт	грн
55	Плетенка здобна з родзинками 0,500	28.02	шт	грн
56	Рогалик до сніданку 0,140	6.30	шт	грн
57	Рогалик до сніданку темний 0,140	6.30	шт	грн
58	Рулетик з маком 0,135	10.68	шт	грн
59	Сайка 0,420	16.74	шт	грн
60	Сухарі з родзинками 0,200	23.70	шт	грн
61	Сухарі панірувальні 0,500	18.30	шт	грн
62	Хліб "Гречаний порізаний"0,390	23.88	шт	грн
63	Хліб "Гречаний"0,400	23.34	шт	грн
64	Хліб Бутербродний 0,300	13.80	шт	грн
65	Хліб бутербродний різаний 0,290	14.28	шт	грн
66	Хліб Висівковий 0,400	14.04	шт	грн
67	Хліб Висівковий порізаний 0,380	14.58	шт	грн
68	Хліб Гостинний в/г 0,900	29.88	шт	грн
69	Хліб Гостинний половинка порізана в/г 0,440	15.48	шт	грн
70	Хліб Гостинний порізаний в/г 0,890	30.42	шт	грн
71	Хліб Житньо-солодовий з висівками 0,500	17.40	шт	грн
72	Хліб Житньо-солодовий з висівками різаний 0,485	17.94	шт	грн
73	Хліб Житньо-солодовий 0,350	16.08	шт	грн
74	Хліб Житньо-солодовий різаний 0,335	16.62	шт	грн
75	Хліб з Соняшником 0,350	17.52	шт	грн
76	Хліб з Соняшником порізаний 0,335	18.06	шт	грн
77	Хліб Канапковий 0,250кг	11.34	шт	грн
78	Хліб Канапковий порізаний 0,230кг	11.88	шт	грн
79	Хліб на парастас 0,750	31.50	шт	грн
80	Хліб Особливий в/г 0,500	19.08	шт	грн
81	Хліб Особливий в/г порізаний 0,485	19.62	шт	грн
82	Хліб Особливий Новий з кунжутом 0,500	19.26	шт	грн
83	Хліб Особливий Новий з маком 0,500	19.26	шт	грн
84	Хліб Фірмовий 1,000	37.20	шт	грн
85	Хліб Фірмовий половинка 0,500	18.66	шт	грн
86	Хліб Фірмовий половинки порізаний 0,485	19.86	шт	грн
87	Хліб Цибульковий 0,200	9.60	шт	грн
88	Хліб Цибульковий 0,450	19.26	шт	грн
89	Хліб Цибульковий порізаний 0,185	10.14	шт	грн
90	Хліб Цибульковий порізаний 0,430	19.86	шт	грн
91	Хліб Чортківський Новий 0,700	22.26	шт	грн
92	Хліб Чортківський Новий порізаний 0,685	22.80	шт	грн
93	Хлібні палички з янином 0,200	18.06	шт	грн
94	Хлібні палички з кунжутом 0,200	18.66	шт	грн
95	Хлібні палички з сиром 0,200	20.70	шт	грн
96	Хлібні палички з сіллю 0,200	16.02	шт	грн
97	Хлібні палички з соняшником 0,200	18.66	шт	грн
98	Хлібні палички з цибулею 0,200	18.66	шт	грн
99	Добрий хліб ж/п 0,900	28.92	шт	грн
100	Добрий хліб половинка порізана ж/п 0,440	14.94	шт	грн
101	Добрий хліб порізаний ж/п 0,885	29.40	шт	грн

102	Лаваш тонкий 0,100	10.86шт	грн
103	Піца на дровах 0,100	7.56шт	грн
104	Піца на дровах 0,150	9.12шт	грн
105	Піца на дровах 0,200	11.34шт	грн
106	Хліб Бабусин житній на дровах четвертинка 0,375	11.46шт	грн
107	Хліб Бабусин житній на дровах 1,500	45.72шт	грн
108	Хліб Бабусин житній на дровах половинки 0,740	22.86шт	грн
109	Хліб Бабусин житній на дровах половинки порізаний 0,725	23.46шт	грн
110	Хліб Бездріжджовий 0.250	11.70шт	грн
111	Хліб Бездріжджовий порізаний 0,235	12.30шт	грн
112	Хліб Білобожницький 0,700	25.02шт	грн
113	Хліб Дарницький 0,600	19.38шт	грн
114	Хліб Дарницький порізаний 0,585	19.98шт	грн
115	Хліб Зерновий порізаний 0,245	11.46шт	грн
116	Хліб Зерновий 0, 250	10.92шт	грн
117	Хліб Петльований житній з кмином на дровах 1,900	63.00шт	грн
118	Хліб Петльований житній з кмином на дровах половинки 0,920	32.04шт	грн
119	Хліб Петльований житній з кмином на дровах половинки порізаний 0,920	32.64шт	грн
120	Хліб Петльований житній на дровах четвертинка 0,480	16.08шт	грн
121	Хліб Петльований житній на дровах 1,900	60.90шт	грн
122	Хліб Петльований житній на дровах половинки 0,920	31.02шт	грн
123	Хліб Петльований житній на дровах половинки порізаний 0,920	31.56шт	грн
124	Хліб Пряний 0,750	23.34шт	грн
125	Хліб Пряний Формовий половинка порізана 0,370	12.24шт	грн
126	Хліб Ситний 0,900	30.90шт	грн
127	Хліб Ситний порізаний 0,880	31.44шт	грн
128	Хліб Сільський 1,00	31.50шт	грн
129	Хліб Сільський половинка порізана 0,475	16.32шт	грн
130	Хліб Сільський порізаний 0,980	32.04шт	грн
131	Хліб Формовий порізаний 0,530	18.96шт	грн
132	Хліб Формовий 0,550	18.42шт	грн
133	Хліб Чортківський порізаний 0,940	31.44шт	грн
134	Хліб Чортківський 0,950	30.90шт	грн
135	Хліб Чортківський з кмином 0,950	31.62шт	грн
136	Хліб Чортківський половинки з кмином порізаний 0,465	16.38шт	грн
137	Хліб Чортківський половинки порізаний 0,465	15.48шт	грн
138	Багетик з кунжутом 0,200	9.96шт	грн
139	Хліб "Гостерний" формовий різаний 0,450	23.52шт	грн
140	Булочка з кокосово - сирною начинкою 0,200	17.52шт	грн
141	Хліб "Сімейний" 0,500	17.16шт	грн
142	Хліб "Сімейний" порізаний 0,480	17.70шт	грн
143	Калач круглий 1,000	42.00шт	грн
144	Паляниця 0,300	шт	грн
145	Бабка 0,100	шт	грн
146	Бабка 0,300	шт	грн
147	Паска звичайна 0,460	шт	грн
148	Паска звичайна 1,300	шт	грн
149	Паска оздоблена 0,300	шт	грн
150	Бабка 0,500	шт	грн
151	Булочка з сосискою 0,120	15.50шт	грн

Відповідальний: