

Івашко Л.М., к.е.н., доц.
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова
Михайлова Д.С., фахівець
компанія KISS Chocolaterie, Одеса, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ З ВИРОБНИЦТВА ШОКОЛАДНИХ ЦУКЕРОК ТА ШОКОЛАДУ

Вступ. У сучасних умовах розвитку економічної системи нашої держави, виробникам стає все важче відстоювати свої конкурентні позиції на ринку товарів і послуг. У зв'язку з тим, що реальний сектор економіки сьогодні все більше витісняється посередницькими структурами, а ринок України переповнений порівняно дешевими (хоча і не завжди якісними) імпортними товарами, перед вітчизняними виробниками гостро постає проблема реформування власних виробничих процесів на основі стратегічного управління. Стратегічне управління - це сучасна концепція ведення бізнесу, яка включає визначення цілей і завдань, напрямків діяльності, створює орієнтир для розміщення та використання ресурсів і реалізації заходів для досягнення поставлених цілей. У сьогоднішньому ринковому середовищі компанії більше, ніж будь-коли раніше, вимагають чітких стратегій діяльності, що виділяють конкурентні переваги, які будуть затребувані ринком, і описують механізми досягнення таких переваг. Стратегія грає роль сполучної ланки між вимогами зовнішнього і внутрішнього середовищ, наявністю ресурсів і конкурентними перевагами. Відомо, що впровадження новітніх виробничих технологій може не вплинути позитивно на результати діяльності підприємства,

якщо воно не було здійснено відповідно до певних стратегій. Найвищим пріоритетом в управлінні підприємством і, зокрема, ключовою метою виробничої стратегії є отримання прибутку, а також забезпечення високої якості продукції підприємства.

Розробка виробничої стратегії підприємства в ринкових умовах є одним з основних завдань планування соціально-економічного розвитку підприємства. Виробництво повинно бути орієнтоване на повне використання наявних виробничих можливостей для задоволення потреб ринку продукції, забезпечення високої якості товарів, а також оптимальне використання трудових і матеріальних ресурсів.

Економіко-математичне моделювання у стратегічному управлінні полегшує процеси прийняття рішень на підприємстві.

Основний текст. Метою дослідження є аналіз ринку кондитерських виробів України; висвітлення актуальних теоретичних і практичних аспектів стратегічного управління підприємства з виробництва шоколадних цукерок та шоколаду, зокрема виробничої стратегії, та застосування економіко-математичних методів та моделей для вирішення задач виробничої стратегії; застосування економіко-математичного моделювання для оптимізації використання ресурсів з метою максимізації загальної вартості продукції, проведення аналізу чутливості рішення до зміни умов.

У роботі розглядається виробнича стратегія промислового підприємства на прикладі виробництва шоколадних цукерок та шоколаду.

На сучасному етапі економічного розвитку України, в умовах соціально-орієнтованої економіки, підприємства кондитерської промисловості у своїй діяльності основну увагу приділяють задоволенню потреб населення у високоякісних кондитерських výroбах, аби не лише втриматися на ринку, а й досягнути високого рівня ефективності. У зв'язку з цим, важливого значення набувають проблеми ефективного функціонування підприємства кондитерської промисловості, а також визначення його стратегічних пріоритетів розвитку та прийняття ефективних рішень з питань регулювання цього розвитку.

За даними аналітиків у структурі ринку кондитерських виробів України на сьогодні найбільшу частку складає власне виробництво – це викликано, зокрема, високим рівнем попиту на солодощі серед населення, а також великі обсяги експорту української продукції [1].

На українських прилавках переважає продукція вітчизняних виробників. Вона привабливіша для українців за співвідношенням ціна-якість. Зарубіжні бренди представлені переважно у сегментах шоколаду і виробів з нього верхнього цінового діапазону.

Тенденції розвитку кондитерського ринку України визначатимуться збільшенням товарного обороту з країнами ЄС, переходом виробничих норм до міжнародних стандартів, а також якісними змінами в структурі споживання (як приклад, розвиток кондитерських майстерень та збільшення попиту на шоколадні вироби власної роботи) [1, 2, 3].

Аналіз, виконаний компанією Pro-Consulting, демонструє, що серед сегментів кондитерської промисловості, що виробляються, найбільшу частку

займає шоколад та шоколадні вироби, у той час, коли частка цукрових виробів продовжує скорочуватись у відповідь на тенденції в споживанні – зростання моди на здорове харчування та заміна на більш корисні солодоші для організму. На внутрішньому кондитерському ринку продукція з шоколаду займає 28% від його загального обсягу. З кожним роком падає виробництво кондвиробів з натуральним цукром і переважає органічне виробництво [2]. Окрім того, відбувається збільшення ролі шоколаду та жувальних цукерок, особливо в азійських країнах, адже вони прагнуть бути схожими на європейців. Проте, найпопулярнішими серед споживачів залишаються борошняні вироби, які приваблюють своєю ціною, за ними в рейтингу слідують цукрові вироби, які значно дешевші за шоколадні аналоги, і на останньому місці – вироби з шоколаду.

Хоча кондитерські вироби популярні серед населення нашої країни, вони все ж не є продуктами першої необхідності. Тому попит на солодоші на внутрішньому ринку сильно залежить від стану гаманця споживача. При падінні купівельної спроможності українці скорочують витрати на кондитерські вироби – купують менше цих товарів або вибирають дешевшу продукцію. Основну аудиторію покупців кондитерських виробів становлять жінки всіх вікових категорій [3].

З початку 2018 року українські виробники шоколаду перейшли на європейські стандарти, які не дозволяють використовувати низку шкідливих речовин – наприклад, різних замінників какао-масла чи ароматизаторів, – а також чітко регламентують необхідну кількість какао в різних сортах шоколаду. Існує думка, що перехід маленьких виробників, яких на кондитерському ринку України чимало, до високих стандартів дасть їм поштовх до розвитку. Проте не для всіх це буде легко, адже перехід до нових стандартів вимагає заміни обладнання, рецептури й сировини. Ринок солодошів в Україні насичений і досить монополізований великими компаніями. Тож, аби конкурувати, потрібно створити цікавий та унікальний продукт, а не конкурувати з аналогічними продуктами. Щоб зацікавити споживача, потрібно запропонувати йому те, чого він ще не куштував [4].

Важливість змін у стратегії підприємства з виробництва шоколадних цукерок та шоколаду визначається протиріччям між практичними цілями підприємства та ситуацією, що складається для цього підприємства на ринку.

Основними параметрами, що враховуються при визначенні виробничих стратегій, є: обсяги продукції, які мають бути забезпечені у певний стратегічний період; строки проведення заходів щодо перетворення виробництва й адаптації необхідних інновацій (технологій, устаткування, організаційних нововведень тощо) до реальних умов діяльності підприємства з метою забезпечення його функціонування в довгостроковій перспективі; досягнення певного рівня витрат на виробництво. Підприємству потрібна об'єктивна оцінка їх виробничої діяльності, точне прогнозування можливих наслідків прийняття рішень, розробка різних варіантів подальшого розвитку, ефективного використання ресурсів, розрахунку упущеної економічної вигоди і оцінки резервів. Постановку і рішення таких проблем доцільно проводити із застосуванням економіко-математичних моделей.

Використання моделей дозволяє краще зрозуміти різноманіття взаємозв'язків і чинників; обґрунтувати причинно-наслідкові залежності; вивчити

функціонування підприємства як системи; розробити різні варіанти досліджуваної виробничої стратегії в широкому діапазоні вихідних умов і припущень; провести дослідження на модельному рівні стратегій управління, зокрема й виробничої стратегії, та оцінити доцільність їх реалізації на практиці.

Висновки та пропозиції. Отже, у роботі обґрунтовано використання можливостей економіко-математичного моделювання для розв'язання задач виробничої стратегії компанії з виробництва шоколадних цукерок та шоколаду.

Список використаних джерел:

1. Аналіз ринку кондитерських виробів України. 2017 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-konditerskih-izdelij-ukrainy-2017-god-1> (дата звернення: 17.11.2018).
2. Новий етап солодкого життя: аналіз ринку шоколадних кондитерських виробів в Україні. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/novyj-etap-sladkoj-zhizni-analiz-rynka-shokoladnyh-konditerskih-izdelij-v-ukraine> (дата звернення: 17.11.2018).
3. Елементи солодкого життя: особливості українського ринку кондитерських виробів. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/elementy-sladkoj-zhizni-osobennosti-ukrainskogo-rynka-konditerskih-izdelij> (дата звернення: 17.11.2018).
4. Гладченко М. Made in Lviv. Фабрика, яка дивує своїми цукерками. Твоє місто URL: http://tvoemisto.tv/exclusive/made_in_lviv_fabryka_yaka_dyvuie_svoimy_tsukerkamy_91326.html (дата звернення: 17.11.2018).