

**ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»**

Циклова комісія економіки, управління та адміністрування

Борисенко Владислав Станіславович

КУРСОВА РОБОТА

**ПРОЄКТ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ ПРАТ КОНДИТЕРСЬКА
ФАБРИКА «ХАРКІВ'ЯНКА»**

Навчальна дисципліна	<u>Основи проєктного аналізу</u> назва навчальної дисципліни
Ступінь освіти	<u>фаховий молодший бакалавр</u> фаховий молодший бакалавр, молодший бакалавр, бакалавр
Галузь знань	<u>05 Соціальні та поведінкові науки</u> шифр і назва галузі знань
Спеціальність	<u>051 Економіка</u> код і найменування спеціальності
Освітньо-професійна програма	<u>Економіка підприємства</u> назва освітньо-професійної програми
Академічна група	<u>Е-23</u> назва академічної групи

Харків – 2025

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

Керівник:

Нагорна Ірина Володимирівна, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування, спеціаліст вищої категорії, кандидат економічних наук


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

Здобувач

підпис здобувача  В.С. Борисенко
ПІБ здобувача

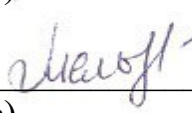
Підсумкова оцінка: 75 (балів)

Члени комісії з захисту:



(підпис)

І. В. Нагорна



(підпис)

М. О. Мельничук

ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»

Циклова комісія економіки, управління та адміністрування

Борисенко Владислав Станіславович

ЗАВДАННЯ НА КУРСОВУ РОБОТУ

Навчальна дисципліна	Основи проєктного аналізу
Тема роботи	назва навчальної дисципліни Проект вдосконалення якості продукції для підприємства ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка»
Термін подання завершеної роботи	тема курсової роботи 31.05.2025 р.

Графік виконання роботи

Назва етапів виконання або структурних елементів роботи (проєкту)	Дата закінчення
Вибір та затвердження теми	03.03 – 08.03.2025
Добір та аналіз літератури за обраною темою	10.03 – 22.03.2025
Складання плану курсової роботи	24.03 – 29.03.2025
Написання вступу та I розділу	31.03 – 26.04.2025
Написання II розділу курсової роботи	28.04 – 17.05.2025
Написання висновків та пропозицій, оформлення курсової роботи	19.05 – 24.05.2025
Подання курсової роботи керівнику для рецензування (для рекомендації до захисту)	26.05 – 31.05.2025
Захист курсової роботи	02.06 – 07.06.2025

Завдання видав

Керівник,
викладач циклової комісії економіки,
управління та адміністрування, спеціаліст
вищої категорії, кандидат економічних наук


(підпис) І. В. Нагорна

«05» березня 2025 р.

Завдання отримав

Здобувач


(підпис) В.С. Борисенко

«05» березня 2025 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	5
Розділ 1 Концепція, цінність та ефективність проєкту	7
1.1. Основні етапи формування та реалізації проєкту	7
1.2. Основні учасники проєкту, фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ	9
1.3. Основні фази проєкту, витрати та основні вигоди від проєкту ..	11
Розділ 2 Маркетинговий, технічний, інституційний, екологічний, соціальний, фінансовий та економічний аналіз.....	13
2.1. Маркетинговий, технічний, інституційний аналіз.....	13
2.2. Екологічний та соціальний аналіз	17
2.3. Фінансовий та економічний аналіз	19
Висновки.....	21
Список використаних джерел.....	22

ВСТУП

Актуальність теми курсової роботи зумовлена сучасними вимогами до якості харчової продукції та необхідністю підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах динамічного ринку. Для ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» вдосконалення якості продукції є важливим чинником зміцнення позицій на національному ринку, підвищення довіри споживачів та розширення збуту. Зростання вимог до безпечності, смакових характеристик і стабільності якості продукції потребує впровадження сучасних технологічних рішень і систем контролю. Тому реалізація проекту сприятиме не лише поліпшенню якості кінцевого продукту, а й підвищенню ефективності виробництва загалом.

Метою курсової роботи є дослідження та розробка шляхів удосконалення якості продукції на підприємстві ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» з урахуванням сучасних вимог до харчової безпеки, споживчих очікувань та підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Відповідно до зазначеної мети сформовано такі завдання курсового дослідження:

- навести основні етапи формування та реалізації проекту;
- навести основні учасники проекту, фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ;
- навести основні фази проекту, витрати та основні вигоди від проекту;
- охарактеризувати маркетинговий, технічний, інституційний аналіз;
- охарактеризувати екологічний та соціальний аналіз;
- охарактеризувати фінансовий та економічний аналіз.

У курсовій роботі використовуються такі методи дослідження:

- аналітичний метод – для вивчення наукових джерел, нормативної документації та досвіду провідних підприємств у сфері покращення якості продукції;
- статистичний метод – для аналізу показників якості, обсягів виробництва, рекламаций та оцінки ефективності впроваджених заходів;

- порівняльний метод – для зіставлення якості продукції підприємства з аналогами на ринку;
- експертне оцінювання – для виявлення основних проблем у системі контролю якості на підприємстві та пошуку можливих шляхів їх вирішення;
- графічний метод – для наочного представлення результатів аналізу та пропозицій щодо вдосконалення.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПЦІЯ, ЦІННІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЄКТУ

1.1. Основні етапи формування та реалізації проєкту

Концепція проєкту вдосконалення якості продукції на підприємстві ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» ґрунтується на необхідності підвищення рівня конкурентоспроможності, зміцнення довіри споживачів і відповідності сучасним стандартам харчової безпеки та якості. У сучасних ринкових умовах якість продукції є одним із ключових чинників, що визначає успішність підприємства, його здатність утримувати споживача, розширювати ринки збуту та формувати позитивну репутацію. Саме тому стратегічне завдання полягає не лише в забезпеченні стабільної якості, а й у її постійному вдосконаленні на основі новітніх технологій, систем управління та інноваційних рішень.

Концепція проєкту передбачає системний підхід до вирішення проблем, пов'язаних із якістю продукції. Вона спирається на комплексний аналіз усіх етапів виробничого процесу – від надходження сировини до пакування готової продукції – з метою виявлення вузьких місць, потенційних ризиків та резервів для вдосконалення. Особлива увага приділяється контролю критичних точок, впровадженню сучасних методів оцінки якості, автоматизації процесів перевірки, дотриманню міжнародних стандартів, таких як ISO та HACCP, а також підвищенню кваліфікації персоналу.

Проєкт має на меті створити на підприємстві ефективну систему управління якістю, яка б не тільки відповідала чинним нормативним вимогам, а й була гнучкою, здатною швидко реагувати на зміни ринку та очікування споживачів. Важливим компонентом концепції є орієнтація на споживача, що означає врахування його думки, запитів та рівня задоволеності продукцією. Запровадження постійного зворотного зв'язку, аналіз скарг і побажань дозволяє оперативно виявляти недоліки та коригувати виробничу діяльність.

Таким чином, концепція проєкту спрямована на довгостроковий розвиток підприємства шляхом підвищення якості продукції, що, у свою чергу, забезпечить сталий економічний ріст, розширення ринків збуту, зростання прибутковості та зміцнення бренду «Харків'янка» як національного виробника якісної кондитерської продукції.

Основні етапи формування та реалізації проєкту є важливою складовою успішного впровадження змін на підприємстві. Процес починається з ініціації проєкту, яка передбачає усвідомлення проблеми, визначення цілей, обґрунтування актуальності та доцільності розробки проєкту саме для конкретного підприємства. На цьому етапі формується загальне бачення проєкту, його орієнтири та очікувані результати.

Далі відбувається планування, яке охоплює збір і аналіз вихідної інформації про стан виробництва, якість продукції, технологічні процеси, ринок збуту та споживчі вимоги. На основі отриманих даних визначаються конкретні завдання, ресурси, строки, відповідальні особи, а також розробляється календарний план реалізації. Важливим елементом є оцінка ризиків та прогноз можливих труднощів.

Наступним етапом є реалізація, під час якої проєктні рішення втілюються в практику. Це може включати модернізацію обладнання, удосконалення технологічних процесів, впровадження систем управління якістю, навчання персоналу або оновлення стандартів контролю. У процесі реалізації важливо здійснювати постійний моніторинг і контроль за дотриманням плану, якістю виконання робіт та досягненням запланованих результатів.

Фінальним етапом є завершення проєкту, аналіз його ефективності, оцінка досягнутих результатів порівняно з початковими цілями та формування висновків щодо подальшого використання або масштабування ініціатив. Ретельне документування процесу реалізації дозволяє врахувати досвід для майбутніх проєктів і забезпечити сталість досягнутих покращень.

1.2 Основні учасники проєкту, фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ

Основними учасниками проєкту вдосконалення якості продукції на підприємстві ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» є всі зацікавлені сторони, які беруть участь у формуванні, реалізації та оцінці результатів проєкту. До таких учасників передусім належить керівництво підприємства, яке ініціює зміни, формує стратегічне бачення і забезпечує ресурсами.

Важливу роль відіграє команда проєкту, до якої входять технологи, інженери, економісти, фахівці з контролю якості, працівники відділу збуту та маркетингу. Вони відповідають за аналіз існуючих процесів, розробку та впровадження конкретних рішень, контроль ефективності нововведень.

Також важливими учасниками є персонал виробництва, адже саме вони безпосередньо реалізують запропоновані зміни, і від їхньої обізнаності та відповідальності залежить успіх проєкту.

Споживачі продукції також виступають як непрямі учасники, оскільки їхні очікування, запити та рівень задоволеності впливають на кінцеву мету проєкту.

Приклади учасників проєкту:

Керівництво фабрики – генеральний директор або директор із виробництва може ухвалити рішення про перехід на міжнародні стандарти якості (наприклад, ISO 22000) або на екологічні види пакування.

Технологи – розробляють нові рецептури цукерок без синтетичних барвників або з натуральними ароматизаторами, які відповідають новим запитам споживачів.

Виробничі працівники – впроваджують нові методи контролю температурного режиму при виготовленні шоколадної маси, щоб уникнути порушення консистенції продукції.

Відділ маркетингу – аналізує скарги клієнтів у соцмережах та формує пропозиції щодо покращення смакових характеристик.

Відділ контролю якості – проводить щоденний аудит відповідності продукції внутрішнім стандартам і нормативам.

Окрім внутрішніх гравців, на реалізацію проєкту суттєво впливають фактори внутрішнього та зовнішнього середовища. Внутрішнє середовище охоплює особливості структури підприємства, його матеріально-технічну базу, кадровий потенціал, корпоративну культуру, фінансові можливості та рівень інноваційної готовності. Наприклад, ефективна внутрішня комунікація і висока мотивація персоналу сприятимуть реалізації змін, тоді як недостатня автоматизація або застаріле обладнання можуть гальмувати впровадження новітніх стандартів якості.

Приклади факторів внутрішнього середовища:

Матеріально-технічна база – старе фасувальне обладнання часто дає збій, через що цукерки мають різний розмір або масу. У рамках проєкту ухвалюється рішення про закупівлю нової автоматичної лінії.

Кваліфікація персоналу – працівникам бракує знань щодо стандартів НАССР, тому організовується навчання.

Фінанси – через обмежений бюджет керівництво вирішує вдосконалювати якість не всієї лінійки, а почати з найбільш популярного продукту – «Харківських трюфелів».

Зовнішнє середовище формують чинники, які не контролюються підприємством, однак мають значний вплив на його діяльність. До таких факторів належать державна політика у сфері безпеки харчових продуктів, законодавчі вимоги, економічна ситуація в країні, коливання на ринку сировини, рівень конкуренції, розвиток споживчих трендів та очікувань. Зокрема, впровадження нових нормативів або зміни в стандартах якості змушують підприємство адаптуватися, оновлювати документацію, здійснювати навчання персоналу. Водночас зростання попиту на натуральну, безпечну та корисну продукцію стимулює вдосконалення рецептур, покращення технологій та маркетингових підходів.

Приклади факторів зовнішнього середовища:

Законодавство – у 2024 році ухвалено новий стандарт ДСТУ щодо вмісту цукру в дитячій продукції. Це змушує змінити рецептури на фабриці.

Ринкові тенденції – зростає попит на продукцію без глютену, тому фабрика запускає нову лінію «Gluten Free» батончиків.

Конкуренція – інша фабрика в регіоні починає продавати цукерки в біорозкладному пакуванні. «Харків'янка» також ініціює перехід на екологічні матеріали.

Коливання вартості сировини – різке зростання цін на какао змушує технологів шукати альтернативні рецептури, які збережуть смак, але зменшать собівартість.

Таким чином, успішне впровадження проєкту можливе лише за умов ефективної взаємодії між усіма учасниками та глибокого врахування як внутрішніх ресурсів підприємства, так і зовнішніх викликів і можливостей, що виникають у динамічному ринковому середовищі.

1.3. Основні фази проєкту, витрати та основні вигоди від проєкту

Проєкт удосконалення якості продукції на ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» проходить через кілька логічно взаємопов'язаних фаз, кожна з яких є критично важливою для досягнення кінцевого результату – стабільного підвищення якості товарів і зміцнення позицій бренду на ринку.

Першою фазою є ініціація проєкту. На цьому етапі формується загальне бачення проблеми, обґрунтовується доцільність покращень, визначаються цілі та попередньо окреслюється план дій. У контексті фабрики, це може включати аналіз скарг клієнтів, оцінку результатів внутрішнього аудиту якості або конкурентного середовища. Ініціатива може походити як від керівництва, так і з боку відділів контролю якості чи маркетингу.

Далі йде фаза планування, яка полягає в детальному опрацюванні структури проєкту. Визначаються ресурси, строки, відповідальні особи, а також ризики й шляхи їх подолання. Наприклад, у разі впровадження нової рецептури,

технологічний відділ повинен скласти чіткий графік тестування, адаптації лінії та сертифікації.

Третьою фазою є реалізація – власне виконання запланованих заходів. Це можуть бути оновлення виробничого обладнання, зміна сировини, модернізація пакування або введення нових процедур контролю якості. На цій стадії активно залучається персонал виробничих підрозділів, впроваджуються нові стандарти, проводиться навчання.

Контроль і моніторинг відбуваються паралельно з реалізацією. Важливо постійно перевіряти відповідність фактичних результатів запланованим, здійснювати коригування, якщо виникають затримки або ускладнення. Наприклад, якщо нове обладнання не забезпечує належної точності дозування інгредієнтів, приймаються рішення щодо його переналаштування або заміни.

Завершальна фаза – це оцінка результатів проєкту. Проводиться аналіз досягнутих змін, обчислюється економічна ефективність, збирається зворотний зв'язок від споживачів, формується фінальний звіт. Якщо проєкт був успішним, нові стандарти стають постійною частиною роботи підприємства.

Щодо витрат, то вони включають закупівлю нових технологій або сировини, витрати на навчання персоналу, тестування продукції, сертифікацію, оновлення пакувальних матеріалів тощо. Також варто враховувати непрямі витрати, як-от тимчасове зниження темпів виробництва на період впровадження змін.

Водночас вигоди від реалізації такого проєкту можуть бути суттєвими. По-перше, покращується якість продукції, що підвищує задоволеність клієнтів і лояльність до бренду. По-друге, оновлення процесів дозволяє зменшити кількість бракованої продукції та зменшити втрати сировини, а отже, оптимізувати витрати. По-третє, відповідність новим стандартам дозволяє виходити на нові ринки, брати участь у тендерах або постачати продукцію у великі торговельні мережі. У довгостроковій перспективі це сприяє підвищенню конкурентоспроможності фабрики та стабільному зростанню прибутку.

РОЗДІЛ 2

МАРКЕТИНГОВИЙ, ТЕХНІЧНИЙ, ІНСТИТУЦІЙНИЙ, ЕКОЛОГІЧНИЙ, СОЦІАЛЬНИЙ, ФІНАНСОВИЙ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

2.1. Маркетинговий, технічний, інституційний аналіз

Маркетинговий аналіз проєкту вдосконалення якості продукції ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» є фундаментальним етапом, який дозволяє глибоко оцінити ринкову ситуацію, поведінку споживачів, конкурентне середовище та виявити напрямки для поліпшення продукції. Цей аналіз не обмежується лише оцінкою поточного попиту, а передбачає комплексне дослідження усіх чинників, які впливають на прийняття споживачем рішення про покупку кондитерських виробів саме цієї торгової марки.

Перш за все, здійснюється аналіз цільової аудиторії – вікових, соціальних, економічних та поведінкових характеристик покупців. За результатами дослідження можна дійти висновку, що більшість клієнтів фабрики – це споживачі середнього класу, які надають перевагу якості, натуральним інгредієнтам, перевіреним брендам і водночас очікують доступних цін. Все частіше покупці звертають увагу на склад продукції, наявність сертифікатів якості, країну походження сировини. Зростає попит на солодощі без штучних барвників, із пониженим вмістом цукру, або навіть веганські чи дієтичні альтернативи. Такі зміни уподобань стають вагомим аргументом для фабрики щодо необхідності вдосконалення рецептур, технологій та пакування.

Окрему увагу в маркетинговому аналізі приділено вивченню конкурентів. На українському ринку активно діють як національні виробники, так і закордонні компанії, які пропонують широкий асортимент кондитерських виробів. Порівняння продукції «Харків'янки» з товарами конкурентів дозволяє виявити, у чому полягають її переваги – наприклад, у традиційній рецептурі, впізнаваному смаку, стабільній якості, – а також недоліки, зокрема застарілий дизайн пакування,

обмеженість у виборі сучасних смаків або слабка присутність у великих національних торговельних мережах.

Крім того, важливо дослідити цінову політику – як фабрики, так і основних конкурентів. Це дозволяє краще зрозуміти, яку цінність споживачі очікують за ту чи іншу суму грошей. Якщо конкуренти пропонують продукцію з додатковими перевагами за схожою ціною, це сигналізує про необхідність оновлення стратегії позиціонування «Харків'янки» на ринку.

У межах маркетингового аналізу також вивчаються канали дистрибуції та просування. Стає очевидним, що сучасний споживач активно шукає продукцію в супермаркетах, на маркетплейсах, а також звертає увагу на рекомендації в соцмережах. Це означає, що фабриці необхідно адаптувати свої маркетингові інструменти – активізувати цифрову присутність, переглянути брендинг, налагодити співпрацю з популярними ритейлерами.

Таким чином, маркетинговий аналіз не лише підтверджує актуальність проекту вдосконалення якості продукції, а й дає чітке розуміння, які саме зміни будуть найбільш ефективними з погляду попиту, конкурентоздатності та довгострокового успіху. Він формує основу для стратегічних рішень, дозволяє уникнути помилок і створити оновлений продукт, що відповідає очікуванням ринку та вимогам часу.

Технічний аналіз проекту вдосконалення якості продукції ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» полягає у всебічному дослідженні виробничих потужностей, технологічних процесів, технічного стану обладнання та можливостей для впровадження інновацій, що здатні підвищити якість кінцевого продукту. Цей етап аналізу має вирішальне значення, адже навіть найкращі маркетингові ідеї не можуть бути реалізовані без відповідного технічного забезпечення.

Насамперед увага приділяється існуючому стану обладнання, яке використовується на всіх етапах виробництва – від підготовки сировини до пакування готової продукції. Часто саме застарілі або морально зношені машини стають бар'єром на шляху досягнення високої якості. У випадку з фабрикою

«Харків'янка» доцільно проаналізувати, наскільки автоматизованими є поточні виробничі лінії, чи дотримуються сучасні вимоги гігієни, температурного режиму, точності дозування, а також чи передбачені системи контролю якості на кожному етапі. Якщо виявляються вузькі місця – наприклад, ручні процеси, що збільшують ризик помилок, або відсутність сенсорного моніторингу температури та вологості – це є сигналом до модернізації.

Окрему увагу варто звернути на технологічні процеси, які забезпечують збереження смакових якостей продукції, її натуральності та відповідності рецептурі. У рамках вдосконалення якості розглядається можливість впровадження нових рецептур, що вимагають точної температурної обробки, унікальних комбінацій інгредієнтів або застосування нових технологій, як-от вакуумне змішування чи шокове охолодження. Однак реалізація таких новацій можлива лише за наявності відповідного технічного потенціалу.

Також важливо оцінити наявну систему контролю якості – чи є вона інтегрованою, наскільки ефективно фіксує відхилення, як реагує на потенційні помилки. Вдосконалення якості потребує не лише перевірки кінцевого продукту, а й моніторингу на кожному етапі виробництва – від прийому сировини до випуску партії на ринок. Це передбачає впровадження або оновлення стандартів НАССР, ISO та інших галузевих систем управління якістю.

Не менш важливим аспектом технічного аналізу є екологічність та енергоефективність обладнання. У сучасних умовах споживачі все частіше обирають продукцію компаній, які демонструють відповідальне ставлення до довкілля. Це означає, що оновлення виробничої бази має передбачати зниження витрат електроенергії, мінімізацію викидів, зменшення кількості відходів та впровадження системи переробки.

У підсумку технічний аналіз дозволяє оцінити, чи може існуюча виробнича інфраструктура ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» забезпечити виготовлення продукції нової якості, яка відповідатиме сучасним стандартам. Якщо виявляються технічні обмеження, формуються рекомендації щодо модернізації обладнання, оптимізації технологічних процесів або впровадження

нових виробничих ліній. Таким чином, технічний аналіз стає основою для реального перетворення проєкту з ідеї на практику, забезпечуючи його дієвість і конкурентоспроможність.

Інституційний аналіз проєкту вдосконалення якості продукції ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» полягає у глибокому вивченні організаційного середовища, в якому реалізується проєкт, включаючи структуру підприємства, його управлінські ресурси, законодавчі норми, налагоджені зв'язки з державними установами, партнерськими організаціями та іншими суб'єктами, які прямо або опосередковано впливають на впровадження змін.

На першому плані інституційного аналізу – внутрішня структура підприємства, її здатність підтримати ініціативу вдосконалення якості. Це означає аналіз ефективності існуючої системи управління, розподілу повноважень, наявності досвідчених фахівців, рівня компетентності керівного складу, а також здатності команди впроваджувати інновації. Якщо в організації існує чітко визначена ієрархія, налагоджена система комунікації між відділами, прозорість у прийнятті рішень і культура змін – це створює сприятливий клімат для реалізації будь-якого стратегічного проєкту.

Окрім внутрішнього устрою, надзвичайно важливим є нормативно-правове середовище, у якому працює підприємство. У контексті вдосконалення якості це включає відповідність чинному законодавству України, особливо у сфері харчової безпеки, санітарних норм, сертифікації продукції, ліцензування та екологічних стандартів. Інституційна підтримка може полягати також у співпраці з органами державної влади, участі у програмах підтримки малого та середнього бізнесу, міжнародних проєктах, що фінансують модернізацію виробництва.

Не менш важливою є зовнішня взаємодія з такими інституціями, як торгово-промислові палати, профільні асоціації, центри стандартизації та сертифікації, науково-дослідні установи й навчальні заклади. Наприклад, участь у галузевих об'єднаннях дозволяє бути в курсі змін у вимогах до якості, отримувати консультації та експертну підтримку. Співпраця з університетами може

забезпечити підприємство новими ідеями та фахівцями, а залучення незалежних аудиторів – підвищити довіру до системи контролю якості.

Крім того, інституційний аналіз охоплює аналіз можливих ризиків, пов'язаних з управлінською інертністю, бюрократичними обмеженнями або браком мотивації персоналу. Для успішної реалізації проєкту потрібно оцінити, чи готові ключові посадові особи до змін, чи підтримує ініціативу керівництво, чи існує стратегічне бачення розвитку підприємства, узгоджене з цілями підвищення якості.

У підсумку, інституційний аналіз дозволяє оцінити не лише поточний стан управлінської та правової інфраструктури підприємства, а й потенціал для розвитку. Він формує уявлення про ті ресурси, зв'язки та механізми, які можуть бути використані для ефективної реалізації проєкту вдосконалення якості продукції. Саме завдяки цьому аналізу стає зрозуміло, наскільки підприємство є гнучким, відкритим до співпраці та здатним адаптуватися до нових стандартів у динамічному ринковому середовищі.

2.2. Екологічний та соціальний аналіз

Екологічний та соціальний аналіз проєкту вдосконалення якості продукції ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» є важливою складовою загальної оцінки ефективності й сталості запланованих змін. Цей аналіз дозволяє не лише оцінити вплив виробничих процесів на навколишнє середовище, а й врахувати добробут працівників фабрики, соціальні очікування споживачів і громади, що оточує підприємство.

З екологічної точки зору, вдосконалення якості продукції має розглядатися у контексті зменшення шкідливого впливу на довкілля на всіх етапах виробництва – від вибору сировини до пакування й утилізації відходів. Для ПрАТ «Харків'янка» важливо орієнтуватися на використання екологічно чистих інгредієнтів, зменшення кількості консервантів, барвників, а також оптимізацію технологічних процесів, аби

зменшити споживання енергії та води. Встановлення сучасного очисного обладнання, перехід на біорозкладну або перероблювану упаковку, сортування виробничих відходів і зменшення викидів у повітря чи стоки – усе це може бути реальними результатами вдосконалення якості з екологічним ухилом.

Разом з тим, соціальний аналіз акцентує увагу на впливі проєкту на людей – як всередині підприємства, так і за його межами. Зміни у виробництві, орієнтовані на підвищення якості, можуть стати рушієм поліпшення умов праці працівників. Впровадження новітніх технологій часто вимагає додаткового навчання персоналу, що, своєю чергою, підвищує їхню кваліфікацію, конкурентоспроможність на ринку праці та забезпечує вищу мотивацію. Безпечніші технологічні процеси, сучасні системи вентиляції, освітлення й ергономіки робочого місця прямо впливають на зменшення виробничих травм і профзахворювань.

Крім того, підвищення якості продукції сприяє зміцненню довіри з боку споживачів, особливо у категорії дитячих та дієтичних кондитерських виробів. У суспільстві зростає попит на безпечні, сертифіковані й натуральні продукти, і фабрика, яка зможе відповідати цим очікуванням, отримає соціальний капітал, який має стратегічну цінність.

Також соціальна відповідальність підприємства проявляється в підтримці місцевої громади – через участь у благодійних акціях, розвиток соціальної інфраструктури, створення робочих місць і сприяння економічній стабільності регіону. ПрАТ «Харків'янка» може посилити соціальний ефект проєкту, якщо буде активно комунікувати зі споживачами, працівниками та партнерами, відкрито звітувати про екологічні досягнення і соціальні ініціативи.

Отже, екологічний і соціальний аналіз дозволяє побачити вдосконалення якості продукції не лише як внутрішню трансформацію підприємства, а як процес, що має довготривалий позитивний вплив на довкілля, здоров'я населення, умови праці, соціальну стабільність та репутацію компанії у громаді.

2.3. Фінансовий та економічний аналіз

Фінансовий та економічний аналіз проєкту вдосконалення якості продукції ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» є ключовим елементом при ухваленні стратегічного рішення щодо доцільності впровадження змін. Такий аналіз дозволяє оцінити як внутрішні фінансові можливості підприємства, так і зовнішні економічні наслідки реалізації проєкту, забезпечуючи обґрунтованість інвестицій та стабільність результатів у довгостроковій перспективі.

Фінансова частина аналізу полягає передусім у розрахунку витрат на модернізацію виробничих процесів, оновлення обладнання, закупівлю якіснішої сировини, тестування нових рецептур, сертифікацію продукції та можливе підвищення заробітної плати персоналу у зв'язку з впровадженням нових технологій. Усі ці витрати повинні бути співвіднесені з очікуваними доходами від реалізації продукції покращеної якості. Проводиться аналіз точки безбитковості, розрахунок чистої теперішньої вартості проєкту (NPV), внутрішньої норми прибутковості (IRR), періоду окупності та інші показники, що дозволяють зробити висновки про рентабельність і життєздатність проєкту.

Важливо враховувати, що вдосконалення якості часто дозволяє підвищити додану вартість продукції, що може забезпечити зростання ціни без втрати попиту, особливо серед платоспроможної аудиторії. Відповідно, проєкт має потенціал для збільшення маржинального прибутку, виходу на нові ринки, посилення конкурентних позицій, а також диверсифікації асортименту – все це сприятиме зростанню доходів у майбутньому.

Економічний аналіз включає ширший погляд – він оцінює вплив проєкту на економіку підприємства та регіону в цілому. Наприклад, реалізація проєкту може стимулювати розвиток суміжних галузей: постачання якісної сировини, логістики, пакувальних матеріалів. Водночас модернізація виробництва та впровадження інноваційних підходів позитивно впливають на рівень продуктивності праці, ефективність використання ресурсів і зменшення витрат у довгостроковому періоді. Зростання податкових надходжень до місцевого бюджету та створення нових робочих місць також є позитивними економічними наслідками.

Загалом фінансово-економічний аналіз проекту дозволяє оцінити його як інструмент не лише для підвищення конкурентоспроможності підприємства, а і як чинник, що забезпечує його економічну стійкість, залучення інвестицій, збільшення прибутковості та створення додаткової вартості для усіх зацікавлених сторін. Таким чином, обґрунтованість фінансових витрат і прогнозований економічний ефект мають вирішальне значення для успішного впровадження вдосконалень на ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка».

ВИСНОВКИ

Висновок проєкту вдосконалення якості продукції ПрАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка» свідчить про його стратегічну важливість для підприємства в умовах сучасного конкурентного ринку. Здійснений маркетинговий аналіз показав, що споживачі все більше цінують якість, безпечність та натуральність солодкої продукції, що формує попит на вдосконалені вироби та відкриває нові ринкові можливості. Технічний аналіз довів доцільність модернізації виробництва, оновлення технологічних процесів і впровадження контролю якості на всіх етапах, що дозволяє підвищити ефективність та стабільність виробництва.

Інституційний аналіз виявив необхідність ефективної взаємодії між усіма учасниками проєкту – керівництвом, технічним персоналом, постачальниками, партнерами та контролюючими органами, а також наголосив на важливості дотримання стандартів якості й нормативних вимог. Екологічний та соціальний аналіз показав, що вдосконалення продукції передбачає зменшення негативного впливу на довкілля через раціональне використання ресурсів, мінімізацію відходів та зростання екологічної відповідальності підприємства. Водночас проєкт має позитивний соціальний ефект – забезпечення зайнятості, покращення умов праці та задоволення потреб споживачів у більш якійсній продукції.

Фінансовий та економічний аналіз продемонстрував реалістичність та доцільність інвестицій у проєкт, оскільки очікувані прибутки, підвищення маржинальності, зростання обсягів продажів і конкурентних переваг здатні повністю компенсувати понесені витрати в коротко- та середньостроковій перспективі. Впровадження проєкту дозволяє ПрАТ «Харків'янка» не лише зберегти свої позиції на ринку, але й вийти на новий рівень розвитку, зміцнити бренд, підвищити лояльність споживачів і створити підґрунтя для сталого зростання в майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безродна С. М. Управління якістю : навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей. Чернівці: ПБКФ «Технодрук», 2017. 174 с.
2. Білецький Е.В. Управління якістю продукції та послуг Харків. торгов.-економ. інститут КНТЕУ. Х.: ХТЕІ, 2015. 222 с.
3. Валявський С.М. Управління якістю продукції на підприємстві в умовах входження України в ЄС. URL: Ефективна економіка www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/132.pdf.
4. Гольцев Д.Г. Розрахунок результативності системи управління якістю на підприємстві. URL: <http://gisap.eu/ru/rozrakhunokrezultativnosti-sistemi-upravlinnya-yakistyu-na-pidpriemstvi>
5. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : підручник. Х. : Вид-во Іванченка І.С., 2018. 488 с
6. Дзядикевич Ю. В. Економіка довкілля і природних ресурсів: монографія. Тернопіль: Астон. 2016. 392 с.
7. ДСТУ ISO 9000-2001 Системи управління якістю. Основні положення та словник. Чинний від 10.01.2001 р.
8. ДСТУ ISO 9001-2001 Системи управління якістю. Вимоги. Чинний від 10.01.2001 р. Крайчук С. О. Стан запровадження інформаційних технологій в управлінні сучасними підприємствами. Ефективна економіка. 2016. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4892>.
9. Закон України «Про захист прав споживачів». Постанова Верховної Ради України від 01.12.2005 р. № 3161–IV.
10. Закон України «Про підтвердження відповідності» від 17.05.2001 р.
11. Заплотинський Б.А., Тупкало В.М. Управління якістю. Навчально-методичний посібник. К.: ННІМП ДУТ, 2015. 168 с.
12. Збірник стандартів ДСТУ ISO серії 9000. К.: Держспоживстандарт, 2009.

13. Звіт про управління ПрАТ «Харків'янка» за 2020 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://drive.google.com/file/d/1CDotJDmxTaeDep_fXipAgKI0tMН3VP4N/view
14. Костюк О. Д. Концепції сучасних систем управління якістю продукції та послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua>.
15. Лобода А.В. Забезпечення якості як засіб підвищення ефективності роботи підприємств автосервісу. Бібліотека імені Вернадського. – Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua/>
16. Філіппова С.В. Науково-методичні засади передпланової оцінки інноваційно-інвестиційних проектів: монографія. Одеса: ОНПУ, Атлант ВОІ СОІУ, 2015. 104 с.
17. Цивільний кодекс України: закон України від 16.01.2003 № 435-IV із змінами і доповненням. ВРУ. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
18. Цимбалюк Г.С. Ключові аспекти системи управління якістю продукції на етапах її виробництва. Економіка: реалії часу. 2017. №1 (29). С. 129-134.
19. ISO 19011:2011 «ДСТУ ISO 19011:2012» «Настанови щодо здійснення аудитів систем управління» URL: <http://www.trainings.ua/article/5674.htm>