

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра менеджменту і маркетингу**

**Курсова робота**  
**з «Економіки підприємства»**

**на тему: «ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА, КРИТЕРІЇ**  
**ЯКОСТІ»**

**(на прикладі ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»)**

Студентки II курсу групи Ма 02-22  
першого (бакалаврського) рівня вищої  
освіти  
освітньої програми  
Маркетинг і реклама  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
Конівненко В.М.

Члени комісії:

(підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Керівник к.е.н., доцент Решетник Н. І.

(вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_\_

Оцінка: ЄКТС \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

ЗМІСТ .....	2
ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА .....	5
1.1 Сутність якості продукції, необхідність та значення її підвищення.....	5
1.2 Показники та критерії якості продукції.....	7
1.3 Методика оцінки якості продукції .....	10
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПРАТ "КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА "РОШЕН" .....	14
2.1 Загальна характеристика організаційно-економічної діяльності на ПРАТ «Київська кондитерська фабрика РОШЕН» .....	14
2.2 Характеристика якості та конкурентоспроможності продукції фабрики «Рошен» .....	17
2.3 Заходи для підвищення якості продукції на підприємстві .....	21
ВИСНОВКИ.....	24
РЕЗЮМЕ .....	26
RESUME.....	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	28

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** У сучасних реаліях, де панує жорстка конкуренція якості продукції підприємства є важливою складовою для досягнення успіхів на ринку. Рівень якості продукції впливає не лише на конкурентоспроможність підприємства на ринку, але й чинить вплив на імідж та репутацію компанії. В умовах жорсткої конкуренції підприємству потрібно постійно дбати про покращення якості продукції задля того аби задовільнити потреби та очікування клієнтів, завоювати їх лояльність. Саме тому якість продукції є важливою складовою діяльності будь-якого підприємства і саме якість може допомогти підприємству виділитися серед конкурентів.

**Мета курсової роботи.** Здійснити дослідження теоретичних та практичних аспектів якості продукції на підприємстві та на основі цього дослідження розробити рекомендації по вдосконаленню та покращенню якості продукції на прикладі обраного підприємства.

**Завдання курсової роботи.** Для досягнення поставленої мети потрібно виконати такі завдання як:

- Визначити сутність якості продукції та її необхідність
- Визначити показники та критерії оцінки якості
- Проаналізувати методики оцінки якості
- Здійснити аналіз системи якості продукції на ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «РОШЕН»»
- Розробити заходи для підвищення якості продукції на підприємстві.

**Об'єкт дослідження.** Об'єктом дослідження курсової роботи є якість продукції

**Предмет дослідження.** Предметом курсової роботи є якість продукції підприємства, критерії якості, що досліджуються на базі ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «РОШЕН».

**Методи дослідження.** Для виконання поставлених завдань в цій роботі буде здійснено аналіз літературних джерел про якість продукції, критерії та показники, вивчення нормативних документів міжнародних стандартів якості (ISO, IFS тощо),

дослідження системи якості ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», системний аналіз та порівняльний аналіз, а також аналіз статистичних даних про діяльність корпорації «Рошен».

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

## 1.1 Сутність якості продукції, необхідність та значення її підвищення

Термінологічний аналіз поняття «якості» передбачає розгляд його як складної категорії, яку можна розділити на дві категорії: філософську (узагальнену) та економічну. Розвиток суспільства та економіки свідчить про те, що вперше поняття якості було виключно філософською сферою пізнання. Далі буде наведено різні визначення поняття «якість».

Відповідно до філософського словника Айзенштейна В.А. поняття якості можна визначити як категорію філософії, яка відображає важливі елементи об'єктивної реальності. Якісна визначеність того, що робить предмети та явища стійкими, а також те, що розмежовує їх і створює безмежну різноманітність у світі.

Вважається, що Аристотель ще в III столітті до н.е. розглянув поняття якості. За його логікою якість є однією з десяти категорій, у якій він класифікує все, що існує. В розумінні Аристотеля: “Якість – це універсальні ознаки (колір, форма тощо), які властиві багатьом речам, тобто виходять за межі даного буття”

XIX ст. н.е. в енциклопедії філософських наук Гегель визначив якість об'єкта як сукупність властивостей і характеристик, які визначають його як такий і відрізняють його від інших об'єктів. Як тільки об'єкт втрачає ці властивості, вони зникають, а об'єкт якому належали ці властивості, зникає.

Демінг В.Е. вважав, що якість складається з трьох факторів: самого товару, споживача та способу використання товару.

Але самі споживачі не завжди погоджуються з філософським визначенням якості, який розуміють як оцінку досягнутого результату. Саме тому поряд з філософськими визначеннями якості є економічні.

У 1986 році Міжнародна організація зі стандартизації ISO розробила терміни якості для всіх галузей. А в 1994 році оновила визначення якості, яке визначає сукупність характеристик об'єкта, які стосуються його здатності задовольняти встановлені та передбачувані потреби споживача.

Іванілов О.С визначає: “Якість як економічна категорія – це суспільна оцінка, що характеризує ступінь задоволення потреб у конкретних умовах споживання тієї сукупності властивостей, що явно виражені або потенційно закладені в товар.”

Загородній А.Г. визначає «якість продукції» як сукупність властивостей, таких як безпеку, новизну, довговічність, надійність, економічність, ергономічність, естетичність та екологічність, які дозволяють продукції задовольняти потреби клієнтів.

Семенов Г.А. вважає: “управління якістю продукції – це не просто контроль якісних параметрів і причин їх відхилення, це управлінська діяльність, яка охоплює життєвий цикл продукції і системно забезпечує стратегічні й оперативні процеси підвищення якості продукції й функціонування самої системи управління якістю.” (Безродна, 2012, с. 64-65)

Термін «якість» багатогранний і пов’язаний з різними галузями знань. Основне розуміння сутності та закономірностей розвитку якості можна отримати за допомогою філософської категорії якості. А з іншого боку, економічна категорія розширює концепції та відносить їх до господарювання. Поєднання філософського та економічного підходу до управління якістю сприяє підвищенню конкурентоспроможності компаній у сучасних умовах господарювання.

Якість продукції в умовах невинного розвитку ринку є визначальним фактором для конкурентоспроможності підприємства. Постійне зростання потреб та очікування споживачів, посилення конкуренції та економічні фактори чинять вплив на підвищення якості не лише, як актуальне завдання для підприємства, але й необхідність для виживання та досягнення успіху на ринку.

Якість продукції – це комплекс властивостей завдяки яким продукт може задовольнити потребу споживачів відповідно до її призначення.

Різні товари будуть по різному задовольняють потреби споживачів. Перш за все споживачі обиратимуть ті продукти, які будуть їх задовольняти протягом всього часу використання (експлуатації). Визначення якості містить сукупність характеристик таких як: доступність, постачання, техніко-економічні характеристики, дизайн, надійність, ефективність споживання та експлуатації, ремонтпридатність тощо. Ці

характеристики товар проявляє протягом виробництва, реалізації та його використання. Хоча якість продукції забезпечує виробник, але споживачі це ті хто виявляють (або не виявляють) якість продукції та його відповідність ціні. Саме тому справедлива оцінка якості товару, її деяких показників та загальний рівень якості за всіма сукупними показниками є вкрай важливою. (Ілляшенко С.М., 2005, с.25)

Не менш важливим є підвищення якості продукції. Потреби споживачів як і конкуренція зростають, саме тому дуже важливо щоб у підприємства була тенденція на постійне підвищення якості товарів.

У довготривалий період існує певна тенденція до закономірного підвищення якості продукції. Цей процес є об'єктивним та спричинений законом зростаючих потреб. Однак ця тенденція не може чітко простежуватися в певний період часу через специфічний взаємозв'язок між пропозицією продукту та попитом споживачів на його якість. У період дефіциту, коли пропозиція не встигає за попитом вимоги до якості товару значно знижуються. У той час, коли, коли ринок насичується продукцією її якість виступає на перший план і постійно зростаючи вимоги до якості стають рушійною силою у виробництві. (18.1. поняття якості, характеристика її показників і значення для підвищення конкурентоспроможності продукції - бібліотека *buklib.net*, б. д.)

## **1.2 Показники та критерії якості продукції**

Система показників та критеріїв якості продукції використовується для оцінки та покращення якості продукції. Це дозволяє: виміряти та визначити різноманітні складові якості продукції; порівняти якість продукції з продукцією конкурентів; відстежувати, як змінюється якість продукції з часом; визначити цілі для підвищення якості продукції.

Показник якості – це кількісна характеристика однієї або декількох якостей продукції за конкретних умов виробництва. Будь-яка примітна характеристика вважається характеристикою. (Савуляк, В. В., 2012, с.11)

Вибір показників якості продукції проводиться з врахуванням: призначення продукції та умов її використання; аналізу вимог споживачів; завдань управління

якості продукції; склад та структура властивостей, що окреслюються; основних вимог до показників якості.

Показники якості класифікуються:(7.2. класифікація показників якості продукції - бібліотека *buklib.net*, б. д.)

1. За властивостями, що характеризують:

- одиничні
- комплексні

2. За способом вираження:

- натуральні одиниці
- вартісні

3. За оцінкою рівня якості:

- базові
- відносні

4. За стадією

- прогностні
- виробничі
- проектні
- експлуатаційні.

Для системного управління якістю продукції номенклатура показників має бути однаковою. Це гарантує, що методи оцінки якості різних виробів, матеріалів, речовин і готових товарів є єдиними. Показники якості повинні бути постійними та враховувати поточні тенденції, перспективи та досягнення в технологіях. Загалом, кожен показник якості можна подати в кілька різних груп. (Савуляк, 2012, с. 14)

**1. Показники експлуатації або показники призначення.** Вони описують властивості продукції, які визначають цілі її призначення, а також сфери використання .

**2. Показники довговічності.** Вони показують довговічність продукції, її збереженість виходячи з ймовірності виникнення відмов, таких як руйнування чи втрата властивостей, строк служби, час зберігання та умов зберігання.

**3. Показники технологічності.** Вони показують ефективність конструктивно-технологічних рішень, які гарантують високу продуктивність під час виготовлення та ремонту продукції.

**4. Ергономічні показники.** Вони оцінюють зручність виготовлення, зберігання, транспортування, та експлуатації продукції.



**5. Показники стандартизації та уніфікованості.** Вони відображають ступінь стандартизації продукції, що використовується у виробництві і ступінь однорідності компонентів продукції.

**6. Економічні показники.** Вони включають в себе витрати на розробку, виготовлення, експлуатацію або споживання продукції а також економічну ефективність експлуатації.

**7. Показники безпеки.** Вони характеризують властивості продукції, що гарантують безпеку людини та інших об'єктів під час експлуатації транспортування та зберігання.

Показники якості продукції класифікуються залежно від характеру вирішуваних задач для оцінки рівня якості продукції. (*Методи контролю. Методи визначення значень показників якості продукції, б. д.*)

- Властивості характеризуються наступними характеристиками: показники призначення, безвідмовність, довговічність, ремонтпридатність, збереження, ергономічність, естетичність, технологічність, транспортабельність, стандартизації та уніфікації, патентно-правові безпеки і економічні.
- Залежно від методу вираження поділяються на показники в натуральних одиницях (кг, м, бали та безрозмірні) і вартісні одиниці.
- За кількість властивостей буває одиничні і комплексні (групові, узагальнені та інтегральні)
- Залежно від методу оцінки поділяють на базові та відносні.
- Прогнозовані, проектні, виробничі та експлуатаційні – чотири стадії визначення значущих показників.

Номенклатура показників якості продукції встановлює кількісну характеристику ряду ознак, що визначають якість. Її обирають з врахуванням: (*Методи контролю. Методи визначення значень показників якості продукції, б. д.*)

- Призначення та умови використання продукції.
- Склад і структура характерних ознак.
- Вимог споживачів до якості (результати дослідження попиту).

- Досягнутого рівня якості продукції та завдань управління якістю.
- Основних вимог до показників якості.

Показники та критерії якості продукції є важливими елементами для управління якістю на підприємстві. Вони мають значення не лише для конкурентоспроможності підприємства на ринку, але й для очікування споживачів.

### **1.3 Методика оцінки якості продукції**

Якість продукції впливає на її конкурентоспроможність, продажу та прибуток. Сучасні споживачі дедалі більше звертають увагу на якість продукції, яку вони купують. І саме для того аби управління могло прийняти зважене рішення щодо якості продукції потрібна чітка методика оцінки продукції.

Оцінювання якості продукції – це комплекс дій, які складаються з вибору різноманітних показників якості для оцінювання продукції, визначення їхньої якості та порівняння їх з еталоном вимірювання.

Досягнутий рівень якості продукції є важливим. Він є відносною характеристикою якості продукції, яка базується на порівнянні значень оцінюваних показників якості з базовими значеннями відповідних показників.

Етапи оцінювання якості продукції. (Світличин І.І., 2023)

1. Визначення переліку властивостей продукції, які впливають на її якість залежить від:

- призначення, умов зберігання чи використання продукції.
- результату моніторингу та вимог споживачів й інших зацікавлених осіб.
- завдань, які пов'язані з системою управління якістю на підприємстві.

Перелік властивостей має бути розробленим окремо для кожного виду продукту.

2. Ідентифікація вимог до властивостей продукції включає в себе визначення законів та правил, вимог споживачів та інших важливих зацікавлених сторін ( до прикладу працівники підприємства, інвестори або інші особи, які мають певний інтерес у підприємстві). Вимоги ми можемо розуміти як потреби та

очікування. Ці потреби та очікування можуть бути сформульованими, загальнозрозумілими та обов'язковими або вони можуть бути несформульованими, незагальнозрозумілими та необов'язковими та постійно змінюватися. Це змушує регулярно перевіряти вимоги до продукції.

3. Вимірювання властивостей продукції. Властивості продукції мають відповідати певним вимогам, тому їх вимірювання відбувається шляхом застосування відповідних методів. Відповідно до вимог ДСТУ 2925-94 «Якість продукції. Оцінювання якості. Терміни та визначення» та визначенню певних науковців при визначенні якості продукції можуть використовувати такі методи:

- метод вимірювання, у якому використовуються технічні засоби для вимірювання властивостей продукції. Від характеру вимірювальних засобів залежить метод (фізичний, хімічний, біологічний тощо).

- органолептичний метод, який вимірює властивості продуктів за допомогою органів чуття людини таких як дотик, смак, нюх, слух та зір. Для того щоб трансформувати отримані результати використовують бальну систему. Точність та достовірність дослідження залежить від класифікації, здібностей та навичок особи, яка проводила це дослідження.

- розрахунковий метод, який вимірює властивості продукції за допомогою теоретичних та/або емпіричних залежностей (формул).

- реєстраційний метод, який вимірює властивості продукції за допомогою спостережень.

- соціологічний метод, який використовує збір та аналіз думок реальних або можливих споживачів та інших зацікавлених осіб. Збір інформації відбувається завдяки опитуванням, організації та проведення різних заходів таких як конференції, виставок, обговорень тощо.

- експертний метод використовує висновки експертів для оцінки якості продукції. Для здійснення цього методу зазвичай залучають 3-5 експертів саме тому одержані результати є суб'єктивними.

- змішаний метод, який використовує поєднання згаданих вище методів вимірювання властивостей продукції. Цей метод забезпечує більш точні результати вимірювання.

4. Показники якості продукції визначають за окремими чи одночасно декількома властивостями числові значення, яких потім зіставляють з необхідними значеннями відповідно до вимог. Для цього використовують таку формулу:

$$\text{Якість продукції} = \frac{\text{Властивості (власні характеристики) продукції}}{\text{Вимоги споживачів та інших ключових зацікавлених сторін}}$$

Показники якості можуть мати таке значення: менше 1 означає низьку якість продукції. Якщо таке значення у показника якості властивість якого повинна задовільнити вимоги закону чи регламенту, продукція визнається як непридатна до споживання. Якщо значення дорівнює 1, продукція задовільної, хорошої якості. Базовий зразок має таке значення якості. А якщо ж показник більше 1 це свідчить, що продукте високоякісним.

5. Базові та/або цільові показники якості повинні бути визначенні з урахуванням наступних умов:

- характеристики продукції повинні повністю відповідати вимогам законів та правил.
- базові та/або цільові показники якості продукції має показувати відповідність потребам споживачам та основним зацікавленим особам.
- вони повинні бути реальними та досяжними в конкретних та існуючих умовах господарювання.
- базові та/або цільові показники повинні бути оптимальні в цих конкретних умовах існування.

Базові та цільові показники можуть бути визначенні відразу за декількома властивостями продукції.

6. При оцінюванні якості продукції використовується формула для порівняння одержаних показників з базовими та/або цільовими показниками. Для оцінювання використовують таку формулу:

$$\text{Рівень якості продукції} = \frac{\text{Фактичний показник якості продукції}}{\text{Базовий або цільовий показник продукції}}$$

При оцінюванні якості продукції можуть використовувати такі методи:

- диференційний метод, який базується на використанні одиничних показників якості, що стосуються окремих характеристик продукції.
- комплексний метод, який базується на використанні сукупності показників якості та стосується кількох характеристик продукції.
- змішаний метод, він базується на одночасному використанні комплексних та одиничних показників якості продукції.

Для оцінки якості продукції ми не можемо спиратися лише на один метод, адже це не дозволяє нам отримати найбільш точну та об'єктивну інформацію про якість продукції. Для об'єктивної оцінки якості продукції краще обрати комплексний підхід, який включає в себе різні методи оцінки якості продукції. Цей підхід може використовуватися для будь-яких видів продукції. Важливо лише правильно підібрати методи оцінки для певного виду продукції та цілей дослідження.

Саме тому, методика оцінки якості продукції є важливим інструментом управління якістю, яка допомагає підприємству досягти успіхів в конкурентному середовищі.

## РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПРАТ "КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА "РОШЕН"

### 2.1 Загальна характеристика організаційно-економічної діяльності на ПРАТ «Київська кондитерська фабрика РОШЕН»

Приватне акціонерне товариство «Київська кондитерська фабрика «Рошен» є найбільшим виробником кондитерських виробів в Україні. На даний момент «Рошен» виробляє понад 320 видів кондитерських виробів таких як: шоколадні та желейні цукерки, карамель, ірис, шоколадні плитки та батончики, печиво, вафлі, бісквітні рулети, тістечка та торти.

Загальна інформація про підприємство подана в таблиці 1.

**Таблиця 1**

#### Загальна інформація про підприємство

Повна назва юридичної особи	Приватне акціонерне товариство «Київська кондитерська фабрика «Рошен»
Скорочена назва	ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»
Назва англійською	Private joint stock company Kyiv confectionery factory Roshen (prjsc kyiv confectionery factory Roshen)
Код ЄДРПОУ	00382125
Дата реєстрації	30.12.1994
Організаційно-правова форма	Акціонерне товариство
Форма власності	Недержавна власність
Адреса юридичної особи	проспект Науки, буд.1, м. Київ, Україна

*(Київська кондитерська фабрика "Рошен", 2024)*

На фабриках компанії «Рошен» розроблені та впроваджені системи управління безпекою харчових продуктів відповідно до стандартів ISO 22000 та FSSC 22000. ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» сертифікована за міжнародними стандартами якості ISO 9001:2008 та безпеки продуктів харчування ISO 22000:2005. *(Сертифікація, б. д.)*

Головний офіс корпорації знаходиться в Києві. Корпорація складається з багатьох фабрик, які розташовані не лише в Україні. Про кожну фабрику: *(ROSHEN corporation, б. д.)*

– На сьогоднішній день на Київській кондитерській фабриці «Рошен» працює 800 осіб, виробництво може досягати 100 тон продукції на добу. На фабриці

виготовляють торти, тістечка, кекси, мермелад, пастилу, зефір, печиво та крекери, а також коробковані цукерки «Київ Вечірній».

– Наразі Вінницька кондитерська фабрика «Рошен» (перший та другий виробничий майданчик) є одною з провідних кондитерських фабрик в Україні. На заводі працює понад 1500 працівників. Сьогодні випускається приблизно 200 різновидів кондитерських виробів в обсязі 100 000 тон на рік. Кондитерська фабрика у Вінниці спеціалізується на виготовленні різноманітних цукерок, борошняних виробів та шоколаду. На фабриці представлений широкий асортимент шоколаду.

– На Кременчуцькій кондитерській фабриці «Рошен» працює приблизно 500 осіб, а виробнича потужність досягає близько 300 тон. Виробництво «Рошен» в Кременчуці спеціалізується на виготовленні льодяникової, молочної карамелі з різними начинками. У загальному асортименті компанії налічує більше 35 найменувань.

– Після входу Клайпедської кондитерської фабрики до складу корпорації «Рошен», вона стала першим виробничим майданчиком в ЄС. На фабриці зараз працює 120 працівників, а сама фабрика спеціалізується на виготовленні карамельної продукції.

– Вінницький молочний завод «Рошен» є основним постачальником сировини для фабрик корпорації. На молочному заводі виготовляють: молоко сухе, вершки, масло, молоко згущене тощо.

– ТОВ «Бісквітний комплекс «Рошен» спеціалізується на виготовленні крекерів та печива.

Корпорація також має свій власний логістичний центр. Це допомагає покращити умови зберігання сировини та продукції, оптимізувати поставки та зменшити затримки продукції на складах.

Напрямки діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»:  
(Київська кондитерська фабрика "Рошен", 2024)

10.72 Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання

10.71 Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання

10.82 Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів

46.18 Діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами

46.36 Оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами

47.24 Роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими кондитерськими виробами в спеціалізованих магазинах.

ДП «Кондитерська корпорація «РОШЕН» (73,48 %) і ТОВ «Центрально-Європейська кондитерська компанія» (23,55%) є основними акціонерами компанії.

Загальні збори акціонерів є вищим органом, який керує компанією. Наглядова рада є органом, який контролює та регулює діяльність Дирекції в межах компетенції, визначеної законодавством України та Статутом. Також наглядова рада захищає права акціонерів. Управління поточною роботою підприємства керує дирекція. Ревізійна комісія – це орган, що керує фінансовими та господарськими операціями товариства. (00382125 - ПРАТ "КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА "РОШЕН" - Clarity Project, б. д.)

## Таблиця 2

### Фінансова звітність

	2023	2022	2021
Дохід	1 272 251 000 грн	903 195 000 грн	979 286 000 грн
Чистий прибуток	11 387 000 грн	-984 000 грн	25 779 000 грн
Активи	3 165 126 000 грн	3 114 538 000 грн	3 166 353 000 грн
Зобов'язання	726 076 000 грн	1 169 143 000 грн	1 216 964 000 грн

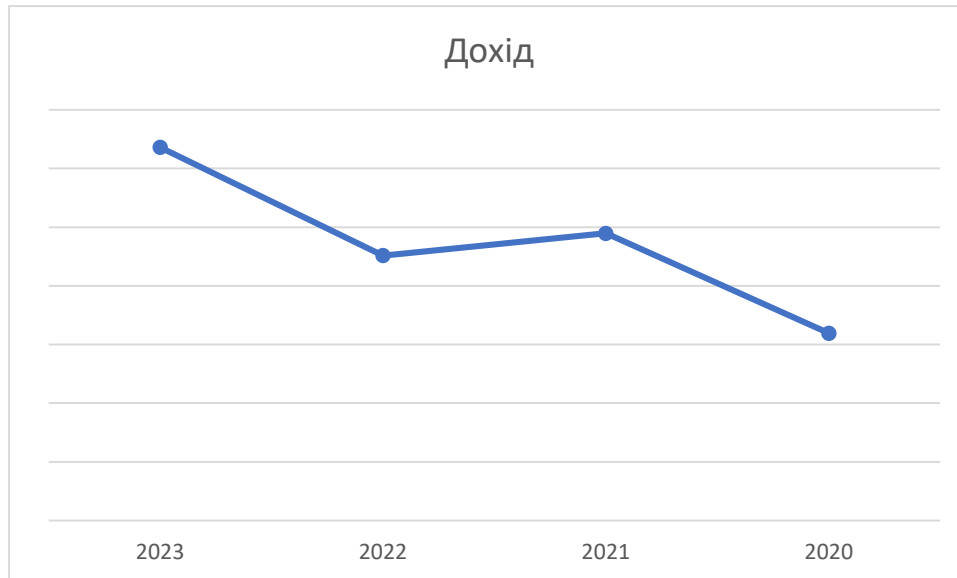
(Опендатабот, б. д.)

У 2023 році дохід ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» склав 1 272 551 000 грн, а це на 40,86% більше ніж у 2022 році, що свідчить про значне зростання виручки підприємства. Чистий прибуток підприємства у 2023 році склав 11 387 000 грн, що на 12 371 000 грн більше аніж в 2022 році. Активи ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» склали 3 165 126 000 грн, що на 1,6% більше ніж у 2022 році. Це вказує на те, що компанія збільшила свої активи протягом року. Зобов'язання корпорації у 2023 році склали 726 076 000 грн, а це на 38% менше, ніж у



2022 році, що свідчить про зменшення боргу корпорації. Ми можемо побачити, що показники у 2023 році порівняння з 2022 роком зростають, а це свідчить про позитивні перспективи для компанії навіть під час війни.

**Рис. 1**



Цей графік (рис 1.1) доходів ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» демонструє стійке зростання доходів, хоча ми бачимо, що значне зростання доходів в 2021 році порівняно з 2020 можна пояснити зміною поведінки споживачів під час COVID-19. Також на цьому графіку ми бачимо зниження доходів у 2022 році, що зумовлене таким макроекономічним чинником як війна в Україні.

ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» демонструє позитивні тенденції розвитку протягом 2020-2023 років незважаючи на війну та COVID-19. Збільшення чистого прибутку та зменшення зобов'язань у 2023 році вказують на рентабельність та стійкість компанії навіть в складні часи.

## **2.2 Характеристика якості та конкурентоспроможності продукції фабрики «Рошен»**

У діяльності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» впроваджена система якості ISO 9001:2008, ISO 22000:2005, IFS. (Сертифікація, б. д.)

Система управління якістю ISO 9001, сертифікація якої гарантує, що підприємство може виробляти продукцію на стабільному рівні якості та постійно

покращувати її. (*Що таке стандарт ISO? - Одеський національний медичний університет, б. д.*)

ISO 9001:2008 – це міжнародний стандарт сприяє впровадженню процесного підходу при розробці, впровадженні та підвищенні ефективності системи управління якістю, щоб підвищити задоволеність клієнтів і задовольнити їх вимоги. (б. д.)

ISO 22000:2005 –це міжнародний стандарт, який визначає вимоги до системи управління безпечністю харчових продуктів. Цей стандарт включає наступні загальновизнані ключові елементи для забезпечення безпечності харчових продуктів від ланцюга виробництва до моменту споживання: (б. д.)

- Взаємодія та комунікація
- Системне управління
- Попередні програми
- Принципи HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points – Аналіз ризиків та визначення критичних контрольних точок).

IFS Food – це стандарт, який дозволяє оцінювати системи забезпечення безпеки та якості харчових продуктів за допомогою єдиного підходу. Цей стандарт стосується всіх етапів виробництва та переробки харчових продуктів.

IFS Food передбачає: (*Група стандартів IFS / Міжнародні стандарти / Лілія, б. д.*)

– Єдині стандарти моніторингу, які дозволяють визначити здатність компаній-виробників харчових продуктів виробляти і реалізовувати безпечні продукти харчування, які відповідають всім специфікаціям та законодавчим вимогам.

– Дотримання вимог щодо організації виробництва продовольчої продукції, виробничої гігієни, дотримання технологічних процесів, кваліфікації персоналу та інших питань.

– Зниження витрат не тільки матеріальних, а й витрат виробника для проведення процедури підтвердження сертифікації харчових продуктів при поставках, в тому числі і при експорті.

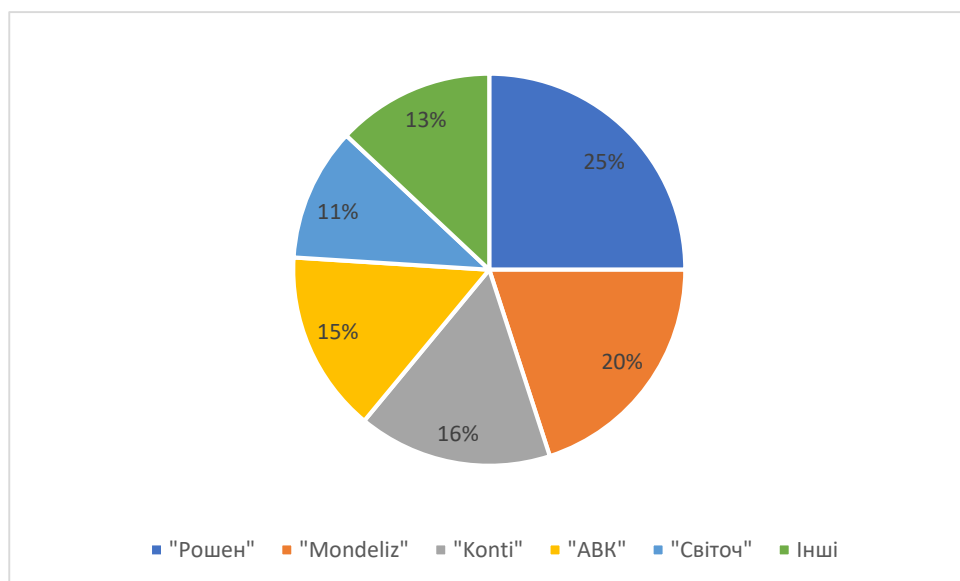
Одним із найбільш розвинутих секторів харчової промисловості України є кондитерська галузь, яка виробляє майже всі види кондитерських виробів. Як показав

аналіз стану та перспектив розвитку кондитерського ринку в Україні, вітчизняне виробництво є основним джерелом формування пропозиції на ринку, і його продукція становить близько 90% загального обсягу. Україна є восьмою у світі за рівнем споживання кондитерських виробів, 8 кг на душу населення. Близько 750 великих, середніх та малих підприємств працюють на ринку кондитерських виробів України, який є дуже концентрованим. Але більше 65% ринку контролюють лише деякі великі компанії. «Рошен» має 25% ринку та є найуспішнішим кондитерським підприємством в Україні. «Mondeliz» є найбільшим конкурентом «Рошен», маючи 20% частки ринку, «Konti» — 16%, «АВК» — 15%, «Світоч», який працює під керівництвом міжнародної компанії Nestle, має 11% частки ринку та інші 13%. (Лобоцька та ін., 2021, с. 131)

Нижче наведено діаграму (Рис.2) розподілу часток ринку.

**Рис. 2**

### Розподіл часток ринку



ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» є одним з провідних лідерів на ринку кондитерських виробів, але корпорація постійно стикається з новими викликами такими як: перенасиченість ринку, сильна конкуренція та мінливі вподобання споживачів в боротьбі за провідне місце на ринку.

Для визначення конкурентоспроможності ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» проведемо SWOT-аналіз діяльності корпорації.

Сильні (strengths) сторони:

– Широкий асортимент продукції, який постійно збільшується. Корпорація пропонує різноманітний асортимент продукції, що включає шоколад, цукерки, торти, печиво, бісквіти тощо.

– Висока якість продукції. Вся продукція «Рошен» відома високою якістю, яка відповідає всесвітнім стандартам якості продукції.

– Сильний бренд. Корпорація є найвідомішим виробником кондитерських виробів в Україні та відома за її межами.

– Корпорація має високий ступінь оснащення та виробництво закордоном.

– ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» володіє власними виробничими потужностями, що дозволяє контролювати якість продукції та оптимізувати витрати.

– Широка система збуту на території країни та за її межами.

Слабкі (Weaknesses) сторони:

– Нестабільні ціни на сировину, висока собівартість продукції.

– Залежність від українського ринку, а отже вразливість від економічних та політичних потрясінь в Україні.

– Дорого вартісний процес просування нової продукції.

Можливості (Opportunities):

– Світовий ринок кондитерських виробів розширюється, що дає можливість для «Рошен» розширити свою присутність на нових ринках.

– Розширення свого асортименту та розробка товарів для нової групи споживачів.

– Підвищити продуктивність на виробництві за рахунок іновацій.

Загрози (Threats):

– Посилення конкуренції на світовому ринку кондитерських виробів, що може призвести до зниження цін та рентабельності.

– Мінливі вподобання споживачів, які в наш час змінюються на користь більш здорових продуктів.

– Політичні та економічні потрясіння в Україні та світі можуть негативно впливати на продажі продукції «Рошен».

Корпорація «Рошен» є лідером на українському ринку кондитерських виробів. Вона має значну перевагу перед конкурентами завдяки широкому асортименту, високоякісній продукції та сильному бренду, який є дуже відомим серед українців. ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» має всі шанси зберегти та зміцнити свої лідируючі позиції на ринку кондитерських виробів. Для збереження лідируючих позицій компанія має постійно вдосконалювати свою продукцію, реагувати на нові виклики від споживачів та ринку.

### **2.3 Заходи для підвищення якості продукції на підприємстві**

Корпорація «Рошен» посідає провідне місце на ринку кондитерських виробів та відома високою якістю своєї продукції. Але в наш час в умовах жорсткої конкуренції та мінливих потреб споживачів питання якості та її підвищення є вкрай важливим, якість продукції впливає на конкурентоспроможність підприємства. Далі ми розглянемо заходи, які допомогли б підвищити якість продукції на підприємстві.

Впровадження нових технологій та використання нового обладнання. Це дозволить підприємству підвищити ефективність виробництва, точність, а також допоможе покращити якість продукції. Виробничі процеси потрібно автоматизувати, щоб зменшити вплив людського фактору та знизити ризик помилок. Запуск системи для нагляду та контролю якості. Це дало б можливість відстежувати всі етапи виробництва та своєчасно реагувати на будь-які відхилення від встановлених параметрів.

Удосконалення системи управління якістю. Впровадження багаторівневого контролю якості. Контроль на всіх етапах виробництва від вхідної сировини до готової продукції. Застосування нових методів контролю якості. Важливо також приділити увагу навчанню співробітників. Працівники, які беруть участь у контролі якості повинні мати відповідні знання та кваліфікацію.

Підвищення компетентності персоналу. Регулярне навчання та тренінги для працівників від менеджерів до робітників. Впровадження системи мотивації для мотивування співробітників працювати над покращенням продукції. Не менш

важливим є створення сприятливого робочого середовища, де кожен співробітник відчуватиме себе частиною команди та нестиме відповідальність за якість виконаної роботи.

Використання якісної сировини. Виробництво продукції залежить від якості сировини саме тому дуже важливо співпрацювати з надійними постачальниками. Використовувати натуральні та екологічні інгредієнти, оскільки ми бачимо тенденцію до здорового способу життя і для людей, які його дотримуються це важливий фактор.

Зворотній зв'язок з споживачами. Проведення досліджень з метою вивчення потреб і думок споживачів. Аналіз скарг та відгуків для виявлення проблем якості продукції та вжити заходів щодо вирішення виявлених проблем. Створення каналів зв'язку із споживачами, тоді клієнти легко зможуть поділитися своїми відгуками та ідеями.

Прикладом хорошої комунікації з споживачами є конкурс McDonald's Україна «Мій бургер», які відбувся в 2017 році. Участь в конкурсі міг взяти будь хто бажаючий. За місяць свій рецепт розмістили 147 896 людей або кожен 400-й українець. Переможцями конкурсу стало два бургери «Фреш чікен чіз» та «Арибургер», які з 17 травня 2017 року з'явилися в усіх ресторанах мережі McDonald's Україна. *(Як McDonald's Україна вибирав переможців конкурсу “Мій бургер” (фоторепортаж), б. д.)*

Цей захід є хорошим прикладом комунікації з споживачами. Він показує, що компанії важлива думка споживачів. Також це стало хорошою можливістю для привернення уваги та збільшення лояльності споживачів.

Корпорація «Рошен» може використати досвід McDonald's та залучити своїх споживачів до створення власних шоколадних батончиків, печива, вафель з новими смаками, тортів тощо. Завдяки цьому компанія може збільшити лояльність клієнтів, привернути увагу нових та проаналізувати їх смаки. Також нова продукція могла б допомогти збільшити продажі. Ми знаємо, що споживачі дуже вибагливі і все стандартне йому набридає саме тому ПрАТ «Київська кондитерська фабрика

«Рошен» має слідувати сучасним тенденціям і враховувати потреби потенційних споживачів, оскільки вони вимагають більш унікальних пропозицій та якості.

Будь-яка компанія повинна прагнути до підвищення якості своєї продукції, особливо якщо це стосується харчової промисловості. Оскільки конкуренція на ринку кондитерських виробів постійно зростає, а вимоги споживачів до якості продукції стають все більшими це стає особливо важливим для корпорації Рошен. Рекомендації наведені вище можуть допомогти значно покращити якість продукції, зберегти та зміцнити свою лідируючу позицію. Підвищення якості продукції – це постійний процес, саме тому ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» повинна продовжувати вдосконалювати свою систему контролю якості, впроваджувати нові технології та методи виробництва і не менш важливо реагувати на зміни потреб споживачів і тенденції ринку.

## ВИСНОВКИ

В першому розділі курсової роботи ми розглянули теоретичні засади якості продукції. Якість продукції включає в себе багато показників, а також є багато чинників, які впливають на неї. Важливу роль в конкурентоспроможності підприємства відіграє якість продукції, а постійне її покращення є стратегічним завданням будь-якого підприємства. Показники та критерії, які визначають якість продукції є важливими адже завдяки їм можна визначити якість, конкурентоспроможність продукції, порівняти її з конкурентами та визначити цілі на її покращення тощо. Якість продукції визначається не лише стандартами і самим виробником, але й споживачами. Споживачи можуть як визначити якість продукції і її відповідність ціні так жоду і не визначити.

Вплив на якість продукції чинять не лише внутрішні чинники, але й зовнішні. Було розглянуто, що попит та пропозиція теж діють на якість продукції. До прикладу чим більше пропозиція тим важче компаніям завоювати споживача, а отже підприємства будуть робити все для того щоб їх продукція виділялася в тому числі і покращення якості продукції.

Методика оцінки якості продукції дає об'єктивну оцінку та може допомогти ухвалювати рішення щодо покращення якості продукції. Оцінка якості продукції є дуже важливою і складається з багатьох етапів.

У другому розділі ми з'ясували, що ринок кондитерських виробів в Україні дуже насичений та конкурентний, а ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» провідний гравець на цьому ринку. Завдяки чіткій системі якості корпорація «Рошен» втримує лідируючі позиції на ринку

Підвищення якості продукції є не тільки вимогою ринку, а й стратегічним завданням для будь-якої компанії, яка працює в харчовій промисловості та намагається зберегти і зміцнити свою конкурентоспроможність. Дослідження системи якості на прикладі ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» показує, що компанія серйозно підходить до якості продукції і активно працює над її поліпшенням, адже конкуренція на ринку постійно зростає як і вимоги споживачів до якості продукції.



В цій роботі було розглянуто різні всесвітні стандарти якості такі як: ISO 9001:2008, ISO 22000:2005, IFS тощо. Упровадження та дотримання цих міжнародних стандартів має позитивний вплив для ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», адже це впливає на покращення системи якості продукції, підвищення безпеки продукції від початкових етапів виробництва до збуту товару. Також дотримання міжнародних стандартів впливає на імідж компанії та можливостей експорту.

Система якості продукції корпорації «Рошен» відповідає сучасним стандартам та вимогам якості, хоча є можливості для вдосконалення якості продукції.

Впровадження рекомендацій наведених у цій курсовій роботі, може значно покращити якість продукції ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» і допомогти компанії зберегти та зміцнити своє лідируюче становище на ринку кондитерських виробів. Зокрема впровадження нових технологій, удосконалення системи управління якістю, підвищення компетентності персоналу, використання якісної сировини та зворотній зв'язок з споживачами допоможе підприємству забезпечити споживачів надійною та високоякісною продукцією.

В курсовій роботі був наведений приклад комунікації з споживачами і як ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» може перейняти цей досвід для себе та збільшити не лише лояльність споживачів, але й якість продукції.

Підвищення системи якості є постійним процесом. Рекомендації, які наведені в цій роботі можуть стати значним кроком у покращенні якості продукції компанії «Рошен». Запровадження запропонованих заходів дозволить клієнтам отримувати надійні та високоякісні товари, а також зберегти та зміцнити лідируючі позиції на ринку.

ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» має всі шанси залишатися одним із провідних виробників кондитерської продукції в Україні та за її межами завдяки постійному вдосконаленню своєї системи контролю якості та реагуванню на зміни у вимогах споживачів та ринкових умовах.

## **РЕЗЮМЕ**

В цій курсовій роботі розглядаються якість продукції та її критерії. Як якість впливає на конкурентоспроможність підприємства. Об'єктом дослідження стала ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

Перший розділ курсової роботи розглядає важливість якості продукції як ключовий момент конкурентоспроможності в сучасних умовах ринку. Вплив зростання потреб споживачів на якість, закономірне покращення якості та його зв'язок з динамікою ринку. Постійне вдосконалення продукції є необхідним для успішного розвитку компанії. Далі було розглянуто показники та критерії якості продукції. Основою управління якістю продукції є система показників та критеріїв. Показники якості можна подати в декілька груп, а самі показники мають бути постійними та враховувати сучасні тенденції. В останньому підпункті першого розділу розглядалися методики оцінки якості продукції, важливість оцінки якості та основні етапи і методи оцінки.

В другому розділі ми досліджували ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» – об'єкт нашого дослідження. В першому підрозділі ми здійснили загальну характеристику організаційно-економічної діяльності підприємства. Зробили огляд основних напрямків діяльності корпорації «Рошен» та системи управління компанії. Також було проаналізовано фінансові показники компанії. В другому підрозділі було розглянуто впроваджені системи якості на ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен». Також в цьому розділі є аналіз конкурентного середовища та SWOT-аналіз корпорації «Рошен». В третьому підрозділі представлені заходи для підвищення якості продукції на підприємстві. Після проаналізованої інформації про фабрику «Рошен» було надано рекомендації, які могли б допомогти покращити якість продукції ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

## **RESUME**

This term paper discusses product quality and its criteria. How quality affects the competitiveness of an enterprise. The object of research is PrJSC “Kyiv Confectionery Factory Roshen”.

The first section of the term paper discusses the importance of product quality as a key point of competitiveness in today's market conditions. The impact of growing consumer needs on quality, the natural improvement of quality and its relationship with market dynamics. Continuous product improvement is essential for the successful development of a company. Next, the indicators and criteria of product quality were discussed. The basis of product quality management is a system of indicators and criteria. Quality indicators can be categorized into several groups, and the indicators themselves should be constant and take into account current trends. In the last subparagraph of the first section, we discussed the methods of product quality assessment, the importance of quality assessment, and the main stages and methods of assessment.

In the second section, we studied PrJSC Kyiv Confectionery Factory Roshen, the object of our research. In the first subsection, we provided a general description of the organizational and economic activities of the enterprise. We reviewed the main areas of activity of Roshen Corporation and the company's management system. We also analyzed the company's financial performance. The second subsection describes the quality systems implemented at PrJSC “Kyiv Confectionery Factory Roshen”. This section also contains an analysis of the competitive environment and a SWOT analysis of Roshen Corporation. The third subsection presents measures to improve product quality at the enterprise. After analyzing the information about the Roshen factory, the following recommendations were made that could help improve the quality of the products of PrJSC “Kyiv Confectionery Factory Roshen”

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

(б. д.). ISO - International Organization for Standardization. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:22000:ed-1:v1:en>

(б. д.). ISO - International Organization for Standardization. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-4:v2:en>

00382125 - ПРАТ "КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА "РОШЕН" - Clarity Project. (б. д.). Clarity Project. <https://clarity-project.info/smida/00382125>

18.1. *Поняття якості, характеристика її показників і значення для підвищення конкурентоспроможності продукції* - бібліотека *buklib.net*. (б. д.). Головна - Бібліотека BukLib.net. <https://buklib.net/books/29675/>

7.2. *Класифікація показників якості продукції* - бібліотека *buklib.net*. (б. д.). Головна - Бібліотека BukLib.net. <https://buklib.net/books/36015/>

*ROSHEN corporation*. (б. д.). RO SHEN Corporation. <https://www.roshen.com/ua>

Безродна, С. (2012). *Якість продукції як економічна категорія та об'єкт управління* [Неопубл. Doctoral dissertation]. Національний університет харчових технологій.

*Група стандартів IFS / Міжнародні стандарти / Лілія*. (б. д.). Ефективний менеджмент якості харчових продуктів. <http://lilia.com.ua/mizhnarodni-standarti/grupa-standartiv-ifs>

Ілляшенко, С. М. (2005). *Маркетингова товарна політика*. Університетська книга.

*Київська кондитерська фабрика "Рошен"*. (2024, 4 травня). You Control. [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/00382125/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/00382125/)

Лобоцька, Л., Петренко, О., & Присяжнюк, К. (2021). Стан ринку і проблеми кондитерської галузі України на сучасному етапі. *Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття* (с. 130). Одеська національна академія харчових технологій.

*Методи контролю. Методи визначення значень показників якості продукції*. (б. д.). StudFiles. <https://studfile.net/preview/5601484/page:14/>

*Опендатабот*. (б. д.). Опендатабот. <https://opendatabot.ua/c/00382125>

Савуляк, В. (2012). *Управління якістю продукції*. ВНТУ.

Світличин, І. І. (2023). Методичний підхід до оцінювання якості продукції.

*Сертифікація*. (б. д.). ROSHEN Corporation. <https://www.roshen.com/ua/ua/pro-roshen/sertyfikatsiya>

*Що таке стандарт ISO? - Одеський національний медичний університет*. (б. д.). Одеський національний медичний університет. <https://onmedu.edu.ua/shho-take-standart-iso-9001/#:~:text=ISO%209001%20-%20це%20система%20управління,компанія%20контролює%20якість%20на%20виробництві>.

Юлько, Є., & Савела, Є. (2021). Процес прийняття управлінських рішень на прикладі ПрАТ«Київська кондитерська фабрика «Рошен». У *Економіка та управління соціально-економічним розвитком країни в умовах глобалізаційних викликів* (Г. Разумова, Науковий керівник; с. 242). Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ.

*Як McDonald's Україна вибирав переможців конкурсу "Мій бургер" (фоторепортаж)*. (б. д.). Асоціація ритейлерів України – The profile association of retail market players. <https://rau.ua/novyni/mcdonalds-ukraine-burger-fotoreportazh/>