

Виходячи з проблем, які існують на Яготинському маслозаводі, можна запропонувати такі шляхи вдосконалення діяльності:

1) направлення менеджерів з логістики на тренінги: тренінги призначені для навчання менеджерів і фахівців цього підприємства. У цьому випадку з'являється можливість сконцентруватися на вирішенні управлінських проблем безпосереднього замовника програми навчання шляхом «глибокого занурення» в аналіз проблематики підприємства, розгляду конкретних виробничих ситуацій, спільної розробки варіантів вирішення проблем і подальшого розвитку підприємства в цілому;

2) розробка системи мотивації для менеджерів з логістики;

3) вдосконалення «карти процесів»: включає перегляд посадових інструкцій – з метою створення реальної інструкції, аби кожен працівник заводу чітко знав свої обов'язки; а також слід скласти регламенти процесів (тобто кожна дія, операція повинна чітко мати свій регламент – час на її виконання);

4) створення в кожному цеху, де відбувається виробництво продукції, «міні цеху достоявання продукції» – це дозволить дещо звільнити завантаженість цеху експедиції, оскільки площі і так не вистачає;

5) необхідно ввести в дію прилад для обгортання паллет плівкою при транспортуванні (оскільки таке устаткування є, однак воно простояє і лише займає площу) – це дозволить звільнити людей від рутинної роботи;

6) виділити чотири людини в цеху експедиції, які б відповідали за зберігання готової продукції в кожній з чотирьох холодильних камер з метою контролю підтримки необхідної температури для зберігання;

7) купівля і встановлення на автомобілі датчиків рівня палива з метою запобігання розкрадання палива;

8) введення системи штрафів з метою дотримання графіків завантаження та постачання продукції;

9) включення в договір з постачальниками пункту щодо повернення піддонів, а в разі необхідності – і розміри штрафних санкцій;

10) купівля власного транспорту (по одній машині в рік), оскільки оренда двадцятитонного автомобіля в місяць коштує 35 тис. грн. – це з урахуванням того, що використовується паливо власної автозаправки маслозаводу;

11) визначення основних процедур та критеріїв вибору постачальника та їх регламентації;

12) розробка системи показників ефективності логістичної діяльності підприємства у відповідності з основними напрямками роботи заводу.

Витрати на побудову та забезпечення діяльності оптимальної системи логістики повертаються зростанням обсягів продажу і значною економією на складуванні та транспортуванні продукції. Тож поетапне впровадження даних заходів безумовно дозволить оптимізувати логістичні витрати і отримати позитивні результати діяльності.

Висновки

Отже, логістична діяльність на підприємстві спрямовується на раціональну організацію, підтримку ритмічної роботи та оптимізацію господарської діяльності підприємства в цілому, забезпечуючи йому конкурентні переваги. Основним напрямом розвитку ПАТ «Яготинський маслозавод» є створення логістичного відділу, який і буде втілювати в життя заходи щодо підвищення ефективності логістичної діяльності, які були запропоновані.

Список використаних джерел

1. Ларина Р.Р. Логистика в управлении организационно-экономическими системами: монография / Р.Р. Ларина, В.Л. Пилюшенко, В.Н. Амитан. – Донець: ВИК, 2003. – 239 с.
2. Саркисов С.В. Управление логистикой / С.В. Саркисов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2001. – 416 с.
3. Ткачова А.В. Теоретична сутність логістичної діяльності підприємства / А.В. Ткачова // Економіка підприємства та управління виробництвом. – 2011. – №4. – С. 98–99.
4. Ткачова А.В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств: монографія / А.В. Ткачова, Т.О. Загорна. – Донецьк: «Ноулідж», 2012. – 260 с.
5. Мельникова К.В. Методичний підхід до матеріального стимулювання менеджерів з логістики / К.В. Мельникова // Проблеми економіки. – 2014. – №1. – С. 236–240.
6. Коніщева Н.Й. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // Економіка промисловості. – 2005. – №1. – С. 114–123.
7. Яготинський маслозавод [Електрон. ресурс]. – Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://yagotinskiy-maslozavod.business-guide.com.ua>
8. Руденко Г.Р. Підвищення ефективності логістичної діяльності на підприємствах / Г.Р. Руденко // Бізнесінформ. – 2011. – №9. – С. 187–190.

Ю.Г. ЛЕВЧЕНКО,
к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій,
Ю.Т. ТИМКОВА,
студентка, Національний університет харчових технологій

Оцінка ефективності діяльності підприємств хлібопекарської галузі (на прикладі ДП «Вінницяхліб» ПАТ «Концерн «Хлібпром»)

Для досягнення високої ефективності процесу виробництва на підприємствах хлібопекарської галузі недостатньо мати сучасне технологічне обладнання та високоякісні предмети праці, для цього необхідна ефективна організаційна система зв'язків між виробниками та споживачами продукції.

Ключові слова: організація виробництва, ефективність, підприємства, хлібопекарська галузь.

Ю.Г. ЛЕВЧЕНКО,
к.э.н., доцент, Национальный университет пищевых технологий,
Ю.А. ТЫМКОВА,
студентка, Национальный университет пищевых технологий

Оценка эффективности деятельности предприятий хлебопекарной отрасли (на примере ГП «Винницяхлеб» ПАО «Концерн «Хлебпром»)

Для достижения высокой эффективности процесса производства на предприятиях хлебопекарной отрасли недостаточно иметь современное технологическое оборудование и высококачественные предметы труда, для этого необходима эффективная организационная система связей между производителями и потребителями продукции.

Ключевые слова: организация производства, эффективность, предприятия, хлебопекарная отрасль.

Y.G. LEVCHENKO,
candidate of economic sciences, National University of Food Technologies
Y.O. TYMKOVA
student National University of Food Technologies

Evaluation of the efficiency of the enterprises of the baking industry (for example, DP «Vynnytsiakhlіb» PAO «Concern «Khlіbprom»)

In order to achieve high efficiency of the production process at the enterprises of the baking industry is not enough to have modern equipment and high-quality objects of labor, it requires an efficient organizational system of relations between producers and consumers.

Keywords: organization of production efficiency of the enterprise, the baking industry.

Постановка проблеми. Проблемі ефективного функціонування підприємств хлебопекарської галузі належить одне з перших місць, оскільки забезпечення населення хлібом та хлібобулочними виробами є стратегічним завданням держави. Тому тема дослідження залишається актуальною в даний час. Оцінка ефективності діяльності підприємств зазначеної галузі, прийняття управлінських рішень, аналіз витрат економічних ресурсів та існуючих технологій та засобів забезпечення ефективного функціонування підприємств викликають інтерес як у фахівців, так і у економістів-практиків, оскільки ситуація на ринку хліба відіграє значну роль у соціальної стабільності суспільства. Навіть незначні зміни у цінній політиці та обсягах виробництва впливають на суспільно-політичну ситуацію в країні.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Питанням ефективного функціонування хлебопекарської галузі присвячені праці вітчизняних вчених-економістів Л.В. Дейнека, А.О. Коваленка, М.В. Нетяжука, Л.В. Старшинської, Е.І. Шелудько та ін. Але питання ефективності діяльності хлебопекарських підприємств у мінливих умовах зовнішнього середовища вимагають постійних досліджень. Аналіз зазначених праць свідчить, що економічна ефективність – це співвідношення результатів до витрат. Точніше кажучи, дане поняття відповідає на запитання: які були досягнуті результати та за яку ціну і які саме й скільки ресурсів було витрачено на їх досягнення.

Ефективність діяльності вітчизняних підприємств досліджуваної галузі залишається надзвичайно низькою, їхні виробничі можливості не використовуються максимально, у зв'язку з чим неможливо досягнути динамічного розвитку [2].

Це пояснюється нестабільністю попиту та адаптацією вітчизняних підприємств до підвищення цін на сировину та матеріали, комунальні послуги, які сформувалися протягом 2014–2015 років.

Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні вимагає від вітчизняних підприємств активних дій щодо підвищення ефективності їх діяльності.

Метою статті є аналіз хлебопекарської галузі та аналіз показників ефективності діяльності ДП «Винницяхліб» ПАТ «Концерн «Хлібпром».

Виклад основного матеріалу. Хлібопекарська галузь в Україні займає одне з провідних місць, а частка хлібопродуктів у раціоні населення України становить 15% [4], тобто це є підтвердженням того, що хліб є одним з основних продуктів харчування.

Ринок хліба на 99% представлений вітчизняною продукцією. Проте останнім часом на ринку хліба спостерігається спад виробництва.

Хлібопекарська галузь – одна з провідних галузей харчової промисловості України, призначена для забезпечення виробництва хліба, хлібобулочних та інших борошняних виробів в обсягах, що відповідають нормам державної продовольчої безпеки [4].

Вітчизняний ринок хліба випускає різноманітний асортимент хлібобулочних виробів. Виробляються різні сорти хлібних виробів: булочні вироби, пшеничний та пшенично-житні хліби та інші хлібобулочні вироби.

На підприємствах хлебопекарської галузі важливим критерієм є якість. Підвищення рівня даного показника на вітчизняних хлебопекарських підприємствах може досягатися за рахунок оновлення техніки та обладнання, використання сучасних методів підвищення якості продуктів та інших заходів.

У січні–травні 2015 року в Україні вироблено 488 тис. т хліба та хлібобулочних виробів, це на 64,4% менше, ніж за аналогічний період 2014 року.

Спостерігаємо, що протягом останніх років у хлебопекарській галузі відбувається спад виробництва. Це пов'язано з підвищенням цін на сировину, паливо, електроенергію; зі скороченням споживання продукції та з іншими чинниками.

Однак більшість аналітиків вважають, що хлібний бізнес, незважаючи на негативні фактори, такі як зменшення обсягів виробництва, значне моральне та фізичне зношення та ін., залишається досить привабливим для інвесторів.

Ринок хліба налічує велику кількість конкурентів. Конкуренція на ринку хліба та хлібобулочних виробів посилена,

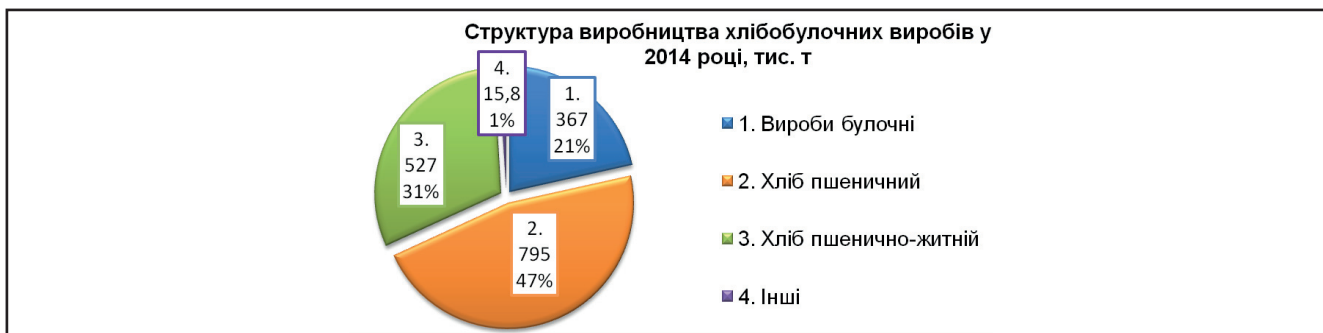


Рисунок 1. Структура виробництва хлібобулочних виробів у 2014 році, тис. т [5]

Таблиця 1. Динаміка виробництва продукції та споживання хлібних продуктів на одну особу за 2012–2014 роки

Показники	Роки		
	2012	2013	2014
Обсяги виробництва хліба та хлібобулочних виробів, тис. т	1605	1485	1357
Темп приросту, %	–	–7,5	–8,6
Споживання хлібних продуктів, кг	109,4	108,3	108,4
Темп приросту, %	–	–1	0,1

Розрахунки проведено за даними Держстату України [6].

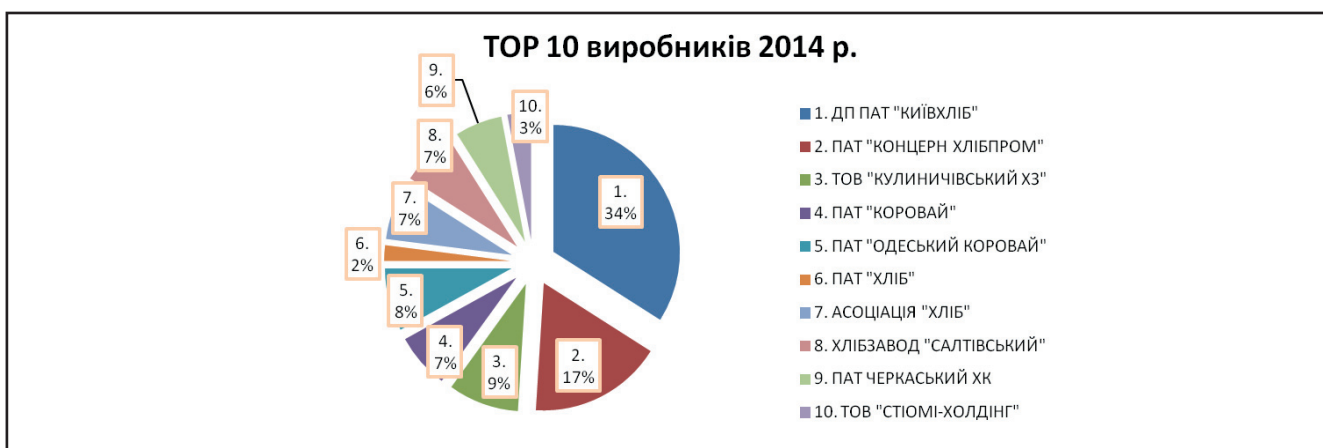


Рисунок 2. Конкуренти хлібопекарської галузі 2014 року

тому що в основному ведеться боротьба між великими хлібозаводами. Отримати перемогу на ринку намагаються за рахунок випуску нової продукції.

Розподіл конкурентів представлений на рис. 2

З рис. 2 можемо бачити, що найпотужнішим підприємством у хлібопекарській галузі в 2014 році є концерн «Київхліб». Концерн «Хлібпром» є другим за натуральними обсягами виробництва. Він об'єднує більше 20 хлібозаводів західних областей.

Потужність підприємства на сьогодні становить 120 т на добу.

Основними видами продукції є стандартні сорти хліба, здобні вироби, а також печиво, кондитерські та бараночні вироби. За 77 років діяльності лабораторій було розроблено та впроваджено у виробництво понад 150 сортів хлібобулочних, 66 кондитерських та 15 бараночних видів продукції.

На підприємстві працює 11 печей для виробництва хлібобулочних виробів, потужність яких становить 20 т в добу кожна. Також працюють чотири лінії, на яких виготовляють солонку, печиво та сушку. Біля кожної печі стоїть тістомісильна машина для замішування тіста для випічки.

Виробничі потужності дозволяють виробляти широкий асортимент хлібних, булочних та кондитерських виробів [3].

ДП «Вінницяхліб» ПАТ «Концерн «Хлібпром» належить до найбільших підприємств із виробництва хліба та хлібобулочних виробів України, і тому в найближчий час підприємству необхідно нарощувати обсяги виробництва продукції даного виду, підвищувати рівень доходів і, таким чином, утримати свої позиції на ринку в умовах зростаючої конкуренції.

Тому вибір досліджуваного підприємства хлібопекарської галузі для оцінки ефективності його діяльності є актуальним та відповідає сучасним вимогам науки і практики.

Оцінка ефективності діяльності ДП «Вінницяхліб» ПАТ «Концерн «Хлібпром», за 2012–2014 роки проведена на основі показників, представлених у табл. 2.

Незважаючи на зменшення показників ефективності діяльності протягом досліджуваного періоду, спостерігається позитивна тенденція – Net margin від 1,9 до 0,3%, EBITDA margin від 0,7 до 2,5% та найвища позиція належить Gross margin 34,6%.

Зниження ефективної діяльності ДП «Вінницяхліб» ПАТ «Концерн «Хлібпром» за досліджуваний період можна пояснити такими причинами: зростання цін на основну сировину та енергоносії, наявність нестабільної ситуації на ринку сировини у зв'язку з економічною кризою та зростанням курсів іноземних валют тощо.

Таблиця 2. Динаміка показників ефективності діяльності ДП «Вінницяхліб» ПАТ «Концерн «Хлібпром» у 2012–2014 роках

Показник	2012	2013	2014
Чистий дохід, тис. грн.	780939	777777	629267
Рентабельність активів, %	-2,2	0,33	2,5
Валовий прибуток, тис. грн.	188826	190056	217802
Gross margin, %	24,2	24,4	34,6
Прибуток від операційної діяльності, тис. грн.	26184	42635	59122
EBITDA, тис. грн.	5613	31800	37808
EBITDA margin, %	0,7	4,1	2,5
Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, тис. грн.	-15759	2265	15775
Чистий прибуток, тис. грн.	-15616	2265	1177
Net margin, %	-1,9	0,2	0,3

Джерело: фінансова звітність ДП «Вінницяхліб» ПАТ «Концерн «Хлібпром» [3].

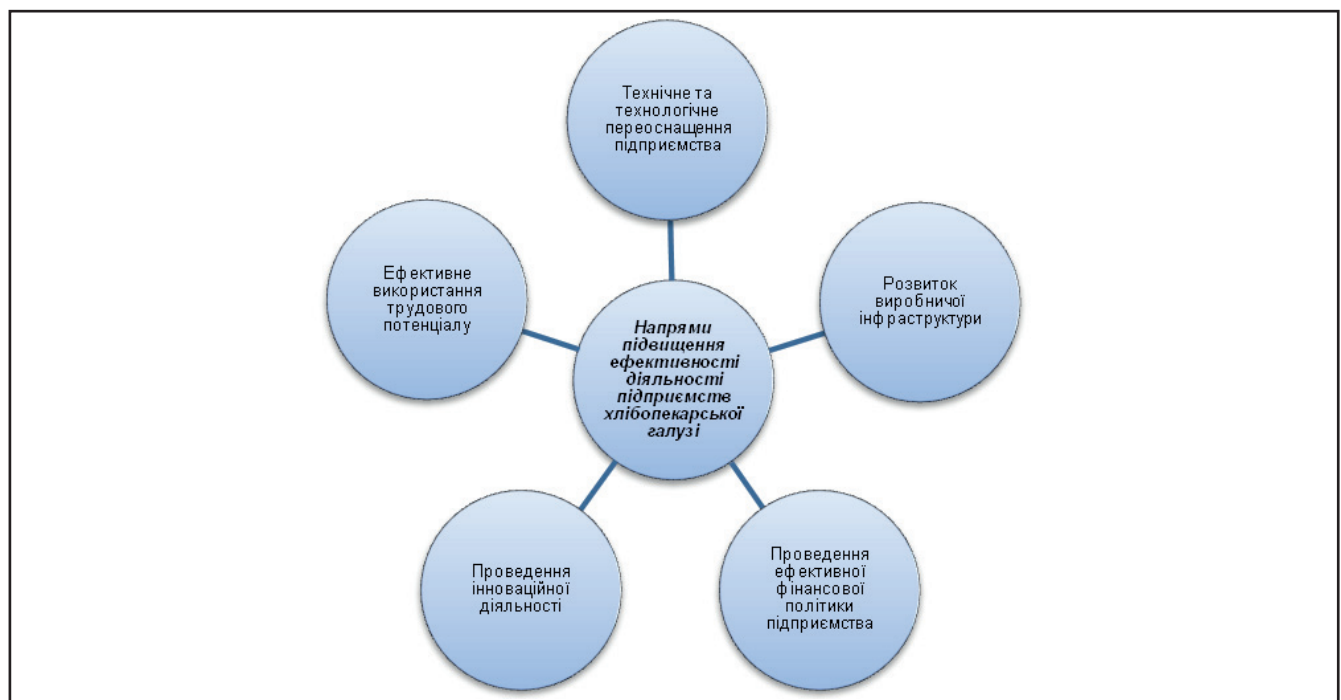


Рисунок 3. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств хлібопекарської галузі

Покращення показників ефективності хлібопекарської галузі можливе не лише за рахунок покращення результатів фінансово-господарської діяльності, а й за рахунок раціонального використання виробничих ресурсів; розширення асортименту продукції та підвищення корисності продукції шляхом використання біологічних добавок; зміцнення конкурентних позицій на ринку за рахунок удосконалення системи збуту, розроблення та впровадження маркетингових стратегій; вдосконалення кадрової політики, шляхом створення нових робочих місць, забезпечення виробництва висококваліфікованими працівниками, мотивації праці за рахунок підвищення заробітної плати. За результатами досліджень виділено основні напрями підвищення ефективності діяльності підприємств хлібопекарської галузі (рис. 3).

Технічне та технологічне переоснащення підприємства передбачає автоматизацію виробництва. Певні технологічні нововведення здійснюють значний вплив на динаміку ефективності виробництва продукції. Вплив на результати діяльності підприємства спричиняє розвиток виробничої інфраструктури (транспорту, торгівлі, комунікацій тощо). Проведення ефективної фінансової політики дасть змогу підвищити ефективність ви-

користання основних та оборотних засобів, скоротити витрати на виробництво. Проведення інноваційної діяльності спрямовуватимуться на випуск нової продукції. Ефективне використання трудового потенціалу перш за все полягає у підвищенні продуктивності праці, удосконаленням методів праці та управління.

Підприємство має бути досить конкурентоспроможним і мати конкурентні переваги в силу умов, які сформувалися на ринку, адже хлібопекарська галузь є однією з найбільш динамічних галузей харчової промисловості, що налічує велику кількість конкурентів.

Висновки

Хлібопекарська галузь в Україні займає одне з провідних місць, а частка хлібопродуктів у раціоні населення України становить 15%, тобто це є підтвердженням того, що хліб є одним з основних продуктів харчування. Ринку хліба налічує велику кількість конкурентів. Конкуренція на ринку хліба та хлібобулочних виробів посилена, тому що в основному ведеться боротьба між великими хлібо заводами. Отримати перемогу на ринку намагаються за рахунок випуску нової продукції.

Отже, оцінка ефективності діяльності підприємств хлібопекарської галузі дала змогу визначити напрями підвищення ефективності діяльності підприємств. Щодо ДП «ВінницяХліб» ПАТ «Концерн «Хлібпром», то ми дійшли висновку, що потрібно нарощувати випуск нових конкурентоспроможних продуктів та розширювати ринки збуту, що підвищить ефективність власної діяльності і, таким чином, зменшить рівень конкуренції.

Список використаних джерел

1. Теоретичні засади оцінки ефективності діяльності підприємства за сучасних умов наук. Ст. / [Ф. Косянчук, С.В. Кучма]. Режим доступу // : <http://www.pdaa.edu.ua>

2. Проблеми і напрями підвищення ефективності діяльності підприємств державного сектору економіки України наук. Ст. / [Кравченко М.О.]. Режим доступу // <http://ev.fmm.kpi.ua>

3. Офіційний сайт ДП «ВінницяХліб» ПАТ «Концерн Хлібпром» [Електрон. ресурс] Режим доступу: <http://hlibprom.com.ua/>

4. Макаренко В.В. Вся правді про хліб. Агро Перспектива, 2007. – №6, 7. – С. 24–27.

5. Галузевий огляд – Харчова та переробна промисловість [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.business.ua/articles/news_online

6. Державний комітет статистики України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

О.Ф. ШАПОВАЛ,

к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій

Комунікаційні процеси в консалтинговій діяльності

У статті наведені результати досліджень особливостей комунікаційних процесів в консалтинговій діяльності дорадчих служб в умовах посилення конкурентних процесів ринкової системи. Обґрунтовані основні принципи формування конструктивного механізму позитивного комунікаційного клімату.

Ключові слова: комунікаційний процес, модель комунікації, консалтингова діяльність, дорадча служба, ринкова система.

Е.Ф. ШАПОВАЛ,

к.э.н., доцент, Национальный университет пищевых технологий

Коммуникационные процессы в консалтинговой деятельности

В статье приведены результаты исследования особенностей коммуникационных процессов в консалтинговой деятельности сельскохозяйственных консультационных служб в условиях усиления конкурентных процессов в рыночной системе. Обоснованы основные принципы формирования конструктивного механизма позитивного коммуникационного климата.

Ключевые слова: коммуникационный процесс, модель коммуникации, консалтинговая деятельность, сельскохозяйственные консультационные службы, рыночная система.

O. SHAPOVAL,

Ph.D. in Economics, Associate Professor, National University of Food Technologies

Communication processes in consulting activities

The article dedicated to research of communication processes of extension service consulting in conditions of competition intensification in the market system. Based the main principles of constructive mechanism of positive communicative climate.

Keywords: communication process, communication model, consulting, extension services, market system.

Постановка проблеми. Реалізація стратегій розвитку сільськогосподарських підприємств в умовах посилення конкурентної боротьби на ринках стає все більше залежною від оперативного використання інформаційних продуктів та якості консалтингових послуг, які отримують від дорадчих служб сільськогосподарські підприємства та населення.

Саме конкурентний тиск ринкового середовища вимагає переосмислення та вдосконалення здійснення комунікаційних процесів в консалтинговій діяльності дорадчих служб.

Світовий досвід свідчить про те, що організація консалтингової діяльності шляхом впровадження ефективної комунікації та сучасних комунікаційних технологій, дозволить підняти на більш високий рівень функціонування дорадчих служб та посилити власну кон'юнктуру політику.

Це обумовлює необхідність дослідження особливостей здійснення комунікаційних процесів в консалтинговій діяльності дорадчих служб.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Сучасні підходи щодо організації комунікації у сфері професійної діяльності, а також підвищення ефективності консалтинго-

вої діяльності дорадчих служб висвітлені в наукових працях Г.Г. Почепцова, В.Ф. Іванова, О. Холода, М.Ф. Кропивка, А.П. Посадського та ін. [4, 6, 7].

Однак окремі аспекти цієї проблеми щодо вдосконалення комунікаційного процесу в консалтинговій діяльності дорадчих служб у вітчизняній літературі розглянуті недостатньо.

У той же час прискорений розвиток ринкової системи висуває нові вимоги щодо стилю і методів здійснення комунікації в консультативній діяльності. Сучасна концепція підвищення ефективності агроконсалтингу розглядає комунікаційні процеси як засіб посилення конкурентоспроможності функціонування дорадчої служби в ринковій системі [1, 2, 5].

Саме це зумовлює необхідність проведення подальших досліджень вищезазначеної проблеми.

Метою статті є дослідження особливостей механізму комунікаційних процесів в консалтинговій діяльності дорадчих служб в умовах посилення власної кон'юнктурної політики.

Виклад основного матеріалу. Експерти-дорадники, реалізуючи основну мету діяльності дорадчої служби, через систему консалтингу здійснюють поширення та сприя-