

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ БУДІВНИЦТВА ТА ТРАНСПОРТУ

*Кафедра транспортних технологій*

**Пояснювальна записка**

до кваліфікаційної роботи

**СВО «МАГІСТР»**

**на тему:** «Підвищення ефективності транспортування продуктів харчування за рахунок удосконалення логістичних маршрутів на прикладі ПП «Чілі-піца»

---

**Виконав:** здобувач вищої освіти  
2м курсу, групи ТРТ 2301м,  
спеціальності 275 «Транспортні  
технології (за видами)» спеціалізації  
275.03 «Транспортні технології  
(на автомобільному транспорті)»

Колодяжний Сергій Вячеславович  
(прізвище та ініціали)

**Керівник:** доцент Ярошенко П. М.  
(прізвище та ініціали)

**Рецензент:** к.т.н. Луцьковський В.М.  
(прізвище та ініціали)

**СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ****Факультет будівництва та транспорту**

**Кафедра:** транспортних технологій

**Ступінь вищої освіти:** «Магістр»

**Спеціальність:** 275 «Транспортні технології (за видами)»

**Спеціалізація:** 275.03 «Транспортні технології (на автомобільному транспорті)»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан факультету будівництва та транспорту

\_\_\_\_\_ к.т.н, доцент Соларьов О. О.

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 року

**З А В Д А Н Н Я****НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Колодяжного Сергія Вячеславовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

**1. Тема кваліфікаційної роботи:** «Підвищення ефективності транспортування продуктів харчування за рахунок удосконалення логістичних маршрутів на прикладі ПП «Чілі-піца»

**керівник кваліфікаційної роботи:** к.т.н., доцент Ярошенко Павло Миколайович  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджена наказом закладу вищої освіти від « 29 » 03. 2024 року № 932 / ос

**2. Строк подання здобувачем кваліфікаційної роботи:** 18 грудня 2024 року

**3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи:** \_\_\_\_\_  
Річні звіти базового підприємства, нормативно-технічна документація, наукові та літературні джерела, інтернет-ресурси.

**4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):**  
реферат, вступ, аналітична частина, основна частина, охорона праці, економічне обґрунтування, висновки, список використаної літератури, додатки

**5. Перелік графічного (ілюстративного) матеріалу:** \_\_\_\_\_  
Ілюстративний матеріал у вигляді презентації Microsoft Power Point на 10 аркушах (слайдах) формату А4.

## 6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Економічне обґрунтування	к.е.н., доцент Тарельник Н. В.		
Охорона праці	ст. викладач Таценко О. В		

7. Дата видачі завдання: 04 березня 2024 року

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів кваліфікаційної роботи	Погоджено з керівником кваліфікаційної роботи
1.	Обрання теми	до 15.01.2024 р.	
2.	Аналіз літературних джерел з обраної тематики	до 19.02.2024 р.	
3.	Складання плану роботи	до 04.03.2024 р.	
4.	Написання вступу	до 18.03.2024 р.	
5.	Підготовка розділу «Аналітична частина»	до 01.05.2024 р.	
6.	Підготовка розділу «Основна частина»	до 02.09.2024 р.	
7.	Підготовка розділу «Охорона праці»	до 01.10.2024 р.	
8.	Підготовка розділу «Економічне обґрунтування»	до 18.11.2024 р.	
9.	Написання висновків та пропозицій	до 02.12.2024 р.	
10.	Подання роботи на перевірку унікальності	до 10.12.2024 р.	
11.	Подання роботи на рецензування	до 13.12.2024 р.	
12.	Подання до попереднього захисту	до 18.12.2024 р.	

Здобувач вищої освіти

\_\_\_\_\_

(підпис)

Колодяжний С. В. \_

(прізвище та ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи

\_\_\_\_\_

(підпис)

Ярошенко П. М. \_

(прізвище та ініціали)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 42 стор., 5 рис, 11 табл., 27 джерел.

Мета роботи: обґрунтування параметрів раціональної транспортно-технологічної схеми доставки вантажів у міжнародному сполученні, що забезпечують підвищення показників конкурентоспроможності підприємства на ринку логістичних послуг.

Об'єкт дослідження: процес доставки продуктів харчування.

Для досягнення поставленої мети вирішуються такі завдання:

- 1) аналіз ринку логістичних послуг, визначення перспективного сегмента, прогнозування попиту на логістичні послуги, розрахунок показників конкурентоздатності підприємства; аналіз сучасного стану організації перевезень на підприємстві, виявлення проблем та визначення перспективних напрямків розвитку підприємства;
- 2) аналіз можливих варіантів вирішення проблем в організації перевезень, обґрунтування комплексу заходів, спрямованих на підвищення показників конкурентоздатності підприємства на ринку логістичних послуг;
- 3) економічна оцінка ефективності запропонованих технологічних рішень.

Практична цінність роботи полягає в обґрунтуванні параметрів системи управління запасами, що дозволяє скоротити логістичні витрати та підвищити ефективність використання оборотних коштів власника вантажу, а також в обґрунтуванні вибору схеми зворотного завантаження, що дозволяє зменшити вірогідності збитків.

## ЗМІСТ

Реферат .....	5
<b>ВСТУП</b> .....	<b>6</b>
<b>1 АНАЛІТИНА ЧАСТИНА</b>	
1.1 Сутність удосконалення перевезень вантажу.....	7
1.2 Оцінка основних аспектів сучасної організації перевезень вантажів та їх вплив на ефективність роботи компанії.....	13
1.3 Сучасний підхід до удосконалення вантажних перевезень.....	16
<b>2 ОСНОВНА ЧАСТИНА</b>	
2.1 Характеристика ПП «Чілі-піца».....	21
2.2 Конкуренти та конкурентоспроможність компанії.....	22
2.3 Переваги та слабкі сторони.....	24
2.4 Персонал та відділи компанії.....	26
2.5 Дії для збільшення конкурентоспроможності компанії.....	27
<b>3 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА</b>	
3.1 Детальний розгляд заходів для підвищення конкурентоспроможності... ..	30
<b>4 ОХОРОНА ПРАЦІ</b>	
4.1 Охорона праці в закладі «Чілі-піца».....	34
4.2 Безпека життєдіяльності та система управління безпекою дорожнього руху.....	35
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	<b>38</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	<b>39</b>
<b>ДОДАТКИ</b> .....	<b>42</b>

## ВСТУП

Ефективність роботи будь-якого підприємства залежить від відповідно потрібної взаємодії всіх його підсистем, а саме у нашому випадку - логістика. Ці процеси впливають на економічні показники компанії, визначаючи її фінансові результати та ринкову позицію. Створення дієвого способу організації правління компанії являється дуже потрібним завданням щоб збільшити здатність конкурувати з іншими закладами. Бо одною з головних завдань бізнесу в наш час є задоволення потреб споживачів, акцент слід робити на збуті продукції, а вже потім на виробництві та постачанні. Таким чином, управлінські процеси повинні бути сфокусовані на створенні оптимальних умов для функціонування усієї ланцюгової системи логістичного процесу, який забезпечує ефективне переміщення матеріальних ресурсів.

Метою магістерської роботи є підвищення ефективності транспортування продуктів харчування беручи для раціоналізації маршрутів логістики на прикладі ПП "Чілі-піца".

## 1. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА

### 1.1 Сутність удосконалення перевезень вантажу.

Автомобільний транспорт є найважливішим і найпоширенішим видом вантажних перевезень. Такий різновид перевезень вантажу треба застосовувати щоб доставляти багатогабаритні посилки і доставки товарів, придбаних в магазинах (наприклад, обладнання, побутової техніки, меблів) клієнтам.

Плюсом вантажних перевезень автомобільним ТЗ є такі складові:

1. Відносно швидка доставка (одне з цих, це перевезення вантажів у межах певної території може зайняти лише кілька годин, тоді як перевезення вантажів прямо по всій країні здійснюється за менше 7 днів);

2. Мобільність ТЗ (транспортних засобів), це те, як товари можуть перевозитися безпосередньо до клієнтів без проміжних перевантажень на других ТЗ. Порівняно з цими видами ТЗ, можна згадати повітряний транспорт. У цьому випадку замовник або перевізник зобов'язаний проконтролювати, щоб після отримання товару в аеропорту він був завантажений на транспортний засіб для перевезення далі до потрібного місця.

3. Велика якість перевозок небезпечних, крихких та швидкопсувних вантажів. Пакування у наш час, засоби та обладнання для їх кріплення до транспортного засобу для забезпечення збереження посилок під час перевезень довгий час.

4. Витрати на автотранспорт (на невеликі відстані) відносно низькі.

5. Вантаж не повинен бути консолідованим. Клієнтам, які віддають перевагу доставці вантажів ТЗ, не треба чекати на консолідацію вантажу, наприклад, для заповнення вагонів поїзда. Їм потрібно взяти ТЗ з відповідаючий нормам для перевезень цих вантажів підходящою місткістю.

Але автомобільний транспорт має свої недоліки. Основними недоліками є дуже висока складність транспортування вантажів на велику відстань і високі транспортні витрати у віддалені райони в межах одного континенту. Він також сильно залежить від якості, технічного стану та пропускної здатності дорожню інфраструктуру для перевезення великих розмірів вантажів.

Теорія транспорту має зосередитися на 2 оптимізованих перевезень:

- Традиційні
- Логістика із залученням комбінованих транспортних операторів.

Розглянемо у таблиці, що представляють ці два підходи в таблиці 1.1

Таблиця 1.1

Визначення підходів при раціоналізації перевезень

Традиційний підхід (пряме і змішане пересування)	Логістичний підхід (мультимодальне перевезення)
Можливість 2-х та більше видів транспорту	Два і більше види транспорту
Відсутність єдиного оператора перевезення	Єдина наскрізна ставка на транспортування
Послідовна схема взаємодії учасників	Послідовно - центральна схема взаємодії учасників

Для доставки товарів компанії використовують власні транспортні засоби, громадський транспорт, колективні або індивідуальні транспортні засоби, що належать компаніям. Автомобільний ТЗ перевозить вантажі з різними фізичними характеристиками та типами упаковки, що зумовлено його особливою структурою. Тип вантажів являється одним з головних принципів, для вибору типу транспортного засобу, умов експлуатації, способів завантаження і розвантаження тощо.

Класифікація вантажу відображає його характеристики і визначає різні аспекти процесу транспортування і збереження. Класифікацію вантажу відповідно за видом ступеня забруднення кузова зображено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

«Класифікація вантажів за ступенем забруднення кузова».

Група вантажів	Види вантажів
0	Продукти харчової, м'ясо-молочної та рибної промисловості
1	Продукти хіміко-фармацевтичної, легкої та поліграфічної промисловості
2	Продукти сільського господарства (зерно, насіння, сіно, солома, комбікорми)
3	Овочі, баштанні культури, фрукти, ягоди
4	Продукти деревообробної та целюлозно-паперової промисловості, скло, сантехнічні та будівельні матеріали
5	Руди металеві, вугілля, шлаки та цемент
6	Нафтопродукти, масла, гази
7	Бітум, асфальт, гудрон та ін.
8	Живність, шкіра, відходи м'ясної промисловості
9	Добрива органічні, мінеральні, отрутохімікати та рідкі отрути

Ступінь забруднення у кузові варіюється від «нуля» до «дев'яти», що свідчить про те, що будь-який вантаж із забрудненням «нуль» можна перевозити після вантажу, де ступінь забруднення відповідає «один».

На рисунку 1.1. зображено у вигляді схеми види швидкокопсувних вантажів.

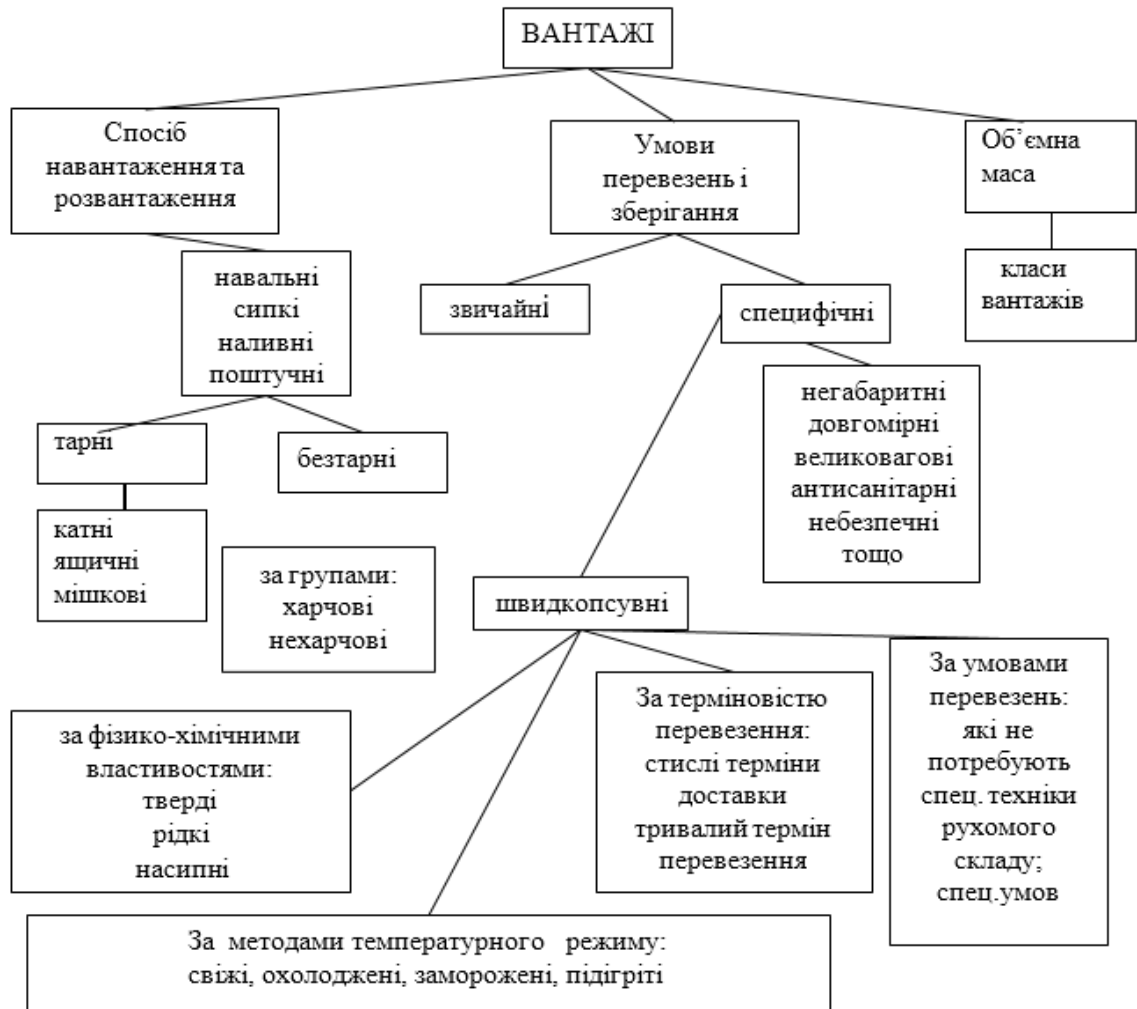


Рисунок 1.1. – Місце швидкопсувних вантажів у загальній класифікації вантажів

До категорії швидкопсувних належать продукти, що вимагають особливих умов зберігання і транспортування. Вони повинні перевозитися строго в заздалегідь обумовлені терміни. До найбільш популярних видів швидкопсувних продуктів належать:

- Фрукти, ягоди та овочі;
- М'ясо (в холодному або замороженому вигляді);
- Молочні продукти;
- Живі рослини;
- Заморожені продукти;
- Фармацевтична продукція».

Таким чином, суть вантажних перевезень полягає в переміщенні вантажів із пункту відправлення в пункт призначення. Існує два види перевезень: прямі та змішані. Критерії класифікації вантажів дуже різноманітні. Вантажі розрізняють за умовами навантажувально-розвантажувальних робіт, об'ємом, пакуванням та умовами зберігання. Швидкопсувна продукція класифікується за фізичними, термінами доставки, групою та принципом доставки.

Ефективним є зробити огляд циклічного характеру перевезення товарів.

Основний рух товарів починається в місці їх виробництва і закінчується в пункті кінцевого споживання. Сам процес транспортування починається з етапу підготовки товарів до основного перевезення (наприклад, сортування, пакування, маркування).

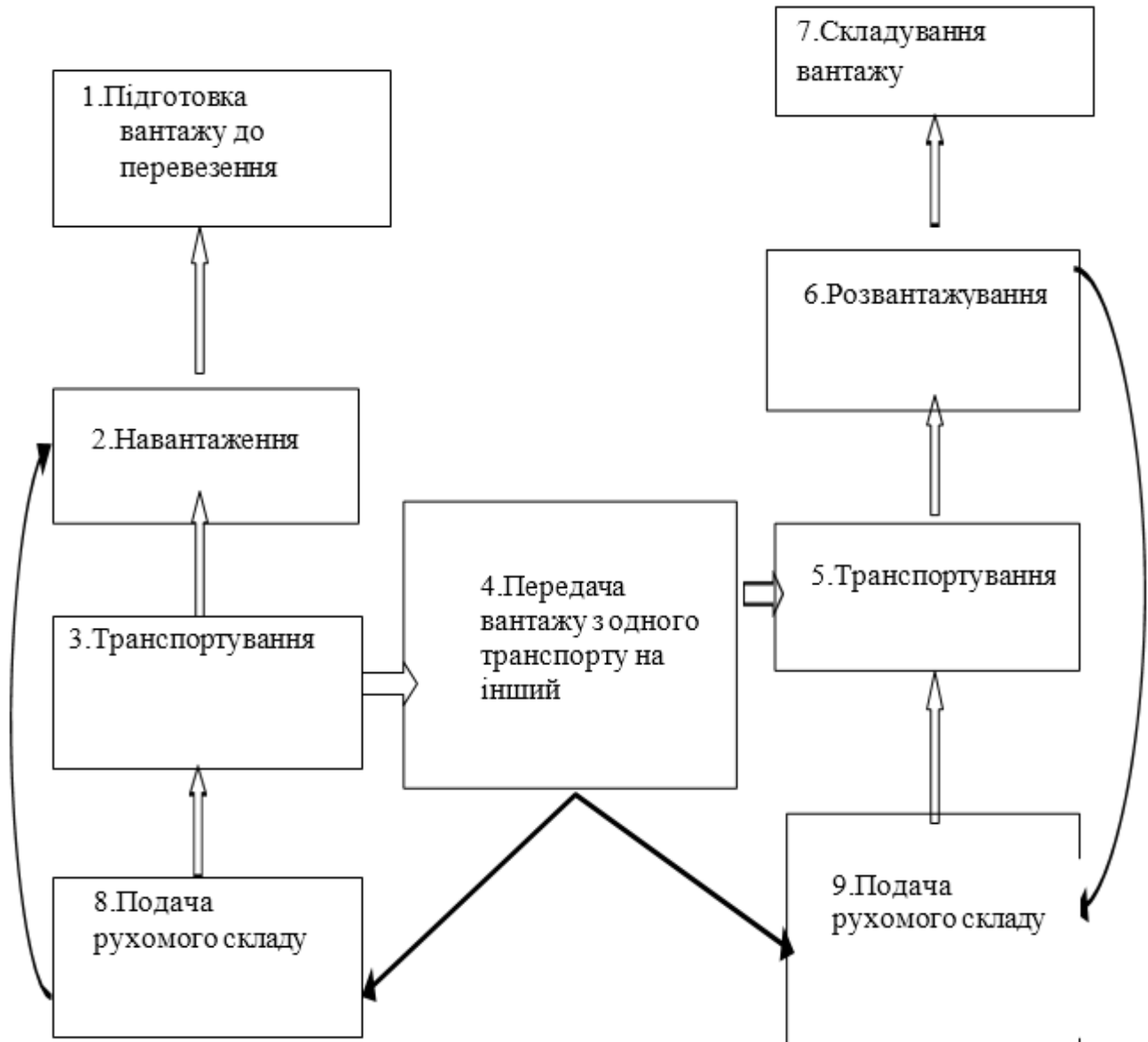


Рис. 1.2 – Алгоритм при оптимізації перевезення вантажів

Таким чином, методологічною основою організації вантажних перевезень є процес зближення вантажовідправника та вантажоодержувача. До обов'язків вантажовідправника входить процес перед відправкою вантажу, завантаження, пакування та поводження з вантажним кріпленням. Відправник зобов'язується доставити вантаж вчасно і дотримуватися умов збереження і перевозку вантажу. Одержувач забезпечує вивантаження та огляд вантажу.

## **1.2 Оцінка основних аспектів сучасної організації вантажних перевезень та їх вплив на ефективність роботи компанії.**

- Для покращення оптимізації вантажних перевезень можна розглянути наступні пріоритети

- - Покращення швидкого плану управління з допомогою кваліфікованого диспетчера та спостереження, контролювання механізмів вантажних перевезень; підтвердження угоди, про умови праці кваліфікованих робочих спеціальностей різного типу, але однієї направленості (наприклад диспетчерів, водіїв, вантажників, комірників і т.д.);

- Скорочення часу, відведеного на окремі етапи в організації транспортних поставок, шляхом застосування оптимальних і раціональних заходів, заснованих на завчасній підготовці етапів і деталей, автоматизація механізму процесу виробництва. Є задача зробити, та їх процес праці проходить так:

- Застосування сучасних, ефективних та результативних методів вантажних перевезень; швидка підготовка вантажів та відповідних документів; своєчасне та професійне завантаження вантажів на рухомий склад; використання контейнерів, піддонів та напівпричепів, які можуть міняти;

- відповідні вимоги щодо параметрів транспортних засобів та засобів завантаження/розвантаження для вантажів, що перевозяться.

Фактична наявність та використання сучасних комунікаційних та систем в електронному вигляді, що роблять своєчасно надавати необхідну інформацію учасникам процесу управління логістичним ланцюгом. «Наразі відомими показниками для ефективно оцінки оптимізації вантажних автомобільних перевезень є: методи вимірювання ефективності окремих складових процесу доставки (своєчасність доставки вантажів, нормативні терміни вантажних перевезень, виникнення дефектів у процесі вантажних перевезень, ефективність роботи вантажно-розвантажувальних машин, ефективність роботи транспортних засобів), ефективність інтермодальних перевезень вантажних автомобільних перевезень Специфічні граничні показники (наприклад, трудомісткість основних складових транспортного алгоритму).

Для того, щоб ефективно оцінити створені методики ефективного процесу перевезень вантажу треба застосовувати наступні параметри: «легкість автоматизації» - формулювання алгоритмічних розрахунків; “відкритість знань” - широта і глибина всієї доступної інформації у сфері аналітики.

Для цих параметрів і вимог підходить метод, який часто називають «матричним моделюванням». Саме по собі матричне моделювання в сфері розрахунку ефективності дозволяє не тільки всебічно вивчити поточний стан досліджуваного явища у всіх його аспектах, а й допомагає комплексно виявити раніше невикористані внутрішні резерви з метою підвищення ефективності логістичних потоків. У сучасних умовах застосування матричної моделі в найбільш загальному вигляді відображає структурні взаємозв'язки між показниками результату управління і виступає універсальним інструментом для роботи параметрів, вимірювання, зрівнянні з іншими прогнозу цих характеристик на будь-якому підприємстві, незалежно від його техніко-технологічних особливостей».

З наведених вище індикаторів слід застосовувати ті, що використовуються для побудови матриці. Тому першочергово відбір показників слід здійснювати на основі критеріїв. Загальними критеріями підбору відповідних показників, що пов'язані зі специфікою матричного моделювання, є порівнянність, варіативність зі зміною позиції підприємства, достовірність і доступність, повторюваність фінішним результатом цих процесів. З урахуванням цих параметрів було здійснено раціональний відбір показників для побудови оптимізованої моделі ефективності доставки вантажу на основі матричного підходу. Це й підхід зображений в таблиці

1.3

Таблиця 1.3

Обґрунтування загальних критеріальних показників ефективності перевезень  
вантажів

Показники	Критерії вибору			
	співставність	мінливість із змінною становища підприємства	доступність та достовірність	відображення результатів діяльності
1	2	3	4	5
Час доставки вантажу по факту, $T_{\text{пер ф}}$	-	+	+	+
Час доставки вантажу по плану, $T_{\text{пл пер л}}$	-	-	-	+
Загальний пробіг $L_{\text{заг}}$	+	+	+	+
Експлуатаційна швидкість $V_e$	+	+	+	+
Спискова кількість автомобілів $A_{\text{сп}}$	+	+	+	-
Час на навантаження та розвантаження автомобіля $t_{\text{н-р}}$	-	-	+	+
Час на навантаження - розвантаження за рік $T_{\text{н-р}}$	+	+	+	+
Технічна швидкість автомобіля $V_{\text{т}}$	+	+	+	+
Витрати $Z$	+	+	+	+
Вантажообіг $P$	+	+	+	+
Прибуток $\Pi$	+	+	+	+

### 1.3 Сучасний підхід до удосконалення вантажних перевезень

Діджиталізація послуг, включно з наданням комунальних послуг, стає головним рушієм діяльності уряду в охопленій війною Україні. Державне Міністерство розвитку громад та регіонального розвитку працює над усіма цифровими послугами. Основними принципами, які використовуються при розробці будь-якого цифрового рішення, є спрощення доступу до послуг, мінімізація взаємодії між громадянами (компаніями, перевізниками) та органами влади, економія часу та ресурсів, а також запобігання корупційним ризикам. Тому необхідно говорити не лише про надання та отримання послуг для «широкого загалу», а й про послуги, доступні для професійних груп, таких як перевізники, логістичні провайдери та посередники. У цій статті варто розглянути, чому такі послуги є особливо необхідними для бізнесу і що від цього виграють бізнес, з одного боку, і споживачі, з іншого. Перш за все. Планується запровадити електронну товарно-транспортну накладну замість чотирьох паперових.

Проектні дослідження щодо внесення електронних рахунків-фактур та нещодавнє дослідження внутрішнього ринку з метою визначення переваг запровадження електронних рахунків-фактур показали, що електронні рахунки-фактури мають значні переваги над паперовими рахунками-фактурами. Дослідження показали, що електронні інвойси не лише зменшують використання паперу та не потребують додаткового місця для зберігання, але й мають значно менший вплив на людський фактор.

У разі використання паперових накладних відбувається наступний документообіг за участю основних сторін: вантажоодержувача, вантажовідправника та перевізника. Чинне законодавство вимагає, щоб кожна сторона мала примірник накладної. Тому, якщо використовуються паперові накладні, оператор повинен роздрукувати чотири примірники накладної, і всі залучені сторони повинні підписати її.

Клієнт може заплатити перевізнику лише тоді, коли йому повернуть копію з підписами всіх учасників. Тому процес може тривати кілька тижнів. Діджиталізація має на меті пришвидшити обмін накладними більш ніж на 90%.

По-друге, використання паперових ТТН дуже залежить від «людського фактору». Тому можливі як якісні, так і кількісні маніпуляції з показниками. Зокрема, учасники логістичного ланцюга можуть втрачати паперові копії документів. У таких випадках процес підписання доводиться повторювати. За даними Держстату, у 2021 році компаніям довелося роздрукувати паперових документів на суму близько 700-850 мільйонів гривень при перевезенні близько 180 млн тонн вантажів. Підкреслимо, що є аспекти важливого запровадження накладних в електронному варіанті.

Застосування цих електронних векселів вся необхідна інформація зберігається на одному пристрої. З іншого боку, при використанні паперових векселів такі документи необхідно зберігати, і на практиці нерідко перевізникам доводиться мати при собі велику кількість різних бланків доручень, зокрема чотири векселі. Наступна перевага використання е-ТТН полягає у застосуванні електронного документообігу. Це дасть змогу за короткий час обмінюватись інформацією, підсумовуючи, чим швидше контрагенти роблять змогу обміну документацією, тоді швидше робиться бухгалтерські проводки або відповідні робочі платежі.

Процес в електронному вигляді має змогу допомогти прибрати людський фактор помилок, на багато зменшує втрати, або у деяких випадках і пошкодження фізичне документації і доповнюючи ще й екологічно чистіше сприяє на природу через відсутність бумаги.

Україна робить кроки щоб запровадити електронного паспорта. Однак війна внесла свої корективи. Стало зрозуміло, що компаніям та зацікавленим сторонам потрібен довший час для підготовки, і що держава тепер повинна гарантувати правову базу правил і норм.

Важливо вибрати тих, хто є у списку проектів. Орієнтуватися слід на потреби компанії чи бізнесу та їхній попередній досвід роботи з паперовим документообігом. Перелік постачальників послуг ЕДО знаходиться в інтернет ресурсному сайті е-ТТН.

Розробка бізнес-алгоритму на сайті з е –ТТН.

Такий шлях власне допоможе пройти та втілити в життя провайдер ЕДО. А саме, він самостійно буде здійснювати комунікацію стосовно підключення та самої інтеграції. Таким чином, провідні провайдери беруть на себе всі функції з метою комфортної співпраці робітників компанії з е -ТТН.

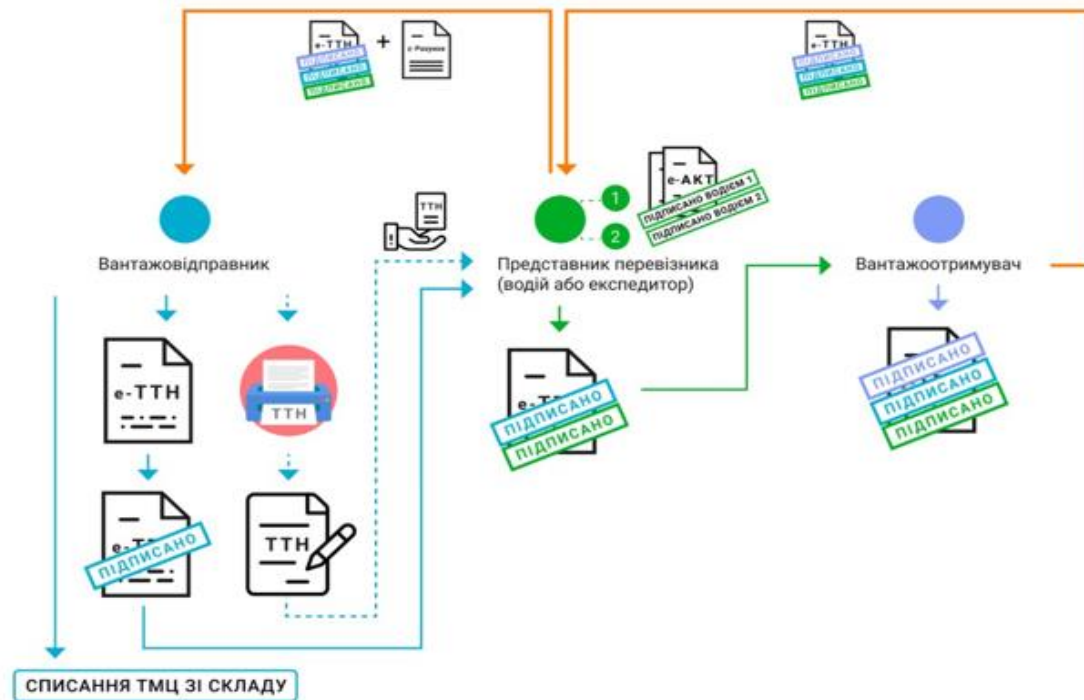


Рисунок 1.3 – Моделювання е - ТТН

Зазначимо, що у 2023 р використання цього все ще буде необов'язковим. Однак, дивлячись у найближче майбутнє, компаніям треба застосовувати такі прості та доступні інструменти вже зараз, щоб пришвидшити та оптимізувати бізнес-процеси і, що важливіше, заощадити наявні ресурси. Щоб застережи ти вас варто зробити такі кроки, як: на даний момент що необхідно мати при собі паперовий екземпляр, копію е-ТТН, щоб у випадку перевірки вантажного ТЗ робітниками державного Укртрансбезпеки.

Сучасний розвиток транспортно-експедиторської діяльності показує, що вона не може бути успішною без діджиталізації. Тому компанії, які хочуть знизити витрати і підвищити ефективність, змушені використовувати електронні коносаменти і утилізувати велику кількість паперу як носія для можливих зловживань і втрат. Чим раніше це буде впроваджено, тим легше буде компаніям, коли цей інструмент стане обов'язковим.

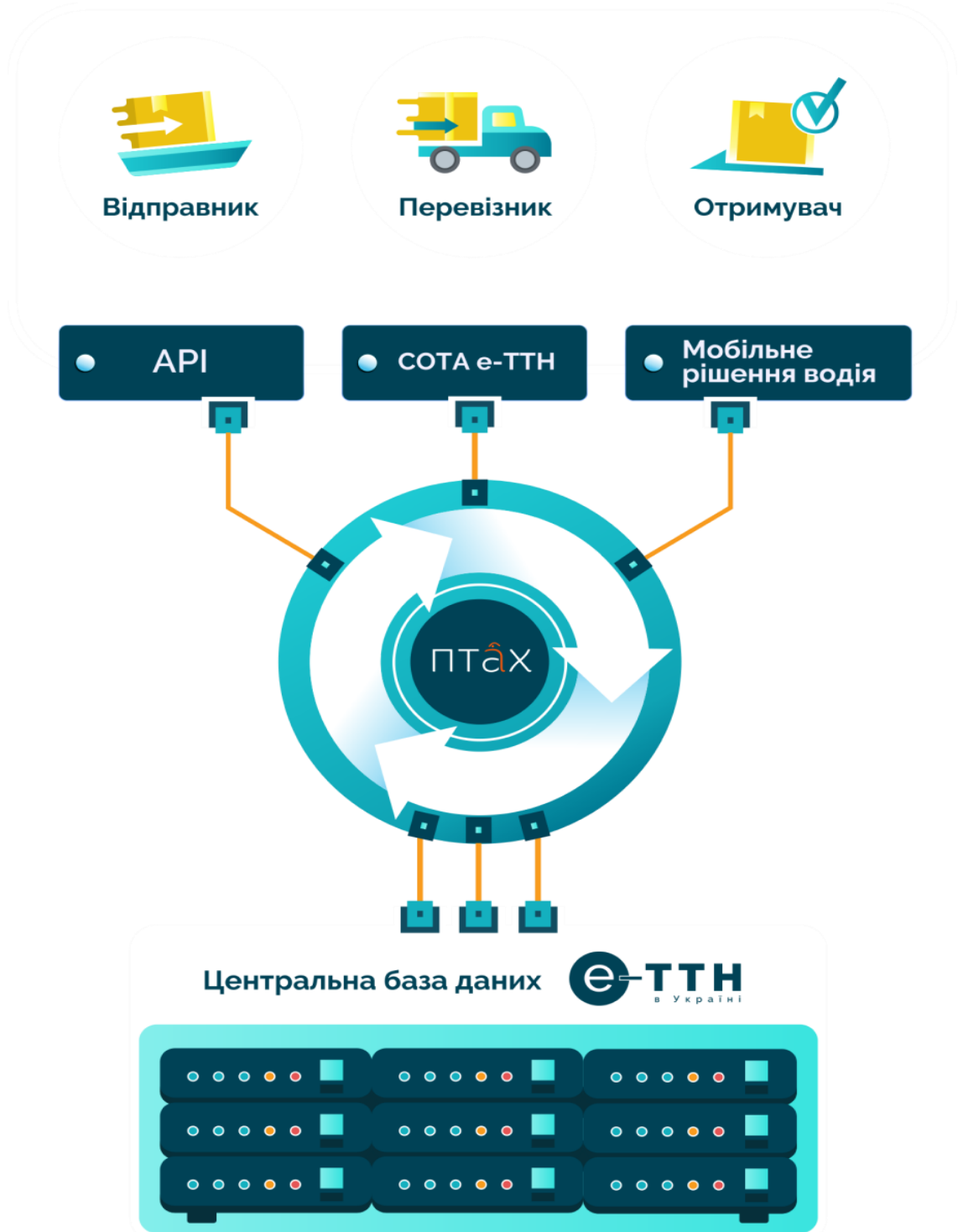


Рис. 1.4. – Модель е – ТТН

## 2. ОСНОВНА ЧАСТИНА

### 2.1 Характеристика ПП «Чілі-піца»

ПП «Чілі Піца» - це компанія, що створена 05.10.2010 року. Зараз під брендом компанії працює понад 4 діючих закладів по Україні, які надають усі види логістично - харчових послуг суб'єктам внутрішньоекономічної діяльності. Один з них, де я проходив практику знаходиться в місті Ужгород, за адресою вулиця Безтужева 9.

Аналіз маркетингової стратегії компанії одним із важливих аспектів успіху компанія «Чілі-піца» є її маркетингова стратегія, яка орієнтована на просування бренду, залучення нових клієнтів та підтримку лояльності існуючих. Основні маркетингові інструменти, які використовує компанія: Соц. мережі та онлайн-платформи «Чілі-піца» активно використовує соціальні ресурси (Instagram, Facebook і навіть нещодавно запровадження TikTок для реклами своїх продуктів, а також для спілкування з клієнтами. Створення яскравого та привабливого контенту посилити впізнаваність бренду серед молоді аудиторії.

Крім того, компанія має зручний мобільний додаток, де клієнти можуть швидко робити замовлення та отримувати бонуси за покупки.



Рис. 2.1 Логотип приватного підприємства

ТОВ «Чілі Піца» є мережею ресторанів, яка пропонує логістично-харчові послуги у сфері приготування та доставки їжі. Вони спеціалізуються на стравах італійської, японської та європейської кухні, з акцентом на піцу, пасту, суші та страви на грилі. Крім того, компанія організовує заходи, такі як корпоративи, дні народження та інші урочисті

Крім того, «Чілі Піца» працює в таких містах, як Ужгород і Хмельницький, де вони пропонують можливість доставки їжі, дитячого меню та різноманітних напоїв,

у тому числі коктейлів. Заклади забезпечують приємний відпочинок із сімейною атмосферою та додатковими розвагами для дітей.

Якщо вам потрібна додаткова інформація або контакти для співпраці, їх можна знайти на офіційних сайтах ресторанів або платформі для замовлення їжі

Мережа «Чілі Піца» є активною працюючою компанією, яка пропонує не тільки піцу, але й широкий вибір страв різних кухонь світу. Вони особливо знають свою здатність поєднувати страви мексиканської, японської та італійської кухні в одному меню. Наприклад, клієнти можуть скуштувати як піцу на тонкій тісті, так і традиційні страви суші або мексиканські страви з ко

Заклади «Чілі Піца» пропонують не лише індивідуальні замовлення, але й організацію корпоративних заходів, днів народжень, хрестин та інших урочистих подій.

Також деяким аспектом діяльності компанії є послуги доставки їжі. Вони активно працюють у воєнний час, адаптуючись до нових викликів і потреб своїх клієнтів, пропонуючи доступ до якісного харчування в складні періоди.

У межах своїх закладів «Чілі Піца» також забезпечує комфортну атмосферу для сімейного відпочинку, маючи дитяче меню та майданчики для дітей.

## **2.2. Конкуренти та конкурентоспроможність компанії**

Також компанія не обходиться без конкурентів, яких вдосталь. Для визначення конкурентів та аналізу переваг ПП «Чілі Піца» слід відзначити конкурентів у сфері ресторанного бізнесу, зокрема доставки їжі, піцерію та фастфуду. Ось основні кроки аналізу:

Основні конкуренти:

- Національні мережі піцерій : «Domino's Pizza»
- Місцеві мережі піцерій : «Мураками», «Гриль Азія».

Таблиця 2.1

## Аналіз конкурентів з ПП «Чілі Піца»

Показники послуг/ Конкуренти	«Чілі-піца»	Domino's Pizza	Гриль Азія	Мураками
1. Середня ціна чека	500	1100	300	700
2. Якість товарів	середня	висока	низька	середня
3. Витрати тех. обслуговування, тис. грн	8	7	2	5
4. Питома вага кваліфікованих кадрів (%)	15	80	4	20
5. Якість харчування (середній бал із 10)	7	9	5	6
6. Якість обслуговування	висока	висока	середня	середня
7. Рентабельність реалізації (%)	21	48	17	24

Кожен заклад громадського харчування повинно виявляти найбільш перспективні критерії споживчого ринку для ефективного обслуговування. На основі опитувань постійних клієнтів у соціальних мережах, потенційними клієнтами ПП «Чілі-піца» є жителі Ужгорода та району міста. Основними споживачами є люди зі середнім рівнем доходу, тоді як лише 15% складають особи з високими доходами, що залежить від розташування закладу. Лише близько 7% клієнтів з низьким доходом вказує на високу цінову політику кафе. Основні причини відвідин – це відпочинок з друзями та бізнес-ланч. Статистика показує, що клієнти, що приходять з метою візиту вказує на домінування відпочинку з друзями (77%). Відсутність офісів поблизу призводить до того, що лише 17% клієнтів приходять на бізнес-ланч. Найбільший потік відвідувачів спостерігається у вечірній час та святкові дні. Найбільш активний період – з 16:00 до 23:00, тоді як з 13:00 до 16:00 – це 35% відвідувачів, а найменше – у ранковий час. Таким чином, цільовою аудиторією ПП «Чілі-піца» є дорослі жителі Ужгорода, в основному з освітою за заробітком вище середнього.

Таблиця 2.2

## Задоволеність клієнтів ПП «Чілі-піца»

<b>Оцінювані параметри</b>	<b>Ступінь задоволеності споживача від 1 до 10</b>
Якість продукції	10
Ціна продукції	6
Термін приготування замовлення	10
Зриви на виробництві	8
Повернення продукції	10

Метод шляхом оцінювання задоволеності споживачів товарами або послугами дозволяє не лише визначити загальний рівень задоволення клієнтів, але й виявити проблемні області і в майбутній діяльність на покращення різних аспектів продукції та обслуговування.

Конкуренція серед закладів харчування, де серед них є ПП «Чілі-піца» не ідеальне, але знаходиться близько до цього показника, бо кафе більш частіше, ніж інші заклади намагаються спрогнозувати майбутнє своїх закладів та конкурентів.

Тому проведемо SWOT – аналіз ПП «Чілі-піца» для визначення ступеня конкурентоспроможності закладу.

### 2.3 Переваги та слабкі сторони

Підсумовуючи ПП «Чілі Піца» має такі потенційні переваги:

- Унікальне меню ;
- Велике фінансування в технічне обслуговування ;
- Якість продукту ;
- Місцевий колорит ;
- Багато висококваліфікованих робітників ;
- Дизайн та атмосфера закладів ;
- Маркетинг та реклама;

Таблиця 2.3

## SWOT – аналіз ПП «Чілі-піца»

-	Можливості	Загрози
-	- Розширення ринку збуту - Збільшення ролі маркетингу - Оптимізація закупівель - Перегляд структури асортименту - Завжди затребуваний товар	- підвищення цін на продукцію, що закуповується - інфляційний характер зростання прибутку; - високий рівень конкуренції
Сильні сторони	СМ	СЗ
- наявність досвіду роботи на ринку в різних умовах. - наявність автотранспорту - професійний штат співробітників - налагоджені зв'язки із постачальниками - адаптованість до змін ринку	- можливість розширення ринку збуту - вихід на оптових покупців, робота з автобазами - підвищення конкурентоспроможності за рахунок створення програми просування	- розробка системи стимулювання збуту
Слабкі сторони	С л М	С л З
- недостатньо розвинена політика просування. - недостатній асортимент супутніх товарів	- розробка маркетингової стратегії - оптимізація асортименту	- налагодження ділових контактів з іншими постачальниками - проведення маркетингових досліджень

У підприємства є слабкі сторони, які потрібно усунути, щоб «Чілі-піца» могло успішно функціонувати і випереджати конкурентів. Серед них — високі ціни в порівнянні з конкурентами (для відвідувачів вигідніше обирати дешевших), а також недостатня якість обслуговування. Конкуренти пропонують високий рівень обслуговування, що приваблює клієнтів. Ще однією з проблем є низька рентабельність реалізації, що становить лише 21%. Крім того, бренд ПП «Чілі-піца» ще не отримав достатньої популярності в порівнянні з конкурентами, які мають довгий досвід на ринку ресторанних послуг.

Компанія запровадила накопичувальну бонусну програму для постійних клієнтів. Завантаживши додаток Chili-Pizza UA з Google Play або App Store та зареєструвавшись, ви отримуєте 50 бонусів на свій бонусний рахунок і до 15%

бонусів з кожного замовлення. Основною перевагою перед багатьма конкурентами в обслуговуванні компанією території є відбір та якість основних продуктів. Наприклад, використовують охолоджений лосось, незважаючи на зростання цін під час кризи в країні, і постачання проводиться щонайменше два рази на тиждень, щоб забезпечити свіжість риби.

Метою компанії зазначається швидке та якісне обслуговування кожного клієнта, щоб викликати в них бажання повернутися, що сприяє збільшенню клієнтської бази. ПП «Чілі-піца» пропонує своїм відвідувачам:

- регулярні акції кожен день, тиждень, або місяць;
- систему лояльності з можливістю накопичення до 20% бонусів;
- подвоєні бонуси на честь дня народження;
- подарункові сертифікати номіналом 100, 200 та 500 грн.

#### **2.4. Персонал та відділи компанії**

ПП «Чілі Піца» — це логістично-харчова компанія, яка спеціалізується на наданні послуг у сфері доставки продуктів, ймовірно, що працює в галузі швидкого харчування або ресторанного бізнесу. Основні відділи та персонал подібних

4. Відділ виробництва (кухня)
  - Шеф-кухарі та кухарі ;
  - Пекарі;
  - Помічники кухаря ;
4. Адміністративний відділ
  - директор ;
  - Офіс-менеджери ;
  - HR-менеджери ;
1. Відділ продажів і маркетингу
  - Менеджери з продажу ;
  - Маркетолог ;
  - SMM-спеціалісти ;
4. Бухгалтерія
  - Бухгалтери ;
  - Касири ;

## 5. Відділ доставки

- Водії-кур'єри: Доставка
- Менеджер з логістики ;
- Диспетчери ;

## 6. Відділ якості

- Інспектори з якості

Таким чином, компанія ПП «Чілі-Піца» в м. Ужгороді пропонує своїм відвідувачам широкий спектр послуг, включаючи якісне та смачне меню, приємні ціни та висококласне обслуговування. У підприємстві діє лінійна структура управління, де кожен працівник виконує свої задачі, орієнтуючись на основну мету діяльності компанії.

### **2.5 Дії для збільшення спроможності конкуренції компанії**

Покращення конкурентності закладу повинно відбуватися на всіх етапах життєвого циклу бізнесу, оскільки це дозволяє вчасно виявляти загрози від конкурентів, виявляти недоліки, розробляти заходи щодо їх усунення та оцінювати економічну ефективність цих заходів. Основним завданням закладів харчування є забезпечення стійкої конкурентної переваги в усіх сферах діяльності, що оцінюється за 3-ма ключовими аспектами: наявність успішних факторів, важливість переваг над конкурентами та можливість тривало використовувати ці переваги. Головною метою заклада є максимальне задоволення потреб клієнтів.

В ході аналізу діяльності ПП «Чілі-піца» було визначено ключові проблеми, які необхідно вирішити. Під час створення логістичних систем можуть виникати помилки, якщо не будуть належно оцінені переваги та недоліки окремих деяких цих логістичних принципів.

Перелічимо деякі: підхід систематичний, принцип загальних витрат у логістиці, глобальний, координації та інтеграції в логістиці та моделювання і підтримки інформаційно-комп'ютерними засобами, а ще виокремлення комплексу підсистем, які забезпечують процес логістичного управління (економічної, права, організаційної, технічної, екологічної тощо). Також є такі принципи, як управління якістю комплексно; гуманний та рішення технології для усіх; та адаптація в середовищі і гуманності.

Один з головних заходів для конкурентоспроможності це впровадження програми – це доставка «від дверей до дверей».

Щоб збільшити конкурентну перевагу кафе, необхідно прийняти рішення щодо усунення наявних загроз, чи якщо не виходить зменшити їх вплив, щоб збільшити перевагу. Спираючись на можливості довкілля, можна впровадити додаткові послуги або нові групи клієнтів, щоб отримати конкурентну перевагу. Впровадження послуг «від дверей до дверей» розширило спектр послуг кафе. Ця послуга сьогодні стає дедалі популярнішою, оскільки не всі люди мають можливість самостійно готувати собі їжу через високу зайнятість і можуть просто не мати на це часу. Ще один важливий захід – принцип тотальної оптимізації, тобто використання сучасного обладнання. Впроваджуючи у виробничий процес сучасне обладнання, кафе можуть скоротити витрати й отримати додатковий прибуток. Сьогодні впровадження сучасного обладнання в технічні процеси на кухні є важливим важелем прогресу в кулінарії. Сучасне обладнання від різних виробників дає змогу значно заощаджувати не тільки кухонний простір, а й енергоспоживання при приготуванні страв, зберігаючи водночас усі переваги смаку, соковитості та естетики. Новий сервіс «від дверей до дверей» дасть змогу ресторанам залучити нову споживчу базу та збільшити прибуток компанії. Проєкт забезпечить більш гнучку логістику та якісне виконання замовлень за рахунок використання власного кур'єра. Менеджери ресторанів відповідатимуть за використання цієї послуги, а також за підбір і найм співробітників. Послуги проєкту рекламуватимуться як на власному сайті, так і в листівках, які розповсюджуватимуть у ресторанах-партнерах. Додаткову вигоду приносить реклама бренду на автомобілях кур'єрів. Залучення партнерів не становить складності. Вигода від співпраці очевидна, особливо для закладів, які не мають власної служби доставки. Аргумент ґрунтується на тому, що проєкт залучає додаткових клієнтів і не знижує відвідуваність самих закладів.

Що до кафе, де є власна кур'єрська доставки їжі додому, мотивація очевидна. Замовники їжі будь куди, можуть знайти інформацію про кафе через її сайт або google maps. Водночас доставка їжі не головне, чим займається заклад для партнера, а отже, у кур'єра зазвичай менше співробітників, яке спричинає затримки замовлень до пункту призначення замовника. Партнерство саме цим і займається по договору.

Замовлення приймаються сім днів на тиждень, з 11 ранку до 11 вечора. Кур'єр отримує готову їжу з кафе і доставляє її за вказаною адресою. Вимоги до кур'єра: знання міста, водійські права та автомобіль. З кур'єром укладається договір про матеріальну відповідальність. Щоб перевірити навички водія, перед наймом проводиться тест-драйв до місця, зазначеного підприємцем. Попит на цю послугу не є сезонним, але пік припадає на п'ятницю, вихідні та святкові дні. Закупівлею нового обладнання займається менеджер магазину. За окрему плату магазин надішле фахівця для встановлення обладнання, а також розгляне можливість придбання конвекційної печі UNOX власним коштом. Встановлення нового обладнання – один із найважливіших напрямів технічного прогресу і вдосконалення комерційної діяльності ресторанів.

У висновку етапу можна видокремити кілька напрямків, у яких закладам треба рухатися для покращення своїх послуг і збільшення клієнтів :

- запровадження послуги через мобільний додаток, або за номером телефону «Від дверей до дверей»;
- закупівля оновленого нового, якісного обладнання для кухні.

### 3. Економічна частина

#### 3.1 Детальний розгляд захід для підвищення конкурентоспроможності

Економічний результат цього запровадження від розробленого заходу показує, наскільки пропонована подія збільшить виручку компанії. Це дає змогу об'єктивно зіставити дані, передбачувані продажі та витрати за звітний період. Оцінку ефекту від заходів можна зробити практично на будь-якому етапі, враховуючи непрямі ознаки процвітання або труднощів. Хоча ці спостереження не є точними цифрами, вони можуть допомогти керівникам їм це оцінити загальну ситуацію. Підрахування результату від запровадження послуги «від дверей до дверей». Впровадивши цю послугу, заклади також вони можуть залучити додаткову споживчу базу та збільшити прибуток компанії. Щоб працювало, необхідна наявність відповідного транспорту, людей, які здійснюватимуть доставку, та зручної, добре так запечатаної упаковки для перевезення замовлень. У таблиці 3.1 наведено витрати на запровадження цієї послуги.

Таблиця 3.1

#### Вкладення капіталу на послугу «Від дверей до дверей»

Найменування витрат	Вартість витрат
Зарплата кур'єру(2 особи), грн	24000
Податок на з/п, грн	6000
Інші, грн	12240
Разом	42240

В середньому клієнти витрачають приблизно 700 грн, отже, щоденний дохід ресторану складає 40 000 грн, а в річному обчисленні – близько 17 123,4 тис. грн. З огляду на загальну кількість відвідувачів, яка коливається від 40 до 80 осіб на день, можна припустити, що після запуску цієї послуги, кількість клієнтів зросте втричі і досягне 140-220 осіб.

Результат економічного прибутку було підсумовано в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

## Підсумок економічного прибутку

Показники	Одиниця виміру	Розмір показника
Середній обсяг виручки на рік до впровадження послуги	Тис.грн.	16005,7
Витрати на запровадження послуги «Доставка додому»	Грн.	42240
Кількість днів обліку обсягу виторгу	дні	360
Витрати на запровадження послуги «Доставка додому» на рік	Грн.	506880
Приріст виручки на день	Грн.	84000
Приріст виручки на рік	Грн.	30240,1
Виручка	Тис.грн	46245,8
Економічний ефект	Тис.грн	45739,1

Тому виходить, що щомісячна вартість впровадження нової послуги «від дверей до дверей» становитиме 42 000 грн. або 507 000 грн. на рік. Крім того, очікується, що вона зросте на 84 000 грн. на день, або 3 млн грн. річних, або 4 млн грн. на рік. Виходить, що прибуток капіталу від застосування буде = 46 млн. грн. Потім починається роздивлятись варіант придбання конвекційних печей UNOX. Устаткування цієї серії розроблено з урахуванням потреб кухарів і поєднує в собі простоту обслуговування і продуманість деталей. Розумний функціонал, зручне програмне застосування, надійність і довговічність що дає гарантію високоякісних страв за мінімальних трудовитрат. Піч для кондитерських виробів і випічки. Проста в управлінні. Потужний, добре збалансований вентилятор швидко і рівномірно розподіляє тепло по всій шафі, даючи змогу готувати продукти бездоганної якості.

Затрати на закупівлю та установку нової печі для випікання марки UNOX розраховані у таблиці 3.3

Таблиця 3.3

Результат витрачення на закупівлю і установлення печі

Найменування заходу	Вартість витрат, грн
Конвекційна піч марки UNOX	210 000
Встановлення	5000
разом	215000

Цінова політика на вироби, що зроблені власноруч, будуть становити від 150 до 450 грн. При поточній відвідуваності ресторану в 40-80 осіб на день, доходи від власних кондитерських виробів зростуть на 30 тис. грн. щодня, що складатиме близько 1 млн грн. на рік. Прибавочний результат від інвестицій у нове обладнання наведено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Прибавочний результат від інвестицій у нове обладнання

Показники	Одиниця виміру	Розмір показника
Середній обсяг виручки на рік до впровадження нового обладнання	Тис.грн.	16005,7
Витрати на впровадження нового обладнання	Грн.	215000
Кількість днів обліку обсягу виторгу	днів	360
Термін окупності витрат	років	1
Приріст виручки на день	Грн.	15600
Приріст виручки на рік	Тис.грн.	5616,1
Виручка	Тис.грн.	10080,0
Економічний ефект	Тис.грн.	362

Отже, витрати на введення з закупівлі оновленого обладнання складуть 215 тисяч гривень. Ми також підрахували, що річний прибуток від цього заходу складе 1 мільйон гривень. Собівартість продукції за рік буде 950 тисяч гривень, що на 6,4% менше, ніж у 2021 році. Відповідно, економічний ефект від даного заходу

становитиме 362 тисячі гривень. Крім того, ми визначили, що термін окупності складе 1 рік, що дозволить знизити собівартість продукції на 7%.

Тепер розрахуємо рентабельність цих заходів разом в наступній таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

## Рентабельність заходів

Заходи	Сума витрат	Очікувана виручка	Економічна ефективність
Введення послуги «Доставки додому», грн	42240	46245,8	45739,1
Купівля нового обладнання, грн	215000	10080,0	362
Разом	257240	56325,8	46101,1

**Висновок до розділу.**

Для збільшення вигідної конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства необхідно здійснювати цю діяльність процесу логістики. На зображеній таблиці 3.5 показано економічну вигоду запропонованих заходів – це організація доставки «Від дверей до дверей».

Запровадження послуги «Від дверей до дверей» дозволить ресторанам мати більшу споживчу базу та збільшити доходи кафе. Цей захід дає 460 200 грн.

Перехід на застосування нового обладнання у вигляді печі дозволить кафе зменшити трату грошей та одержати ще капітал завдяки від реалізації власної продукції. Рентабельність заходу дорівнює 363 тис. грн.

Враховуючи ймовірнісний характер більшості показників, кількісно оцінити ці ефекти досить складно, але виходить, що в цілому такі впровадження досягають гарний приріст економіки кафе і гарно вписуються на ділі в закладі.

## 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

### 4.1 Охорона праці в закладі «Чілі-піца»

Автомобільний транспорт є одним із секторів з найвищим рівнем ризику в країні. Дорожньо-транспортні пригоди, пов'язані з роботою, часто призводять до більшої середньої тривалості відсутності працівників на роботі, ніж інші випадки виробничої травми. Загрозами, що мають ризик, який пов'язує з ОП, легше управляти на робочому місці, де можна ефективніше ідентифікувати небезпеки та ризики, а також контроль природи, коли робочі знаходяться за межами місця праці. Оскільки транспортний засіб, що використовується в робочих цілях, вважається робочим місцем, важливо, щоб усі ПФГ (роботодавці) та працівники були обізнані про небезпеку, пов'язану з керуванням ТЗ та працею поряд з ними. Роботодавцям треба дати наявну систему і процес для прибирання або мінімізації ризиків, де це можливо.

Небезпечні ситуації, що виникають під час керування ТЗ:

- - Навколишній фактор (погані погодні умови, погане дорожнє покриття, обмежена видимість)
- - Виснаження (кінець робочого тижня, далека відстань у дорозі)
- - Повна пильність, в тому числі під час поїздки на роботу або навчання
- - Відволікання водія
- - Тиск часу (робочий графік і вимоги)
- - Вживання наркотичних засобів, алкоголю (в тому числі рецептурні та безрецептурні препарати)
- - Тех. обслуговування транспортного засобу (або використання відповідного ТЗ що робота була безпомилкова)
- - Робота з транспортними засобами разом з іншими

Роботодавцям треба:

- застосовувати заходи безпеки дорожнього руху
- проінформувати водіїв що до їх політики і безпеки
- Підтримуйте автомобіль у належному робочому стані шляхом регулярного технічного обслуговування по інструкції виробника, а коли йде мова про велику відстань або часу, коли водій веде ТЗ введення перерв.

- мати найбільш відповідний транспортний засіб, що використовується для виконання завдання, а працівник має відповідні водійські права для його експлуатації
- розглянути будь-які технічні засоби керування транспортними засобами, які можуть поліпшити безпеку водія (наприклад, системи попередження зіткнення, контроль стійкості, контроль втоми)
- проводити регулярні медичні огляди для придатності водія.

Працівники повинні:

- регулярно перевіряйте транспортний засіб та повідомте про будь-які проблеми своєму керівнику
- виконувати всі розумні вказівки свого роботодавця
- дотримуватися будь-яких законів про дорожній рух
- усуньте такі відволікаючі фактори, як мобільний телефон
- повідомляти про будь-які ризики, пов'язані з транспортними засобами, або про близькі помилки
- пам'ятайте про дорожній рух та умови навколишнього середовища та керуйте цим транспортним засобом
- плануйте свою поїздку, забезпечуючи достатній час для подорожі

#### **4.2 Безпека життєдіяльності та система управління безпекою дорожнього руху**

Ефективних систем управління безпекою на підприємствах автомобільного транспорту можна досягти лише під наглядом державних установ. Безпека дорожнього руху є спільною відповідальністю різних дисциплін та зацікавлених сторін. Система управління безпекою дорожнього транспорту, відповідно до необхідності інтеграції систем управління безпекою різних видів транспорту, може бути визнана частиною завершеної інтегрованої системи управління безпекою транспорту на транспорті. З цієї причини організаційна структура органів влади, відповідальних за нагляд та впровадження систем управління безпекою дорожнього транспорту в кампаніях, може складатися з таких елементів:

- 1) координаційна - одна установа на державному рівні, яка координує діяльність всіх інших установ у системі управління безпекою дорожнього транспорту ;
- 2) необхідне - якась державна українська служба безпеки транспорту, відповідальна за інспекції, доручена та координована міністром. Такий інспекційний орган може розробити та реалізувати Стратегію нагляду та запланувати, як він спрямовує свою діяльність та встановлює пріоритети нагляду;
- 3) кооперативні - численні установи за межами автомобільного транспорту, що виконують основні та допоміжні ролі, наприклад: поліція, Національна пожежна охорона, установи з управління кризисними ситуаціями, установи медичної допомоги, науково-дослідні установи; 4) оперативний - підконтрольний та уповноважений органами безпеки; перевізники, експедитори, відправники, приймачі, трунарі, що проводять автомобільні

Прихильність демонструється наочно, коли топ-менеджмент чітко повідомляє, що питання безпеки дорожнього транспорту є важливою вимогою компанії та виділяє необхідні ресурси на відповідні питання безпеки. Існує сильна взаємозв'язок між компаніями з низькою кількістю дорожньо-транспортних пригод та компаніями, чіке керівництво, як видається, займається безпекою автомобільного транспорту і повідомляє про це занепокоєння працівникам та іншим зацікавленим сторонам. Ось чому Політика безпеки дорожнього транспорту повинна продемонструвати загальну відданість керівництва пропаганді безпеки дорожнього транспорту, наскільки це обґрунтовано можливо.

Розробка політики безпеки письмова політика безпеки руху на дорозі являє собою невід'ємну частину системи управління безпекою дорожнього руху. Серед іншого - вона повинна демонструвати прихильність керівництва до підвищення безпеки дорожнього руху, застосовуючи дотримання всіх правил безпеки та інших вимог.

Політична заява повинна наголошувати на важливості дотримання правил безпеки та давати чітке та спонукальне повідомлення про те, що аварій на дорогах можна уникнути. Політика безпеки дорожнього транспорту також повинна вводити стратегічну мету впровадження системи управління безпекою дорожнього руху, яка зменшує ризик дорожньо-транспортних пригод, що спричиняють смерть, серйозні травми або шкоду навколишньому середовищу. Хоча кінцевою метою є усунення дорожньо-транспортних пригод, дуже важливо і корисно встановити цільові показники безпеки дорожнього руху, на основі яких можна виміряти постійний прогрес до досягнення кінцевої стратегічної мети. Цільові показники безпеки дорожнього руху повинні відповідати діяльності компанії, експлуатаційним та діловим вимогам, а також думкам працівників, підрядників та замовників. Завдання щодо безпеки дорожнього руху також має бути вимірюваною, значущою та реально досяжною. У більшості випадків цільові показники будуть стосуватися елементів безпеки для: водіїв, транспортних підрозділів, транспортних операторів або підрядників. Політика безпеки дорожнього транспорту повинна бути загальнодоступною для всіх співробітників та інших зацікавлених сторін, щоб мова та формат були зрозумілі. Перевізник повинен забезпечити належне повідомлення про будь-які зміни до Політики безпеки. Політику безпеки дорожнього транспорту слід щорічно переглядати та переглядати, враховуючи, зокрема, збільшення або зменшення:

- кількості дорожньо-транспортних пригод за участю службових транспортних засобів;
- кількість дорожньо-транспортних пригод за участю службових транспортних засобів, які можуть призвести до дорожньо-транспортних пригод;
- кількість штрафних санкцій за порушення, що стосуються питань безпеки дорожнього транспорту;
- фінансові витрати, пов'язані з використанням транспортних засобів (витрати на ремонт, технічне обслуговування та страхування).

## ВИСНОВКИ

Конкуренція закладу ПП «Чілі-піца» не дуже бездоганне, але досить близьке до ідеалу, адже компанія частіше за своїх конкурентів прагне передбачити майбутні тенденції.

Кафе має й недоліки, які варто усунути, щоб ПП «Чілі-піца» мало змогу ефективно працювати і випереджати суперників. До цих недоліків належать вищі, порівняно з конкурентами, ціни, що робить відвідування конкурентів з нижчими цінами більш вигідним для клієнтів; а також недостатня якість обслуговування. Конкуренти забезпечують вищий рівень сервісу, що може приваблювати більше клієнтів. Крім того, рівень рентабельності реалізації (21%) залишає бажати кращого. Ще однією слабкою стороною є те, що бренд ПП «Чілі-піца» менш відомий у порівнянні з конкурентами, які давно присутні на ринку ресторанних послуг.

Коли робили аналіз діяльності ПП «Чілі-піца» виявлені ключові проблеми, їх треба прибрати наскільки це можливо. Вирішення цих питань може бути здійснено з урахуванням певних правил логістики. У зв'язку з цим у роботі додано два запропонованих заходи для кафе:

- 1) застосування у послуг кафе доставки «Від дверей до дверей».
- 2) закупівля нового обладнання, наприкладі нової печі.

Впровадження допоміжних послуг в закладі «Чілі-піца» допоможе ресторану залучити нові групи споживачів і підвищити прибуток підприємства, що оцінюється у 45739. грн.

## Список використаної літератури

1. Бутенко О.П., Дядюшкіна І.В. Аналіз ринку ресторанного господарства України та перспективи його розвитку. *Економічний простір*. 2013. № 74. С. 73–81.
2. Головка Т.В. Стратегічний аналіз / Т.В. Головка, С.В. Сагова. – К. : КНЕУ, 2012. – 198 с
3. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Київ: 2016. 160 с.
4. Дэниел Л. Вордлоу. Сучасна логістика / Дэниел Л. Вордлоу, Дональд Ф. Вуд, Джеймс Джонсон, Поль Р. Мерфи, мл. // пер. з англ. М. : Вільямс, 2015. 624 с.
5. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. Дніпропетровськ: 2018.
6. Канінський М. П. Підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур: *Економіка АПК*. 2018. № 11. С. 96-98.
7. Дикань В.Л. Стратегічне управління: навч. посіб. / В. Л. Дикань, В.О. Зубенко, О.В. Маковоз, І.В. Токмакова, О.В. Шраменко – К.: «Центр навчальної літератури», 2013. – 272 с.
8. Григорак, М.Ю. Логістичне управління зворотними матеріальними потоками виробничого підприємства : *Вісник СНУ ім. В. Даля*, 2011. № 5, С. 232 – 236.
9. Іваницька Т.Є. Методичний підхід до оцінки ефективності управління будівельним підприємством на основі логістичних критеріїв: 2013. № 2.
10. Ткачова А.В. Логістичні витрати як критерій оптимізації логістичного управління: зб. наук. пр. 2009. Вип. 36-2. С. 88-93.
11. Тридід О.М., Таньков К.М. Логістичний менеджмент : навчальний

посібник: ВД «ІНЖЕК», 2005. – 224 с.

12. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб./ О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк. Київ : КНЕУ, 2004. 316 с.

13. Чернописька Н.В. Методичні підходи оцінювання логістичної діяльності підприємства. Львів.: НЛП 2008. № 623. С. 265-271.

14. Мірошниченко Л., Саприкін Г., Михайленко О. Автомобільні перевезення: організація та облік. -5-те вид. – Харків: Фактор, 2006.- 536 с.

15. О. Л. Ляшук, У. М. Плекан, Н.Я. Рожко, О.П. Цьонь. Удосконалення соціальної функції транспортної галузі України / Центральноукраїнський науковий вісник. Технічні науки. 2022. Вип. 6(37), ч.І. — С. 157-166.

16. Н.Я.Рожко, О.Л. Ляшук, У.М. Плекан, О.П. Цьонь, Б.Р. Гевко Т.Д. Навроцька, О.П. Антонюк. Вплив середовища на кон'юнктуру ринку автомобільних перевезень України. Вісник машинобудування та транспорту. Вінниця, 2022. №2(16). С. 101-109

17. Системологія на транспорті. Підручник у 5 кн. / Під заг. ред. Дмитриченка М.Ф.– Кн. І: Основи теорії транспортних процесів і систем / Е. В. Гаврилов, М. Ф. Дмитриченко, В. К. Доля, О. Т. Лановий, І. Е. Линник, В. П. Поліщук.- К.: Знання України, 2005. - 344 с.

18. Типове положення про порядок проведення навчання і перевірки знань з охорони праці Наказ Державного комітету України з нагляду за охороною праці 26.01.2005 №15

19. Турченко М.О. Планування діяльності автотранспортного підприємства / Турченко М.О., Швець М.Д., Кристопчук М.Є.– Рівне: НУВГП, 2013 – 299 с.

20. Турченко М.О. Планування діяльності підприємства: Підручник. – К.: ВД “Професіонал”, 2004. – 320 с.

21. Цьонь О.П. Шляхи визначення оптимальних відстаней між пунктами транспортної мережі / Цьонь О.П. // Міжвузівський збірник “Наукові нотатки”. Випуск №55. – Луцьк.: ЛНТУ, 2016. – с. 418-421.

22. Яновський П.О. Пасажирські перевезення: Навчальний посібник. –

Київ.: НАУ, 2008.- 469 с.

23. Ilchenko N. Development strategy for logistics operators in the context of globalization: Cracow University of Economics. 2015. P. 45-53.

24. Rozhko N, Plekan U., Tson O., Matviishyn A. Digitalization of truck companies: current challenges and development prospects. Central Ukrainian Scientific Bulletin. Technical Sciences, 2022, Col.6(37): 208-214

25. Natalia Rozhko, Oleg Tson, Uliana Plekan, Anatolii Matviishyn, Assoc. Prof., Bogdan Gevko. The use of network intralogistics and fulfillment for the functioning of transport and warehouse complexes// Central Ukrainian Scientific Bulletin. Technical Sciences. 2023. Col.7(38), Part II

26. Chimhanzi, J. The impact of integration mechanisms on marketing dynamics». Journal of Marketing Management, 2004. Vol. 20. C. 713-740. 60.

27. Hurbyk Yu.Yu., Kychak Yu.S. Traktuvannia poniattia «marketing»: poliaspektnyi pidkhid [Interpretation of the concept of «marketing»: a multifaceted approach]. The 8th International scientific and practical conference «Modern science: 69 problems and innovations» (October 18-20, 2020) Stockholm, SSPG Publish. 2020. C. 389–392.

# ДОДАТКИ