

УДК 339.372.843

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.15.27>**Сподар К.В.**

кандидат технічних наук, доцент,  
Державний біотехнологічний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6799-7701>

**Карбівнича Т.В.**

кандидат технічних наук, доцент,  
Державний біотехнологічний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2238-5445>

**Пенкіна Н.М.**

кандидат технічних наук, доцент,  
Державний біотехнологічний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0125-4275>

**Spodar Kateryna, Karbivnycha Tetiana, Penkina Nataliya**  
State Biotechnological University

## АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ МАКАРОННОЇ ФАБРИКИ ТА РОЗРОБКА ШЛЯХІВ УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

## ANALYSIS OF THE ACTIVITY OF THE PASTA FACTORY AND THE DEVELOPMENT OF WAYS TO IMPROVE LOGISTICS SERVICE FOR CONSUMERS

В статті розглянуто діяльність макаронної фабрики, визначено напрями роботи системи логістичного обслуговування споживачів, які є ключовими, а їх аналіз дозволить повною мірою оцінити ефективність існуючої логістичної системи підприємства. Основуючись на результатах опитування клієнтів, найбільш вагомим показником логістичного обслуговування є «Готовність товарів до постачання» (значимість 10), що обумовлено постійно зростаючою «часочутливістю» ринку, бажанням клієнтів збільшувати товарообіг, при цьому зменшуючи власні складські запаси. Показники «Короткі терміни отримання замовлення» та «Точне дотримання термінів постачання» (значимість 9,6 та 9,5 відповідно) також є значимими та мають майже однаково оцінку фактичного стану зі сторони підприємства. Необхідним етапом удосконалення системи оцінки якості логістичного обслуговування підприємства на нашу думку є розробка та впровадження внутрішньо-підприємницьких тренінгів або програм, які призначені для навчання та удосконалення навичок спеціалістів ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика».

**Ключові слова:** макаронні вироби, макаронна фабрика, логістична система підприємства, логістичне обслуговування споживачів, показники оцінки якості.

The article examines the activity of the pasta factory of PJSC "Khmelnyska Macaroni Factory", defines the areas of operation of the logistics service system for consumers, including supply logistics, production and warehouse logistics, transport logistics, and information logistics. It has been established that these directions are key, their analysis will allow to fully assess the effectiveness of the existing logistics system of the enterprise. Based on the results of the customer survey, the most significant indicator of logistics service is "Readiness of goods for delivery" (significance 10), which is due to the ever-increasing "time sensitivity" of the market, the desire of customers to increase turnover while reducing their own warehouse stocks. "Short delivery times" and "Exact delivery times" (significance 9.6 and 9.5, respectively) are also significant indicators of the quality of logistics service. They have almost the same importance for customers and the same assessment of the actual situation from the side of the enterprise. During the analysis of the activities of PJSC "Khmelnyska Macaroni Factory" a problem of inconsistency in the quality of input raw materials and materials purchased from non-main suppliers was revealed,

*which in turn affects all systems of the enterprise, including the logistics service of consumers. Ways to solve this problem were proposed, namely, the possible use of an electronic system of needs analysis PJSC "Khmelnyska Macaroni Factory", due to the need to improve the process of purchasing the necessary raw materials and services. In our opinion, the development and implementation of intra-corporate trainings or programs designed to train and improve the skills of specialists of the Khmelnytsky Macaroni Factory PJSC is a necessary stage of improving the system of assessing the quality of the company's logistics service. The novelty of the work is the study of the content of the logistics system of PrJSC "Khmelnyska Macaroni Factory" and ways of its evaluation. The obtained research results have a certain value for enterprises engaged in the sale of goods and logistics.*

**Key words:** *pasta products, pasta factory, logistics system of the enterprise, logistics service of consumers, indicators of quality assessment.*

**Постановка проблеми.** Макаронні вироби – один із найпопулярніших продуктів в Україні (близько 96% українців споживають макарони). Цей продукт має високу енергетичну цінність і чудово підходить як доповнення до будь-якої страви. Крім того, макарони легко готуються і довго зберігаються. Завдяки відмінному співвідношенню ціна-якість, макаронні вироби користуються великим попитом [1].

Ринок макаронних виробів характеризується великим асортиментом як вітчизняних, так і імпортних марок. У сегменті представлені товари різних цінових категорій – від бюджетних до дорогих.

В умовах ринкового господарювання для успішної роботи виробника і споживача особливого значення набувають глибоке знання ринку та вміння вміло використовувати сучасні інструменти впливу на ситуацію, що на ньому складається. Достовірна та актуальна інформація про товарний ринок, дослідження структури та динаміки попиту, смаків і побажань покупців та інших зовнішніх факторів, що впливають на її діяльність, є неодмінними елементами маркетингової діяльності підприємства. Тому перед тим, як виробляти новий продукт і виводити на ринок нові товари, компанія повинна провести дослідження ринку і дізнатися про потреби конкретних споживачів, що стане основою для його подальшого впровадження [2].

Згідно з дослідженнями, 40% усіх запропонованих нових продуктів зазнають невдачі на ринку високого попиту, 20% на ринку промислових товарів і 18% на ринку послуг. Однією з головних причин високого відсотка невдач нових товарів, які користуються високим попитом, є неправильне позиціонування товару на ринку, погана реклама або занадто висока ціна. Тому виробнику нової продукції доцільно вивчити існуючий ринок даної групи товарів і вивчити потреби споживачів. Для цього проводяться опитування споживачів. Їхні відповіді допомагають виробнику визначити доцільність випуску продукту в тому чи іншому вигляді, а також перспективи створення конкретного продукту з певними споживчими властивостями [3].

**Формулювання цілей статті.** Метою роботи є аналіз показників якості логістичного обслуговування споживачів ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» та визначення напрямів вдосконалення його логістичної системи.

**Виклад основного матеріалу.** Відповідно до офіційної інформації [4–6] ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» (ТМ «Тая») розташована за адресою у м. Хмельницький, вул. Я. Галана, 7 (юридична адреса – 29015, м. Хмельницький, вул. Кропивницького, 7), основним видом діяльності якої є виробництво макаронних виробів, асортимент яких представлено широкою лінійкою, а саме довгорізнаних та короткорізнаних макаронних виробів із борошна вищого гатунку та борошна твердих сортів пшениці.

Виробництво якісної, конкурентоздатної продукції та обслуговування споживачів є одними із найголовніших цілей будь-якого виробничого підприємства.

В системі логістичного обслуговування споживачів ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» можна виділити такі напрями – логістика постачання, виробничо-складська логістика, транспортна логістика, інформаційна логістика. Для ПрАТ «Хмель-

ницька макаронна фабрика» дані напрями є ключовими, їх аналіз дозволить повною мірою оцінити ефективність існуючої логістичної системи підприємства.

Першочерговим завданням щодо формування системи логістичного обслуговування ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» є сегментація споживчого ринку в розрізі специфіки замовлених послуг. Це завдання виконується робітниками планового відділу фабрики та відділом роботи із клієнтами. Розподіл послуг, що надає досліджуване підприємство, можна зробити за допомогою різноманітних інструментів, одним із яких є метод попарних порівнянь.

Аналізуючи діяльність ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» та проведення опитування основних клієнтів за допомогою працівників відділу збуту, нами було сформовано основний перелік логістичних послуг із визначенням їх відносної вагомості, що наведено в таблиці. Результати відносної вагомості наведено у балах від 1 до 10, де 1 – повністю не задоволений, 10 – повністю задоволений. Кількість опитаних клієнтів – 100 осіб/підприємств, результатом є середнє арифметичне значення.

Ці логістичні послуги є основою для прийняття стратегічних та оперативних рішень в сегменті логістичного обслуговування споживачів ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика».

Основаючись на результатах опитування клієнтів, найбільш вагомим показником логістичного обслуговування є готовність товарів до постачання, що обумовлено постійно зростаючою «часочутливістю» ринку, бажанням клієнтів збільшувати товарообіг, при цьому зменшуючи власні складські запаси.

Після визначення найбільш значущих показників оцінки якості логістичного обслуговування покупців, нами було проведено оцінку готовності логістичної системи досліджуваного підприємства. Результати наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

**Перелік вагомих показників оцінки якості логістичного обслуговування покупців продукції ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика»**

Вид послуги	Значимість	Оцінка фактичного стану справ щодо надання даної послуги
Готовність до постачання (задоволення заявки за всіма позиціями замовлення)	10	4
Короткі терміни отримання замовлення	9,6	8
Точне дотримання термінів постачання	9,5	8
Швидке задоволення претензій	8,8	6
Доставка товару без підтверджень	8,5	10

Одним із найважливіших показників системи обслуговування в ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» є готовність замовлення до постачання за всіма позиціями. Аналізуючи дані таблиці, ми бачимо, що цей показник має найвищу значимість для клієнта та найнижчу оцінку фактичного стану надання даної послуги. З нашої сторони ми хотіли б звернути увагу керівництва підприємства на цю проблему та прикласти зусилля щодо виправлення цієї ситуації.

Наступні два показника оцінки якості логістичного обслуговування споживачів є короткі терміни отримання замовлення та точне дотримання термінів їх постачання. Вони мають майже однакову значимість для клієнтів (9,6 і 9,5 відповідно) та однакову оцінку фактичного стану зі сторони підприємства.

Послуги «Короткий термін отримання замовлення» та «Точне дотримання термінів поставки» безпосередньо пов'язана із рівнем складських запасів споживачів, тому

зміна фактичних термінів поставки збільшує такі запаси, що відображається на незадоволенні клієнтів. Причому, відхилення заявлених термінів поставки замовлення від дійсних, мають більший вплив на кількісні характеристики складських запасів клієнтів, аніж відхилення стосовно виявленого попиту на товари.

Показники «Швидке задоволення претензій» та «Доставка товару без підтверджень» мають приблизно однакову значимість для клієнта, але керівництву підприємства слід звернути увагу на послугу задоволення претензій, адже це в свою чергу впливає на рейтинг підприємства серед споживачів. В свою чергу фактична оцінка послуги доставки товару без підтвердження має найвищий бал, хоча в деяких випадках (наприклад, новий клієнт-споживач), необхідним є уточнення строків та часу надходження замовлення. Доцільно також звернути увагу на цей показник.

Перелік функцій відділу логістичного обслуговування споживачів ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» будується з урахуванням таких базових принципів роботи відділу логістичного сервісу, як точності, своєчасність, абстрактність, масштабність дослідження функцій.

Також під час аналізу необхідно враховувати якісні показники здійснення функцій, які необхідні під час порівняння дійсного рівня якості послуг до рівня затрат на виконання цих логістичних послуг.

Під час аналізу діяльності ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» нами було виявлено проблему невідповідності рівня якості вхідної сировини та матеріалів, що закуповуються у не основних постачальників, що в свою чергу впливає на всі системи підприємства, в тому числі і на логістичне обслуговування споживачів.

Нами було запропоновано шляхи вирішення даної проблеми, а саме – можливе застосування електронної системи аналізу потреб

ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика», що обумовлено необхідністю удосконалення процесу закупки необхідної сировини та матеріалів, послуг. Дана система буде направлена на розробку нових конкурентоспроможних способів закупівель із використанням сучасних інформаційних технологій.

Впровадження такої системи дозволить:

- 1) автоматично розглядати пропозиції від постачальників;
- 2) підвищити ефективність та автоматизованість процесів закупки необхідних послуг та матеріалів для потреб ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика»;
- 3) підвищити прозорість закупки товарів та тендерів;
- 4) сприяти зниженню закупівельних цін та оптимізації бюджетних видатків у ході проведення закупівель товарів (робіт, послуг);
- 5) забезпечити більший контроль витратної частини підприємства;
- 6) спрощення процесу аналізу постачальників та маркетингових досліджень ринку.

Робота електронної системи аналізу потреб ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» базується на принципі онлайн-аукціонів, що гарантує стимулювання конкуренції між постачальниками та досягання оптимальних цін на запропоновані товари чи послуги.

При цьому, при використанні електронної системи порядок проведення конкурентних процедур зцілому не змінюється, лише розробляються певні доповнення з метою контролю та регламенту використання системи моніторингу цін.

Під час аналізу цін постачальників при участі останніх на онлайн-аукціонах, електронна система створює звіт з оцінкою постачальників за найбільш вагомими показниками для подальшого обговорення та прийняття рішень керівництвом підприємства. Це дозволяє проводити аналіз самостійно, без послуг відповідних маркетингових фірм, що також в свою чергу впливає на затрати підприємства.

Основними критеріями щодо вибору постачальника, як ще одного з показників оцінки якості логістичного обслуговування споживачів дослідного підприємства, є посилення вимог під час його вибору.

Аналізуючи літературні джерела, дійшли висновку, що основними критеріями вибору є загальна вартість товарів/послуг та якість обслуговування.

На ряду з основними критеріями, можна виділити додаткові, до яких відносяться:

- 1) територіальна віддаленість,
- 2) строки обробки замовлень, в тому числі і позапланових,
- 3) наявність додаткових потужностей у разі форс-мажорних ситуацій,
- 4) впровадження систем управління якістю на підприємствах,
- 5) сервісне обслуговування протягом всього терміну служби обладнання,
- 6) фінансова стабільність постачальника.

Аналіз цих критеріїв можна зробити за допомогою офіційних сайтів державних органів (податкова, казначейство, пенсійний фонд, ліцензійні служби та інші, що мають відкритий доступ до інформації), даних банківської системи, на основі власних досліджень або даних конкурентів, інформаційних підприємств тощо.

Під час збору інформації доцільно використовувати дані якомога більшої кількості джерел для отримання повної та всебічної інформації про постачальника.

Ще одним показником оцінки якості логістичної системи підприємства на нашу думку є розробка та впровадження внутрішньо-підприємницьких тренінгів або програм, які призначені для навчання та удосконалення навичок спеціалістів ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика».

Це дає можливість підприємству вирішити проблеми управлінського характеру за рахунок глибокого та повного аналізу проблемних аспектів, прийняття спільних рішень щодо їх розв'язання та визначення майбутніх пріоритетів та шляхів розвитку.

Основною метою таких тренінгів або програм є пошук найбільш оптимальних рішень щодо управління певними системами підприємства, розвитку персональних навичок учасників програми, формування загальних цілей та завдань, розвиток корпоративної культури.

Навчання базується на розгляді основних теоретичних аспектів та глибокому впровадженні отриманих навичок на робочих місцях або загальних проєктах на прикладі підприємства.

Одним із таких проєктів може бути проєкт «Логістика закупівель», в якому будуть залучені керівники фабрики, керівники відділів постачання, логістичної служби.

Основними етапами вивчення даного проєкту можуть бути:

1. Аналіз асортименту та управління складськими запасами;
2. Визначення попиту;
3. Планування замовлень (фінансова частина, терміни поставок);
4. Визначення критеріїв вибору постачальників;
5. Формування плану дій у форс-мажорних обставинах щодо логістики закупівель;
6. Система дискаунту.

Результатом проєкту буде перелік дій щодо удосконалення закупівельної діяльності підприємства. Такий проєкт надасть

ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» певні можливості щодо його участі на аутсорсинговому логістичному ринку та вибору надійних логістичних посередників.

Концепція логістичного аутсорсингу базується на передачі деяких або усіх логістичних послуг (за вибором підприємства-власника) іншим стороннім учасникам, задля збереження власних ресурсів, що використовуються під час логістичних операцій.

Такий ринок логістичного аутсорсингу має великий потенціал для розвитку в Україні, адже в ЄС майже 80% підприємств користуються логістичними послугами підприємств-партнерів.

**Висновки.** Основуючись на отриманих даних, можна зробити висновок, що система логістичного обслуговування споживачів на ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» має традиційний вигляд, має переваги, але є деякі слабкі місця.

Основою на результатах опитування клієнтів, найбільш вагомим показником логістичного обслуговування є «Готовність товарів до постачання» (значимість 10), що обумовлено постійно зростаючою «часочутливістю» ринку, бажанням клієнтів збільшувати товарообіг, при цьому зменшуючи власні складські запаси. «Короткі терміни отримання замовлення» та «Точне дотримання термінів постачання» (значимість 9,6 та 9,5 відповідно) також є значними вагомими показниками оцінки якості логістичного обслуговування.

Під час аналізу діяльності ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика» було виявлено проблему невідповідності рівня якості вхідної сировини та матеріалів, що закуповуються у не основних постачальників, що в свою чергу впливає на всі системи підприємства, в тому числі і на логістичне обслуговування споживачів.

Було запропоновано шляхи вирішення даної проблеми, а саме – можливе застосування електронної системи аналізу потреб ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика», що обумовлено необхідністю удосконалення процесу закупки необхідної сировини та матеріалів, послуг. Ще одним показником оцінки якості логістичної системи підприємства на нашу думку є розробка та впровадження внутрішньо-підприємницьких тренінгів або програм, які призначені для навчання та удосконалення навичок спеціалістів ПрАТ «Хмельницька макаронна фабрика».

#### Список використаних джерел:

1. Дармограй О.В. Методичні підходи до оцінки розвитку продовольчого ринку України та його місткості. *Бізнес Інформ*. 2015. № 3. С.170–176.
2. Zaloznova Y., Trushkina N. Scientific and methodological support of improvement of the management system of logistic activities of the enterprise. *Economic Innovations*. 2018. Vol. 20. Issue 3(68). P. 57–67. DOI: [https://doi.org/https://doi.org/10.31520/ei.2018.20.3\(68\).57-67](https://doi.org/https://doi.org/10.31520/ei.2018.20.3(68).57-67)
3. Білошкурська Н.В. Маркетингове дослідження факторів ціноутворення на конкурентно-му ринку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 1. С. 24–31.
4. ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ХМЕЛЬНИЦЬКА МАКАРОННА ФАБРИКА». URL: <https://clarity-project.info/smida/00380511?year=2020> (дата звернення: 12.03.2023).
5. ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ХМЕЛЬНИЦЬКА МАКАРОННА ФАБРИКА»: бухгалтерська звітність і фінансовий аналіз за 2020 р.. *Звітність українських підприємств*. URL: [https://zvitnist.com/00380511\\_PRYVATNE\\_AKCONERNE\\_TOVARYSTVO\\_HMELNYCKA\\_MAKARONN](https://zvitnist.com/00380511_PRYVATNE_AKCONERNE_TOVARYSTVO_HMELNYCKA_MAKARONN) (дата звернення: 12.03.2023).
6. ХМЕЛЬНИЦЬКА МАКАРОННА ФАБРИКА. *You control*. URL: [https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company\\_details/00380511/](https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/00380511/) (дата звернення: 12.03.2023).

#### References:

1. Darmohray O. V. (2015) Metodichni pidkhody do otsinky rozvytku prodovol'choho rynku Ukrainy ta yoho mistkosti [Methodical approaches to assessing the development of the food market of Ukraine and its capacity.]. *Biznes Inform*, no. 3, pp. 170–176.
2. Zaloznova Yu., Trushkina N. (2018) Scientific and methodical support for improvement of the enterprise logistics management system. *Ekonomichni innovatsiyi*, vol. 20, issue 3(68), pp. 57–67. DOI: [https://doi.org/https://doi.org/10.31520/ei.2018.20.3\(68\).57-67](https://doi.org/https://doi.org/10.31520/ei.2018.20.3(68).57-67)
3. Biloshkurs'ka N. V. (2015) Marketynhove doslidzhennya faktoriv tsinoutvorennya na konkurentnomu rynku [Marketynhove doslidzhennya faktoriv tsinoutvorennya na konkurentnomu rynku]. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*, no. 1, pp. 24–31.
4. PRYVATNE AKTSIONERNE TOVARYSTVO "KH MEL'NYTS'KA MAKARONNA FABRYKA". Available at: <https://clarity-project.info/smida/00380511?year=2020> (accessed 12 March 2023).
5. PRYVATNE AKTSIONERNE TOVARYSTVO "KH MEL'NYTS'KA MAKARONNA FABRYKA": bukhhal'ters'ka zvitnist' i finansovyy analiz za 2020 r.". *Zvitnist' ukraiyins'kykh pidpryyemstv*. Available at: [https://zvitnist.com/00380511\\_PRYVATNE\\_AKCONERNE\\_TOVARYSTVO\\_HMELNYCKA\\_MAKARONN](https://zvitnist.com/00380511_PRYVATNE_AKCONERNE_TOVARYSTVO_HMELNYCKA_MAKARONN) (accessed 12 March 2023).
6. KH MEL'NYTS'KA MAKARONNA FABRYKA. *You control*. Available at: [https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company\\_details/00380511/](https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/00380511/) (accessed 12 March 2023).