

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**Економічний факультет
Кафедра бізнесу та управління персоналом**

ЕЛЕМЕНТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА ЗБУТУ ТОВАРІВ

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконав:

студент 4 курсу, 476 групи
спеціальності 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»
(ОП Економіка та організація бізнесу)
Шильніковський Дмитро Олегович

Керівник:

доктор економічних наук,
професор Лопатинський Ю.М.

До захисту допущено:

на засіданні кафедри

протокол № ____ від «__» _____ 2025 р.

Зав. кафедрою _____ доц. Водянка Л.Д.

Анотація

Шильніковський Д.О. Елементи організації виробництва та збуту товарів. Рукопис. Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» (ОП Економіка та організація бізнесу). Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Чернівці, 2025.

Проведено теоретико-методологічні обґрунтування підходів до процесів організації промислового виробництва в Україні. Висвітлено авторські бачення завдань, критеріїв, тенденцій у розвитку «модельного» вітчизняного підприємства. Розглянуто існуючі економічні механізми управління процесами організації виробництва та збуту товарів. Охарактеризовано стан вітчизняного ринку лакофарбової продукції. Проведено аналіз діяльності виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» за показниками організаційного змісту, фінансово-економічної роботи, принципів побудови виробництва, системи менеджменту, маркетингової роботи зі збуту товарної продукції. Дано пропозиції розвитку системи управління якістю як перспективи діяльності підприємства на цільовому споживчому ринку.

Ключові слова: промисловість, виробництво, організація виробництва, збут, збутова політика, управління, системи менеджменту, споживчий ринок

Abstract

Dmytro Shylnikovskiy. Elements of organizing the production and distribution of goods. Manuscript. Qualification work for obtaining the first (bachelor's) level of higher education in specialty 076 "Entrepreneurship, trade and stock exchange activity" (Economics and business organization). Yuri Fedkovich Chernivtsi National University, Chernivtsi, 2025.

Theoretical and methodological justifications of approaches to the processes of organizing industrial production in Ukraine are carried out. The author's visions of tasks, criteria, and trends in the development of a «model» domestic enterprise are highlighted. The existing economic mechanisms for managing the processes of organizing production and sales of goods are considered. The state of the domestic paint and varnish market is characterized. The analysis of activity of the production enterprise «Chernivtsi Khimichnyi Zavod» ALC was conducted in terms of organizational content, financial and economic work, principles of building production, management system, marketing work on the sale of commodity products. Proposals for the development of the quality management system as prospects for the activity of the enterprise in the target consumer market are given.

Keywords: industry, production, organization of production, sales, sales policy, management, management systems, consumer market

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

Шильніковський Дмитро Олегович (підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні підґрунтя до організації виробництва й товарного збуту в ринковому середовищі	7
1.1. Завдання, критерії, економічні механізми управління процесами організації промислового виробництва	7
1.2. Збутова політика виробничого підприємства	15
1.3. Стан вітчизняного ринку лакофарбової продукції промислового сектора економіки України	23
Висновки до 1-го розділу	31
РОЗДІЛ 2. Аналіз діяльності виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод»	32
2.1. Організаційна та фінансово-економічна характеристика підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод»	32
2.2. Аналіз принципів побудови виробництва та системи менеджменту якості на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод»	42
2.3. Концепція збуту товарів на виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод»	50
Висновки до 2-го розділу	58
РОЗДІЛ 3. Перспективи розвитку виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» на цільовому споживчому ринку	59
3.1. Складові розвитку системи управління якістю ТДВ «Чернівецький хімзавод» на основі управління змінами	59
Висновки до 3-го розділу	69
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75

ВСТУП

Система організації виробництва й товарного збуту актуалізує питання розвитку вітчизняної промисловості в більш широкому розумінні, що є однією з нагальних потреб з огляду на необхідність зростання й відновлення економіки України. На сьогодні з урахуванням складного соціально-економічного становища періоду воєнного стану в державі, питання розвитку промисловості є достатньо загостреними, оскільки саме цей сектор вітчизняної економіки піддається впливу та суттєво залежить від супроводжуючих обставин. Тому розгляд означеної тематики є важливим у вітчизняному науковому середовищі, методи досліджень розкривають нові вектори розвитку промисловості України.

У науково-методологічному спрямуванні означено зміст основних принципів організації промислового виробництва на сучасному етапі, що пов'язано із формулюванням критеріїв до організації виробництва, розробок ефективних механізмів управління відповідними процесами, зокрема впровадження модерних принципів управління «завершеність і якість, вбудовані в процес», що використовують для організаційних та техніко-технологічних перетворень. Сформульовано авторські пропозиції до розширення інноваційних принципів організації виробництва, розширення прогнозів на основі економіко-математичного моделювання, механізмів управління програмами розвитку, прогнозування реалізації цього із залученням фінансових інвестицій, координації постачання й виробництва тощо.

Вищезначені напрями відображають сучасні принципи управління виробництвом, якістю та конкурентоспроможністю, акцентують увагу до концептуальних методологічних основ розвитку вітчизняних підприємств усіх форм власності, що на сьогодні є важливим доповнюючим питанням управління збутовою діяльністю. Підвищення ефективності господарської діяльності та фінансового стану компаній безпосередньо пов'язане з вирішенням проблемних складових до відтворення важливого завершального етапу, пов'язаного із збутом виготовленої підприємством товарної продукції на основі використання вітчизняними промисловими й аграрними підприємствами

сучасних концепцій маркетингу, менеджменту, логістики, ціноутворення тощо, ефективних методів та інструментів їх застосування у виробничій практиці. Це важливо для вітчизняної виробничої сфери в цілому, зокрема для підприємств хімічної галузі промисловості України, що спеціалізуються на виробництві лакофарбової хімічної продукції. У практичній частині бакалаврського дослідження ми акцентували увагу до діяльності виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод», що здійснює такий вид економічної діяльності, як «24.30.0 Виробництво лаків та фарб» як основний вид діяльності та виробництво іншої хімічної та додаткової продукції спеціального призначення.

Вищезначені напрями опрацьовані нами й відображені при виконанні відповідних завдань бакалаврської роботи, як у теоретико-методологічній, так і практичній частинах. Відповідно, тему бакалаврської роботи доцільно вважати теоретично обґрунтованою та **актуальною** до наукового дослідження.

Об'єкт бакалаврської роботи – господарсько-економічні обґрунтування елементів організації виробництва та збуту товарів.

Предмет бакалаврської роботи – аналіз процесів управління організацією виробництва на основі діяльності підприємства хімічної галузі промисловості України ТДВ «Чернівецький хімзавод».

Мета бакалаврської роботи – теоретико-методологічні обґрунтування специфікацій, особливостей організації, тенденцій розвитку промислового товарного виробництва та збуту, прикладних аспектів з позицій діяльності виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод», що спеціалізується на виробництві лакофарбової хімічної продукції.

Практична частина бакалаврської роботи виконана на базі та за матеріалами підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод», що працює за такою юридичною адресою: Україна, м. Чернівці.

У відповідності до означеної мети, практичних цілей бакалаврського дослідження були поставлені такі **завдання** до його виконання: – обґрунтувати економічний зміст та сутнісні ознаки організації виробництва у теоретико-методологічному спрямуванні за цільовими завданнями, критеріями

- обґрунтувати методологічні підходи до формування економічних механізмів управління процесами організації виробництва;
- відобразити сучасні наукові означення категорій «збут», «збутова політика» підприємства;
- означити процеси формування збутової політики як складової маркетингової концепції розвитку підприємства;
- розглянути стан вітчизняного ринку лакофарбової продукції в залежності до промислового сектору економіки України;
- провести аналіз діяльності виробничого підприємства хімічної галузі промисловості України ТДВ «Чернівецький хімзавод» за організаційними, фінансово-економічними показниками, принципами побудови виробництва, системою управління;
- охарактеризувати маркетингову концепцію збуту товарів на виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод»;
- запропонувати перспективи розвитку підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» на цільовому споживчому ринку.

Інформаційна база до виконання бакалаврської роботи. З метою виконання відповідних завдань бакалаврського дослідження нами використані різні інформаційні джерела, зокрема : наукові статті, окремі наукові й методичні праці вітчизняних авторів, автореферати дисертацій, аналітичні записки, статистичні збірники та матеріали, фінансово-економічні звітні документи досліджуваного виробничого підприємства хімічної галузі промисловості України ТДВ «Чернівецький хімзавод».

Структура та обсяг бакалаврської роботи. Бакалаврська робота складається із таких структурних частин: вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків до проведеного бакалаврського дослідження, списку використаних джерел наукової літератури (усього опрацьовано 86 джерел). Бакалаврська робота містить 14 таблиць, 8 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДРУНТЯ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧОГО Й ТОВАРНОГО ЗБУТУ У РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

1.1. Завдання, критерії, економічні механізми управління процесами організації промислового виробництва

Сучасне промислове виробництво незалежно від зміни соціально економічних умов залишається основою розвитку країни, зокрема України та «відіграє роль мультиплікатора, який прискорює інноваційні перетворення в суміжних галузях економіки». Результати науково-аналітичних досліджень основних тенденцій у розвитку промисловості України, організації виробництва в умовах інноваційного розвитку вітчизняних підприємств характеризують відповідні функціональні особливості за останнє десятиліття, дієвість організації виробничих процесів на рівні окремих галузевих підприємств у взаємозалежності до аналогічних процесів у світі. Авторські акценти в дослідженнях зроблено на аналізі реального стану організації промислового виробництва в Україні, розгляду динаміки «позитивних й негативних тенденцій» у порівняльній відповідності до світових і європейських трендів динамічного та структурного розвитку промислового виробництва.

Систему організації промислового виробництва в Україні, її ідентифікаційні ознаки, тенденції розвитку формують достатньо різноманітні структурні й функціональні елементи, що відображено у наукових дослідженнях значної кількості таких вітчизняних авторів, як : Акименко О., Бондаренко Д. М., Вецепура Н. В., Грідін О. В., Завербний А. С., Збаразська Л. О., Ільницький В. С., Каличева Н. Є., Колінко Н. О., Липовська Н. А., Литвиненко В. М., Фещур Р. В., Ципліцька О. О., Шовкун І. А. та інших.

Доцільно відзначити окремі, базові спрямування організації вітчизняного промислового виробництва за відповідними авторськими підходами та ідентифікаційними характеристиками, що відображено нами в таблиці 1.1.

8

Таблиця 1.1

**Методологічні означення напрямів організації
вітчизняного промислового виробництва**

Автор, авторський колектив	Сутність авторських підходів до промислового виробництва
Промисловість України у світовому «ландшафті», Збаразська Л. О. [1]	У аналітичному дослідженні автором викладено власні результати науково-аналітичного дослідження основних тенденцій у промисловості України за останні два десятиліття на тлі аналогічних процесів у світі. Запропоновано стратегічні напрями, що на авторську думку «мають потрапити у фокус довгострокової державної промислової політики: структурний розвиток, стабільний внутрішній попит, збалансований експорт»
Стан та тенденції розвитку промислового виробництва України, Вещепура Н. В. [2]	Аналіз основних макроекономічних показників розвитку вітчизняної економіки за структурою ВВП України за період 2014-2019 рр., виконаний автором дає підстави до визначення ним «наявних диспропорцій, що засвідчують відсутність пропорційності в розвитку економіки України на всіх її рівнях». Пропонуються напрями досягнення довгострокового сталого економічного зростання
Управлінські аспекти організації виробництва, Каличева Н. Є. та співавтори [3]	Обґрунтовано актуальність розробок щодо підвищення ефективності організації виробництва в умовах постійної трансформації бізнес-середовища. Автором сформовано організаційно-економічний механізм підвищення організаційної гнучкості виробництва з урахуванням факторіальних впливів
Синергетичні детермінанти розвитку промислового виробництва, Акименко О. [4]	Автором розглянуто концептуальні синергетичні детермінанти розвитку промислового виробництва як новітні позитивістські підходи до «вивчення будь-якої відкритої системи з притаманними їй елементами самоорганізації і кібернетичного керування, яка відповідно до загальних принципів синергетичного світогляду буде модернізуватися, ініціюватися та виводитися на власні лінії розвитку»

Прикладні аспекти дослідження промислового виробництва, Фещур Р. В. [5]	Виконано опис залежності між економічним результатом діяльності підприємств і факторними ознаками. Автором пропоновано «розширити набір засобів за рахунок дистрибутивно-лагових, авторегресійних, симульативних ... моделей»
---	---

Сучасні конкурентні ринкові умови, тенденції розвитку цільових світових та регіональних ринків, в окремих випадках, пов'язаних із невизначеністю та форс-мажорними обставинами, вплив процесів глобалізації на соціально економічні процеси, розширення співпраці України з країнами ЄС потребують від вітчизняних промислових підприємств використання актуальних концепцій управління: 1) виробництвом, 2) якістю та 3) конкурентоспроможністю. Для прикладу, йдеться про важливість забезпечення ефективного управління якістю діяльності підприємства через використання концепції TQM [6; 7]. У розділі 3 бакалаврського дослідження ми акцентували увагу до перспектив впровадження на досліджуваному виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» системи управління якістю та основі управління змінами на засадах загальновизнаної концепції TQM.

Розвиток різноспрямованих процесів виробництва безпосередньо або опосередковано впливає на збільшення кількості та параметрів організаційних рішень, які ґрунтуються як на трудових процесах, так і охоплюють виробничі процеси підприємства, зокрема управління виробництвом. Макро- та мікроменеджмент на підприємстві вводить взаємодію із іншими частинами системи, відповідно, вдосконалення організації виробництва сприяє докорінній зміні в безпосередній системі управління на виробничому підприємстві. На це, та на вдосконаленні організації виробництва на вітчизняних підприємствах акцентовано увагу в дослідженні Янченко Н. В., Зінченко В. Є. [8]. Автори пропонують оптимізацію складових частин виробничого процесу як «складного механізму» з урахуванням наявних сьогодні проблем організаційного розвитку, зокрема:

- проведення моніторингу та оцінювання, зважаючи на відповідні функції і специфікації виробничих процесів з урахуванням безперервних змін у зовнішньому середовищі;
- урахування запитів працівників підприємства щодо досягнення кінцевого результату своєї праці з потребами ринку, відповідності поставлених задач й забезпечення оптимального співвідношення результату такої діяльності;

10

- забезпечення «оптимального співвідношення результату діяльності і витрат, понесених для його отримання гарантуватиме розвиток організації виробничих процесів на підприємстві» та дозволить формувати й реалізовувати успішні програми з покращання організації виробництва в умовах інноваційного розвитку.

Одним із визначальних методологічних напрацювань до вирішення проблеми підвищення ефективності функціонування вітчизняних підприємств є впровадження у виробничі процеси сучасної системи організації виробництва, що відображає декілька постулатів: 1) система має бути «самовдосконалюючою»; 2) система має відображати актуальні виробничі процеси, що базуються на «змінах в організації виробництва». Так, саме в авторському дослідженні Грідіна О. В. [9] акцентована увага до особливостей застосування операційних систем організації виробництва, з цією метою теоретично узагальнено особливості застосування, а також практично здійснено порівняльну характеристику так званої «традиційної» системи організації виробництва та системи організації «точно в термін» (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Порівняльна характеристика систем організації виробництва* * побудовано на основі джерела [9]

«Традиційна» система організації виробництва	Система організації виробництва «точно в термін»
Категоріальне означення системи :	

Це «виштовхуюча» система, що передбачає послідовність : «виготовлені на попередніх ділянках виробу (деталі) «виштовхуються» на подальші незалежно від того, є в них поточна потреба чи на даний час відсутня»	Це «єдиний комплекс заходів, що здійснюються з метою досягнення максимально можливого рівня виробництва за використання мінімальних товарно-матеріальних запасів деталей і комплектуючих, напівфабрикатів та готової продукції»
Головна мета системи :	
Реалізація базового комерційного принципу отримання прибутку, а якість як умова його отримання	Забезпечення високої якості усіх процесів на всіх етапах організації виробництва, а прибуток – «наслідок високого рівня якості»

11

Продовження таблиці 1.2

1	2
Особливості функціонування системи :	
«Запаси відіграють роль певного буфера між послідовними поставками матеріалів, готової продукції» і необхідністю здійснення «безперервних поставок». Ускладнені прикладні напрями зниження ризиків та «зриву виробничого процесу». Працівник підприємства розглядається переважно через призму функціональності, сукупності необхідних «фізичних, інтелектуальних здібностей, набутих компетентностей ...»	Це сучасна операційна система управління виробничими запасами, взаємодії з постачальниками, управління персоналом підприємства за оновленими правилами. Постачальники підприємства розглядаються як «зовнішні партнери», угоди укладаються з обмеженою кількістю надійних комерційних постачальників. Відношення до працівника як до «споживача продукції», що надходить до нього «згідно з виробничим процесом для подальшої обробки і має відповідати установленим параметрам»

В обох вищеозначених випадках як наслідок, йдеться про організацію виробництва на основі «досягнення позитивних результатів» на основі : недопущення «надлишкових, непередбачуваних» виробничих втрат і витрат,

мінімізації розмірів товарно-матеріальних запасів (за авторським підходом «запаси розглядаються як утрати»), забезпечення (або прагнення до цього) високого рівня надійності постачань, вдосконалення операційних виробничих процесів і скорочення тривалості загального операційно-технологічного циклу з метою досягнення максимального рівня виробництва високоякісної конкурентоспроможної кінцевої продукції за ознаками прибутковості.

Формування й реалізація методологічного принципу «зміни в організації виробництва та праці» з авторських позицій Литвиненко В. М. [10] акценти зроблено до «зміна істотних умов праці й переведення». Йдеться про правові основи застосування змін в організації виробництва та праці, змін умов праці з одночасним чітким дотриманням законодавчого терміну у КЗпП [11] «трудова функція» як «інтегрований, переважно автономний набір трудових дій, що визначається характерним для нього технологічним процесом та передбачає наявність певних компетентностей, необхідних для їх виконання».

12

На основі значної кількості наукових публікацій щодо дослідження діяльності промислових підприємств, аналізу механізмів управління процесами організації промислового виробництва доцільно виокремити наукові праці, що охоплюють концептуальні засади й методичні інструменти для планування та прогнозування розвитку підприємств, теоретичний базис економетричного моделювання та відповідні економетричні моделі, побудови числових моделей, механізми управління програмами розвитку суб'єктів господарювання [5; 12-14]. До ключових завдань дослідження промислового виробництва слід віднести формування концептуальної та формальної моделей промислового виробництва на макро- і мікрорівнях, а також аналіз їх «адекватності та

практичної придатності» для здійснення необхідних прогнозних розрахунків. Найбільш відповідними авторськими висновками до вищевикресленої проблеми є узагальнення, що моделювання процесів промислового виробництва підтверджує практичну методичну придатність побудованих економетричних моделей, що спираються на «виробничу функцію виду Кобба-Дугласа, для здійснення прогнозних розрахунків». А дослідження дії факторів внутрішнього

й зовнішнього середовища на економічну діяльність промислових підприємств

Фещур Р. В. та співавтори [5] охарактеризували так : 1) «економічні умови виробничого господарювання в Україні, інноваційна активність підприємств, чисельність їх працівників неоднозначно впливають на кінцевий економічний результат; 2) нарощування вартості капіталу й підвищення ступеня управління підприємством позитивно впливають на економічний результат» [5].

Методологічним доповненням до вищезначеного є розширення застосування інноваційних підходів до організації вітчизняного виробництва, що відображено у відповідних авторських наукових розробках [15-19]. Важливим є виокремлення напрямів вирішення окремих проблем вітчизняних промислових підприємств, що з позицій інтегрованого підходу «поєднують підтримку бізнесу, модернізацію технологій, стабільне енергозабезпечення, соціальну відповідальність та сприятливі умови в інвестиційному та регуляторному середовищі». Пропоновані українськими вченими програми

13

поліпшення організації виробництва в умовах інноваційного розвитку дозволять забезпечити «відповідність організації перспективним планам, співвідношення форм і методів організації виробництва його матеріально технічному базису, конкретним виробничо-технічним умовам і економічним вимогам комплексності виробництва». У сучасному розумінні йдеться про інноваційні механізми управління промисловими підприємствами на основі процесів цифровізації, що дозволить впроваджувати «нові ідеї, технології та процеси» та сприятиме зростанню продуктивності й ефективності виробництва.

У науково-практичному дослідженні Чобіток І. О. [15] з метою формування базису «для прийняття ефективних рішень пропонується формування форсайтно-інноваційного механізму управління діяльністю промислових підприємств та алгоритм оцінки складових ресурсного потенціалу» [15]. Окремі складові запропонованого автором алгоритму оцінки ресурсного потенціалу промислових підприємств, що є «підґрунтям до розробки управлінського рішення» відображено на схемі (рис. 1.1).

Попередньо підготовчий етап	Аналітико діагностичний етап	Заключно підсумковий етап
--------------------------------	---------------------------------	------------------------------

– Формування інноваційних функціональних складових до визначення рівня ресурсного потенціалу; – формування показників та складових розвитку	– Аналіз даних обраних підприємств; – проведення кореляційно регресійного аналізу показників рівня розвитку ресурсного потенціалу промислових підприємств	– Підтвердження ефективності отриманих результатів; – Розробка управлінських рішень щодо формування механізмів управління
--	--	--

Моніторинг інтегрованих показників
рівня розвитку ресурсного
потенціалу підприємств

Сучасні форсайтні-інноваційні
механізми управління
підприємствами

Рис. 1.1. Алгоритм оцінки складових ресурсного потенціалу промислових підприємств*

*Побудовано за джерелом [15]

14

Доцільно відзначити окрему, до певної міри інноваційну, методологічну пропозицію Амоша О. І., Амоша О. О. [18] щодо української «національно укоріненої промисловості майбутнього» на основі сучасного розподіленого виробництва «мануфактури», що здатна принципово змінити структуру вітчизняної промислової галузі економіки України. Авторами обґрунтовано, що «технологічна база DIY 4.0 і культура Руху творців є базою нової розподіленої мануфактури, вільної від «прокляття» масових інвестицій і збитковості інновацій (попереднього історично-виробничого періоду)».

Кардинально необхідною методологічною складовою до організації вітчизняного виробництва в сучасних ринкових умовах з урахуванням викликів воєнного стану в державі є створення передумов до процесів «трансформації потенціалу промислового розвитку в контексті пріоритетів промислової політики відновлення України». Такий постулат відображено у значній кількості авторських науково-практичних робіт українських дослідників у сфері економіки, фінансів, маркетингу, менеджменту, державного управління тощо [19-25]. Узагальнено доцільно відзначити пропоновані авторами завдання у

науково-практичному спрямуванні щодо промислової політики України як «політики відновлення» в умовах війни та повоєнного часу :

- аналіз проблем, загроз, ймовірних наслідків економічного падіння потенціалу розвитку вітчизняної промисловості та шляхів їх долання;
- визначення пріоритетів державної та регіональної політики розвитку промисловості України з позицій ефективного управління;
- вдосконалення організаційних, структурних та управлінських основ опрацювання політики відновлення і розвитку промисловості України; – окреслення концептуальних положень розвитку стратегічних галузей промисловості на основі положень політики відновлення тощо. Таким чином, методологічні підходи до завдань, критеріїв та економічних механізмів управління процесами організації вітчизняного промислового виробництва на основі узагальнень відповідних науково-аналітичних авторських досліджень відображають сутнісні актуальні означення.

15

1.2. Збутова політика виробничого підприємства

З позицій сучасної економічної думки «збут» як процес та як спрямована діяльність з метою задоволення потреб споживачів та одержання на цій базі прибутку розглядається як у широкому, так і вузькому значеннях :

- «збут» у вузькому значенні з наукових позицій трактується як процес або процедура продажу товару, тобто завершальна (до певної міри) комерційна «операція укладання угоди – купівлі – продажу і передачі від продавця до покупця прав власності на товар і самого товару»;
- «збут» у широкому методичному обґрунтуванні – це сукупні операції «від моменту виходу товару за межі підприємства до моменту передачі купленого товару покупцю». Йдеться про процеси організації логістики, технологій зберігання, підготовки до продажу, товарної реалізації – транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, доставка до оптових і роздрібних торговельних мереж, передпродажної товарної підготовки, пакування й реалізації товарів.

У відповідності до вищезначеного та на основі узагальнення авторських досліджень, що відображені у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі під збутом слід розуміти комплексний за економічною сутністю та багатоетапний процес за процедурою доведення товару від товаровиробника до кінцевого споживача. Сучасні науково-методологічні бачення щодо атрибутивних ознак збуту як важливого етапу руху товарів, значимості збутової діяльності у практиці товаровиробників, зокрема з маркетингових позицій, формування моделей збутової діяльності підприємств, процедуру забезпечення ефективного збуту товарної продукції виробничого підприємства в аспекті реалізації збутової та цінової політики, врахування конкурентних відносин висвітлені у працях значної кількості вітчизняних та зарубіжних дослідників у економічній сфері : Бетс Г., Брайндлі Б., Котлера Ф., Ламбена Жан-Жака, Уільямс С., Боровик Т. В., Важинський Ф. А., Грига Я. М., Гудзь О. І., Кадирус І. Г., Колодійчук А. В., Майборода О. В., Москаленко К. В., Міца В. В., Молнар О. С., Обозна В. В., Олійник А. А., Олефіренко О. М., Прокопенко М. В. та ін.

16

Надалі ми відобразили проведені нами дослідження у сфері сутності збутової діяльності підприємства, різних аспектів формування та реалізації збутової політики на основі вітчизняної науково-методологічної бази. У теоретичному порівняльному аспекті розглядаються й методологічно обґрунтовуються у відповідних наукових дослідженнях такі категорії, як «збут» та «збутова політика». Сучасні автори визначають концепції збуту і збутової політики підприємства в різних площинах та пропонують власні методологічні оцінювання цих категорій, поєднуючи розгляд збуту з поняттями «розподіл», «товарорух», а збутову політику розглядають в аспекті взаємозалежності до цінової політики підприємства, системи маркетингу, менеджменту [26-30].

Концептуальні підходи до визначення збутової діяльності суб'єктів господарювання, організованої із урахуванням економічних принципів, допомагають збалансованості методологічних означень у руслі ринкових структур, подоланню суперечностей і базових «методичних конфліктів» між ними. З одного боку, збутова політика – це так звана «поведінкова філософія», з

іншого боку, у ринковому забезпеченні загальних принципів діяльності, яких підприємство готується дотримуватись у сфері формування каналів розподілу власної продукції, переміщення товарної маси «у часі й просторі». Методичні принципи обміну формують базу, розкривають сутність і визначають передумови до формування ефективної системи збутової діяльності товаровиробників. На сучасному етапі розвитку економічної науки презентується значна кількість авторських визначень та відповідних обґрунтувань категорії «збутова політика» підприємства (табл. 1.3).

У концептуальному спрямуванні ефективність збутової політики співвимірна до формування системи збуту підприємства [31], що розглядається як «впорядкована сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів – товаровиробники продукції, закупівельні організації, складське господарство, переробні підприємства, підприємства оптової/роздрібної торгівлі, що задіяні до процесів товароруху продукції до кінцевого споживача, метою якої є задоволення платоспроможного попиту кінцевого споживача та забезпечення взаємовигідних відносин між учасниками процесу просування продукції».

17

Таблиця 1.3

Сучасні методологічні означення «збутової політики» підприємства

Автор, авторський колектив	Сутність означень збутової політики підприємства
Красняк О. П., [33]	Автор аналізує збутову політику як «загальні принципи діяльності підприємства з напрямками побудови каналів розподілу виробленої продукції з метою отримання кінцевого результату – прибутку»
Сенишин О. С., Кривешко О. В. [34, с. 233]	У авторському відображенні збутова політика – це «діяльність фірми щодо планування, реалізації та контролю руху товарів від виробника до кінцевого споживача з метою задоволення потреб споживачів та отримання фірмою прибутку»
Боровик Т. В., Майборода О. В., Решетнікова О. В., [35]	На основі авторського узагальнення «збутова політика підприємства – це діяльність спрямована на організацію товароруху від виробника до кінцевого споживача у найбільш ефективний спосіб»

Безугла Л. С., Пороходніченко К. Р., [36, с. 112].	Збутову політику підприємства за авторським баченням слід розглядати як «цілеспрямовану діяльність, принципи та методи здійснення якої покликані організувати рух потоку товарів до кінцевого споживача»
Наше трактування	Збутова політика – процес просування та збуту окремим підприємцем у своїй бізнес-одиниці окремих товарів з використанням системи стимулювання покупок, роздачі зразків, зниження цін тощо

Примітка: узагальнено за відповідними джерелами.

Реалізація ефективної збутової діяльності підприємства відбувається в межах збутової політики, планування якої проходить на основі стратегії збуту та політики організації каналів збуту, вибору систем та методів збуту тощо. Відзначаючи економічну ефективність збутової діяльності підприємства, прибуток формується при реалізації товарів, тож виняткову увагу доцільно приділяти забезпеченню стратегії збуту підприємства, яка має бути узгодженою з іншими елементами стратегій підприємства (рис. 1.2).

18

Аналіз загальних тенденцій
конкуренто орієнтованого розвитку ринку товарів
цільового споживчого ринку
Визначення небезпек
зовнішнього середовища
Визначення можливостей

Прогнозування зміни факторів макросередовища

Аналіз факторів, що здійснюють безпосередній
вплив на збутову діяльність підприємства

«комплекс заходів (рішень, дій) формування асортименту випускної продукції та ціноутворення, з формування попиту та стимулювання збуту, укладання договорів продажу (поставки) товарів, товароруку, транспортування»;

– організаційно-технічні, матеріальні та інші аспекти збуту на рівні виробничого підприємства.

У процесі формування збутової політики підприємств, за авторським означенням Олефіренко О. М. [27] важливим та необхідним є врахування поточних конкурентних відносин на цільовому ринку. «Знання про конкурентів, їхні реальні, заплановані дії є основою для стратегічної орієнтації промислового підприємства в конкурентному середовищі. Технологія формування стратегії конкуренції, орієнтована на використання сильних сторін діяльності підприємства з урахуванням активності конкурентів та особливостей розвитку ринку, є важливим інструментом формування стратегічних конкурентних переваг, особливо в збутовій політиці підприємства».

Формування ефективної збутової політики як складової у розробці загальної бізнес-концепції підприємства та визначеного напрямку його розвитку залежить від конкретного ринкового середовища, де підприємство реалізує

20

свою діяльність. Поряд із цим, збутова політика підприємства за спрямуванням його діяльності «повинна слугувати базою для розробки постачальницької, виробничо-технологічної, фінансової, інноваційної політики». Відповідно, йдеться про специфікації у збутовій політиці виробничого підприємства окремої промислової чи аграрного галузі України [39; 41-42]. Для прикладу, «удосконалення збутової діяльності ... для аграрного підприємства – це безперервний процес обґрунтування та реалізації найбільш раціональних форм, методів і способів його створення та розвитку, раціоналізація окремих сторін, контроль на основі безперервної оцінки відповідності системам контролю внутрішнім та зовнішнім умовам функціонування підприємства».

Доповненням до методологічних позицій оцінювання значення ринку, важливою складовою відтворення збутової політики підприємства є «ринки

збуту». В умовах конкуренції одним з визначальних напрямів виживання і ринкового розвитку підприємств є розширення ринків збуту. Сучасний ринок надає кожному окремому товаровиробнику різні можливості для збуту й zarazом формує певні обмеження: « ... виробник, зацікавлений у ефективності збуту своєї продукції, має знати реальне становище на ринку та на цій основі приймати обґрунтовані рішення з реалізації товарів». Водночас, збутова політика підприємства базується на принципах впорядкування аналізу : потреб та попиту, «сприймань товару» та переваг, що притаманні споживачам продукції конкретного виробничого підприємства.

Вищезначене щодо ринків збуту вимагає теоретичних й методичних обґрунтувань до формування багатоманітних каналів розподілу товарів. Канали розподілу базуються на домінантах логістичної інтеграції, що знаходять своє основне відображення в логістичних ланцюгах постачання. Визначальними суб'єктами каналів розподілу є багатоманітні торговельно-логістичні посередники, які здійснюють просування товарів від товаровиробника до кінцевого споживача. Так, у авторському дослідженні Дядіна А. С., Ткаченко С. О. [43] обґрунтовано систему каналів розподілу товарних ресурсів за критеріями та з позицій комплексу посередництва сфери обігу, «зміною концепції протистояння від конкуренції за товар до конкуренції за споживача».

21

У системі управління збутовою діяльністю на виробничому підприємстві співставною до кінцевого бізнес-результату є цінова політика, яка в окремих визначеннях розглядається як «ціново-збутова політика підприємства». Це у свою чергу потребує дослідження теорії ціноутворення, а також практичних площин діяльності підприємства. З наукового погляду Обозної В. В. [44] це відноситься як до внутрішньої економіки бізнес-процесів, так і до ринкової активності підприємства в цілому. Автор обґрунтовує основні методи маркетингового ціноутворення із урахуванням впливів комплексу політичних, економічних та соціальних чинників :

- «метод розрахунку цін на основі загальних витрат;
- метод математичного моделювання залежності ціни від кон'юнктури

утворюючих ринкових чинників;

- метод формування ціни з орієнтацією на споживчий попит;
- метод ціноутворення на основі споживчої цінності товару;
- метод конкурентного визначення цін» [44].

Сучасне ринкове середовище потребує формування ціново-збутової політики підприємства з використанням до певної міри інноваційного інструментарію, так в дослідженні Прокопенко М. В., Сідельнікової В. К. означене характеризується з позицій елементів «теорії ігор» [45]. Автори презентують теоретичні й методичні положення щодо «вдосконалення механізму ціноутворення на основі формування оптимальних цін на товарну продукцію за допомогою сучасних економіко-статистичних методів на прикладі «теорії ігор» та визначення оптимальних об'ємів продаж і ціни згідно критерію максимуму прибутку» [45]. А сама процедура встановлення ціни «... в значній мірі є мистецтвом, оскільки низька ціна викликає асоціацію з низькою якістю товару а висока унеможлиблює її придбання багатьма покупцями».

Актуальним на сьогодні є виявлення проблем збутової політики підприємств в умовах функціонування ринку, зокрема в дослідженні колективу авторів Молнар О. С., Кошута В. В., Богдан Є. В. [46] акцентується увага до діагностики окремих проблем на основі проведення розширеного аналізу

22

західної та української практики збуту. Як наслідок, «пристосування діяльності вітчизняних підприємств до вимог ринкової економіки передбачає використання принципово нових форм та методів збутової політики, чітке визначення цілей збуту, їх адаптації до загальних цілей підприємства, планування збутової діяльності». Автори наукового дослідження вважають, що розробка прогнозу являє собою комплексну задачу, рішення якої має підвищити ефективність системи збуту, для прикладу на основі «... підвищення своєї частки на традиційних ринках, створення та закріплення у споживачів лояльного ставлення до торговельної марки» тощо.

У відповідності до вищезначеного та з урахуванням динамічних умов ринкового середовища, підвищення ризиків невизначеності, зокрема в

сьогоднішній складний соціально-економічний час воєнного стану в державі, доцільно звернути увагу до того, що українські промислові підприємства стикаються з порушеннями логістичних потоків, нестабільністю попиту, змінами уподобань споживачів та зниженням їх купівельної спроможності, зростанням рівня конкуренції тощо. За таких умов «класичні» методи управління збутовою політикою є недосить ефективними. З іншого боку, зміни поведінки споживачів, зростання ролі онлайн-каналів, потужних інтернет технологій визначають доцільність перегляду й актуалізації стратегій управління збутовою політикою підприємства. Такі підходи акцентовані й відображені в науково-методичних працях вітчизняних дослідників, йдеться про такі важливі напрями досягнення підприємствами бізнес-успіху:

- системний та інституційний підхід до формування стратегічно важливих напрямів збутової діяльності суб'єктів ринку [31; 32; 47]; –
- підвищення ефективності з використанням SMM як інструменту збутової політики підприємства [48-50].

Таким чином, аналіз існуючих підходів щодо ролі збутової діяльності підприємства з позицій методологічних означень, практики ведення галузевого бізнесу з використанням інструментів маркетингу, механізмів логістики та ціноутворення потребує подальшого наукового дослідження з метою поєднання елементів збутової діяльності підприємства й перспективних ознак.

23

1.3. Стан вітчизняного ринку лакофарбової продукції промислового сектору економіки України

Питання розвитку промисловості залишається важливим з огляду на значимість відновлення й зростання економіки не тільки в Україні, а й у багатьох європейських країнах. В численних наукових роботах вітчизняних авторів визначено актуальність дослідження промислового сектору української економіки, окреслено значення промисловості як ключової детермінанти сталого розвитку України, позиціонування країни на міжнародній арені тощо. Потужний промисловий сектор України як конкурентоспроможний суб'єкт

господарської діяльності дозволяє ефективно вести економічну політику. На сьогодні держава потребує нових векторів розвитку промисловості, розробок комплексного й системного підходу до управлінських принципів, «необхідних змін та викликів розвитку, які як економісти, так і суб'єкти господарювання розглядали б як узгоджену стратегію змін». Тому важливим є розвиток вітчизняних сфер економічної діяльності, що мають потенціал у довгостроковій перспективі, зокрема це стосується хімічної промисловості України в цілому та виробництва лакофарбової продукції.

Змістовний внесок у дослідження проблем промислового розвитку України зробила значна кількість вітчизняних вчених, економістів, соціологів, політологів, громадських діячів та іноземних науковців [51-55]. Авторами розкрито основні передумови й тенденції розвитку вітчизняної промисловості України, що взаємозалежні до глобальних та вітчизняних соціально економічних та екологічних цілей сталого розвитку, на основі яких подальший розвиток промисловості України, йдеться про такі вагомні мотиватори, як : «гідна праця та економічне зростання», «інновації й інфраструктура», «відповідальне споживання», «співпраця заради досягнення цілей». Для прикладу, в дослідженні Дем'яненко Т. І. [52] автор пропонує механізм на основі «... підвищення інноваційної активності, інтелектуалізації основних факторів виробництва, створення виробничо-економічних систем, здатних забезпечити зростання ВВП та нову якість життя населення ...».

24

Водночас, важливими акцентами є питання щодо розвитку вітчизняних промислових підприємств хімічної галузі, зокрема лакофарбової промисловості (робота виробничого підприємства цієї галузі ТДВ «Чернівецький хімзавод» слугувала об'єктом бакалаврського дослідження, розділи роботи 2 і 3). Лакофарбова промисловість України як галузь хімічної промисловості є одним із найважливіших секторів хімічного виробництва, підприємства якої продукують різноманітні декоративно-захисні покриття, отверджувачі, прискорювачі, синтетичні лакові смоли, окремі види пігментів тощо [56-58]. Сфера використання відповідної продукції у свою чергу доволі широка:

будівництво, захист елементів, декоративне оздоблення численних виробів із металу, деревини, пластмас та інших матеріалів. Так, у відповідності до національного державного класифікатора, що представлений Номенклатурою товарів народного споживання (НТНС) в Україні виробляється близько двох тисяч найменувань лакофарбових матеріалів (ЛФМ).

Галузь хімічної промисловості має значний потенціал для зміцнення національної економіки, формування вагової частки ВВП, надходжень валюти, створення й збереження значної кількості робочих місць тощо. В розгорнутому аналітичному дослідженні Деркач Т. [59; 60] розглядається роль хімічної промисловості в економіці України, « ... щоб забезпечити підґрунтя для свого розвитку та підвищити ефективність своєї діяльності, вітчизняні хімічні підприємства повинні приділяти першочергову увагу технічному переозброєнню виробництва та підготовці випуску інноваційної, конкурентоспроможної продукції. Підґрунтям для корінних змін в галузях вітчизняної промисловості є обсяг капітальних інвестицій». Разом із цим, автор відзначає центральну проблему, що «сьогодні гальмує розвиток промисловості України: це нестабільна соціально-економічна ситуація в країні, за якої господарська діяльність у будь-якій галузі національної економіки є високо ризикованою та важко передбачуваною».

Велика кількість вітчизняних підприємств лакофарбової промисловості пропонує на сьогодні широкий діапазон лакофарбової продукції, що сумарно відображено в офіційній статистичній інформації (табл. 1.4).

25

Таблиця 1.4

**Індекси промислової продукції у виробництві хімічних речовин
і хімічної продукції за видами продукції [61]**

(відсотків до попереднього року)

	2010	2015	2018	2019	2020	2021	2022
Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції	121,5	81,9	115,3	112,9	105,1	99,9	38,2

Виробництво фарб, лаків та подібної продукції, друкарської фарби та мастик	105,3	88,8	102,9	115,8	115,8	92,0	55,1
--	-------	------	-------	-------	-------	------	------

За аналітичними оцінюваннями, лакофарбова продукція на українському ринку призначена для різних промислових галузей, будівництва, ремонтних робіт, «складає для машинобудування – 40%, для облаштування інтер'єру – 30%, для фасадних робіт – 20%, для деревообробної промисловості – 10%» [62; 63]. Пропозиції лакофарбової продукції «настільки різнобарвні, що одразу важко визначитись з вибором такої продукції».

В авторському дослідженні Кіріл'євої А. В. [64] пропонується розширені класифікаційні підходи до усіх лакофарбових матеріалів, основне призначення яких, це «захист поверхонь від факторів зовнішнього середовища – води, температури, різних хімічних і шкідливих речовин, корозії» [64]. Автор розглядає різні класифікаційні критерії лакофарбових матеріалів : за цільовим функціональним призначенням, порядком нанесення матеріалу на основу, за блиском, за способом висушування, за умовами роботи, за способом нанесення ЛФМ на поверхню тощо. Такий класифікаційний підхід, з одного боку, визначає основні характеристики лакофарбового виробництва на міжнародному та національному ринку ЛФМ, з іншого боку, є базою для формування єдиної системи з кількісними показниками, що характеризують кількісний потенціал кожного виробництва, визначення місця українських товаровиробників серед пропозицій лакофарбових матеріалів на території України.

26

Аналіз стану ринку лакофарбових матеріалів в Україні – доволі непросте методичне завдання, що зумовлено низкою об'єктивних обставин та причин: – недостатність чітких критеріїв збору й обробки статистичної інформації стосовно стану ринку лакофарбових матеріалів;

- неповна класифікаційна база щодо визначення самих термінів

«лакофарбові матеріали» та «лакофарбова продукція», що обмежує повні співставні статистичні дані обсягів виробництва та реалізації відповідної товарної продукції;

- на вітчизняному ринку представлена значна кількість малих підприємств, обсяги виробництва яких складно аналізувати й відповідно врахувати у загальній статистичній інформації;
- значний термін обробки й оприлюднення офіційних даних Державним комітетом статистики (так, станом на сьогодні офіційна статистична інформація представлена в Статистичному щорічнику України за 2022 рік [61]).

Поряд із відзначеними методичними труднощами, стан та характерні ознаки ринкової ситуації у галузі виробництва хімічних речовин, зокрема хімічної лакофарбової продукції промислового сектору економіки, як у міжнародному, так і національному форматі продовжують аналізуватись в численних дослідженнях [65-69] з різних позицій, зокрема таких :

- особливості інноваційного розвитку світової хімічної індустрії; – залежність економіки України від промислового імпорту, що формує умови та обмеження ефективної виробничої спеціалізації;
- інвестування хімічних підприємств України;
- формування хімічних кластерів у контексті імплементації підходу, кластеризація регіонів України відповідно до потенціалу розвитку хімічної промисловості тощо.

Аналіз світового ринку ЛФМ вітчизняними дослідниками пропонується поєднувати з українським ринком лакофарбової хімічної продукції як далекосяжної сфери економічної діяльності у хімічній галузі України.

27

Щодо кількісних показників вітчизняного виробництва хімічних речовин і хімічної лакофарбової продукції, ситуація на сьогодні ускладнюється. Так, стан ринку лакофарбової продукції в Україні протягом останніх років, починаючи з 2021 статистичного року, виявилися найбільш складними для вітчизняних товаровиробників лакофарбових матеріалів. Складна соціально економічна

ситуація в період воєнного стану в державі зменшила чи зупинила значний обсяг будівельних проектів, що викликало скорочення попиту на лакофарбові матеріали. Це відображає вищевідзначений в таблиці 1.1 показник «Індекс промислової продукції у виробництві хімічних речовин і хімічної продукції», так відсоток виробництва у 2022 році складав лише 38,2 % до попереднього 2021 року. Для порівняння, відсоток індексу промислової продукції у виробництві хімічних речовин у 2010 році в порівнянні до попереднього року складав 121,5. Разом з тим, актуальність аналізу розвитку ринку хімічної лакофарбової продукції зберігається, що слід пов'язати з важливістю майбутніх процесів відновлення в Україні, зокрема за рахунок активізації різноспрямованих будівельних та супутніх процесів, зокрема приватного будівництва, ремонтних робіт тощо.

У докризовий період український ринок ЛФМ характеризувався привабливістю як у сегменті промислової, так і в секторі будівельно декоративної продукції. Висока динамічність й мобільність ринку виробництва та споживання лакофарбової хімічної продукції зумовлює наявність значної кількості виробників. Український ринок лакофарбової продукції продовжує формуватися, вітчизняному споживачу пропонується продукція усіх провідних виробників галузі, українських та європейських. Головні виробники лакофарбової продукції, відомі на українському ринку, репрезентують широкий товарний асортимент, що дає змогу пересічному вітчизняному споживачу знайти потрібний матеріал в різному ціновому сегменті. Разом з тим, розширення асортименту європейської лакофарбової продукції на ринку України відбувається в напрямі вузькоспеціалізованих, екологічних та високотехнологічних асортиментних видів, відповідно, йдеться про так звані елітні лакофарбові матеріали, не найдешевшу товарну продукцію.

28

Серед європейської лакофарбової продукції, представленої на українському ринку, слід відзначити марки «Beckers» (Швеція), «Tikkurila» (Фінляндія), «Sadolin» (концерн Akzo Nobel), «Vivacolor» (концерн Baltic Color, Швеція), «Caparol» (Німеччина), «CAP», «Oikos» (Італія) та інші (рис. 1.3).

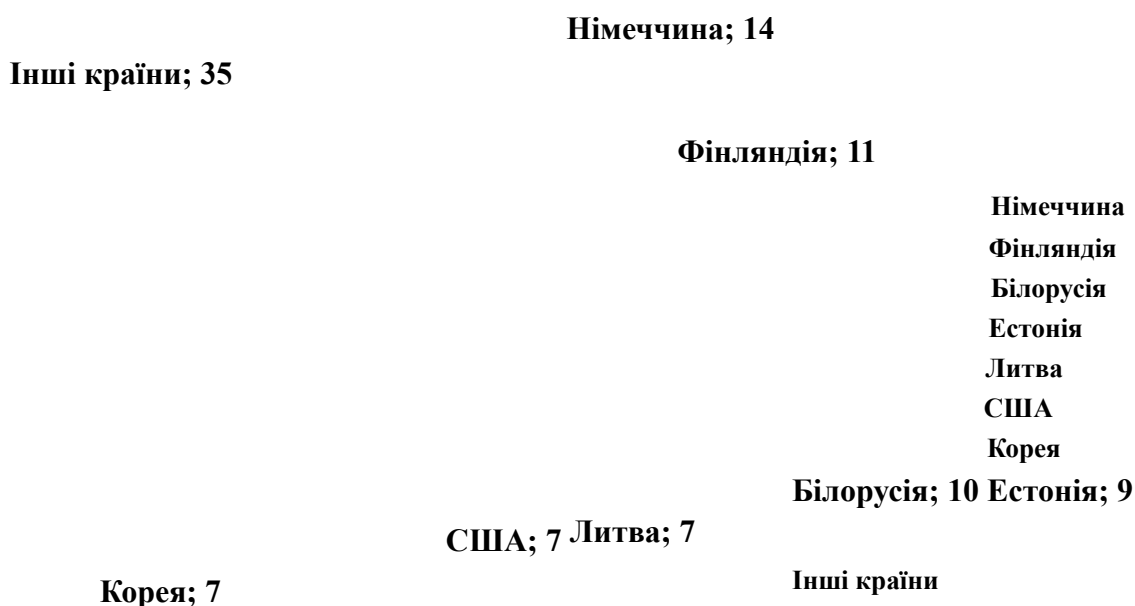


Рис. 1.3. Частка країн-експортерів лакофарбової продукції в Україну, % [64; 70]

Сьогодні імпортна хімічна продукція становить до половини обсягів внутрішнього ринку лакофарбових матеріалів. Для такого ринку є характерним високий рівень конкуренції, боротьба за збут між вітчизняними та зарубіжними товаровиробниками. Це відображає те, що з одного боку, вітчизняний ринок достатньо заповнений лакофарбовою продукцією європейських товаровиробників, які до певної міри насичують свої позиції, постійно застосовуючи нові галузеві технології, насамперед екологічного спрямування. Разом з тим, продовжує розвиватися вітчизняний ринок лакофарбової продукції, водночас маючи й долаючи окремі проблеми низької конкурентоспроможності вітчизняних лакофарбових матеріалів, готової лакофарбової хімічної продукції в порівнянні з європейськими тощо.

Виклики та перспективи розвитку хімічної промисловості України протягом значного періоду часу, починаючи з 2017 року, питання стратегічного розвитку

лакофарбового виробництва в Україні за означений період відображені в авторських дослідженнях [70-73]. Зокрема, в авторському дослідженні Маслош О. [70] дається «оцінка впливу сучасних чинників на розвиток лакофарбового виробництва в Україні», зокрема виокремлюються:

- «падіння платоспроможного попиту та його концентрація в економічних сегментах ринку;
- активізація процесів перепродажу активів у лакофарбовому виробництві;
- стабілізація внутрішнього попиту в індустріальному сегменті;
- упровадження світових стандартів на ЛФМ;
- важливість технологічних розробок, удосконалення властивостей лакофарбової продукції у вітчизняному виробництві» [70].

Наповнення й розширення вітчизняного ринку лакофарбової продукції відбувається за рахунок роботи вітчизняних товаровиробників (рис.1.4).

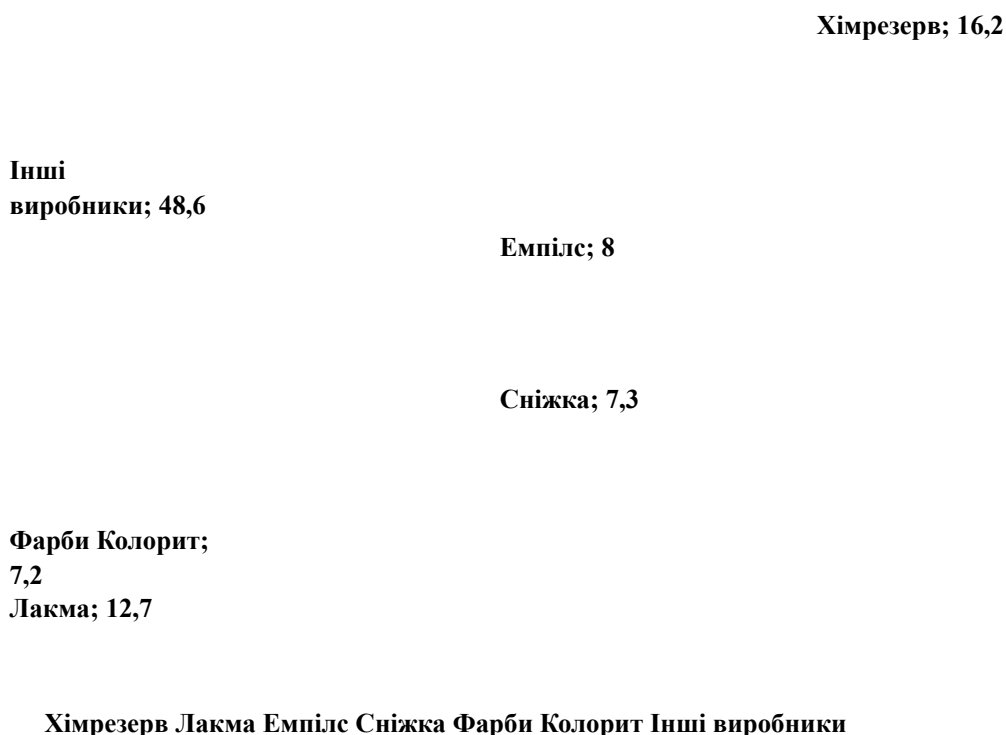


Рис. 1.4. Частка вітчизняних виробників лакофарбових матеріалів на ринку, % [73]

Згідно з матеріалами досліджень агентства «УкрБізнесКонсалтинг» та Асоціації виробників будівельних матеріалів, станом на початок десятиліття у п'ятірку найбільших виробників лакофарбових матеріалів в Україну входили наступні компанії: АТЗТ «Хімрезерв» (16,2% від загального виробництва), ЗАТ «Лакма» (12,7%) , «Емпіліс» (8%), ТОВ «Сніжка України» (7,3%), ТОВ «Фарби Колорит» (7,2%) [74]. Ці компанії продукують близько 40% обсягу української лакофарбової продукції (у її фізичному вираженні).

Водночас, слід відзначити, що лакофарбове виробництво не відноситься до високорентабельних, при малих обсягах випуску складно працювати малим вітчизняним підприємствам хімічної галузі, а лідери перебувають у вигіднішому положенні. Крім того, суттєво впливає вартість сировинної бази. Відповідно, вплив дрібних підприємств-товаровиробників фарб на вітчизняний ринок лакофарбової продукції помітно слабшає, «обсяги роздрібної торгівлі фарбами, де домінували виробництва такого типу, поступово зменшуються на користь корпоративних замовлень».

Важливим аспектом сучасного стану виробництва й споживання лакофарбових матеріалів є рівень ефективності використання сировини. Тому актуальною є проблема розробок технологій одержання синтетичних замінників олії (як основної сировини) для зменшення її витрат на технічні цілі, зокрема у виробництві лакофарбових матеріалів, на чому акцентується увага в дослідженні Дзіняк Б. О., Федотової О. Б. [75]. Автори фахово обґрунтовують використання олігомерів на основі побічних продуктів виробництва етану у промисловому виготовленні лакофарбових матеріалів.

На основі проведено дослідження сучасного стану вітчизняного ринку лакофарбової хімічної продукції слід підсумувати про розвиток такої галузі в Україні, що має значну кількість специфікацій – від використання сировини в промисловому виробництві до цільових ринків збуту. Проаналізовані тенденції ринку лакофарбових матеріалів, відображають основну проблему даного ринку – значна насиченість імпортних виробників. Проте Україна має перспективи суттєво відновлення ринку лакофарбової продукції для відродження будівельної та супутніх галузей, індивідуального будівництва тощо.

Висновки до 1-го розділу

Проведений аналіз методологічних означень та напрямів організації вітчизняного промислового виробництва дозволяє стверджувати про різноплановість процесів та елементів, що його формують, а численні авторські науково-аналітичні економічні дослідження основних тенденцій у промисловості України відображають стан та перспективи інноваційних змін, практичні пропозиції до підвищення ефективності організації виробництва, актуальні підходи до формування політики відновлення і розвитку промисловості України в повоєнний період.

Сучасна збутова політика виробничого підприємства відображає так звану «дуельну» позицію, з одного боку, спрямована діяльність з метою задоволення потреб споживачів, з іншого, підвищення ефективності діяльності підприємства та отримання на цій основі прибутку. Проаналізовані на основі вітчизняної науково-методологічної бази категорійні сутності й авторські означення збутової діяльності підприємства, різні аспекти формування та реалізації збутової політики, а саме основі стратегії збуту – маркетингу, логістики, ціноутворення та інші, політика організації каналів збуту, вибору систем та методів збуту дозволяють відобразити стан та існуючі проблеми в цій сфері, надалі, пропонувати напрями покращень у такій роботі.

На основі розгляду аналітичних авторських досліджень та статистичних даних в аспекті стан вітчизняного ринку лакофарбової продукції промислового сектору економіки України слід відзначити особливості розвитку вітчизняних промислових підприємств хімічної галузі, зокрема лакофарбової промисловості, її специфічні риси з позицій сфер використання відповідної продукції із цільовим призначенням – від будівництва до захисту й декоративного оздоблення різних виробів й матеріалів. Нами відзначено кількісні показники виробництва лакофарбових матеріалів підприємствами галузі, споживчі пріоритети щодо готової продукції, ступінь насичення ринку продукцією вітчизняного та європейського виробництва тощо.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ТДВ «ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ХІМЗАВОД»

2.1. Організаційна та фінансово-економічна характеристика підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод»

Практичну частину виконання бакалаврського дослідження (відповідних завдань) ми реалізували на базі та за матеріалами великого підприємства хімічної галузі промисловості України – виробничого підприємства «Товариство з додатковою відповідальністю «Чернівецький хімічний завод»» (надалі ми використовуємо скорочену назву підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод»), що працює на сьогодні за такою юридичною адресою : Україна, 58025, м. Чернівці, вул. Я. Мудрого, 35. Зафіксовано в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань : ЄДРПОУ 00204665, ІПН 002046624123; дата державної реєстрації : 11.08.1993; дата запису : 18.06.2010 (Додаток А).

На сьогодні виробниче підприємство хімічної галузі промисловості України працює у відповідності до затвердженого Статуту товариства «Чернівецький хімічний завод», затвердженого Установчими загальними зборами учасників товариства, протокол №1 від 15.06. 2010 р., де відзначається мета діяльності та цільові напрямки діяльності, послуги та роботи, система управління та структура виробничого підприємства, зовнішньоекономічна діяльність підприємства, облік та звітність, умови праці та її оплата, відповідальність підприємства тощо. Підприємство хімічної галузі промисловості України ТДВ «Чернівецький хімзавод» «створено з метою найбільш ефективного використання свого майна на основі запровадження та розвитку сучасних хімічних технологій та процесів, різноспрямованих форм організації виробництва, насичення відповідного споживчого ринку, забезпечення населення хімічною продукцією підприємства, комерційною роботою та отримання прибутків».

Досліджуване виробниче підприємство ТДВ «Чернівецький хімзавод» здійснює такі види економічної діяльності:

- «24.30.0 Виробництво лаків та фарб (основний вид діяльності); – 60.24.1 Діяльність автомобільного вантажного транспорту; – 52.12.0 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах без переваги продовольчого асортименту;
- 51.70.0 Інші види оптової торгівлі;
- 45.21.1 Будівництво будівель;
- 24.51.0 Виробництво мила та миючих засобів, засобів для чищення та полірування» [86].

Крім вищезначеного, предметними напрямками діяльності виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» також є такі:

- виробництво машин та устаткування – фільтруючих елементів до фільтруючого устаткування для фільтрування рідин чи газів, апарати для фільтрування рідин, фільтрувальних патронів;
- науково-технічні дослідження та розробки;
- постачальницька, посередницька, закупівельна, збутова діяльність – створення власної фірмової мережі торговельних закладів;
- фінансова діяльність;
- колективні та громадські послуги;
- додаткові транспортні послуги й допоміжні операції;
- зовнішньоекономічна діяльність тощо.

Виробниче підприємство ТДВ «Чернівецький хімзавод» має достатньо тривалу історію своєї роботи на цільовому споживчому ринку. Ми проаналізували основні історичні процеси в діяльності та відзначили такі ... складові : підприємство засновано в 1924 р, «нова сторінка в історії Чернівецького хімічного заводу розпочалася з 1994 року, відколи на його базі створено Акціонерне Товариство закритого типу», а з 18 червня 2010 р. змінена організаційно-правова форма підприємства – на Товариство з додатковою

партнерами з багатьох європейських країн суттєво розширила можливості підприємства та дала змогу випускати базову продукцію :

- 2024 кольорів та відтінків високоякісних емалей та фарб;
- 65 кольорів та відтінків лаків тонуючих.

На основі проведеного нами дослідження виявлено, що в умовах сучасного конкуренто насиченого споживчого ринку на діяльність ТДВ «Чернівецький хімзавод» впливають такі макроекономічні фактори:

1. економічні фактори – рівень безробіття, інфляції, система оподаткування, вартість енергоресурсів, тарифи, рівень доходів інституціональних споживачів;
2. соціально-культурні фактори – доходи населення, суспільні цінності та їх зміни в умовах сьогоденної складної соціально-економічної ситуації воєнного часу в країні;
3. політико-правові фактори – законодавче регулювання економічної діяльності, податкове регулювання, антимонопольне регулювання, трудове законодавство тощо;
4. технологічні фактори – рівень розвитку освіти, науки і техніки, швидкості науково-технічного поступу, технологічні інновації, кваліфікація робочої сили, вплив екологічних факторів тощо.

Поточна виробнича діяльність досліджуваного підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» залежить від вище означених факторів. Йдеться про важливість роботи з постачальниками, «наскільки вчасно в потрібній кількості буде доставлена сировина настільки потужно і у потрібних обсягах буде працювати підприємство». Завдяки активності постачальників давальницької сировини, з якими співпрацює досліджуване виробниче підприємство, стабілізується завантаженість технічних потужностей, що у свою чергу дає можливість покращати фінансовий стан : своєчасно проводити сплату всіх податкових зобов'язань до бюджету, страхових, соціальних виплат та виплат по заробітній платі. Постачання сировини відбувається за домовленістю сторін,

інформація про постачальників сировини та інших комерційних партнерів підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» є конфіденційною.

35

Досліджуване підприємство хімічної галузі промисловості України ТДВ «Чернівецький хімзавод» випускає продукцію відповідного цільового призначення, високої якості та значного асортименту, а саме таких видів :

- «будівельна продукція – емалі, мастики, фарби, лаки, ґрунтівки, шпаклівки, рідини та концентрати, оздоблення та захист деревини; – перетворювачі іржі;
- автохімія;
- фільтрпатрони;
- продукція спеціального призначення» [86].

У відповідності до вищезначеного, доцільно відзначити основні досягнення виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод», що дозволяє займати йому належну конкурентну позицію на цільовому ринку :

- «ліцензії, свідоцтва, патенти, що підтверджують високий рівень якості базової лакофарбової продукції та її інноваційних видів (17 свідоцтв та патентів на винаходи за розробку нових видів товарної продукції);
- лідерство підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» – з 2001 р. член клубу лідерів якості України, лауреат VI українського національного конкурсу з якості на регіональному рівні в номінації «Середні підприємства», відзначення виробничого підприємства хімічної галузі промисловості президією торгово-промислової палати України «За випуск високоякісної конкурентоспроможної продукції, нарощення обсягів виробництва, розширення експорту нагородила підприємство почесною відзнакою ТПП України «Золотий Меркурій»;
- впровадження на досліджуваному виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» систему управління якістю ISO 9001; – створення на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» дослідно експериментальної та дослідно-виробничої дільниці, що оснащені сучасним обладнанням та акредитовані за системою якості УкрСЕПРО; –

продукція підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» реалізується у 24 областях України, експортується до країн Європи» [86].

36

Важливим спрямування роботи виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» є його інноваційна діяльність. Активізація роботи за принципом інноваційності, як засвідчує досвід промислово-розвинених країн, є конститутивним курсом конкурентно орієнтованого розвитку підприємства, що забезпечує сталість на цільовому ринку товарів і послуг. Розвиток інноваційної діяльності, направленої на розробку та застосування результатів науково технічних досліджень, дає можливість формувати прибутковість підприємства за допомогою задоволення потреб ринку, на нинішньому етапі розвитку економіки – один із найбільш ефективних шляхів формування підвищення ефективності виробництва українських підприємств. Важливим напрямом діяльності підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» є розробка та виробництво нової будівельної та іншої хімічної продукції, для прикладу в 2020 р. підприємство пропонує такі «новинки» (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Нові види хімічної продукції
підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод»**

Найменування продукції	Технічні характеристики, призначення
Восковий матеріал для оздоблення деревини АУ-218	Восковий матеріал призначається для поверхневої обробки деревини всередині приміщень та ззовні
Емаль з металевим ефектом МС-140	Емаль призначається для декорування попередньо пофарбованих емаллю ЕПФ-103 металевих та дерев'яних виробів. Завдяки спеціальним добавкам надає фарбованій поверхні металевого ефекту
Емаль з молотковим ефектом 3 в 1 АС 1220	Емаль являє собою алкідно-стирольну смолу, розчинники, ефективні добавки інгібіторів корозії та наповнювачі
Грунтівка НЦ-0217	Грунтівка призначається для обробки дерев'яних поверхонь та утворення на них високоадгезійного шару під подальше нанесення лаків або емалей

Перетворювач Іржі «Super»	Перетворювач іржі використовується для видалення іржі з металевих поверхонь (кузовів автомобілів, металевих дахів, огорож тощо); утворює антикорозійну плівку на поверхні
---------------------------------	---

Вагомою складовою діяльності досліджуваного виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» є фінансово-економічна робота. Для проведення аналізу такої роботи ми скористались звітом про фінансові результати суб'єкта господарювання – це звіти про доходи, витрати і фінансові результати підприємства. Фінансово-економічний аналіз підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» нами проведено на основі таких складових : 1) аналіз структури капіталу підприємства;

2) аналіз ліквідності;

3) оцінка фінансової стійкості підприємства.

Аналіз структури капіталу підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» виконано за базовими показниками, що характеризують структуру капіталу, а саме відповідними коефіцієнтами – коефіцієнтом незалежності, коефіцієнтом фінансової стійкості, коефіцієнтом фінансування.

1. Коефіцієнт незалежності :

$$\frac{BK_{\text{н}}}{\sum K} =$$

де, ВК – власний капітал;

ΣК – загальний капітал (валюта балансу підприємства).

На досліджуваному виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» означений показник становив 0,97 і 0,96 у 2022 та 2023 роках відповідно. Цей коефіцієнт аналітично використовують та розраховують як інвестори, так і контрагенти підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод», так як він визначає частку коштів, спрямованих власниками в загальну вартість майна підприємства. У нашому випадку ця частка знизилася з 97 до 96%, але залишається надзвичайно високою, що позитивно характеризує досліджуване

виробниче підприємство хімічної промислової галузі.

2. Коефіцієнт фінансової стійкості підприємства :

$$K_{\text{фс}} = \frac{VK + ДПК}{\sum}$$

де, ДПК – довгострокові позикові кошти підприємства.

38

У нашому випадку вище представлений коефіцієнт врівноважений коефіцієнтом незалежності, оскільки відсутні довгострокові зобов'язання. 3. Коефіцієнт фінансування :

$$K_{\text{ф}} = \frac{VK}{ПК}$$

де, ПК – позиковий капітал підприємства.

На досліджуваному виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» даний показник знизився з 35,9 у 2022 до 21,5 у 2023 році. Коефіцієнт характеризує, яка частина діяльності підприємства фінансується за рахунок власних, та яка – за рахунок позикових коштів. Ситуація, за якої значення коефіцієнта фінансування менша за одиницю (доцільно відзначити, що більша частка майна підприємства сформована за рахунок позикових коштів), може свідчити про небезпеку для платоспроможності та до певної міри перешкоджати отриманню кредитів. На досліджуваному підприємстві спостерігається зворотна ситуація, коли показник більший за 1, що позитивно характеризує підприємство ТДВ «Чернівецький хімзавод».

Ліквідність балансу підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» виражається ступенем покриття боргових зобов'язань його активами, термін перетворення яких у грошові кошти адекватний термінам погашення відповідних платіжних зобов'язань. Аналіз ліквідності балансу як фінансового показника визначається порівнянням коштів з активом, згрупованими за ступенем спадної ліквідності за короткостроковими зобов'язаннями за пасивом, що групуються за ступенем терміновості їх погашення. Визначення показника

ліквідності нами проведено з урахуванням швидкості конвертації оборотних активів у грошові кошти і з урахуванням терміні погашення короткострокових зобов'язань. Баланс вважають абсолютно ліквідним, якщо: $A_1 \geq P_1$; $A_2 \geq P_2$; $A_3 \geq P_3$; $A_4 \leq P_4$ (A_1, A_2, A_3, A_4 – статті активів за ступенем ліквідності, P_1, P_2, P_3, P_4 – відповідні статті пасиву, залежно від строку їх погашення). Виконаний наліз ліквідності фінансової діяльності на досліджуваному виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» має такі значення (табл. 2.2):

39

Таблиця 2.2

**Статті балансу за ліквідністю на
виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод»**

	A ₁	A ₂	A ₃	A ₄	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄
2022 р.	2372	2057	25454	9535	722	–	–	25894
2023 р.	4107	885	29454	8934	1271	–	–	27321

Слід відзначити, що баланс підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» є абсолютно ліквідним, так як P_1 значно менше, ніж A_1 як в 2022, так і в 2023 роках. Це ж стосується і P_2 та P_3 , які є меншими, ніж A_2 і A_3 відповідно. При цьому P_4 більше, ніж A_4 . А сукупності це свідчить про абсолютну ліквідність балансу, що є позитивним для досліджуваного виробничого підприємства. Ліквідність підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» у цілому ми розрахували за такими показниками (табл. 2.3) :

Таблиця 2.3

Показники ліквідності підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод»

Показники ліквідності	2022 р.	2023 р.	Нормативні значення
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,07	0,05	0,2-0,35
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,49	0,07	0,7-2

Коефіцієнт поточної ліквідності	0,83	0,35	1,5-2,5
Коефіцієнт критичної ліквідності	0,34	0,28	0,7- 0,8

Слід відзначити, що усі розраховані показники ліквідності є меншими за відповідні нормативні значення, тому доцільно зробити висновок, що досліджуване підприємство ТДВ «Чернівецький хімзавод» є неліквідним. Однак слід мати на увазі, що величина показників ліквідності в більш

40

широкому фінансово-економічному розумінні є досить умовним поняттям, оскільки ліквідність активів і терміновість зобов'язань за бухгалтерським балансом можна визначити досить приблизно. Тож підприємство може мати високе значення коефіцієнта ліквідності, а по-справжньому бути неплатоспроможним. На досліджуваному підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» показники ліквідності не високі, але достатні для ефективного функціонування. Для повного аналізу економічної діяльності необхідно також дослідити платоспроможність (фінансову стійкість) підприємства.

Виконана оцінка фінансової стійкості досліджуваного виробничого підприємства. Аналіз фінансової стійкості (платоспроможності) підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» здійснено на основі розрахунку та оцінки відповідних коефіцієнтів, що відображені в оціночній таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Алгоритм розрахунку основних показників фінансової стійкості підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод»

Показники	2022 р.	2023 р.	Нормативні значення показників
Коефіцієнт фінансової автономії	0,97	0,96	Критичне значення – 0,5
Коефіцієнт фінансової залежності	0,03	0,04	Критичне значення – 2

Коефіцієнт фінансового ризику	0,03	0,05	$\leq 0,5$, критичне значення – 1
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,52	1,39	> 0
Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел	1	1	0,6

Чим вищим є значення коефіцієнта фінансової автономії, тим фінансово стійкішим, стабільнішим і незалежнішим від зовнішніх кредиторів є підприємство і тим більша можливість не допустити несприятливі ситуації

41

щодо фінансового забезпечення господарської діяльності. У нашому випадку значення досить велике та перевищує критичне значення. Це засвідчує про те, що досліджуване виробниче підприємство може всі свої зобов'язання покрити за рахунок власних джерел. Коефіцієнтом, зворотний коефіцієнту фінансової автономії, – коефіцієнт фінансової залежності. Збільшення цього показника у динаміці визначає зростання частки позикових коштів у фінансуванні підприємства, відповідно – загрозу фінансовій незалежності, проте на досліджуваному підприємстві цей показник є достатньо низьким, що є позитивним для виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод».

Щодо коефіцієнт фінансового ризику, слід відзначити, що значення показника на підприємстві значно менше критичного, що свідчить про незалежність підприємства від зовнішніх інвесторів і кредиторів (залучених джерел), тобто про високу фінансову стійкість і автономність. Коефіцієнт маневреності власного капіталу характеризує частину власного оборотного капіталу, яка перебуває в обороті, тобто у тій формі, що дає змогу маневрувати цими коштами, інші частина – капіталізована. З метою гнучкості у використанні власних коштів підприємства потрібно, щоб коефіцієнт маневреності за своїм значенням був доволі високим. На досліджуваному

підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» таке значення є високим, більшим від нормативного, тобто ситуація є однозначно позитивною для підприємства.

Доцільно відмітити фінансово-економічний стан виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод»: структура капіталу є позитивною, власні кошти значно перевищують залучені, а довгострокові зобов'язання взагалі відсутні. Досліджуване підприємство має високу платоспроможність, є ліквідним, фінансово стабільним. Відзначені «позитиви» досягаються на підприємстві зусиллями зі сторони керівництва та інвесторів.

В узагальненому, за виконаним нами дослідженнями відповідних парламентів організаційно-технічної та фінансово-економічної роботи, слід відзначити належну роботу підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод».

42

2.2. Аналіз принципів побудови виробництва та системи менеджменту якості на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод»

Діяльність досліджуваного виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» у контексті організації виробництва хімічної продукції цільового призначення, з одного боку, відображає загальні тенденції розвитку вітчизняної хімічної галузі промисловості, зокрема лакофарбових матеріалів, з іншого боку, враховує соціально важливі фактори попиту на відповідну продукцію, зокрема йдеться про забезпечення показників функціональності, якості та екологічної безпечності. У відповідності до означеного, йдеться про актуальні принципи побудови виробництва, наявність системи управління на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод», що забезпечує планування та розвиток виробництва за вагомими критеріями.

На основі проведеного нами дослідження на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод», ми відзначили такі принципи побудови виробництва:

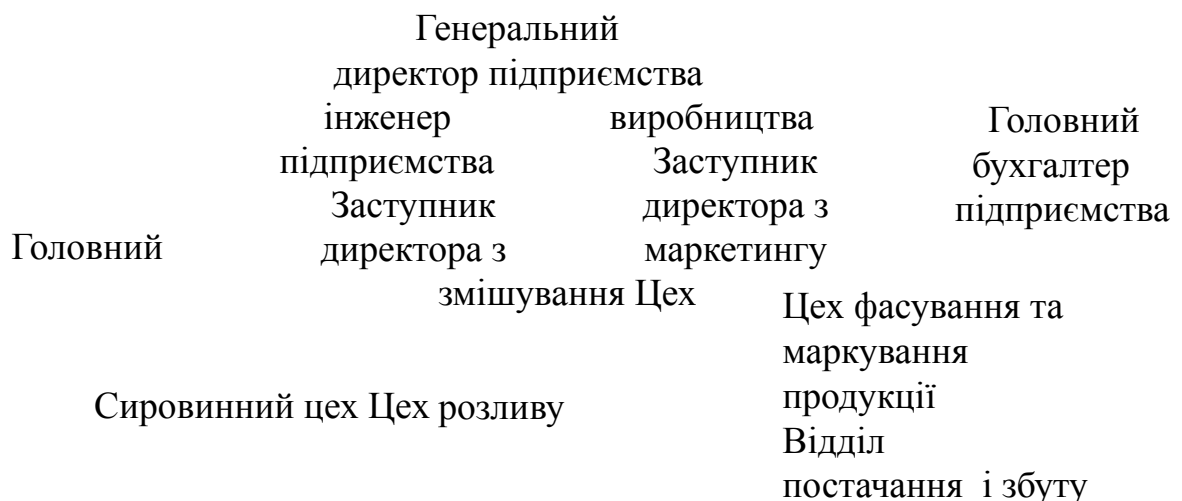
- 1) оптимальна виробнича структура підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод», що сформована за рахунок відповідних відділів, виробничих цехів, лабораторій та інших підрозділів;
- 2) використання ефективного інструментарію для планування, організації

виробництва та збуту хімічної продукції відповідного асортименту, цільового споживчого призначення, зокрема лакофарбової продукції як базової та надання відповідних послуг;

- 3) наявність необхідної ресурсної й матеріально-технічної бази для виробництва відповідної продукції підприємством, формування черги виробничих ділянок, унікальних технічних модулів тощо;
- 4) високотехнологічні напрями забезпечення функціональної якості лакофарбової та іншої хімічної продукції цільового призначення;
- 5) оптимізації виробництва за рахунок інноваційної діяльності досліджуваного підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод», ринкової пропозиції конкурентоспроможної лакофарбової продукції високої якості та екологічної безпечності для будівництва тощо.

43

Виробнича структура підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» є базовою складовою до організації діяльності в цілому, сформована за рахунок взаємозалежних відділів, цехів, лабораторій та управлінських підрозділів підприємства (рис. 2.1). Центральне місце в системі виробничого формування продукції на досліджуваному підприємстві належить окремим працівникам, категоріям працівників та управлінському персоналу підприємства в цілому. Крім того, загальне керівництво технічними процесами здійснюється Технічною радою підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод», на засіданнях якої оцінюється ефективність виробничих та додаткових технологічних процесів та розробляються відповідні організаційно-технічні заходи.



Фінансовий
відділ

Бухгалтерія

Енергоцех

Транспортний цех

Лабораторія

Рис. 2.1. Виробнича структура підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод»

44

Вище керівництво досліджуваного підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» аналізує виробничу діяльність підприємства і за підсумками аналізу інформації приймаються рішення про шляхи вдосконалення системи менеджменту. Водночас, технічна Рада підприємства розглядає та вирішує проблемні питання основного виробництва, забезпечення та контролю якості базової хімічної продукції, визначає необхідні коригуючі дії. Крім того, йдеться про забезпечення необхідних умов виробничої праці на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод». Для прикладу, з ініціативи першого керівника підприємства, лідерів усіх рівнів менеджменту розроблена система покращання умов праці персоналу, створення високої культури хімічного виробництва, благоустрою цехів і території підприємства.

Вагомою складовою виробничого розвитку підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» є управління технологіями. У означеному аспекті нами виявлено, що щорічно під відповідну стратегію та бізнес-плани досліджуваним підприємством проводиться аналіз наявного портфелю технологій, визначаються технології, які потрібно додатково впровадити для реалізації стратегії і політики, які слід удосконалити, які слід замінити або відмовитись взагалі. З метою реалізації відповідної політики та стратегії щодо технологічних рішень на виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» проводяться такі заходи :

- визначаються підходи до управління базовими виробничими технологіями й окремими технологічними процесами;
- визначаються показники вимірювання ефективності тих чи інших виробничих технологій та процесів;
- моніторинг технологічних рішень, що виконують відповідні служби підприємства, зокрема відділ менеджменту, маркетингу тощо. Вищезначені стратегії й технологічні рішення, за нашими дослідженнями, обов’язково доповнюються інноваційними підходами. Так, на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» враховуються сучасні потреби ринку у лакофарбовій продукції і відповідно впроваджуються у виробництво передові технології, оновлюється асортимент і підвищується якість продукції.

45

У контексті до вищезначеного, на досліджуваному підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» лакофарбова продукція технологічно оновлюється. Так, до складу лакофарбової продукції можуть входити різноманітні добавки, як додаткові компоненти до створення відповідних споживчих переваг та одночасного розширення товарного асортименту за рахунок використання різних пігментів, які надають продукції різного кольору та відтінків. Зокрема, значно поглиблюється асортимент фарб та емалей : сумарна глибина асортименту основної лакофарбової продукції складає 80 асортиментних одиниць, а додаткової і спеціалізованої – понад 100 асортиментних позицій. Це достатньо великий показник глибини асортименту для виробничого підприємства хімічної галузі вітчизняної промисловості. Для прикладу, такий асортиментний вид продукції, як емаль ПФ-115 виготовляється на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» в широкій кольоровій гаммі кольорах та значної кількості відтінків – усього 20 асортиментних кольорів і відповідних до кожного кольору відтінків – абрикосова, бежева Н 122, кремова, слонова кістка S 083, біла, сніжно-біла, бірюза L 038, блакитна RAL 5015, блакитна K 011, вишнева, жовта K 079, червона, оранжева, салатова, зелена M 056, зелена L 052, світло-зелена K 052, кофейна G-116, світло-кофейна, персикова, синя RAL 5005, сіра K 165, сіра Y 132, хакі, чорна.

Вище проаналізовані підходи, що практикуються на досліджуваному підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» відображають цільові споживчі потреби українського ринку у лакофарбовій продукції та орієнтири провадження у виробництво передових хімічних технологій, оновлення асортименту і поліпшення якості кінцевої продукції. Водночас, це спів залежно до системи управління якістю як важливої та необхідної для сучасного виробничого підприємства хімічної галузі промисловості України. Так, на вітчизняних підприємствах реалізуються концепції загального управління якістю (TQM) на основі міжнародних стандартів ISO серії 9000, що на сьогодні враховують кращий міжнародний досвід щодо формування конкурентоспроможного підприємницького середовища [76; 77]. Надалі, ми акцентували увагу щодо формування системи менеджменту якості.

46

Основний принцип, що сьогодні пропонується для виробничих підприємств в системі управління якістю – «принцип ефективного розвитку промислових підприємств на основі зростання якості», відповідно, ідеальна ситуація реалізації зазначеного принципу окреслює виконання таких умов на досліджуваному підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод». Проведений нами аналіз окремих складових до впровадження «принципу ефективного розвитку» та необхідних заходів із забезпечення якості на досліджуваному виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» відображено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Складові впровадження принципу «ефективного розвитку підприємства на основі якості» на ТДВ «Чернівецький хімзавод»

Найменування складових принципу	Заходи щодо реалізації принципу ефективного розвитку/якості на підприємстві
---------------------------------	---

«Зростання витрат на якість»	Зростання витрат на якість на виробничому підприємстві, зокрема витрат на якість інноваційного характеру, спрямовані на зростання і захист/підтримання якості продукції. При цьому темпи зростання витрат на якість інноваційного характеру та стратегічно орієнтованих витрат на розвиток системи управління якістю повинні перевищувати темпи зростання витрат на якість у цілому. Зростання витрат в рамках реалізації СУЯ на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» означає реалізацію ініціатив становлення підприємства як лідера на рівні цільового ринку Чернівецької обл., темпи зростання у цьому випадку можуть мати різні значення залежно від змін кон'юнктури ринку
«Зростання продуктивності праці» як результат впровадження програм якості	При цьому досягнення самого ефекту зростання є необхідним для забезпечення загальної ефективності програм якості, насамперед СУЯ. Одним із аспектів орієнтування системи управління якістю на досліджуваному виробничому підприємстві є мінімізація всіх видів витрат з метою зростання продуктивності
«Зростання рентабельності» функціонування промислового підприємства	При цьому може мати місце ефект запізнення зростання рентабельності у часі по відношенню до зростання витрат на окремі види інноваційної лакофарбової продукції (що є реальним для досліджуваного підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод»)

На виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» у 2011 році впроваджена та на сьогодні активно функціонує система управління якістю (СУЯ) на основі міжнародних стандартів якості серії ISO 9001. Така система є інтегрованим механізмом управління, що дає змогу досліджуваному підприємству: 1) досягти визначених цілей щодо якості; 2) СУЯ орієнтована на мінімізацію всіх видів витрат; 3) збалансоване функціонування усіх структурних елементів підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод».

Нами обґрунтовано, що основними цілями впровадження та надалі

функціонування системи управління якості на досліджуваному виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» є такі :

- задоволення потреб споживачів у якісній та безпечній хімічній продукції;
- зростання ділової репутації виробничого підприємства;
- розширення ринків збуту продукції, насамперед – вихід на ринки Європейського Союзу;
- зростання рівня конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- мінімізація кількості проведення аудитів на підприємстві щодо якості продукції;
- поліпшення роботи постачальників та субпідрядників тощо. На основі

вищезначеного, доцільно говорити про корисність функціонування системи управління якістю, йдеться про зовнішню та внутрішню корисність. Для визначення внутрішньої корисності необхідний аналіз витрат процесу, що проводить відділ менеджменту виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» з урахування і зіставлення витрат процесу в двох тимчасових точках, між якими були впроваджені заходи з управління якістю. Щодо зовнішньої корисності, йдеться про 1) корисність від лояльності клієнта і 2) корисність від його особистої комунікації. У відповідності до вищезначеного, об'єктами управління процесом формування якості на досліджуваному виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» виступають :

48

- кінцевий продукти – основна лакофарбова продукція (ЛФМ) та додаткова продукція (склад продукції відображено нами в попередньому розділі 2.1. бакалаврської роботи);
- проміжні продукти;
- сировина, матеріали, комплектуючі;
- технологічні процеси;
- управлінські процеси;
- безпека тощо.

Надалі, ми акцентували увагу щодо підходів до формування якості лакофарбової продукції, що виготовляє підприємство ТДВ «Чернівецький хімзавод», складових до створення в її процесі виробництва. Такий оціночний підхід є важливим, оскільки якість базової продукції підприємства є індикатором як зовнішньої, так і внутрішньої корисності від впровадження СУЯ. Технологічний цикл виробництва ЛФМ формується на основі використання належного технічного обладнання, устаткування, включає відповідні методики визначення якості сировини, безпосередній процес виготовлення продукції, використання тари, упаковки тощо. Схематично реалізовані складові на виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» ми відобразили у вигляді схеми (рис. 2.2).

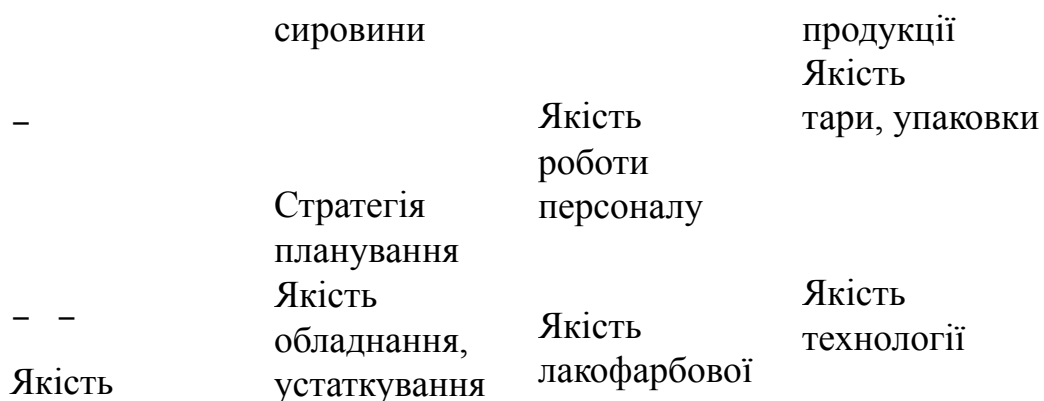


Рис. 2.2. Схема відтворення складових до формування якості лакофарбової продукції на виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод»

З метою вдосконалення наявних та розробки нових видів технологічних підходів до формування якості лакофарбової продукції, що виготовляється на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод», за нашими дослідженням встановлено, що використовується інформація, отримана від різних джерел : спілкування зі спеціалістами підприємств хімічної галузі, результати співпраці з відповідними НДІ хімічної галузі промисловості України, Проектно технічним інститутом «Хімпромпроект», вченими хімічного факультету Чернівецького

національного університету ім. Ю. Федьковича, вивчення спеціалізованих науково-періодичних видань, участь працівників підприємства у виставочних та інших громадських заходах тощо.

Компетентність вищого керівництва виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» у справах, вимогливість до себе і спеціалістів також сприяють процесам підвищення якості продукції. Зокрема, володіючи інформацією про стан і досягнення в хімічній промисловій галузі України, стану цільового споживчого ринку як генеральний директор підприємства, так і головний інженер, заступники директора з виробництва, маркетингу прикладають усі зусилля для того, щоб на підприємстві вводились нові технології, використовувалось нова техніка з метою удосконалення показників якості та безпечності для споживача лакофарбової продукції, розширення її асортименту тощо. Так, за останні роки на досліджуваному підприємстві освоєно 15 новинок продукції, серед яких: ґрунтівка для обробки й захисту різноманітних поверхонь. Водночас, йдеться про підвищення якості управління підприємством, різнорівневого менеджменту, що відображає базові принципи СУЯ. На підприємстві «створені дослідна лабораторія та експериментальне виробництво оснащені найкращим обладнанням відомих фірм Швейцарії та Німеччини, дисольверами виробництва Бельгії та Данії, лабораторними приладами та посудом фірм США, Франції, Фінляндії та Нідерландів» [86].

Таким чином, виконаний аналіз принципів побудови виробництва та менеджменту якості дозволяє стверджувати про належний чином організовану систему управління на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод».

50

2.3. Концепція збуту товарів на виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод»

Розглянуті в попередньому параграфі 2.2. бакалаврського дослідження принципи та елементи системного забезпечення якості в організації виробництва на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод», за нашими оцінюваннями, органічного доповнюються процесами вибору та формування

збутової політики, забезпечення збуту відповідної продукції, що реалізують в рамках концепції розвитку виробничого підприємства.

Збутова політика досліджуваного виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» як суб'єкта господарювання, що вже тривалий час працює та є відомим на цільовому споживчому ринку лакофарбових товарів, розроблена та формується з метою забезпечення її ефективності та стабільності економічних процесів на підприємстві. Використання у господарській діяльності підприємства «маркетингової адаптації збуту» обумовлює доцільність інтерпретації складових елементів цього процесу. Йдеться про напрями й конкретні організаційні складові розробки й впровадження концепції збуту в господарську практику досліджуваного виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод», розуміння вищим керівництвом постулату «збут продукції повинен розглядатись через призму ринкового попиту та ринкової пропозиції. ... товаровиробник повинен виробляти те, що продається, а не продавати те, що виробляє». Йдеться про новий зміст збутової діяльності підприємства, тому надалі наші дослідження спрямовані на виявлення комплексу процедур просування готової продукції виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» на цільовий споживчий ринок, як внутрішній, так і зовнішній.

По-перше, практичною складовою до реалізації концепції збуту на досліджуваному підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» є базові організаційні дії з боку вищого керівництва, йдеться про введення посади «заступник директора підприємства з маркетингу», що водночас керує відділом маркетингу, забезпечуються взаємозалежні та взаємодоповнюючі заходи у

51

відповідних складових роботи відділів збуту та маркетингу як самостійних структурних одиниць підприємства, організація служба доставки товарів тощо. По-друге, методологічною основою до формування орієнтованої концепції збуту товарів з ефективними елементами менеджменту на досліджуваному виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод», за нашими аналітичними оцінюваннями, є використання окремих базових збутових

стратегій, зокрема стратегії охоплення ринку, позиціонування товару тощо. Проведений аналіз відображено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Реалізація збутових стратегій
на виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод»**

Збутові стратегії маркетингу	Складові до реалізації на підприємстві
Стратегія охоплення ринку	Підприємство проводить моніторинг потреб цільового споживчого ринку у лакофарбовій продукції і на цій основі «впроваджуються у виробництво передові технології, оновлюється асортимент і покращується якість готової продукції. За останні роки підприємством освоєно 15 новинок»
	Макроринок : вихід лакофарбової та додаткової продукції для будівництва, що виготовляє підприємство ТДВ «Чернівецький хімзавод» на міжнародний ринок, зокрема у країни Словаччини, Чехії, Румунії тощо
	Мікроринок : постійна присутність лакофарбової та додаткової продукції для будівництва та хімічної продукції для інших сфер використання, що виготовляє досліджуване підприємства на внутрішньому українському та регіональному ринку м. Чернівці та Чернівецької обл.
Стратегія позитивного іміджу підприємства	Формування позитивного іміджу підприємства на цільовому споживчому ринку за ознаками значного асортименту, функціональних параметрів та високої якості хімічної продукції : «... підприємство виготовляє та пропонує споживачам понад 40 видів продукції. Фарби та емалі пентафталеві, поліуретанові, акрилові та акрилатні – 2024 кольорів та відтінків ...»

1	2
---	---

	Формування довгострокових та короткострокових угод із комерційними партнерами, пропозиції (на взаємовигідних умовах постачання) значного асортименту власної хімічної продукції ТДВ «Чернівецький хімзавод»
Стратегія позиціонування товару	Використання на підприємстві показника «рейтинг товару» як рекламного з метою позиціонування лакофарбової продукції на цільовому споживчому ринку м. Чернівці та Чернівецької обл., означення переваг для використання такої продукції для будівельних та ремонтних компаній регіонального рівня (різні форми розповсюдження рекламних повідомлень, зокрема на рівні фірмових магазинів ТДВ «Чернівецький хімзавод»). Перспективи використання показника «рейтинг товару» для внутрішнього оцінювання ступеня переваг одного виду лакофарбової продукції (марки, моделі тощо) над аналогічною за цільовим функціональним призначенням (у розділі 3.1. нашого бакалаврського дослідження ми запропонували формулу та методику розрахунку цього показника)

Вищезначені стратегії доповнюються також іншими, зокрема стратегією диференціації товарної продукції, стратегією впровадження нововведень та деякими іншими. Надалі ми будемо відзначати окремі елементи використання цих стратегій при прийнятті окремих управлінських рішень у взаємодії з методологічними принципами, що дозволяє виокремлювати складові до реалізації відповідних ринкових стратегій. Йдеться про забезпечення маркетингового комплексу процедур просування готової хімічної продукції виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» на цільовий споживчий ринок, ефективної комерційної співпраці, а саме:

- формування споживчого попиту на лакофарбову продукцію як основну продукцію для будівництва, ремонту тощо;
- отримання й обробка замовлень на відповідну продукцію;

53

- комплектація та підготовки готової продукції до відправки замовникам і

покупцям;

- транспортна доставка продукції за домовленістю;
- організація розрахунків за отриману продукцію.

Формування споживчого попиту на власну лакофарбову продукцію будівельного та ремонтного цільового призначення – фарби, емалі, лаки, мастики, ґрунтовки, шпаклівки, концентрати, рідини для оздоблення та захисту поверхні деревини, перетворювачі іржі, продукція спеціального призначення: астрохімія, фільтрпатрони тощо виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» забезпечуються різними способами – оцінювання відповідності продукції споживчим вимогам, експертне внутрішнє та зовнішнє оцінювання рівня якості та безпечності продукції підприємства у поєднанні з семантичним диференціалом (наочність оцінювання, опитування покупців тощо). Йдеться також про розширення використанням сучасного маркетингового інструментарію, що дозволяє налагоджувати й розвивати збутову мережу. Підтвердженням цього є те, що в Україні інституціональними споживачами продукції підприємства є великі промислові підприємства (що зазначено на офіційному сайті підприємства), зокрема: ПАТ «Луганськтепловоз», автозаводи Борисполя, Запоріжжя, Львова, Кременчука, Черкас, Харкова, Дніпродзержинський металургійний комбінат, Сєвєродонецьке об'єднання «АЗОТ» (логістика такої співпраці з окремими партнерами порушена в сьогоденних складних умовах воєнного стану в Україні). Разом із тим, лакофарбова продукція підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» є відомою на міжнародних ринках, зокрема у Румунії, Словаччині, Чехії тощо.

Доцільно відзначити належний інформаційний супровід товарної продукції, зокрема технічних характеристик лакофарбової продукції ТДВ «Чернівецький хімзавод» й доведення інформації до цільового споживача. Це дозволяє практично реалізувати маркетинговий посил через систему збуту, «наблизити товар до споживача, що робить його більш доступним». Доведені до споживача технічні характеристики відображають можливість застосування

лакофарбової продукції в тій чи іншій галузі народного господарства. Надалі ми

проаналізували технічні характеристики забезпечення якості лакофарбової продукції, яку виготовляє досліджуване виробниче підприємство ТДВ «Чернівецький хімзавод» на основі основних видів лакофарбових матеріалів, що є найбільш популярними на цільовому споживчому ринку (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

**Технічні характеристики лакофарбових матеріалів
підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод»**

Асортимент ні види ЛФМ	Технічні властивості ЛФМ	Відповідніс ть стандартам
Емалі	Це суспензія з розчинених у лаку пігментів. Емаль найчастіше використовується як останній шар багат шарового покриття, що надає поверхні естетичний зовнішній вигляд, міцність та стійкість	Гігієнічні показники 26316 Кб
Лаки	Являють собою розчин речовини, який є основним плівкоутворюючим елементом, у воді або органічному розчиннику. Після їх тужавіння (висихання) утворюється однорідний прозорий шар на поверхні	Гігієнічні показники 26316 Кб
Оліфи	Це лакофарбовий матеріал, що отримують після хімічної або термічної переробки рослинних олій	Гігієнічні показники 26316 Кб
Фарби	Це суспензія з пігменту і речовини, що утворює плівку. Фарби розрізняються за класифікаційними групами : масляні, водні, силікатні, порошкові	Гігієнічні показники 26316 Кб
Пігменти	Це органічні/неорганічні речовини у вигляді порошку. Функція пігментів – додання покриттю потрібного кольору	Гігієнічні показники 26316 Кб
Грунтовки	Це суспензія з пігментів, лаку, оліфи або емульсії. Правильне нанесення відповідного поверхні ґрунту, як правило, забезпечує кращу адгезію (злипання)	Гігієнічні показники 26316 Кб
Шпаклівки	Це суміш наповнювачів та пігментів у сполученні. Шпаклівки застосовуються для закладення тріщин і різних дефектів поверхні матеріалу, що фарбується	Гігієнічні показники 26316 Кб

Нами визначено місце та значення реклами як дієвого маркетингового інструментарію в діяльності виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод», що безпосередньо слугує для реалізації концепції збуту товарів. У більш широкому ринковому розумінні, це стосується перспектив розвитку досліджуваного промислового підприємства на основі удосконалення реклами лакофарбової та додаткової хімічної продукції, яку воно виготовляє, а відповідно, підвищення іміджу, рівня конкурентоспроможності самого підприємства та його продукції на цільовому споживчому ринку. Центральною метою реклами є стимулювання продажів, що реалізовується через формування відповідних потреб, прагнень, поведінкових стереотипів тощо (рис. 2.3).

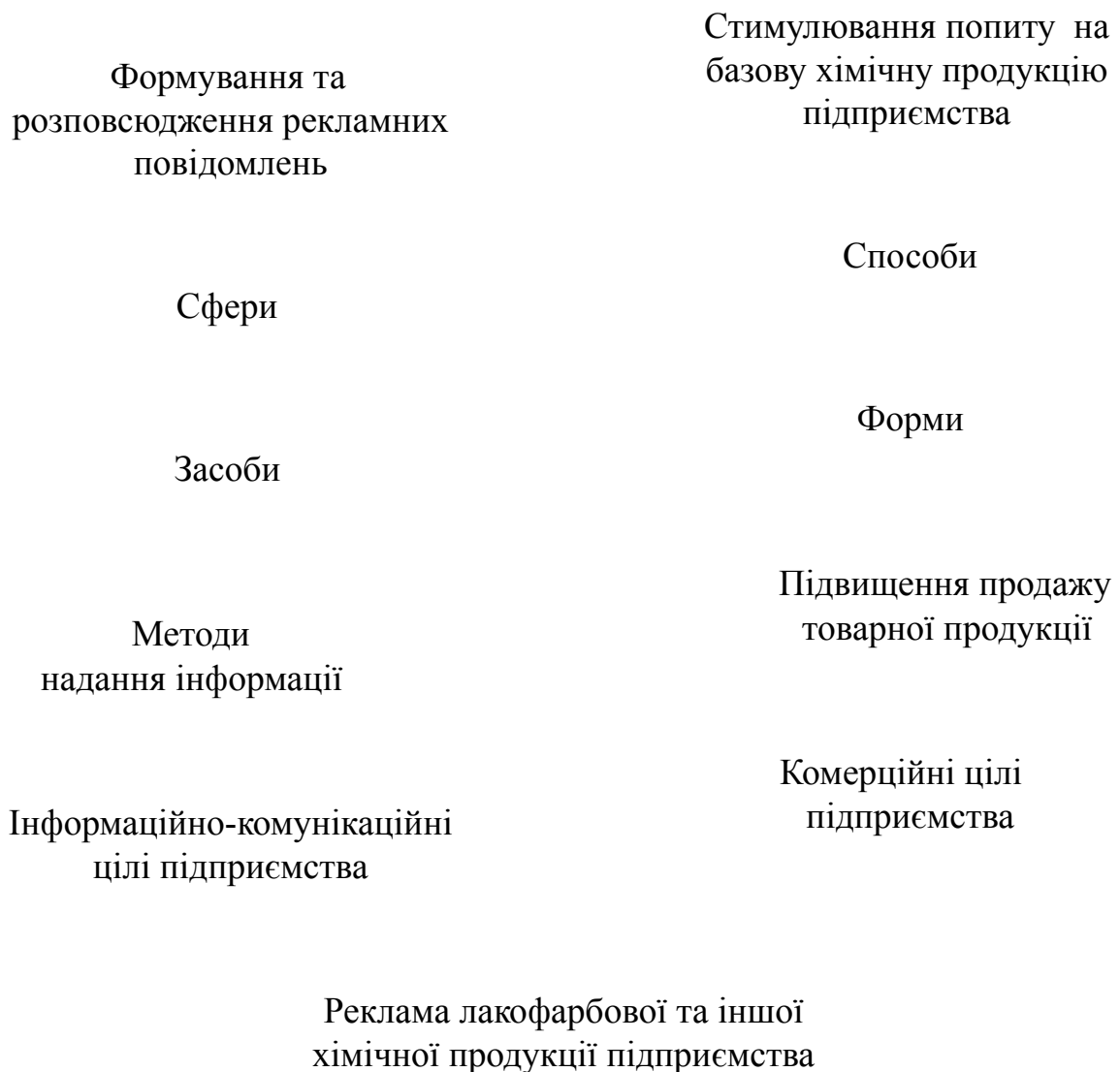


Рис. 2.3. Напрями та складові рекламної діяльності виробничого

Підприємство-товаровиробник ТДВ «Чернівецький хімзавод» пропонує свій товар через фахових посередників, зокрема через засоби масової інформації м. Чернівці – телебачення, радіомовлення, за допомогою громадського транспорту міста, до певної міри використовуються засоби особистісного надання інформації, йдеться про «сарафанне радіо» тощо. Це підтверджує постулати соціальної психології, «рекламна діяльність – це, перш за все, спілкування та взаємодія, як безпосередня, так і опосередкована, один із видів активності людей і одночасно – потужний психологічний регулятор ...». Завдяки активній рекламній діяльності ТДВ «Чернівецький хімзавод» до певної міри удосконалює свою виробничо-економічну діяльність, що забезпечує отримання прибутку. Окрім того, реклама є джерелом численних соціальних контактів, які з'являються під впливом специфічної мотивації щодо необхідності придбання лакофарбових матеріалів. Водночас, у даному аспекті, з нашої точки зору, підприємству слід розширювати контакти саме з чисельними будівельними компаніями, що працюють сьогодні на ринку житлового будівництва м. Чернівців та Чернівецької обл. та з окремими бригадами, що виконують ремонтні роботи та надають відповідні послуги.

Важливими до аналізу є мотиви придбання споживачем тих чи інших лакофарбових матеріалів та іншої хімічної продукції з метою її подальшого експлуатаційного використання (будівництво, ремонт, автопослуги тощо). Ми провели відповідне дослідження формування та реалізації споживчих мотивацій щодо лакофарбової продукції (та водночас виконання одне із поставлених практичних завдань бакалаврської роботи) саме на прикладі виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Аналіз мотивації звернення до реклами лакофарбових матеріалів

Мотивації	Характеристика мотиваційних звернень
-----------	---

Утилітарні Мотиви	Споживача цікавлять експлуатаційні характеристики лакофарбової продукції – гарантійний термін, можливість швидкого та якісного проведення ремонту на основі використання відповідних матеріалів тощо
----------------------	--

57

Продовження таблиці 2.8

1	2
Естетичні Мотиви	Увагу споживача привертає зовнішній вигляд лакофарбових матеріалів та упаковки, зокрема оригінальність кольорової гами, можливість гармонійного поєднання з іншими предметами в процесі будівельної чи ремонтної діяльності та інше
Мотиви уподібнення і мотиви моди	Прагнення сучасного споживача спрямовані на «уподібнення з ідеальними або уявними параметрами» відповідної продукції, зокрема йдеться про імідж та соціальну привабливість самого підприємства товаровиробника
Мотиви самоствердження	Це діє у разі, коли придбання товарів перетворюється у форму самореалізації, для прикладу, йдеться про мотиви придбання покупцем лише найдорожчих лакофарбових матеріалів, в той же час, як функціональні параметри переходять на другий план
Мотиви Традиції	Обумовлені соціально-культурною та етнопсихологічною специфікою споживача. Щодо Буковини, слід враховувати багатонаціональний склад місцевого населення та деякі інші чинники
Психологічно орієнтовані «глибинні» Мотиви	Часто використовуються в рекламних кампаніях : надійність, самовдоволення, творчі схильності, об'єкти переваг, сімейні традиції тощо. Значний асортимент лакофарбових матеріалів на основі кольорової гами, структурованих характеристик, інновацій, екологічності продукції тощо дозволяє задовольнити потреби різних споживачів

Таким чином, важливим аспектом діяльності підприємстві ТДВ

«Чернівецький хімзавод» є реалізація маркетингової концепції збуту. Активною є робота відділу маркетингу (очолюваного заступником директора з маркетингу) у взаємодії з відділом збуту та іншими структурними підрозділами досліджуваного виробничого підприємства, трудовим колективом та окремими працівниками, що у взаємодії практично реалізують у своїй роботі базові стратегії маркетингу, зокрема стратегії позитивного іміджу підприємства, позиціонування товару, охоплення ринку, впровадження нововведень тощо.

58

Висновки до 2-го розділу

Проведений аналіз організаційної, технічної, фінансово-економічної діяльності виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» за параметрами відповідності цільових напрямів діяльності як великого підприємства хімічної галузі промисловості України, виконаних промислових робіт, системи управління у відповідності до структури виробничого підприємства, ефективної співпраці з постачальниками товарної продукції та комерційними партнерами, належної фінансово-економічної роботи (підприємство має високу платоспроможність, є ліквідним, фінансово стабільним), що дозволяє виготовляти лакофарбову продукцію високого рівня якості та безпечності, розширеного асортименту та інші хімічні продукти спеціального споживчого призначення, дозволяє стверджувати про ефективність таких підходів, що дозволяє підприємству займати лідируючі позиції на цільовому ринку, виходу товарної продукції на європейський ринок.

Охарактеризовані нами принципи побудови виробництва на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» є складовою ефективною роботи : оптимальна виробнича структура підприємства, планування, організації виробництва та збуту хімічної продукції відповідного асортименту, наявність необхідної ресурсної й матеріально-технічної бази, високотехнологічні напрями забезпечення функціональної якості лакофарбової та іншої хімічної продукції цільового призначення, оптимізація виробництва за рахунок інноваційної діяльності, відповідної ринкової пропозиції конкурентоспроможної лакофарбової продукції високої якості та екологічної безпечності.

Реалізація маркетингової концепції товарного збуту забезпечується відділом маркетингу, відділом збуту, іншими структурними підрозділами виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод», що у взаємодії практично реалізують у своїй роботі методично важливі стратегії маркетингу, а саме стратегії охоплення ринку, позиціонування товару, впровадження нововведень, позитивного іміджу підприємства тощо.

59

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ТДВ «ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ХІМЗАВОД» НА ЦІЛЬОВОМУ СПОЖИВЧОМУ РИНКУ

3.1. Складові розвитку системи управління якістю підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» на основі управління змінами

Подальші перспективи діяльності виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» на цільовому споживчому ринку ми вбачаємо на основі розвитку системи управління якістю. Це має методологічне підтвердження, «узагальнена найкраща світова практика ведення бізнесу у сконцентрованому вигляді відображена у філософії та фундаментальних концепція загального управління якістю (TQM), яка передбачає безперервне вдосконалення організації, поліпшення якості продукції і задоволення потреб усіх зацікавлених сторін : споживачів, постачальників, персоналу, власників та суспільства» [76; 77]. Удосконалення системи управління якістю на промисловому підприємстві ґрунтується на таких концептуальних тезах:

- по-перше, орієнтація системи менеджменту якості на задоволення потреб споживачів;
- по-друге, документарне забезпечення становлення та функціонування системи менеджменту якості на підприємстві;
- по-третє, проведення внутрішніх аудитів (випробувань) функціонування системи менеджменту якості.

У відповідності до вищезначеного, ми пропонуємо досліджуваному виробничому підприємству хімічної галузі промисловості України підприємству ТДВ «Чернівецький хімзавод» відтворення вже існуючої системи управління якістю (СУЯ) на основі міжнародних стандартів якості серії ISO 9001, що впроваджена у 2011 році та активно функціонує на сьогодні, довела свою ефективність в багатьох аспектах роботи, на оновлених засадах менеджменту якості, а саме «управління змінами».

60

Розвиток системи управління якістю на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» на основі управління змінами, буде мати «ефект» адаптації до складних змін у ринковому середовищі в цілому, зокрема в умовах воєнного стану в Україні. Практично ми пропонуємо досліджуваному виробничому підприємству ТДВ «Чернівецький хімзавод» реалізувати такі підходи :

- 1) інновації стратегічного планування та управління якістю;
- 2) розширення сфери маневрування основних управлінських процесів; 3) впровадження методів «пізнання зовнішнього середовища». Методично доведено, що параметри якості вирізняються тією сферою

діяльності, в якій розвивється той чи інший процес. Оскільки досліджуване підприємство ТДВ «Чернівецький хімзавод» здійснює процес, пов'язаний із виробництвом ЛФМ та додаткової хімічної продукції спеціального призначення, відповідно доцільно розглядати всю сукупність наявних управлінських, організаційних, техніко-технологічних тощо процесів, що його забезпечують та відтворюють. Виконані нами аналітичні дослідження щодо принципів «управління змінами» та спрямованістю управління за ознаками якості на досліджуваному підприємстві ми відобразили в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Перспективні принципи «управління змінами» за ознаками якості на виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод»

Принципи управління змінами			Спрямованість управління
Принцип	Складова	Формулювання	

Створення цінності для споживача	Споживча корисність продукції	Підприємство виробляє хімічну продукцію спеціального призначення, функціональна цінність якої оцінюється споживачами	Орієнтація на зміни цільової споживчої аудиторії
Соціальні орієнтири в діяльності підприємства	Доведення мотивації «безпека довкілля» до споживача	Відповідальність підприємства щодо етики бізнесу, соціальної відповідальності, безпеки й захисту довкілля тощо	Орієнтація діяльності підприємства на соціально актуальні цінності

61

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4
Співпраця з партнерами	Розширення інформаційно комунікаційних повідомлень. Донесення матеріалів «встановленої якості»	Доступність та достовірність споживчої інформації щодо товарної закупівлі. Розширити/доповнити рубрику «Питання відповідь» на офіційному сайті підприємства [86]	Орієнтація діяльності підприємства на нових партнерів, інформаційні відображення стандартів відповідності
Системність у виробничих процесах та менеджменті	Процесний підхід	Підприємству необхідно визначати основні, додаткові та доповнюючі процеси, встановлювати взаємозв'язки, забезпечувати їх ресурсами	Орієнтація діяльності підприємства на процесний менеджмент
	Оптимізація	Підприємство має обирати якнайкращі напрями розвитку, забезпечуючи обрану політику СУЯ	Постійне відтворення «принципу якості»

	Оперативність	Підприємство повинно приймати оперативні рішення та діяти у відповідності до змін конкурентного середовища та ситуації на ринку ЛФМ	Прийняття ефективних, адекватних та дієвих рішень
--	---------------	---	---

Удосконалення підходів підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» щодо управління якістю слід побудувати на принципах системності – напрям методології соціально-наукового пізнання та соціальної практики, в базисі якого знаходиться дослідження об’єкту як складної системи. Розширення до використання системного підходу сприятиме досліджуваному виробничому підприємству з двох важливих позицій : 1) в адекватній постановці проблем/перспективних напрямів роботи та водночас у 2) розробці/поповненні до існуючої ефективної стратегії організаційно-виробничої роботи.

62

При реалізації стратегічних принципів у тактичній практиці, досліджуваному виробничому підприємству ТДВ «Чернівецький хімзавод», за нашою пропозицією, доцільно скористатись такими дієвими управлінськими принципами, що практично реалізують переваги обраного системного підходу :

- процес прийняття рішень (виробничо-організаційних, маркетингових, товарних тощо) повинен розпочинатися з виявлення і виразного формулювання конкретних мотиваційних цілей, що відображатимуть майбутні переваги для підприємства;
- доцільно розглядати «проблему» з позицій її цілісності, виявляти взаємозв’язки кожного рішення та його ймовірні наслідки;
- аналізувати можливі альтернативні шляхи досягнення цільової мети з урахуванням діючих маркетингових принципів та соціально психологічних факторів роботи як із партнерами та споживачами;
- окремі виробничі програми повинні органічно поєднуватись із процесами – економічними, фінансовими, що їх обґрунтовують у

межах єдиної системи оперативного управління змінами;

- враховувати взаємодію будь-якого процесу із зовнішнім ринковим середовищем, вибір оптимального варіанту здійснення на основі вичерпного аналізу з необхідними розрахунками тощо.

При розширенні принципу системності у роботі на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» необхідно враховувати методично визначені кореляційні взаємозв'язки з комплексним поняттям «цілісності структури функціонування елементів підсистем». Для прикладу, успішні підприємства рухаються у напрямку розширення ділової репутації та «комерційної досконалості», створюючи/доповнюючи власні системи управління якістю. Для прикладу, у науковому середовищі визначені переваги управління якістю за концепцією TQM, що означена нами як перспективна для досліджуваного виробничого підприємства : « ... TQM є динамічною концепцією, що постійно розвивається, включаючи в себе нові сучасні методи та підходи ефективного ведення бізнесу і є запорукою його розвитку ... ».

63

З комерційних позицій мета процесу управління якістю на виробничому підприємстві – зростання прибутковості та позицій конкурентоспроможності за рахунок покращання якості продукції та всіх супутніх процесів, які можливо оцінювати за допомогою параметрів якості. Параметри якості, відповідно, вирізняються тією сферою діяльності, в якій здійснюється той чи інший процес. Для практичного втілення зазначеного на досліджуваному підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод», що працює на споживчому ринку хімічної галузі промисловості України та випускає продукцію відповідного цільового призначення, високої якості та значного асортименту, слід скористатися маркетинговим принципом «чорна шухляда», розробленим автором маркетингової концепції конкурентної стратегії Портером М. Е. [78] (рис. 3.1).

Зовнішнє середовище

Вхід Вихід

Процес у системі

Зворотний зв'язок

Рис. 3.1. Основні елементи забезпечення системного принципу «чорна шухляда» [78, с. 31]

При застосуванні вищезначеного маркетингового підходу на досліджуваному виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» слід скористатись такою методичною процедурою (опрацьованою нами) : спочатку формуються параметри «виходу товару», надалі визначаються параметри «входу товару», водночас розраховуються та обґрунтовуються потреби в необхідних ресурсах та інформаційно-комунікаційних зв'язках (табл. 3.2).

64

Таблиця 3.2

**Складові до реалізації принципу «чорна шухляда»
на виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод»**

Етапність реалізації	Тактичні складові до реалізації на підприємстві
Формування ринкових параметрів «виходу товару»	Доцільність виробництва тих чи інших видів та асортиментних різновидів/товарних марок будівельної хімічної продукції, зокрема ЛФМ як базової товарної продукції та продукції спеціального цільового призначення з урахуванням поточної ринкової ситуації, зокрема сьогодні в період воєнного стану в державі. З позицій товарних характеристик йдеться про: забезпечення уніфікованих споживчих параметрів, регламентованих технічних показників якості, безпечності у використанні, зокрема з позицій екологічної безпеки тощо

	Слід розглядати усю сукупність наявних процесів постійного покращення якості з урахуванням принципів TQM та спрямовувати їх за цільовими параметрами менеджменту на рівні виробництва з оновленням базової лакофарбової продукції. На виході – велика кількість вимірів, відповіді слід давати водночас : З якими можливими витратами забезпечувати товарний асортимент на етапі його оновлення? Кому продавати інноваційно орієнтовану товарну продукцію? За якою ціною? тощо
Забезпечення ресурсних параметрів «входу товару»	Визначаються параметри входу : обґрунтовуються потреби підприємства в ресурсах (наявні та перспективні) – фінансові, організаційні, матеріальні, управлінські, інформаційно-комунікаційні тощо. Потреби у ресурсах слід конкретизувати після аналізу поточного рівня якості виробничої системи : технічних й технологічних параметрів організації виробництва, праці та управління; параметрів зовнішнього середовища – соціально економічного, соціально-демографічного середовища країни й регіональної інфраструктури м. Чернівці та Чернівецької обл., на цільовий споживчий ринок якої спрямована реалізація товарної хімічної продукції
Урахування параметрів зворотного зв'язку	Забезпечення зворотних комунікаційних каналів – від споживачів до товаровиробника, від виробника до комерційних партнерів. При зміні окремих параметрів зворотного зв'язку – швидка та адекватна реакція системи менеджменту, внесення відповідних коректив до функціональних параметрів виробничого підприємства

Виходячи із вище розглянутих принципів маркетингової стратегії «чорної шухляди» та її конкретизації на основі запропонованих нами тактичних складових, що відображають оновлені засади системи менеджменту якості, зокрема з позицій «управління змінами», для забезпечення необхідного рівня ділової активності й збереження конкурентоспроможності досліджуваного виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» потрібно, щоб :

- «вхід» системи (сировина, технологія, обладнання) був відмінної якості управління;

- зовнішнє ринкове середовище функціонування підприємства «сприяло нормальному протіканню процесів» у виробничій системі;
- організаційно-технічний рівень системи перетворив якісний «вхід» на якісний «вихід» товарної продукції підприємства;
- «вихід» системи (базова лакофарбова хімічна продукція та додаткова продукція спеціального призначення підприємства) була високої якості та рівня безпечності, зокрема з позицій екологічності, оновленого/розширеного товарного асортименту у відповідності до вимог сучасного споживача.

Оскільки базою для вирішення організаційно-управлінських питань виступає інформація, у технічному аспекті одним із засобів управління на виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» у пропонованому нами спрямуванні «управління змінами» є коректно та своєчасно зібрана, згрупована, репрезентована й проаналізована інформація, що відображає саме в такій площині інтегральну концепцію успішного розвитку підприємства. Моніторинг й одержання актуальної інформації стосується різних процесів, що відбуваються на досліджуваному підприємстві та спрямовані на постійне вдосконалення процесу виробництва, забезпечення покращення якості у системі товарного виробництва й надання цільових послуг у сфері будівництва та ремонту. Особливе значення має планування витрат і прибутків від управління якістю, зменшення витрат виробництва, оптимізація кожної технологічної операції, способів обслуговування виробництва тощо.

66

З метою формування й відтворення параметрів «виходу товару», йдеться про акцентування уваги до рівня якості/безпечності товарної хімічної продукції, ми пропонуємо для досліджуваного виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» окремі складові до удосконалення процесу виробництва продукції цільового призначення для будівельних та ремонтних робіт, продукції-автохімії та іншої продукції спеціального призначення на основі таких процесів: поетапного контролю якості нових та інноваційних асортиментних видів товарної лакофарбової продукції, технічні можливості для

цього вже є, зокрема на досліджуваному виробничому підприємстві створена дослідна лабораторія, а експериментальне виробництво оснащене найкращим обладнанням. Для прикладу, доцільним пропоноване буде для оцінювання якості так званої «топової» у продажах товарної лакофарбової продукції для будівництва та ремонту : «Емаль ПФ-115 для внутрішніх і зовнішніх робіт», «Емаль «Блиск» для підлоги», «Емаль перетворювач іржі ЕПФ-103», «Лак УР 198 паркетний універсальний поліуретановий» тощо.

Перспективи для внутрішнього оцінювання на рівні виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» ступеня переваг одного виду інноваційної лакофарбової продукції (марки, моделі тощо) над аналогічною за цільовим функціональним призначенням, за нашим оцінюванням, має використання показника «рейтинг товару». Водночас, на основі цього показника можливим та доцільним є здійснення розрахунків та відносного оцінювання якості відповідної товарної продукції різних класів однакових за функціональним призначенням. Для прикладу, йдеться про таку хімічну продукцію досліджуваного підприємства цільового споживчого призначення: мастики, шпаклівки, ґрунтовки, різноманітні розчинники, охолоджуючі рідини, швидковисихаючі емалі для автомобільного, сільськогосподарського, залізничного транспорту. В основу методичного оцінювання товарного рейтингу покладено системний підхід до поняття якості товару як такого та його супроводжуючих показників, що водночас відображає діючу систему управління якістю на рівні досліджуваного виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод».

67

Пропонуємо виробничому підприємству ТДВ «Чернівецький хімзавод» скористатись методично обґрунтованими оціночними параметрами на основі відповідної формули та методики розрахунку показника «рейтинг товару» для лакофарбової продукції [79]:

$$P_T = \prod_{i=1}^n Q_i(I),$$

де, P_T – рейтинг товару;

Q_i – відносний показник якості товару;

n – кількість одиничних показників якості, взятих для оцінювання. У свою чергу, відносний показник якості товару розраховується за відповідною формулою :

$$Q = P_i / P_{i6} (2) \text{ або } Q = P_{i6} / P_i (3),$$

де, Q_i – відносний показник якості товару;

P_i – одиничний показник якості моделі/марки товару, що оцінюється; P_{i6} – одиничний показник якості базової моделі/марки товару. Отже, для визначення рейтингу товару слід провести диференційоване оцінювання окремих (відповідних до властивостей товарів) показників якості, добуток яких дозволить отримати загальну кількісну характеристику ймовірних переваг одного виробу над іншим. Ми проаналізували показники якості лакофарбової продукції (у формулі це P_i – одиничні показники якості моделі або марки товарної продукції), що виготовляється досліджуванім підприємством ТДВ «Чернівецький хімзавод» на прикладі «Емаль ПФ-115» : витрати емалі на одношарове покриття; умовна в'язкість за віскозиметром; масова частка нелетких речовин; ступінь перетирання; покривність висушеної плівки в залежності від кольору; час повного висихання при температурі $(20 \pm 2)^\circ\text{C}$; еластичність плівки при вигині; твердість плівки за маятниковим приладом; адгезія плівки; стійкість покриття при температурі $(20 \pm 2)^\circ\text{C}$. Крім технологічного аспекту як елемента організації виробництва, поліпшення якості продукції сприятиме збуту товарів.

68

Іншим елементом виступає стратегічне управління людськими ресурсами [80], адже людський капітал у підприємстві відіграє вагомий роль [81]. Загалом це виступає частиною стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства [82; 83].

На перспективу досліджуваному виробничому підприємству ТДВ «Чернівецький хімзавод» доцільно розвивати екосистему стартапів [84], розширювати інноваційні проекти, що допоможе забезпечити імідж «лідера

регіонального ринку лакофарбової продукції», забезпечити високу якість товарної продукції та конкурентоздатність. За цих умов вищому керівництву підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» недостатньо мати «найкращий» продукт, слід висліджувати появу нових технологій і передбачати їхнє упровадження на підприємстві, відповідно до дій конкурентів. Як результат, інноваційна стратегія поєднає науково-технічний потенціал підприємства, портфель науково-технічних завдань і відповідні завдання між собою. Водночас, з позицій забезпечення якості відповідної товарної продукції йдеться про розширення кольорової палітри фарб, прискорення висихання МФМ, зниження їх токсичності та інших прогресивних властивостей лакофарбової продукції.

Зазначеному сприяє управління асортиментною політикою підприємства [85]. Ці складові будуть можливими, на нашу думку, у випадку створення управлінського відділу стратегічного розвитку на досліджуваному підприємстві, що дозволить сформувати нові функціональні зв'язки елементів та підвищить рівень конкурентоспроможного потенціалу.

Отже, на основі запропонованої нами концепції управління змінами як складової до вдосконалення системи управління якістю на підприємству «Чернівецький хімзавод» та її методичного обґрунтування за наданими нами пропозиціями, слід зробити висновок про важливість й доцільність такого підходу в аспекті подальшої перспективи розвитку досліджуваного виробничого підприємства на відповідному цільовому споживчому ринку як в Україні, так і на зовнішніх ринках.

69

Висновки до 3-го розділу

Визначений методичний підхід щодо перспектив діяльності виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» ми пропонуємо на основі впровадження сучасної концепції «управління змінами» у взаємодії з функціонуючою на підприємстві системою управління якістю (СУЯ) та додатковою концепцією TQM, що відображає сучасні методи й цільові процеси до ефективного ведення бізнесу, концепцією розширення інноваційних проєктів

тощо, що дозволить сформувати нові функціональні зв'язки елементів та підвищить рівень конкурентоспроможного потенціалу підприємства.

Запропоноване практично дозволить досліджуваному виробничому підприємству ТДВ «Чернівецький хімзавод» реалізувати такі концептуальні наукові підходи, як інновації стратегічного планування та управління якістю, розширити сфери маневрування основних управлінських процесів на підприємстві, впроваджувати методи «пізнання зовнішнього середовища».

Запропоновані нами перспективні принципи «управління змінами» за ознаками якості на виробничому підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» включають такі складові, як : створення цінності для споживача на основі максимального відображення в продукті функціональних вимог до якості та безпечності, максимального забезпечення сучасних соціальних орієнтирів у діяльності підприємства, наповнення новим інформаційно-комунікаційним змістом співпрацю з партнерами, посилення системності у виробничих процесах та менеджменті на основі оптимізації відповідних процесів.

Обґрунтовані нами складові до реалізації принципу «чорна шухляда» та етапність їх уведення дозволять виробничому підприємству ТДВ «Чернівецький хімзавод» є доцільними для забезпечення необхідного рівня ділової активності й збереження конкурентоспроможності на цільовому ринку. Доповненням до цього є запропоновані нами для відділу маркетингу оціночні параметрами якості товарів на основі формули та методики розрахунку показника «рейтинг товару» для інноваційної лакофарбової продукції, що виготовляється досліджуваним виробничим підприємством.

70

ВИСНОВКИ

На основі виконаного бакалаврського дослідження за означеною темою нами зроблені такі висновки до кожного із розділів роботи :

1. Теоретико-методологічні обґрунтування розвитку вітчизняного виробничого підприємства у ринковому середовищі, формування адекватних завдань та критеріїв до організації виробництва, пропозиції ефективних механізмів управління процесами організації

промислового виробництва як важливого сектору національної економіки відображає наукову актуальність й практичну вагомість авторських досліджень у такому спрямуванні. Аналіз системи організації промислового виробництва дозволяє визначити її ідентифікаційні ознаки, стан й тенденції розвитку, відзначити різномірні структурні та функціональні елементи, управлінські аспекти організації виробництва, синергетичні детермінанти та прикладні аспекти дослідження промислового виробництва. Означено з науково практичних позицій важливість розширення співпраці України з ЄС, що потребує від вітчизняних промислових підприємств застосування сучасних концепцій управління виробництвом, якістю та конкурентоспроможністю, сформульовано інноваційні підходи до вдосконалення організації виробництва в системі управління, розширення прогнозів на основі економетричного моделювання, управління програмами розвитку суб'єктів господарювання тощо.

2. На основі аналізу авторських досліджень, що відображені у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі відображено, що збутова політика виробничого підприємства є комплексно сформованим механізмом за економічною сутністю та багатоетапним процесом за процедурою доведення товару від товаровиробника до кінцевого споживача. Існуючі науково-методологічні бачення щодо атрибутивних ознак збутової політики, її конкретизації за параметрами ведення галузевого бізнесу з використанням відповідних інструментів

71

маркетингу, менеджменту, механізмів логістики та ціноутворення відображають реальний стан таких подій у діяльності промислових підприємств виробничої сфери України, підкреслюють існуючі проблеми, реальні труднощі, що виникають в сьогоденних складних соціально-економічних умовах та пропонують методичні шляхи їх вирішень, оперативних ринкових процедур до забезпечення ефективного збуту відповідної товарної продукції.

3. Розвиток вітчизняного ринку лакофарбової продукції промислового сектору економіки України відбувається за відповідними означеними в бакалаврській роботі специфікаціями й окремими характерними ознаками, що відображають кількісні та якісні показники. Відображено авторські оцінки щодо викликів та перспектив розвитку хімічної промисловості України протягом значного періоду часу, акцентована увага до питань стратегічного значення лакофарбового виробництва для різних промислових галузей, будівництва, ремонтних робіт, для фасадних робіт, для облаштування інтер'єру тощо. Відзначено ознаки й причини складного стану вітчизняного ринку ЛФМ в сьогоденних умовах, що відображається зниженням процесів виробництва такої продукції в Україні. Водночас, розширюється асортимент європейської лакофарбової продукції на ринку України відбувається в напрямі вузькоспеціалізованих, екологічних та високотехнологічних асортиментних видів. Відзначено, що український ринку лакофарбової продукції має перспективи суттєво відновлення для відродження окремих промислових галузей, будівельної галузі, індивідуального будівництва тощо в післявоєнний період.
4. За проведеними дослідженнями загальної організації діяльності виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» як крупного підприємства хімічної галузі промисловості України, слід відзначити належну роботу, що включає сформовану структуру виробничого підприємства, систему управління, умови праці штатного трудового колективу та оплату його діяльності, облік та фінансову звітність,

72

діяльність на цільовому споживчому ринку м. Чернівці та Чернівецької обл., зовнішньоекономічну діяльність підприємства, соціальну відповідальність підприємства тощо. Основна виробнича діяльність спрямована на випуск хімічної продукції цільового споживчого призначення, а саме виробництво лаків та фарб як основний вид діяльності досліджуваного підприємства ТДВ «Чернівецький

хімзавод», що відображено в статуті, розширюється асортимент будівельної продукції – емалей, мастик, ґрунтівки, шпаклівки, рідин та концентратів, матеріалів для оздоблення та захисту деревини та продукції спеціального призначення – перетворювачів іржі, автохімії, фільтрпатронів. Проаналізований нами фінансово-економічний стан підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» відображає позитивну структуру капіталу, відсутність довгострокових зобов'язань, високу платоспроможність, ліквідність та фінансову стабільність.

5. Проведений аналіз принципів побудови хімічного виробництва в цілому дозволяє стверджувати про належний чином організовану систему управління на підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод», менеджмент якості зокрема. Сформована виробнича структура підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» є дієвою, відображає базові принципи організації виробництва у цілому, складається із технологічно взаємозалежних відділів, цехів, лабораторій та управлінських підрозділів підприємства, що дозволяє розробляти й реалізовувати відповідні організаційно-технічні заходи. Водночас, вищим керівництвом ТДВ «Чернівецький хімзавод» аналізується виробнича діяльність підприємства, приймаються ефективні рішення про шляхи вдосконалення системи менеджменту, як наслідок, розроблена система покращання умов праці персоналу, створення високої культури хімічного виробництва, благоустрою цехів і території підприємства тощо. Проаналізовано, що на досліджуваному підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» впроваджено принцип «ефективного розвитку на основі якості», йдеться про такі його

73

спрямування, як зростання витрат на якість, зростання продуктивності праці, зростання рентабельності функціонування підприємства. 6.

Процеси організація виробництва на досліджуваному підприємстві ТДВ «Чернівецький хімзавод» співставні до процесів збуту товарної продукції, зокрема на основі концепція збуту, що було проаналізовано нами при

виконанні відповідного дослідження. Ми виявили складові реалізації концепції збуту на досліджуваному підприємстві, зокрема використання таких базових стратегій маркетингу, як стратегії охоплення ринку, стратегії позиціонування товару, стратегії позитивного іміджу підприємства, стратегії диференціації товарної продукції, стратегією впровадження нововведень тощо. Нами проаналізовано практику виявів, йдеться про забезпечення комплексу процесів просування продукції виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» на цільовий споживчий ринок, ефективної комерційної співпраці з партнерами й інституціональними споживачами, широке використання реклами, що дозволяє «наближати товар до покупця», налагоджувати та розвивати збутову торговельну мережу, стимулювати продажі тощо.

7. Перспектив подальшої діяльності досліджуваного виробничого підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» хімічної галузі промисловості України ми вбачаємо на основі впровадження концепції «управління змінами» як вагомої до взаємодії з функціонуючою системою управління якістю (СУЯ). Ми пропонуємо та обґрунтовуємо окремі складові до реалізації такого підходу на основі створення переважаючої споживчої цінності продукті за функціональними вимогами до інноваційної якості та безпечності, максимального забезпечення сучасних соціальних орієнтирів у діяльності підприємства, розвитком співпрацю з партнерами на оновлених інформаційно-комунікаційним засадах, оптимізації процесів менеджменту у напрямі посилення системності. Запропоновані нами для підприємства ТДВ «Чернівецький хімзавод» елементи

74

забезпечення системного принципу «чорна шухляда» обґрунтовані з позицій необхідних ресурсів для забезпечення параметрів «входу товару», «виходу товару», урахування параметрів зворотного зв'язку. З метою внутрішнього оцінювання ступеня переваг одного виду інноваційної лакофарбової продукції (марки, моделі тощо) над

аналогічною за цільовим функціональним призначенням, що виготовляється досліджуванім виробничим підприємством, нами пропонується для відділів управління підприємством на основі методичного підходу з використання оціночного показника «рейтинг товару», оціночної формули для його розрахунку.

75

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Збаразська Л. О. Промисловість України у світовому «ландшафті» : тенденції в контексті завдань довгострокового розвитку. *Економіка промисловості*. 2022. № 2. С. 5–24.
2. Вецепура Н. В. Стан та тенденції розвитку промислового виробництва України. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2020. Т. 31(70), № 4(1). С. 28–34.
3. Каличева Н. Є., Маслова В. О., Єрошкін Д. Г. Управлінські аспекти організації виробництва в умовах трансформації бізнес-середовища. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2021. № 75. С. 81–86.
4. Акименко О. Синергетичні детермінанти розвитку промислового виробництва в умовах обрання Україною курсу на євроінтеграцію. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 4. С. 157–169.
5. Фещур Р. В., Колінко Н. О., Шишковський С. В., Скворцов Д. І. Прикладні аспекти дослідження промислового виробництва в Україні. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 73–81.
6. Данченко О. Б., Белова О. І., Сафар Х. М. Забезпечення ефективного управління якістю діяльності підприємства через використання концепції TQM. *Вчені записки університету «КРОК». Серія : Економіка*. 2019. Вип. 1. С. 90–96.
7. Шорнікова С. В., Підопригора Ю. А., Топчій Н. В. Якість продукції як об'єкт управління на виробництві. Використання системи управління якістю. *Таврійський науковий вісник. Серія : Економіка*. 2023. Вип. 18. С.

8. Янченко Н. В., Зінченко В. Є. Вдосконалення організації виробництва в умовах інноваційного розвитку підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 58 (спец. вип.). С. 296–297.
9. Грідін О. В. Особливості застосування та порівняльна характеристика операційних систем організації виробництва. *Східна Європа : економіка, бізнес та управління*. 2021. Вип. 6. С. 89–94.
10. Литвиненко В. М. Зміна в організації виробництва та праці, зміна істотних умов праці й переведення : порівняльна характеристика. *Науковий вісник Сіверщини. Серія : Право*. 2024. № 3. С. 47–55.
11. Кодекс законів про працю України : Закон України від 10.12.1971 р. № 322-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#n123> (дата звернення: 13.02.2025).
12. Кічор В. П., Фещур Р. В., Якимів А. І., Копитко С. Б. *Економіко статистичне моделювання*. Львів : Растр-7, 2020. 350 с.
13. Раєвнева О. В. *Управління розвитком підприємства : методологія, механізми, моделі*. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2016. 496 с.
14. Колінко Н. О. Керівництво інноваційною діяльністю підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Львів, 2021. 297 с.
15. Чобіток І. О. Оцінка ресурсного потенціалу як основа формування системи управління інноваційним розвитком промислових підприємств : науково-практичний аспект. *Економічний вісник*. 2023. №1. 60. С. 181–188.
16. Шовкун І. А. Залежність української економіки від промислового імпорту та передумови формування ефективної виробничої спеціалізації. *Економіка промисловості*. 2020. № 3. С. 5–28.
17. Завербний А. С., Ільницький В. С. KANBAN як організаційна основа виробництва технологічних продуктів. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 60. С. 92–94.
18. Амоша О. І., Амоша О. О. Сучасне розподілене виробництво

(мануфактура) як важлива частина української національно укоріненої промисловості майбутнього. *Економіка промисловості*. 2024. № 2. С. 29–41.

- 19.Ципліцька О. О. Стратегічні напрями державної політики відновлення та реструктуризації промисловості на інноваційній основі. *Науковий вісник*

77

Міжнародної асоціації науковців. Серія : економіка, управління, безпека, технології. 2022. Т. 1, № 2.

- 20.Бондаренко Д. М. Обґрунтування розробки національної політики відтворення і відновлення промислового комплексу України. *Державне управління : удосконалення та розвиток*. 2023. № 8.

- 21.Метеленко Н., Попова А., Афонов Р., Скидін П. Трансформація потенціалу промислового розвитку в контексті пріоритетів промислової політики відновлення України. *Humanities studies*. 2024. Вип. 19. С. 168–176.

- 22.Тельнова Г. В., Бицюк В. В., Ходін Д. С. Аналіз напрямів управління потенціалом енергозбереження у промисловому виробництві України. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2021. Вип. 62. С. 26–32.

- 23.Липовська Н. А., Бондаренко Д. М. Удосконалення організаційних, структурних і управлінських засад розробки політики відновлення і розвитку промисловості України. *Державне управління : удосконалення та розвиток*. 2024. № 4.

- 24.Шевченко А. В. Промислове виробництво в Україні в умовах війни : загрози та шляхи їх подолання. *Ефективна економіка*. 2022. № 12.

- 25.Шевченко А. В. Напрями та завдання промислової політики України в умовах війни та повоєнного відновлення. *Проблеми економіки*. 2023. № 3. С. 128–133.

- 26.Молнар О. С., Важинський Ф. А., Колодійчук А. В. Концептуальні підходи до формування ефективної збутової політики підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. № 7-8. С. 86–90.

- 27.Олефіренко О. М. Теоретичні засади врахування конкурентних відносин під час формування збутової політики підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2017. Вип. 25(1). С. 139–143.
- 28.Міца В. В., Грига Я. М., Олійник А. А. Теоретичні основи формування збутової політики як складової маркетингової концепції розвитку підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. № 7-8. С. 136–140.
- 29.Обозна В. В. Цінова політика в системі управління збутовою діяльністю на підприємстві. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 1(2). С. 7–12.
- 30.Гудзь О. І., Мусійовська О. Б. Аналізування маркетингової діяльності підприємства у контексті товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики. *Молодий вчений*. 2020. № 2(2). С. 315–323.
- 31.Олефіренко О. М., Летуновська Н. Є., Шевлюга О. Г. Системний підхід до розроблення збутової політики інноваційно активних промислових підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 25(2). С. 20–24.
- 32.Лопатинський Ю.М., Попович Н.М., Лопашук І.А. Економічна ефективність участі у кластерах потенційних учасників. *Науковий вісник Чернівецького університету: Економіка: Збірник наук. праць*. 2019. Випуск 820. С. 40-45. https://ef.chnu.edu.ua/media/gl4kcxsq/nv_econ_820-on-line.pdf
- 33.Красняк О. П. Формування збутової політики підприємства. *Colloquium journal*. 2020. № 21 (73). <https://ir.vtei.edu.ua/card.php?lang=en&id=30974>
- 34.Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
- 35.Боровик Т. В., Майборода О. В., Решетнікова О. В. Удосконалення збутової політики підприємств на основі взаємодії маркетингу та

логістики. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Економічні науки*. 2023. Вип. 3. С. 46–51.

36.Безугла Л. С., Пороходніченко К. Р. Формування маркетингової збутової політики підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 24. С. 111– 116.

37.Балабанова Л. В., Балабаниць А. В. *Маркетинговий аудит системи збуту*. Київ : Професіонал, 2015. 224 с.

79

38.Міца В. В., Я. М. Грига, Олійник А. А. Теоретичні основи формування збутової політики як складової маркетингової концепції розвитку підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. № 7-8. С. 136–140.

39.Кадирус І. Г., Ільченко Т. В. Актуальність та значення маркетингу в збутовій політиці аграрного підприємства. *Економічний простір*. 2017. №121. С. 168–178.

40.Виговський В. Г., Виговська О. А., Ткачук Г. Ю., Бурачек І. В. Підвищення ефективності системи управління збутовою політикою підприємства із застосуванням маркетингових інтернет-інструментів. *Ефективна економіка*. 2024. № 3.

41.Москаленко К. В. Формування ефективної збутової політики підприємств олійно-жирової промисловості. *Ефективна економіка*. 2016. № 10. 42.Гречко А. В., Нечипорук І. В. Методичні підходи до формування й оцінки збутової політики на сільськогосподарських підприємствах. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2018. Вип. 30(1). С. 120–124.

43.Дядін А. С., Ткаченко С. О. Канали розподілу товарів як фактор розвитку сфери обігу. *Соціальна економіка*. 2020. Вип. 59. С. 65–71.

44.Обозна В. В. Цінова політика в системі управління збутовою діяльністю на підприємстві. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 1(2). С. 7–12.

45.Прокопенко М. В., Сідельнікова В. К. Формування ціново-збутової політики підприємства з використанням елементів «теорії ігор».

Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2022. № 1. С. 119–129.

46. Молнар О. С., Кошута В. В., Богдан Є. В. Діагностика проблем збутової політики підприємств в умовах ринкового функціонування. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. № 7-8. С. 124–128.

47. Болотіна Є. В., Шубна О. В., Ширкова А. Д., Бондарєв Я. Г. Інституційний підхід до формування стратегічних напрямів збутової

80

діяльності суб'єктів ринку. *Економічний Вісник Донбасу*. 2023. № 2. С. 48-55.

48. Лиса С. С., Кулік А. В. Ефективність SMM як інструменту збутової політики підприємства. *Бізнес Інформ*. 2022. № 1. С. 432–437. 49. Digital 2021 April Global Statshot Report. URL :

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot> (дата звернення: 13.02.2025).

50. Уголькова О. З. Цифровий маркетинг та соціальні мережі. *Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. Вип. 3. № 1. С. 146–152.

51. Мазаракі А. А., Босовська М. В. Теоретико-методологічні основи формування інтеграційної стратегії підприємств. *Бізнес інформ*. 2021. № 6 (86). С. 299–308.

52. Дем'яненко Т. І. Механізм забезпечення сталого розвитку промислових підприємств України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2023. Вип. 46. С. 16–19.

53. Спасів Н., Кнейслер О., Гузела І. Сучасні тренди у фінансуванні інноваційного розвитку підприємств промисловості в Україні. *Облік і фінанси*. 2023. № 3. С. 126–137.

54. Рудаченко О. О., Мозговий Є. В., Ісаєнко О. В., Медведєв Д. О. Перспективи розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності промислового сектору України. *Ефективна економіка*. 2024. № 6.

55.Чернодубова Е. В., Царевський О. В. Перспективи розвитку системи адаптивного управління на промислових підприємствах в Україні. *Економіка. Фінанси. Право*. 2024. № 4. С. 108–112.

56.Зовнішня торгівля України, основні країни-контрагенти. URL : <http://www.customs.gov.ua/dmsu/control/cstat/f3/showstat> (дата звернення: 05.03.2025).