

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

КОВАЛЕНКО ВЕНІАМІН ЮРІЙОВИЧ

Допускається до захисту:
завідувач кафедри
підприємництва, корпоративної
та просторової економіки
канд.екон.наук, доцент
Олександр ТРЕГУБОВ
« ____ » _____ 2025 р.

**РОЗВИТОК БІЗНЕСУ У МОЛОЧНІЙ ГАЛУЗІ
(на прикладі ТОВ «Жмеринський маслосирзавод»)**

Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля.
ОП «Інноваційне підприємництво»

Кваліфікаційна (магістерська) робота

Керівник:
Сергій КОЗЛОВСЬКИЙ, професор
кафедри підприємництва, корпоративної
та просторової економіки,
докт.екон.наук, професор

(підпис)

Оцінка: ____ / ____ / ____
(бали/за шкалою ЄКТС/за національною
шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

Вінниця 2025

АНОТАЦІЯ

Коваленко В.Ю. Розвиток бізнесу у молочній галузі (на прикладі ТОВ «Жмеринський маслосирзавод»). Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля. Інноваційне підприємництво. Донецький національний університет імені Василя Стуса. Вінниця, 2025.

В магістерській роботі розглянута проблема розвитку молочної промисловості України та запропоновані шляхи її розвитку на мікро- та на макрорівні. Розглянутий стан розвитку молочної промисловості України та її значення для розвитку економіки в цілому, а також проаналізовані інноваційні та експортно-імпортні тенденції. Проведений аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод». На основі дослідження стану молочного ринку та фінансово-господарського стану в розроблені шляхи розвитку підприємств молочної промисловості та конкретні рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності товариства. Розроблено бізнес-план для розширення бізнесу ТОВ «Жмеринський маслосирзавод», який полягає у відкритті кафе-кондитерської у м. Жмеринка, з терміном окупності 14 місяців, який покращить економічну ситуацію підприємства та розширить сферу його бізнесу.

Ключові слова: молочна галузь, бізнес, підприємництво, економіка, розвиток, управління.

93 с. 24 табл., 18 рис., 54 джерел.

Kovalenko V.Yu. Business Development in the Dairy Industry (on the Example of LLC “Zhmerynka Butter and Cheese Factory”). Specialty 076 – Entrepreneurship and Trade. Innovative Entrepreneurship. Vasyl Stus Donetsk National University. Vinnytsia, 2025.

The master's thesis examines the issue of dairy industry development in Ukraine and proposes ways for its advancement at both micro and macro levels. The current state of the dairy industry and its significance for the national economy are considered, along with an analysis of innovative trends and export-import activities. The financial and economic performance of LLC “Zhmerynka Butter and Cheese Plant” is analyzed. Based on the study of the dairy market and the company's financial standing, development strategies for dairy enterprises are proposed, along with specific recommendations to enhance the company's performance. A business plan has been developed for the expansion of the enterprise LLC "Zhmerynka Butter and Cheese Factory", which involves opening a café-confectionery in the city of Zhmerynka, with a payback period of 14 months. This project is expected to improve the company's economic performance and broaden its business scope.

Keywords: dairy industry, business, entrepreneurship, economy, development, management.

93 pages, 24 tables, 18 figures, 54 references.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 СУЧАСНИЙ СТАН МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	8
1.1 Молочна галузь як складова харчової промисловості України	8
1.2 Оцінка ринку молочних продуктів України.....	22
1.3 Методологічні аспекти та обґрунтування показників оцінювання ефективності економічних взаємовідносин підприємств молокопродуктової галузі	30
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЖМЕРИНСЬКИЙ МАСЛОСИРЗАВОД».....	36
2.1 Загальна характеристика господарської діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод»	36
2.2 Аналіз ефективності використання основних фондів та продуктивності праці на підприємстві.....	47
2.3 Аналіз фінансових результатів підприємства, рентабельності та оборотності капіталу.....	53
РОЗДІЛ 3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ БІЗНЕМУ У МОЛОЧНІЙ ГАЛУЗІ ТА ТОВ «ЖМЕРИНСЬКИЙ МАСЛОСИРЗАВОД»	65
3.1 Рекомендації щодо розвитку підприємств молочної галузі	65
3.2 Пошук резервів зростання рентабельності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод».....	70
3.3 Бізнес-пропозиція підвищення прибутковості діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод»	73
ВИСНОВКИ.....	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	89

ВСТУП

Актуальність теми. Вітчизняний ринок молока – один з небагатьох ринків, який має сьогодні значні перспективи розвитку. Війна, загострення фінансово-економічної кризи в Україні вимагає від виробників молочних продуктів оптимізувати структуру виробництва, раціонально підходити до використання всіх наявних ресурсів. Нині такі експортно орієнтовані галузі економіки як хімічна, металургійна знаходяться в кризі, а підприємства молочної промисловості мають переваги. Хоча в 2020-2030 роках прогнозовані обсяги ринку молочної продукції можуть скоротитись на 5-8 %, але виробники сподіваються на внутрішніх споживачів, які враховуючи особливість продукції, будуть її споживати в таких обсягах, що і в попередніх роках.

Мета і задачі дослідження. Метою роботи є дослідження сучасного стану ринку молочних продуктів та перспективи його розвитку як на макрорівні, так і на мікрорівні (на рівні ТОВ «Жмеринський маслосирзавод») та розробка рекомендацій щодо покращення фінансово-господарського стану товариства.

Відповідно до поставленої мети в роботі, вирішувались такі **завдання**:

- проаналізувати сучасний стан розвитку ринку молока в Україні;
- дослідити недоліки, які перешкоджають розвитку молочному ринку;
- виявити експортні та імпорتنі можливості молочної промисловості;
- проаналізувати загальну характеристику ТОВ «Жмеринський маслосирзавод», обсяги виробництва та реалізації продукції;
- провести аналіз собівартості продукції та продуктивності праці;
- проаналізувати ефективність використання основних фондів та оборотність капіталу ТОВ «Жмеринський маслосирзавод»;
- надати рекомендації на макрорівні щодо розвитку молочної промисловості в Україні;

- розробити пропозиції щодо покращення фінансово-господарського стану ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» в напрямку отримання додаткового прибутку, за рахунок оптимізації структури собівартості реалізованої продукції;
- запропонувати бізнес-пропозицію в напрямку диверсифікації господарської діяльності.

Предмет дослідження є розробка рекомендацій з розвитку бізнесу підприємства молочної галузі.

Об'єктом дослідження є економічна та бізнес діяльність товариства з обмеженою відповідальністю «Жмеринський маслосирзавод».

Методи дослідження. Під час написання магістерської роботи використовувалися статистичні та графічні методи для побудови графіків і таблиць, що дозволило у зручному вигляді представити інформацію в роботі. Широко використовувались елементи економічного і фінансового аналізу. У дослідженні використано декілька методів, найбільш задіяна методика горизонтального та вертикального аналізу із використанням абсолютних та відносних показників, що вивчає явище взаємозв'язку та розвитку показників даного підприємства.

Інформаційною базою для виконання магістерської кваліфікаційної роботи є навчальні підручники та посібники; монографії та статті у наукових журналах, матеріали наукових конференцій, бухгалтерська звітність ТОВ «Жмеринський маслосирзавод». В ході проведених досліджень були проаналізовані та використовувались такі нормативно-правові документи: Закони України, постанови Кабінету Міністрів України, Укази Президента України, статистична інформація Держкомстату України, фахова періодика, фінансова звітність підприємства тощо.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що нами пропонуються положення що для стабілізації ситуації в молочній галузі потрібно розробляти антикризові стратегії в напрямку зменшення непринципових витрат, призупиняти низькорентабельні проекти, проводити корегування

асортименту продукції; оптимальніше використовувати ресурси, надаючи перевагу більш ефективним рішенням, у тому числі більш ефективно використовувати оборотні засоби; до мінімуму оптимізувати витрати по всіх бізнес-проектах, які реалізуються; впроваджувати енергозберігаючі технології і оптимізувати виробничі процеси, асортимент продукції, логістичні схеми, стимулювати залучення інвестицій.

Практична цінність дослідження полягає в тому, що були запропоновані рекомендації, які дозволять покращити ситуацію на ринку молочних виробів та на рівні ТОВ «Жмеринський маслосирзавод». З метою підвищення прибутковості діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» запропоновано провести диверсифікацію господарської діяльності в напрямку організації такого виду діяльності як відкриття кафе-кондитерської в м. Жмеринка, бізнес-план якої розроблений у даній роботі. Ці пропозиції можуть бути корисними і для інших підприємств, які працюють в аналогічних умовах.

Положення, що виносяться на захист: встановлено, що молочний бізнес в Україні знаходиться в складних умовах, які потрібно змінювати на інституційному рівні. З'ясовано що для розвитку молочної галузі України має бути: зміна структурних галузевих ринків; зміна структури ресурсів, що споживаються галуззю; зміна структури управління галуззю; зміна структури галузі (співвідношення між групами суб'єктів господарювання), удосконалення нормативно-правової бази розвитку підприємств молочної промисловості; ефективне використання всіх видів ресурсів. Розроблено бізнес-план для розширення бізнесу ТОВ «Жмеринський маслосирзавод», який полягає у відкритті кафе-кондитерської у м. Жмеринка, з терміном окупності 14 місяців, який покращить економічну ситуацію підприємства та розширить сферу його бізнесу.

Апробація результатів. За результатами виконаної роботи підготовлена доповідь та видані тези на тему «Проблеми розвитку молочної галузі України», які були розглянуті на науковій конференції «Наука, освіта і суспільство в умовах змін: виклики та інновації», Кременчук, 10 жовтня 2025 р. та

опубліковані: Коваленко В. Ю. Проблеми розвитку молочної галузі України // Наука, освіта і суспільство в умовах змін: виклики та інновації: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції. Кременчук: ЦФЕНД, 2025. 256 с., С. 108-110. URL: <https://www.economics.in.ua/2025/10/10.html>

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.



РОЗДІЛ 1

СУЧАСНИЙ СТАН МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

1.1 Молочна галузь як складова харчової промисловості України

В сучасних умовах, коли в Україні та усіх її регіонів йде структурна перебудова народного господарства, промислових, агропромислових та інших виробничих і невиробничих комплексів, значно посилюється орієнтація їх діяльності на всебічне і повне задоволення потреб населення в товарах народного споживання, у першу чергу в недорогих продовольчих товарах високої якості, у тому числі молочних виробів, пріоритетного значення набувають проблеми розвитку і функціонування харчової промисловості, її галузей, підгалузей і виробництв, ефективність діяльності яких значною мірою визначає ефективність функціонування народного господарства, промислових та агропромислових комплексів країни та її регіонів [1].

Забезпечення сталого, ефективного, збалансованого і пропорційного розвитку харчової промисловості, у тому числі її молочної галузі є одним з головних завдань державної економічної політики, реалізація якого виступає основною умовою не тільки задоволення потреб внутрішнього ринку в продовольчих товарах, але й за наявності відповідних можливостей – формування потужного їх експортного потенціалу. Водночас, радикальні трансформації, що відбуваються в економіці України зумовлюють необхідність максимального використання всіх резервів підвищення ефективності розвитку молочної промисловості. Нові економічні умови, що полягають в формуванні і становленні ринкової системи господарювання, наданні господарської самостійності підприємствам і регіонам, призводять до усвідомлення об'єктивної необхідності подолання галузевого, відомчого підходу до розвитку молочної промисловості, зумовлюють необхідність більш глибокої уваги і врахування економічних можливостей і розвитку молочної промисловості в окремих регіонах України [2].

Ринкове трансформування народногосподарського комплексу України являє собою процес зміни визначальних характеристик економічної сис-

теми, зокрема, її елементів, зв'язків між ними та пропорцій розвитку [3]. Причому це стосується не тільки економіки в цілому, а й її підсистем галузевого рівня, серед яких особливу роль відіграє молочна галузь харчової промисловості, прискорений розвиток якої є одним з пріоритетів державної соціально-економічної політики.

Система трансформування молочної промисловості має розглядатися з таких точок зору: зміна структурних галузевих ринків; зміна структури ресурсів, що споживаються галуззю; зміна структури управління галуззю; зміна структури галузі (співвідношення між групами суб'єктів господарювання), виділеними за такими критеріями: форма власності, організаційно-правова форма підприємництва, зміна структури асортименту, що виробляється галуззю. Найбільш привабливими організаційно-правовими формами підприємництва для новостворених підприємств молочної промисловості, особливо великих є відкриті акціонерні товариства, оскільки саме така форма дозволяє залучити значні обсяги фінансових ресурсів на фондовому ринку. Пожвавлення процесу створення малих та середніх підприємств харчової промисловості зумовлене незначним розміром стартових інвестицій, високою інвестиційною привабливістю даної галузі, значною місткістю ринку продовольчих товарів.

Ефективне функціонування харчової промисловості значною мірою залежить від структури ресурсів, які вона споживає. До основних цілей соціально-економічного розвитку країни належить зростання частки ВВП, створеної харчовою промисловістю (як галуззю з порівняно невисоким оборотом капіталу, зорієнтованої на задоволення кінцевого попиту). Структура цієї частки в процесі ринкових перетворень у середньостроковій перспективі змінюватиметься (з урахуванням вихідних припущень щодо здійснення урядом послідовної антиінфляційної політики, одержання «державних» кредитів від міжнародних фінансових організацій, легалізації економічних наслідків зменшення податкового тягаря) у таких напрямках:

- стабілізація частки фонду оплати праці (за рахунок підвищення продуктивності праці та ефективного оподаткування);
- скорочення частки чистого податку на 3-4 %;
- зростання питомої ваги валового прибутку і нагромадження капіталу за його рахунок;
- поступове підвищення рівня нагромадження основного капіталу (зокрема у вигляді нематеріальних активів). Основні напрямки системного трансформування молочної промисловості: являє собою фонову інформацію для розробки ефективних економічних стратегій підприємств галузі; щодо організаційної, ресурсної та асортиментної структури галузі, то вони можуть розглядатись як комплекс якісних стратегічних цілей.

Досягнення їх дозволяє у майбутньому подолати галузеву структурну деформацію, що залишилася у спадщину від командно-адміністративної економіки. Визначальним елементом продовольчого, у тому числі ринка молока, активною силою, що рухає весь ринковий механізм, є попит. Споживчий ринок молочних продуктів був і буде завжди через те, що попит на молоко є невід'ємним атрибутом життєдіяльності населення.

У макроекономічному плані до основних факторів формування попиту на продовольство належать такі: чисельність населення, тенденції розвитку демографічних процесів; рівень доходів населення; професійна структура зайнятих у галузях господарства. Важливим демографічним процесом є тенденція до збільшення частки населення у віці старше працездатного в загальній його структурі. Це позначається на ринку молока дуже специфічно, тому що у похилому віці знижується енергетичний еквівалент харчового раціону, змінюється його структура, знижується рівень платоспроможного попиту громадян. Отже, в Україні мають місце деякі демографічні фактори, що якісно впливають на ринок продуктів харчування, у тому числі молочних продуктів.

Оскільки молочна промисловість має потужні шанси розвинути експортну діяльність, то нині важливого значення набуває фактор інноваційності. Як і в інших галузях, у харчовій промисловості технологічні інновації – це

діяльність підприємства, пов'язана з розробкою та впровадженням як технологічно нових, так і значно технологічно вдосконалених продуктів (продуктові інновації) та процесів (процесові інновації). Необхідно підкреслити, що до технологічних інновацій не належать продукти, модифіковані незначною мірою (наприклад, з використанням нових смакових добавок до продукції старого асортименту), освоєння підприємством продукції, нової для нього, але вже давно відомої на ринку збуту, а до процесових інновацій – придбання машин і устаткування традиційних моделей і типів або навіть заміна застарілих машин і устаткування традиційних моделей, але тієї ж самої моделі. Інноваційною вважається тільки продукція, що була заново впроваджена, зазнала істотних технологічних змін або вдосконалювалася протягом останніх трьох років [4].

Впровадження технологічних інновацій у харчовій промисловості стало пріоритетним завданням, оскільки від його вирішення залежать конкурентоспроможність вітчизняних продовольчих товарів на світовому і національному продовольчих ринках, міжнародне визнання і підтримання на перспективу іміджу країни як надійного експортера якісних і безпечних харчових продуктів, успішне проходження нашої держави на шляху вступу до СОТ та інтеграції з Європейським Союзом [5-7].

В роботі [8] зазначено, що незважаючи на певні періоди піднесення (1998, 2018, 2019 роки, в останні роки спостерігається стала тенденція до скорочення кількості підприємств харчової промисловості, які взагалі проводять інноваційну діяльність. Зокрема, тільки за 2019-2022 роки їх кількість і частка зменшилась більш як удвічі (відповідно, до 267 і 9,9 %), хоча витрати на неї зросли у 2,3 рази (до 1026,5 млн. грн.), а в розрахунку на одне підприємство – у 4 рази (до 3,84 млн. грн.). Коли ж узяти до уваги, що основними джерелами інноваційної діяльності слугували власні доходи підприємств і банківські кредити, одержані ними під ці потреби (в сукупності 78-93 % загальної суми коштів у 2000-2022 р.

Отже, стає зрозумілим, що відбувається «природне» виключення з цього процесу дрібних інвесторів, не здатних впроваджувати сучасні інноваційні проекти. Наприклад, за 2000-2022 роки по статті «придбання нових технологій» кількість підприємств зменшилась в 1,7 рази (до 27), загальні витрати збільшились у 3 (до 115 млн. грн.), а в розрахунку на одного господарюючого суб'єкта – у 5 (до 4,26 млн. грн. [9]).

До статті «інші витрати» включають витрати, пов'язані з впровадженням технологічних інновацій: оплату послуг типу «інжиніринг», консультацій запрошених кваліфікованих спеціалістів, робіт і послуг технологічного характеру, відповідного навчання, підготовки та перекваліфікації персоналу. В сукупності зазначені чотири статті витрат «поглинають» понад 97 % загального обсягу витрат на технологічні інновації. І лише дуже незначна частка витрат направляється на проведення підприємствами власних досліджень і розробок, а також на технологічну підтримку їх впровадження у виробництво. Коли ж врахувати, що більшість галузевих науково-дослідних інститутів істотною мірою згорнули або взагалі припинили свою діяльність, то необхідно визнати: в харчовій промисловості утворився значний розрив між потребою в оновленні асортименту вироблюваної підприємствами харчової продукції та реальною пропозицією її нових інноваційних видів [10].

Непрямым підтвердженням цьому висновку є той факт, що вітчизняні інвестори (переважно оптові закупівельно-торгівельні організації) дуже мало заінтересовані у розширенні інноваційної діяльності підприємств харчової індустрії: у найгірші періоди 2000-х років їх участь не перевищувала 1 % загальної суми витрат на ці потреби (в середньому близько 4,5 млн. грн. на рік), за винятком 2000 і 2020 роки, коли вона становила близько 5 % - відповідно 25 млн. грн.. Це дещо нижче від рівня найгірших (2018 і 2021 років) щодо участі в даному процесі іноземних інвесторів і в 3-4 рази менше, ніж у найкращі роки (73,6 – 102,6 млн. грн.). Практично припинилася (за незначним винятком) підтримка інноваційної діяльності в харчовій промисловості з боку державного та місцевих бюджетів, а також позабюджетних фондів, хоча

на початку 2000-х років в цілому по промисловості вона становила щороку понад 1 млрд. грн. [11].

Компенсація втрачених і послаблення ролі традиційних джерел інвестування інноваційної діяльності відбувалася переважно за рахунок збільшення кредитних ресурсів: в 2000-х роках їх обсяг зріс більше ніж у 4 рази (до 205 млн. грн.), а в 2020-2022 роках їх частка в загальному обсягу витрат коливалася в межах 18,5-25,3 %. Основним же джерелом інвестування інноваційної діяльності були й залишаються власні доходи підприємств.

Отже, нарощування обсягів власних і залучених фінансових ресурсів, які направляються підприємствами харчової промисловості на інноваційну діяльність, при значному скороченні кількості суб'єктів господарювання, що нею займаються, свідчить про те, що масштаб дрібних нововведень істотно зменшується, а вони заміщуються реалізацією інноваційних проектів, які забезпечують вагомі зрушення в зазначеній сфері. При цьому інтегральним показником виступають розширення виробництва і збільшення обсягів реалізації інноваційних видів продукції. Найбільша кількість підприємств зв'язані з виробництвом і реалізацією інноваційної продукції, а також створенням і впровадженням нових або вдосконалених видів продукції. Частка підприємств, які освоювали лише нові види інноваційної продукції, в загальній кількості суб'єктів господарювання, що створювали нові або вдосконалені види продукції, постійно знижується. Загальний аналіз інноваційної діяльності підприємств молочної промисловості приведений на рисунку 1.1 (дані на початок року) [12].

Отже, дані рисунку 1.1 свідчать, що кількість підприємств молочної промисловості, які займались інноваційною діяльністю на початку 2024 року зменшилась на 11 одиниць порівняно з 2020 роком, а частка цих підприємств в загальній структурі підприємств молочної промисловості скоротилась за відповідний період на 3,1 %. Тому з метою розвитку молочної галузі України, потрібно створити державі умови для інноваційно-інвестиційного розвитку цих підприємств [13].

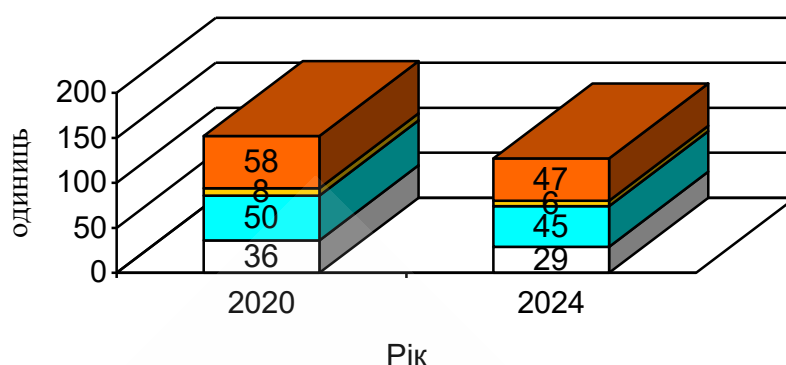


Рисунок 1.1 – Інноваційна діяльність підприємств молочної промисловості

При виході з рецесії в результаті трансформаційних процесів у харчовій промисловості відбулись істотні зміни у структурі виробництва продовольчих товарів. Ці зрушення пояснюються неоднаковою стійкістю підприємств до руйнівних процесів, які відбувались впродовж майже всіх 90-х років, а також різними темпами гальмування й подолання їх інерційності на початку 2000-х років. Зокрема, скорочення виробництва продукції сільського господарства наприкінці 90-х років практично удвічі порівняно з базовим роком спричинило значне зменшення обсягів випуску харчових продуктів.

Каталізатором піднесення виробництва на початку 2000-х років стали зростання власних доходів населення, підвищення його купівельної спроможності, розширення попиту на продовольчі товари, посилення вимог до якості та безпеки харчових продуктів. За таких обставин суб'єкти підприємництва одних видів діяльності ще в умовах економічного спаду вишукували можливості для модернізації виробництва або переходу його повністю на інноваційні технології, оновлення асортименту, нарощування випуску високоякісної та безпечної продукції; других – максимально використовували залишковий запас виробничих потужностей для задоволення потреб споживачів у де-

фіцитній продукції, не особливо орієнтуючись на підвищення її якості; третіх – під впливом різних зовнішніх і внутрішніх факторів зменшували виробничу діяльність, скорочували або взагалі не розпочинали виробничий сезон, а це пізніше закінчувалося повною зупинкою або банкрутством підприємства.

Розглянемо в таблиці 1.1 динаміку індексів цін на окремі групи харчових продуктів в Україні (станом за 2024 рік) [14-17].

Таблиця 1.1 – Індеси цін на окремі групи споживчих товарів, 2024 р.

	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень
Індекс споживчих цін	100,0	100,3	100,6	100,9	101,5	103,3	103,4	104,5	106,5	108,5	111,2	112,3
Продукти харчування та безалкогольні напої	100,3	101,1	100,4	100,3	101,6	102,2	101,5	103,3	105,9	109,4	114,5	116,1
Продукти харчування	100,6	101,4	100,5	100,2	101,7	102,1	101,3	103,4	105,9	109,5	114,7	116,6
Хліб і хлібопродукти	100,3	101,6	101,7	102,5	104,4	106,7	107,5	111,0	113,3	114,9	118,3	120,9
Хліб	100,6	100,9	100,9	102,0	105,0	106,1	107,7	112,7	114,8	115,2	117,5	121,9
Макаронні вироби	101,1	101,9	100,5	102,2	103,8	102,9	102,8	106,7	108,3	110,0	114,2	115,8
М'ясо та м'ясопродукти	98,7	98,3	97,0	97,2	99,2	97,6	97,1	99,1	100,5	100,1	101,5	103,0
Риба та продукти з риби	101,1	102,7	102,8	104,6	105,5	104,7	109,9	108,9	109,2	112,3	113,3	113,5
Молоко, сир та яйця	96,7	95,7	92,8	89,0	86,3	89,1	87,6	89,9	95,9	101,8	115,0	116,0
Молоко	99,7	99,3	101,2	99,4	95,5	96,2	96,2	98,9	106,3	110,6	118,6	121,2
Сир і м'який сир (творог)	98,5	101,9	101,2	101,6	102,0	101,3	104,2	103,4	107,3	109,8	112,5	116,2
Яйця	87,5	81,2	66,5	48,5	43,4	55,8	43,8	49,6	59,1	72,1	110,8	107,0
Олія та жири	100,8	99,8	97,3	98,1	98,8	98,6	100,2	100,2	104,5	110,0	114,5	118,7
Масло	101,1	102,6	98,5	103,2	102,2	103,0	103,6	101,6	109,0	117,7	126,1	132,4
Олія соняшникова	101,6	98,3	94,4	94,7	99,1	100,6	106,5	109,7	113,5	119,2	122,8	129,8
Інші їстівні тваринні жири	99,7	96,7	97,5	92,6	93,2	89,7	89,0	88,6	89,0	89,7	89,7	89,0
Фрукти	103,1	108,8	116,1	114,1	124,8	125,4	135,8	125,9	126,1	131,6	133,3	131,7
Овочі	116,5	124,9	122,8	123,1	126,1	122,7	93,6	108,9	112,6	132,6	153,4	160,0
Цукор	99,0	95,7	96,5	91,8	94,5	95,6	106,6	110,0	100,8	97,9	97,8	98,2

За даними табл. 1.1 можна свідчити, що протягом 2024 року споживчі ціни на групу «Молоко, сир та яйця» демонстрували нестабільну, переважно низхідну динаміку в першому півріччі та різке зростання в останні місяці року. Найнижчі значення зафіксовано у травні–липні (86,3% у травні та 87,6% у липні), що свідчить про суттєве здешевлення вказаної продукції. Це могло бути зумовлено сезонним фактором (надлишкова пропозиція молока влітку), а також зниженням купівельної спроможності населення.

Окремо вражає індекс на яйця, який у квітні впав до критично низького рівня – лише 48,5%, тобто ціни зменшилися майже вдвічі порівняно з базовим рівнем. Це різке зниження протягом січня–червня (з 87,5% до 43,4%) свідчить про кризу перепродукції або тимчасове перевиробництво. Проте восени та взимку ціни знову стрімко зросли: у листопаді – 110,8%, у грудні – 107,0%. Ціни на молоко були відносно стабільними до серпня, а з вересня почали зростати, досягнувши у грудні індексу 121,2%. Це типово для холодного періоду року, коли знижується надої, зростають витрати на утримання худоби та транспортування.

Сир і м'який сир (творог) показали поступове підвищення індексу протягом року – від 98,5% у січні до 116,2% у грудні, без різких коливань, що свідчить про стабільні виробничі процеси та контрольований попит. Масло та соняшникова олія продемонстрували найвиразніше зростання цін: індекс масла у грудні сягнув 132,4%, а соняшникової олії – 129,8%. Така тенденція може бути наслідком загального подорожчання енергоносіїв, кормів і зменшення запасів.

Таким чином, незважаючи на короткострокове зниження в середині року, ринок молочної продукції завершив 2024 рік зі значним зростанням цін. Це вказує на загальноінфляційні процеси в економіці та чутливість цієї категорії до сезонних і логістичних факторів.



Рисунок 1.2 – Індекс споживчих цін на молочну продукцію в Україні [14-17]

Графік динаміки індексів споживчих цін на молочну продукцію в Україні за 2010-2024 роки (див. рис. 1.2) свідчить про значні коливання вартості цієї категорії товарів протягом аналізованого періоду. У першій половині десятиліття (2010–2014) спостерігається помірне зростання цін, з піком у 2014 році (131,7%), що збігається з початком соціально-економічної нестабільності, зокрема анексією Криму та конфліктом на Сході України.

Подальший період (2015–2017) відзначається високими індексами – понад 125%, що відображає інфляційні процеси, падіння курсу гривні та зростання собівартості виробництва. У 2019 році вперше зафіксовано зниження індексу до 92,5%, що може свідчити про тимчасове стабілізування ринку або надлишкову пропозицію продукції.

Найвищий стрибок – у 2021 році (162,3%) – можна пояснити постковідним ефектом, глобальними логістичними збоями, а також ростом цін на енергоносії та кормову базу. У 2022–2024 роках індекси залишаються високими, але з певним зниженням, що відображає загальноекономічну напругу в умовах воєнного стану, скорочення обсягів виробництва й імпорту, а також зростання витрат на переробку й логістику.

Загалом динаміка демонструє чутливість молочної галузі до макроекономічних і політичних чинників, а також необхідність удосконалення державної підтримки та стабілізації внутрішнього виробництва.

Проаналізуємо індекси виробництва харчових продуктів в Україні за 2019-2024 роки (див. табл. 1.2).

Дані таблиці 1.2 засвідчують, про стійку тенденцію до зниження виробничої активності у більшості підгалузей харчової промисловості. Загальний індекс виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів знизився з 99,2% у 2019 році до 76,3% у 2024 році, що є відображенням як структурних проблем у галузі, так і зовнішніх шоків, зокрема повномасштабної війни та порушення логістичних ланцюгів.

Найбільше скорочення зафіксовано у виробництві молочних продуктів та морозива, де індекс впав до 85,6% у 2024 році. Це може бути пов'язано

із зниженням поголів'я худоби, зростанням собівартості виробництва та падінням внутрішнього попиту. Схожа ситуація спостерігається і в м'ясопереробній галузі (81,7% у 2024 р.), що також свідчить про глибоку трансформацію аграрного сектору.

Таблиця 1.2 – Індекси обсягу виробництва харчових продуктів [14-17]

Харчові продукти	Рік					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, у тому числі	99,2	94,6	78,4	82,3	88,9	76,3
– виробництво м'яса та м'ясних продуктів	98,0	96,5	85,2	89,1	92,4	81,7
– виробництво рибних продуктів	102,5	98,7	90,3	93,8	95,6	88,2
– перероблення та овочів та фруктів	104,1	99,8	92,7	96,4	98,9	90,5
– виробництво олії та тваринних жирів	101,3	97,6	89,5	92,7	95,1	87,4
– виробництво молочних продуктів та морозива	100,2	95,4	88,1	91,3	93,7	85,6
– виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості,	99,5	94,2	86,7	89,9	92,3	83,8
– виробництво інших харчових продуктів, у тому числі:	100,8	96,1	88,9	92,1	94,5	86,7
– виробництво хліба та хлібобулочних виробів	98,7	93,5	85,6	88,8	91,2	82,9
– виробництво цукру	103,4	98,2	90,8	94,1	96,5	88,7
– виробництво какао, шоколаду та цукристих кондитерських виробів	99,9	95,0	87,3	90,5	92,9	84,8

Характерною є поступова деградація в сегменті хлібобулочних виробів (до 82,9%) та борошномельно-круп'яної продукції (до 83,8%), що може бути наслідком як зміни споживчих переваг, так і складнощів з експортом та внутрішнім споживанням. Натомість найменше падіння спостерігається у виробництві цукру (88,7%) та рибної продукції (88,2%), що свідчить про відносну стійкість цих галузей.

Загалом, динаміка індексів свідчить про системні виклики у харчовій промисловості, які потребують державної підтримки, інвестицій в інфраструктуру, а також адаптації підприємств до нових умов господарювання.

Інформація щодо виробництва найважливіших видів харчових продуктів в Україні за 2021-2023 рік наведено у табл. 1.3.

Таблиця 1.3 – Виробництво найважливіших видів харчових продуктів на одну особу в Україні, кг [14-17]

Харчові продукти	Рік		
	2021	2022	2023
Яловичина і телятина, свіжі (парні) чи охолоджені	3,5	3,2	3,0
Яловичина і телятина, морожені	1,2	1,1	1,0
Свинина свіжа (парна) чи охолоджена	8,7	8,5	8,2
Свинина морожена	2,1	2,0	1,9
М'ясо і субпродукти харчові свійської птиці, свіжі	12,5	12,0	11,5
М'ясо і субпродукти харчові свійської птиці	14,0	13,5	13,0
Вироби ковбасні	5,3	5,1	4,9
Напівфабрикати м'ясні (включаючи з м'яса птиці) ¹	4,8	4,6	4,4
Соки фруктові та овочеві, нектари	7,2	7,0	6,8
Овочі консервовані натуральні	3,9	3,8	3,7
Джеми, желе фруктові, пюре та пасти	2,5	2,4	2,3
Олія соняшникова нерафінована	10,8	10,5	10,2
Маргарин і продукти аналогічні	1,9	1,8	1,7
Молоко оброблене рідке	45,6	44,0	42,5
Вершки	1,2	1,1	1,0
Масло вершкове	3,4	3,2	3,0
Спреди та суміші жирові	1,1	1,0	0,9
Сир свіжий неферментований та сир кисломолочний	4,2	4,0	3,8
Сири жирні	3,6	3,4	3,2
Продукти кисломолочні	9,5	9,0	8,5
Вироби хлібобулочні	35,0	34,0	33,0
Цукор-пісок	28,7	28,0	27,5
Шоколад та інші продукти харчові готові	4,5	4,3	4,1
Вироби кондитерські з цукру	6,3	6,1	5,9
Вироби макаронні без начинки	7,8	7,5	7,2
Води натуральні мінеральні негазовані, л	12,0	11,5	11,0
Води натуральні мінеральні газовані, л	9,4	9,0	8,5
Напої безалкогольні, л	18,6	18,0	17,5

Аналіз виробництва найважливіших видів харчових продуктів на одну особу в Україні за 2021–2023 роки свідчить про поступове скорочення обсягів більшості категорій продукції. Така тенденція є наслідком погіршення макроекономічних умов, воєнних дій, порушення логістичних ланцюгів і зниження купівельної спроможності населення.

Зокрема, спостерігається зменшення обсягів виробництва м'ясної продукції. Наприклад, споживання свіжої свинини зменшилося з 8,7 кг у 2021 році до 8,2 кг у 2023 році, а яловичини – з 3,5 до 3,0 кг відповідно. Найбільше зниження демонструє сегмент м'яса птиці: з 12,5 кг до 11,5 кг свіжої

продукції, що може бути пов'язано зі зменшенням поголів'я і витратами на вирощування.

Також суттєво скоротилось виробництво молочних продуктів. Зокрема, молока рідкого обробленого – з 45,6 кг у 2021 році до 42,5 кг у 2023 році, кисломолочних продуктів – із 9,5 до 8,5 кг. Це вказує на поглиблення проблем у молочній галузі, що, ймовірно, пов'язано зі зростанням собівартості виробництва, дефіцитом кормів та зниженням споживчого попиту.

Такі ж тренди спостерігаються у виробництві цукру, макаронних виробів, соняшникової олії та кондитерських товарів. Наприклад, обсяги шоколаду на одну особу зменшились з 4,5 до 4,1 кг, що свідчить про зниження споживання продукції не першої необхідності.

Загалом, динаміка показників підтверджує скорочення харчового виробництва на душу населення як реакцію на кризові процеси в економіці та суспільстві. Для стабілізації ситуації необхідна цілеспрямована державна підтримка продовольчої галузі та стимулювання внутрішнього попиту.

Поряд з галузевими трансформаціями у харчовій промисловості, на зрушення у вартісній структурі виробництва харчових продуктів значною мірою повинні вплинути [19]:

- різношвидкісне підвищення відпускних цін на різні види продукції;
- постійне оновлення асортименту продовольчих товарів, яке супроводжувалося «вимиванням» дешевих продуктів та їх заміною на більш якісні та за підвищеною ціною;
- збільшення обсягів експорту вітчизняної продукції, а особливо – тими підприємствами, що використовують сучасні технології виробництва, впровадили системи управління якістю та сертифікували їх у міжнародних центрах сертифікації;
- розширення випуску інноваційної продукції та кількості підприємств, які отримали статус «інноваційних» або наближаються до цього;
- посилення законодавчої складової в регулювання ринку харчової, у тому числі молочної промисловості.

Розглядаючи останні тенденції нормативно-правового забезпечення вітчизняного молочного ринку можна відмітити, що був прийнятий в 2021 році важливий закон для галузі Закон України «Про молоко і молочні продукти», який направлений на розвиток галузі, нарощування експортних обсягів молочних продуктів, сприяти розвитку інтеграційних процесів між виробниками, переробниками і реалізаторами молочних виробів тощо. Основними документами, які регулюють розвиток молочного ринку є [20]:

- Закон України «Про молоко і молочні продукти» (№ 1870, від 24.06.2021 року);
- Закон України «Про безпеку і якість харчових продуктів» (№ 2809, від 06.09.2022 року);
- Закон України «Про забезпечення санітарного і епідеміологічного благополуччя населення» (№ 4004, від 24.02.1994 року);
- Закон України «Про ветеринарну медицину» (№ 361, від 16.01.2023 року);
- Закон України «Про захист прав споживачів» (№ 3161, від 01.12.2022 року);
- Закон України «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції» (№ 468, від 17.07.1997 року);
- Закон України «Про дитяче харчування» (№ 142, від 14.09.2023 року);
- Методичні рекомендації «Періодичність контролю виробничої сировини і харчових продуктів по показникам безпеки (МР 4.4.4. – 108-2021 року);
- Державні санітарні правила для молокопереробних підприємств (ДСП 4.4.4 011-98);
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку харчових домішок, дозволених для використання в харчовій промисловості» (№ 12 від 04.01.1999 року);
- ДСТУ 2661-94 «Молоко коров'яче питне. Загальні технічні умови»;
- ДСТУ 3662-97 «Молоко коров'яче цільне. Вимоги при закупівлі»;
- ДСТУ 4273:2020 «Молоко і вершки сухі. Загальні технічні умови»;

- ДСТУ 4343:2021 «Йогурти. Загальні технічні вимоги»;
- ДСТУ 4417:2022 «Сметана. Технічні умови»;
- ДСТУ 4539:2023 «Сироватка. Технічні умови»;
- ДСТУ 4541:2023 «Продукти молочні для дитячого харчування. Вершки стерилізовані для дітей. Технічні умови».

Вітчизняні підприємства молочної промисловості чекають удосконалення наявної нормативно-правової бази, а саме дають пропозиції щодо розробки документів, які підвищують безпеку продукції. За даними національної асоціації виробництва молока на 1 січня 2018 року в молочній галузі діяли 120 стандартів, які гармонізують у відповідності до вимог Європейського Союзу. Постійно проходить процес прийняття нових нормативно-правових актів.

1.2 Оцінка ринку молочних продуктів України

Сьогодні простежуються кризові процеси в молочній галузі України. По-перше, відбувається зменшення кількості поголів'я корів в Україні; по-друге, ринок ЄС не поспішає відкривати свої ринки для українських виробників молокопродуктів, в якості аргументу – низька якість сировини, яке постачається від приватних господарств до постачальника, зазначена ситуація спостерігається і з європейськими ринками (сьогодні в загальній кількості вітчизняного молока незначна частка високоякісної сировини). В 2024 році по даним союзу молочних підприємств України, із загальної кількості молока, яке було продане сільськогосподарськими підприємствами біля 20 % було вищого ґатунку, а біля 10 % – другого ґатунку [21]. По-третє, внаслідок війни багато підприємств молочної промисловості зупиняють реалізацію інвестиційних проектів, збільшення виробничих потужностей, консервують капітальне будівництво тощо.

Основними особливостями молочної продукції є її висока ліквідність, стабільність до попиту, особливі умови зберігання і транспортування, відно-

сно невеликий термін реалізації. Температурний режим зберігання молочної продукції 2-6 °С. Внаслідок коротких термінів реалізації молочної продукції (молока) протягом 3-7 діб збутові агенти мають майстерно проводити планування. Неякісна робота торгового персоналу може призвести до відсутності продукції в торговій мережі в найбільш зручне для споживача час, що відображається на об'ємах збуту продукції. З іншої сторони, наявність продукції в значних обсягах може призвести до повернення продукції назад, яке вже буде непридатне до використання. Збут молоко в радянські часи був регіонально орієнтований або локальним: молокозаводи продавали продукцію в ті регіони, в яких її випускали.

Структура українського ринку молочної продукції в 2023 році наведена на рисунку 1.3 [22].

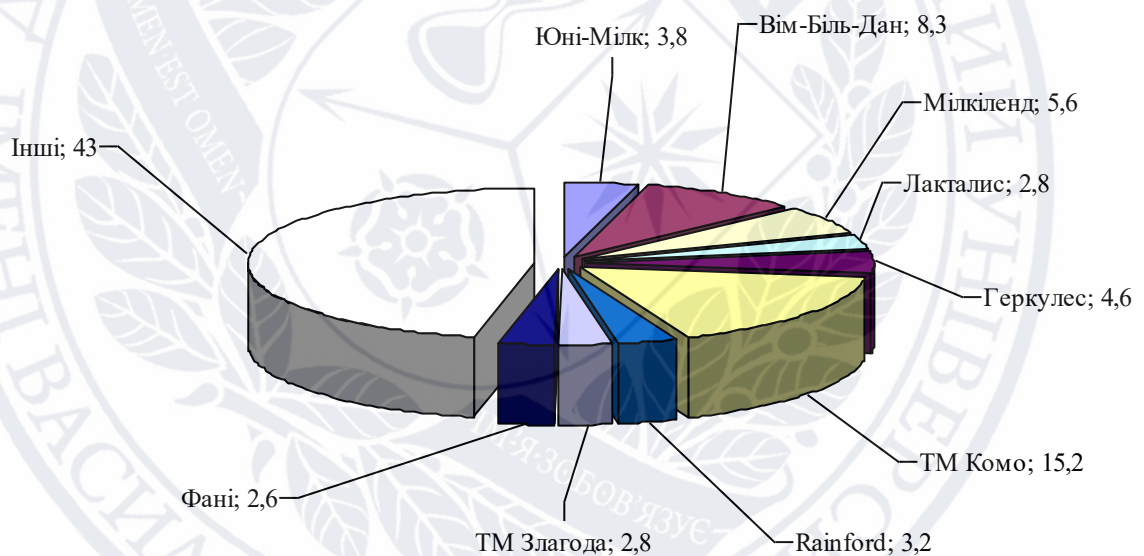


Рисунок 1.3 – Структура реалізації молочних продуктів

Отже, в структурі реалізації молочної продукції (рисунок 1.3) найбільшу частку займає західна молочна група ТМ «Комо» – 15,2 %, до складу якої входять компанії: «Danone» – 4,1 %, «Люстдорф» – 3,8 %, «Галичина» – 3,5 %.

Обсяг українського ринку молочної продукції в фізичному вираженні в 2025 році за даними експертів [23] залишиться на рівні 2023 року, а деякі

фахівці стверджують, що зменшиться на 5-8 %. За даними інвестиційно-консалтинговою групи «Астарта-Таніт», в 2023 році цільномолочний ринок «важив» 1,347 млн. т. в натуральному та 1373 млн. дол.. США. Нині за даними Державного комітету статистики України, за 10 місяців 2024 року, порівняно з аналогічним періодом минулого року, скоротилось виробництво практично всіх видів молочних продуктів, крім жирних сирів.

Динаміка виробництва молочних продуктів наведена на рисунку 1.4 [24]

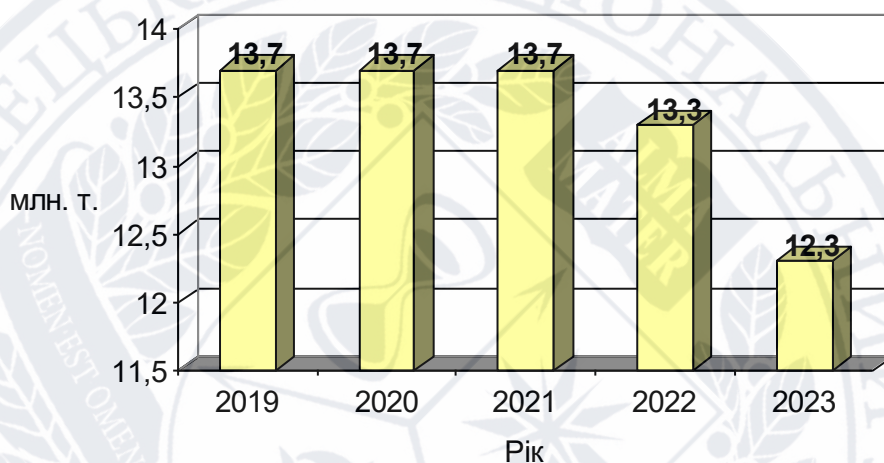


Рисунок 1.4 – Динаміка виробництва молока в Україні [14-17]

Отже, динаміка виробництва молока в Україні має тенденцію до падіння (див/ рисунок 1.4). Так, протягом 2019-2023 років обсяги виробництва молока залишались на одному рівні і становили в середньому 13,7 млн. т. З 2022 року обсяги виробництва молока почала зменшуватись з 13,7 млн. т. до 12,3 млн. т. в 2023 році (зменшення за відповідний період склало 7,5 %).

Більш детальний аналіз виробництва та продажу молочних продуктів в Україні наведений в таблиці 1.4 (на початок року) [14-17].

Аналіз динаміки виробництва і продажу молока в Україні за 2018–2024 роки демонструє стійку тенденцію до скорочення як поголів'я корів, так і обсягів виробництва молока. Загальна кількість корів зменшилась із 1,91 млн голів у 2018 році до орієнтовно 1,25 млн у 2024 році, тобто майже на

35%. Основне скорочення припадає на господарства населення, які історично забезпечували понад 60% виробництва молока в країні.

Таблиця 1.4 – Виробництво і продаж молочних продуктів в Україні

Показник	Рік						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Кількість корів, всього, тис. голів	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024*
У тому числі в сільськогосподарських підприємств	1912	1850	1800	1540	1340	1290	1250
В господарствах населення	435	420	410	425	390	373,5	360
Виробництва молока, всього, тис. тон	1477	1430	1390	1115	950	916,5	890
У тому числі, в сільськогосподарських підприємств	10064	9703	9254	8400	7600	7412	7300
Питома вага, %	2800	2700	2600	2800	2900	2800	2750
В господарствах населення	27,8%	27,8%	28,1%	33,3%	38,2%	37,8%	37,7%
Питома вага, %	7264	7003	6654	5600	4700	4612	4550
Продаж молока переробними підприємствами всіма підприємствами, всього, тис. тон	72,2%	72,2%	71,9%	66,7%	61,8%	62,2%	62,3%
У тому числі, в сільськогосподарських підприємств	4200	4000	3800	3600	3400	3500	3450
Питома вага, %	3000	2900	2800	2700	2600	2600	2550
В господарствах населення	71,4%	72,5%	73,7%	75,0%	76,5%	74,3%	73,9%
Питома вага, %	1200	1100	1000	900	800	900	900
Питома вага продажу молока в загальних об'ємах його виробництва, %	28,6%	27,5%	26,3%	25,0%	23,5%	25,7%	26,1%

Обсяги валового виробництва молока також суттєво знизилися – з понад 10 млн тонн у 2018 році до приблизно 7,3 млн тонн у 2024 році. Попри зниження загального обсягу, питома вага сільськогосподарських підприємств у структурі виробництва молока зростає – з 27,8% у 2018 році до 37,7% у 2024 році. Це свідчить про концентрацію виробництва у більш технологічно розвинених підприємствах на фоні згортання молочного скотарства в домогосподарствах населення.

Продаж молока на переробку також знижується, однак темпи падіння повільніші – з 4,2 млн тонн у 2018 році до 3,45 млн тонн у 2024 році. При цьому питома вага молока, що реалізується для переробки, у загальному об-

сязі виробництва поступово зростає – з 41,8% до 47,3%. Це свідчить про переорієнтацію галузі на індустріальний формат виробництва і постачання.

Отже, український молочний сектор перебуває у процесі глибокої структурної трансформації: скорочення дрібного виробництва, зростання ролі підприємств і переорієнтація на промислову переробку. Для збереження внутрішнього ринку необхідні заходи підтримки галузі, модернізація технологій та зміцнення експортного потенціалу.

Стан виробництва молочної продукції в Україні наведено у табл. 1.5.

Таблиця 1.5 – Виробництво молочної продукції за видами, тис. т.

Види молочних продуктів	Рік			
	2021	2022	2023	2024
Молоко і вершки сухі	28,5	21,9	23,6	26,4
Сир свіжий неферментований та сир кисломолочний, у тому числі:	84,5	59,5	63,9	71,6
вироби з сиру кисломолочного знежиреного	50,7	35,7	38,3	42,9
вироби з сиру кисломолочного жирного	33,8	23,8	25,6	28,7
Сири жирні, у тому числі:	77,4	59,9	64,4	72,1
Сичужний, у тому числі:	63,8	52,0	55,9	62,6
твердий	38,3	31,2	33,5	37,5
м'який	15,9	13,0	14,0	15,7
розсільний	9,6	7,8	8,4	9,4
плавлений не тертий і не в порошку	13,6	10,3	11,3	12,8
Молоко і вершки, згущені з доданням цукру або без додання цукру	45,2	34,6	37,8	42,1
Морозиво і харчовий лід	150,0	140,0	145,0	150,0

Аналіз динаміки виробництва основних видів молочної продукції в Україні за 2021–2024 роки (див. табл. 1.5) свідчить про поступове відновлення галузі після спаду, викликаного повномасштабною війною у 2022 році. Майже всі категорії продукції демонструють зниження у 2022 році з подальшим зростанням у 2023–2024 роках, що говорить про адаптацію молокоперобних підприємств до нових умов.

Особливо помітне скорочення у 2022 році спостерігалось у виробництві кисломолочного сиру – з 84,5 тис. тонн у 2021 році до 59,5 тис. тонн.

Проте вже у 2024 році очікується зростання до 71,6 тис. тонн. Аналогічні коливання характерні й для виробів з кисломолочного сиру (жирного та знежиреного), що свідчить про відновлення споживчого попиту на цю продукцію.

Позитивну динаміку демонструють також жирні сири – зростання з 59,9 тис. тонн у 2022 році до 72,1 тис. тонн у 2024 році. Це може бути пов'язано з розвитком локального виробництва і стабільним попитом на сири з високою доданою вартістю. Виробництво сиру твердого, плавленого та розсільного зростає синхронно, зберігаючи сталу структуру внутрішнього ринку.

Щодо згущеного молока, то після спаду у 2022 році (34,6 тис. тонн), у 2024 році очікується зростання виробництва до 42,1 тис. тонн. Така динаміка вказує на відновлення каналів збуту, включаючи експортні. Виробництво морозива також знизилося під час активної фази війни, проте у 2023–2024 роках відновилося на рівні 145–150 тис. тонн, що свідчить про відновлення сезонного попиту та логістики.

Загалом, зменшення обсягів виробництва у 2022 році було прогнозованим, однак показники 2023–2024 років демонструють позитивні сигнали стабілізації. Це дає підстави для обережного оптимізму щодо подальшого розвитку молочної галузі в Україні.

Незважаючи на те, що кількість молокозаводів в Україні ще обчислюється сотнями, сьогодні 25 підприємств випускають 80 % всієї молочної продукції. Серед найкрупніших виробників ринка молочної продукції (цільного молока) російські компанії – «Вім–Біль–Дан», «ЮніМілк–Україна», французькі – “Danone”, “Lactalis”, українські – «Мілкіленд», «Галичина», “Rainford”, «Донецький міськмолзавод № 2», ПраТ «Молочний дім». Динаміка темпів виробництва кисломолочних продуктів підприємствами, які займають значну питому вагу на ринку в 2024 році порівняно з 2023 роком приведена в таблиці 1.6.

Таблиця 1.6 – Темпи росту виробництва кисломолочних продуктів

№	Підприємство	Тем росту (2023-2024 роки), %
1	«ЮніМілк-Україна (ПрАТ «Галактон, м. Київ; ПрАТ «Кременчугський міськмолкозавод», Полтавська область)	9,34
2	«Вім-Біль-Дан» (ПрАТ «Харківський молококомбінат», ПрАТ «Київський міський молокозавод № 3)	- 0,53
3	Danone (ПрАТ «Молочний завод «Родич», м. Харків)	9,83
4	ПАТ «Галичина»	61,11
5	Rainford (ПАТ «Молочна фабрика «Рейнфорд», ДП «Молочний завод ПАТ «Молочная фабрика «Рейнфорд»	23,8
6	ПАТ «Молочний дім» (Фані)	7,69
7	ПАТ «Лакталіс-Миколаїв»	- 24,49

Дані таблиці 1.6 свідчать, про те, що найбільший ріст виробництва за 2023-2024 років кисломолочних продуктів зафіксований ПАТ «Галичина» – 61,11 %; Rainford (ПАТ «Молочна фабрика «Рейнфорд», ДП «Молочний завод ПАТ «Молочная фабрика «Рейнфорд» – 23,8 %; «ЮніМілк-Україна (ПрАТ «Галактон, м. Київ; ПрАТ «Кременчугський міськмолкозавод», Полтавська область) – 9,34 %.

Споживання молочних продуктів на одну особу (в перерахунку на молоко) приведена на рисунку 1.5 [24].

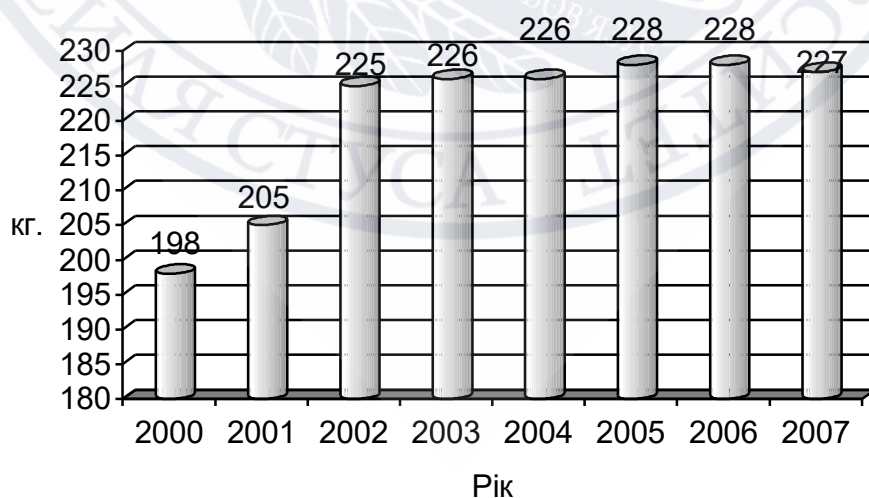


Рисунок 1.5 – Динаміка споживання молочних продуктів, кг

Аналіз динаміки споживання молочних продуктів (див. рисунок 1.5) свідчить, що кількість споживання молока на одну особу в 2024 році зменшилось порівняно з 2023 роком на 1 кг. або на 0,43 %. Хоча динаміка споживання молочних продуктів в 2024 році порівняно з 2000 роком збільшилась на 14,6 %. Середньостатистичний українець споживає 227 кг. молочних продуктів (в перерахунку на сире молоко) в рік, тоді як європеець споживає 380 кг. або на 153 кг. більше. Якщо розглядати споживання йогуртів то середній українець споживає його в середньому в рік – 3,5 кг., тоді як фіни 35 кг що в 10 разів більше порівняно з українцями.

З розвитком ринку українські виробники молока почали виробляти продукцію з значно тривалими строками її зберігання, що розширило географію збуту. Власне, зміна в особливостях продукту підштовхнула виробників молокопродуктів до збільшення частки прямих продаж, через власні збутові підрозділи. Так, структура реалізації молочної продукції приведена на рисунку 1.6 (за 2022-2024 роки) [26].

З рисунку 1.6 видно, що в структурі реалізації молочної продукції в Україні (протягом 2022-2024 років) намітились суттєві зміни. Так, такий канал збуту продукції як великі торговельні мережі зріс в 2024 році порівняно з 2022 роком на 21,67 % і становив в 2024 році найбільшу питому вагу в структурі продаж – 46,97 %.

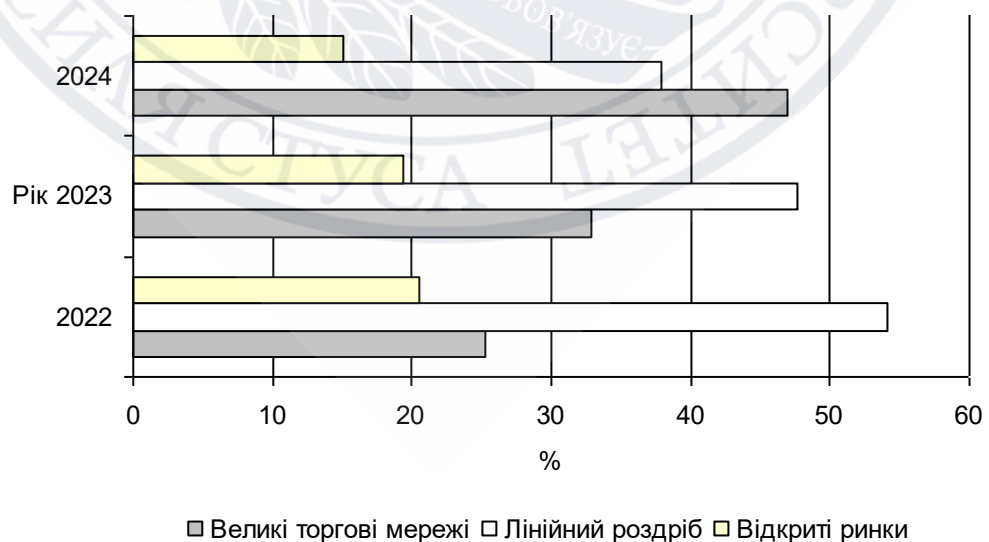


Рисунок 1.6 – Структура реалізації молочних продуктів

Тобто структура збуту молочної продукції наближається до зарубіжного рівня, коли 80 % продажу забезпечують великі торгівельні мережі. За наявних тенденцій розвитку ринку збуту молочної продукції, продаж через посередників є потужним інструментом захоплення ринку на національному рівні. Однак, розвиваючи непрямі продажі, виробнику потрібно ділити доходи від реалізації продукції з посередниками. По деяким даним, середня маржа при реалізації молочної продукції у посередників – 12-14 %.

Утримання власної збутової структури доцільне при наявності у виробника широкого портфеля продукції однієї товарної категорії. Сьогодні не всі виробники задоволені якістю просування продукції на ринок посередниками, що вимагає збільшення прямих продаж, а це вимагає збільшити такий рядок витрат як транспортні витрати. Використовуючи власний транспорт, підприємства не тільки можуть контролювати швидкість і надійність постачання продукції, але й її рекламувати свій товар на брендових автомобілях. Але деякі молокозаводи для постачання продукції користуються послугами логістичних компаній. За даними ПАТ «Галичина» витрати на логістику в собівартості продукції складають 4-5 %.

1.3 Методологічні аспекти та обґрунтування показників оцінювання ефективності економічних взаємовідносин підприємств молокопродуктової галузі

Будь-яке наукове дослідження є складним процесом, який включає в себе вивчення суті явищ, закономірностей їх розвитку, використання одержаних результатів на практиці. Метод – це шлях дослідження, теорія, вчення. У широкому розумінні слова методом називають шляхи, способи і засоби пізнання дійсності, сукупність взаємопов'язаних принципів і способів дослідження процесів, явищ і предметів у природі та суспільстві. Практичним додатком до методу є методологія – сукупність прийомів вивчення та опрацювання інформації. Методологія наукового дослідження охоплює

знання про засоби та методи, за допомогою яких здійснюється наукове дослідження [7].

В основу проведеного дослідження покладено діалектичний метод пізнання, який передбачає взаємообумовленість та взаємоузгодженість усіх явищ в суспільному житті та економіці. В процесі дослідження було вивчено досвід вітчизняних та зарубіжних вчених щодо питань формування, оцінювання та удосконалення економічних відносин підприємств молокопродуктового підкомплексу АПК. Але частина питань щодо збалансованого розвитку економічних відносин підприємств молокопродуктового комплексу залишається невирішеною.

Що стосується дослідження нових форм організації економічних відносин підприємств у молокопродуктовому підкомплексі, то в роботі для цього було використано загальний закон діалектики перетворення кількісних змін в якісні.

Для того, щоб мати можливість спрогнозувати розвиток економічних відносин підприємств та їх змінити, необхідною умовою є пізнання причинно-наслідкових зв'язків розвитку економічних відносин. Завдяки даному методологічному підходу можливо отримати науково обґрунтовані пропозиції щодо подальшого розвитку економічних відносин підприємств не лише молокопродуктового підкомплексу, але й інших галузей народного господарства.

Пізнання практики, тобто аналіз практичних результатів діяльності підприємств дає можливість виявити закономірності розвитку основних процесів їх діяльності, тенденції функціонування підприємств, а також можливість спрогнозувати їх подальшу діяльність.

Важливе місце в наукових дослідженнях відводиться методам дослідження серед яких виділяють загальнонаукові та конкретно наукові. Серед загальнонаукових методів важливе місце займає метод наукової абстракції – рух від конкретного явища до абстрактного, і потім сходження від абстрактного до конкретного. Важливість методу абстрагування є, беззаперечно, ве-

ликою, в його основі лежить формування економічних категорій. Суть даного методу полягає у наданні меншої уваги несуттєвим ознакам і виділення в тому чи іншому явищі суттєвих ознак.

При здійсненні аналізу того чи іншого економічного процесу відбувається його розкладання на певні елементи, а потім і вивчення цих елементів. Протилежний метод аналізу – синтез, який, навпаки, абстрактно об'єднує окремі складові певного явища. Методи аналізу і синтезу в даному дослідженні використовувалися при вивченні структури явищ, що спостерігалися.

В процесі дослідження економічних взаємовідносин підприємств молокопродуктового підкомплексу також застосовувалися історичні і логічні методи пізнання. Логічний – це теоретично послідовний виклад процесу розвитку явища, який поєднується з історичною його послідовністю.

В нашому дослідженні процес розвитку економічних взаємовідносин у молокопродуктовому підкомплексі АПК вивчається в єдності історичних його аспектів з логікою здійснення цього процесу.

В ході проведення дослідження поряд із загальнонауковими методами широко використано спеціальні методи. В роботі застосовувались елементи економіко-математичних методів. Для опрацювання значної кількості матеріалу в ході дослідження використано методи економічної статистики: групування, порівняння, кореляційно-регресійний аналіз (виробнича функція), метод експертного опитування «Дельфі» та ін.

Перераховані методи та методології дослідження дають можливість виявити проблеми у формуванні, оцінюванні та вдосконаленні економічних відносин підприємств молокопродуктового підкомплексу АПК, провести системний аналіз їх діяльності та діагностувати подальший розвиток. Завдяки цьому вироблений комплекс рекомендацій та пропозицій щодо вдосконалення економічних відносин підприємств молокопродуктового підкомплексу Вінницької області.

Для дослідження тенденцій розвитку того чи іншого явища в роботі використано ряди динаміки, які дають можливість провести аналіз зміни зна-

чень показників за ряд років. Крім того, в дослідженні використано метод статистичних групувань для виявлення впливу окремих чинників на результативні показники та аналізу їх взаємозв'язку.

Проте статистичні групування дають можливість встановити лише наявність взаємозв'язків між досліджуваними процесами чи явищами, але не дають можливості виявити ступінь їх впливу один на одного, тобто тісноту зв'язку. Тому поряд із методом статистичних групувань необхідним є використання кореляційно-регресійного аналізу. Його застосування дає можливість встановити не тільки кількісно міру впливу одного показника на інший, але й здійснити прогнози розрахунки.

Щоб знизити ризик прийняття невдалих управлінських рішень, необхідно підвищити ступінь інформованості членів організації, які розробляють, обґрунтовують та приймають ці рішення. Враховуючи, що інформаційною базою для прийняття рішень є результати економічного аналізу, аналітичне забезпечення займає у наш час центральне місце в управлінні виробництвом.

Молокопродуктовий комплекс є цілісною системою, яка складається із низки підсистем. В процесі свого розвитку кількість підсистем може зростати, наряду й зростає кількість елементів взаємозв'язків, що ускладнює аналіз економічних відносин в системі. Тому поряд із традиційними методами аналізу ефективності міжгалузевих відносин не менш важливим є застосування системного аналізу, який дає можливість розглядати систему економічних відносин в цілісності та єдності.

Зазначений системний підхід передбачає здійснення комплексного аналізу, метою якого є вивчення досліджуваного об'єкта чи явища різнобічно і в комплексі.

Використовуючи системний підхід, перед визначенням факторів, які здійснюють вплив на систему, необхідно виявити її структуру і особливості формування. В процесі аналізу системи доцільно виявити проблеми її функціонування та розробити заходи щодо їх покращення.

На сучасному етапі розвитку аграрної науки існує проблема однобічності вивчення сільськогосподарського виробництва, без врахування динаміки розвитку суміжних сфер АПК. Але повнота дослідження буде забезпечуватися лише при вивченні взаємодії та взаємозв'язку усіх сфер.

Виходячи з системного підходу, чинники, які впливають на ефективність економічних взаємовідносин, повинні комплексно їх характеризувати. Для оцінки ефективності міжгалузевих зв'язків необхідно використовувати систему показників, які враховували б специфіку та особливості відносин різних сфер АПК (рис. 1.7).

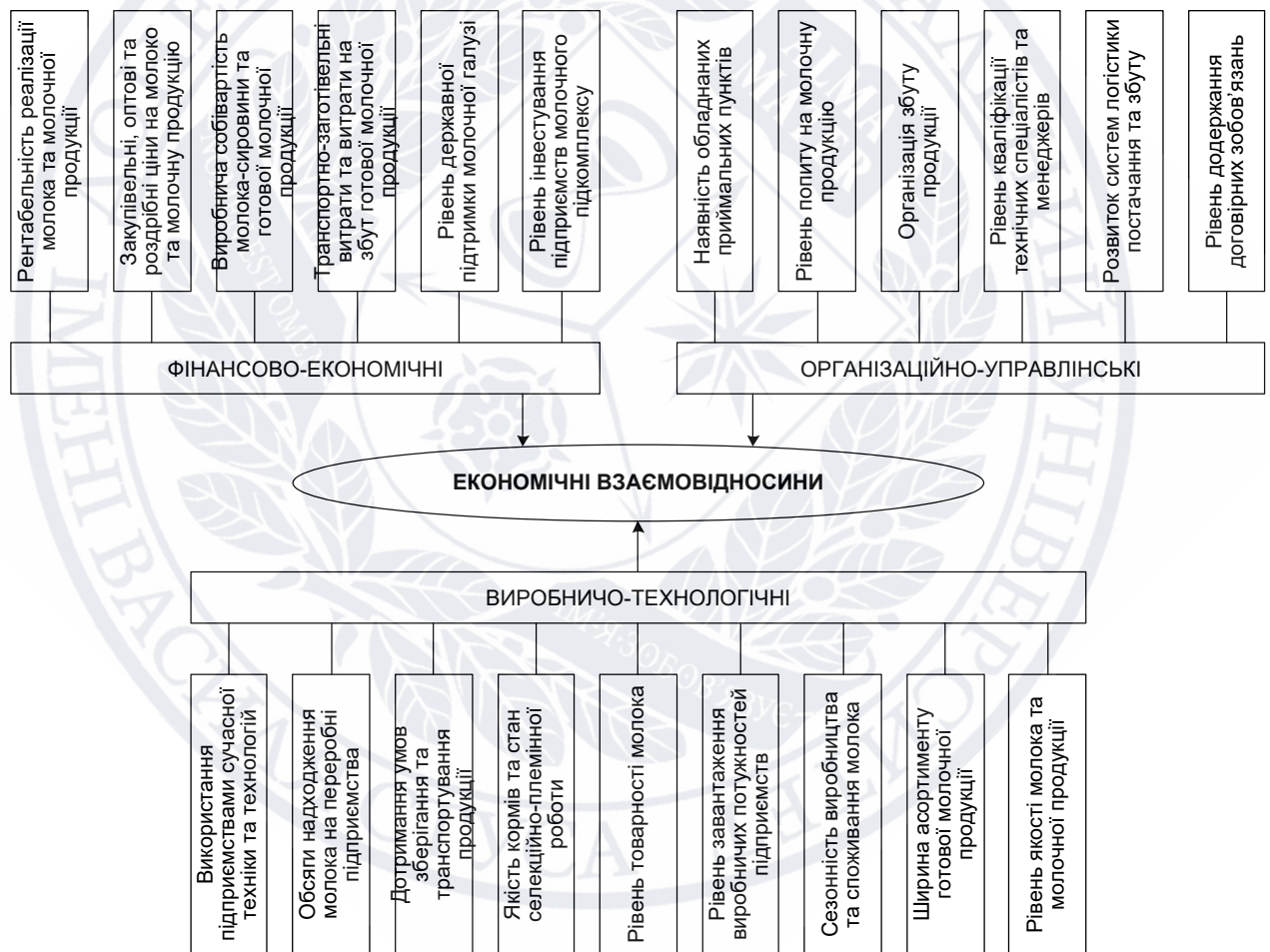


Рис. 1.7. Узагальнююча система показників для оцінювання стану економічних взаємовідносин підприємств молокопродуктової галузі

Висновки до розділу 1

Сьогодні простежуються кризові процеси в молочній галузі України. По-перше, відбувається зменшення кількості поголів'я корів в Україні (кількість голів корів зменшилась в 2008 році порівняно з 2018 роком в середньому на 32 %); по-друге, зменшились експортні можливості молочної галузі, наприклад, європейський ринок не поспішає відкривати свої ринки для українських виробників молокопродуктів, в якості аргументу – низька якість сировини, яке постачається від приватних господарств до постачальника, зазначена ситуація спостерігається і з іншими ринками (сьогодні в загальній кількості вітчизняного молока незначна частка високоякісної сировини).

В умовах війни актуальним для розвитку молочної промисловості України має бути: зміна структурних галузевих ринків; зміна структури ресурсів, що споживаються галуззю; зміна структури управління галуззю; зміна структури галузі (співвідношення між групами суб'єктів господарювання), удосконалення нормативно-правової бази розвитку підприємств молочної промисловості; ефективне використання всіх видів ресурсів.

У макроекономічному плані до основних факторів формування попиту на молочну продукцію відносять: чисельність населення, тенденції розвитку демографічних процесів; рівень доходів населення; професійна структура зайнятих у галузях господарства. Важливим демографічним процесом є тенденція до збільшення частки населення у віці старше працездатного в загальній його структурі. Це позначається на ринку молока дуже специфічно, тому що у похилому віці знижується енергетичний еквівалент харчового раціону, змінюється його структура, знижується рівень платоспроможного попиту громадян. Аналіз структури збуту молочної продукції наближається до зарубіжного рівня, коли 80 % продажу забезпечують великі торгівельні мережі. За наявних тенденцій розвитку ринку збуту молочної продукції, продаж через посередників є потужним інструментом захоплення ринку на національному рівні.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЖМЕРИНСЬКИЙ МАСЛОСИРЗАВОД»

2.1 Загальна характеристика господарської діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод»

Повне найменування: товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) "Жмеринський маслосирзавод". Юридична адреса підприємства – вул. Миру, 33, м. Жмеринка, Вінницька область, 23100, Україна.

Метою діяльності підприємства є одержання прибутку шляхом здійснення діяльності:

- виробництва плавлених сирів, вершкового масла та інших видів молочної продукції;
- торговельної, торговельно-закупівельної, торгівельно-посередницької діяльності;
- оптова, роздрібна та комісійна торгівля;
- участь в інвестиційних проектах та їх фінансування.

Предметом діяльності підприємства є:

- виробництво плавлених і твердих жирних сирів;
- виробництво вершкового масла;
- роздрібна та оптова торгівля молочними продуктами власного виробництва;
- проведення робіт, пов'язаних з виробництвом тари (упаковки), а також обладнання і технологічних ліній, необхідних для виготовлення молочної продукції.

ТОВ "Жмеринський маслосирзавод" відповідно до покладених на нього завдань:

- самостійно планує свою діяльність, визначає стратегію та основні напрями свого розвитку з урахуванням науково-технічних прогнозів, пріоритетів, кон'юнктури ринку продукції, товарів, робіт, послуг та економічної ситуації;

- організовує навчання, підвищення кваліфікації спеціалістів у сфері виробництва молочної продукції, з урахуванням інноваційної складової;
- здійснює посередницьку діяльність, займається оптовою і роздрібною торгівлею.

Підприємство є юридичною особою, права і обов'язки юридичної особи набуває з дня його державної реєстрації. Підприємство здійснює свою діяльність на підставі і відповідно до чинного законодавства України та Статуту. Підприємство має право входити до складу асоціацій, корпорацій, концернів і інших об'єднань підприємств на добровільних засадах відповідно до антимонопольного законодавства й інших нормативних актів України.

Підприємство веде самостійний баланс, має розрахунковий (поточний), валютний та інші рахунки в банківських установах, круглу печатку зі своїм найменуванням, штамп і фірмовий бланк. Несе відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах належного йому майна відповідно до чинного законодавства.

Права і обов'язки підприємства:

- підприємство має право залучати кредитні, позичкові, бюджетні кошти на провадження діяльності, пов'язаної із виробництвом основної продукції (плавленого сиру і вершкового масла);
- провадити інноваційну діяльність;
- здійснювати будівництво складських приміщень для зберігання молокопродуктів;
- проводити рекламні кампанії та організовувати виставкову діяльність.
- реалізує свої послуги, продукцію за цінами та тарифами, які встановлює самостійно або на договірній основі, а у випадках, передбачених законодавством України, за фіксованими цінами та тарифами.
- у порядку, встановленому законодавством, від свого імені укладати угоди, здобувати майнові й особисті немайнові права, нести обов'язки, бути позивачем і відповідачем у суді.

Основними обов'язками підприємства є:

- при визначенні стратегії господарської діяльності та формуванні виробничої програми, підприємство повинно враховувати замовлення власника, регіональні контракти та інші договірні зобов'язання;
- забезпечує своєчасну сплату податків і інших обов'язкових платежів у бюджет відповідно до чинного законодавства;
- здійснює будівництво, реконструкцію, а також капітальний ремонт основних фондів, забезпечує своєчасне освоєння нових виробничих потужностей і найбільш швидке введення в дію придбаного оснащення, несе відповідальність за незадовільне використання виробничих потужностей;
- здійснює оперативну діяльність по матеріально-технічному забезпеченню виробництва;
- придбає необхідні матеріальні ресурси у підприємств, організацій і установ незалежно від форм власності, а також у фізичних осіб;
- у відповідності до регіональних контрактів і замовлень, укладених договорів забезпечує надання послуг, виробництво і постачання продукції, товарів;
- створює належні умови для високопродуктивної роботи, забезпечує дотримання законодавства про працю, правила і норми охорони праці.

Організаційна структура управління ТОВ "Жмеринський маслосирзавод" на рисунку 2.1.

Продукція підприємства виготовляється на основі власного екологічно чистого молока та інших вітчизняних компонентів. ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» впродовж останніх років працював над вдосконаленням своєї продукції. Секретом успіху сироробів вважається екологічна чистота і натуральність продукції. Заготівля молока ведеться в екологічно чистих районах Вінниччини. Молоко закуповується через мережу пунктів охолодження, що покращує якість сировини і готової продукції. Особливу увагу на підприємстві приділяють санітарно-технічному стану виробництва.

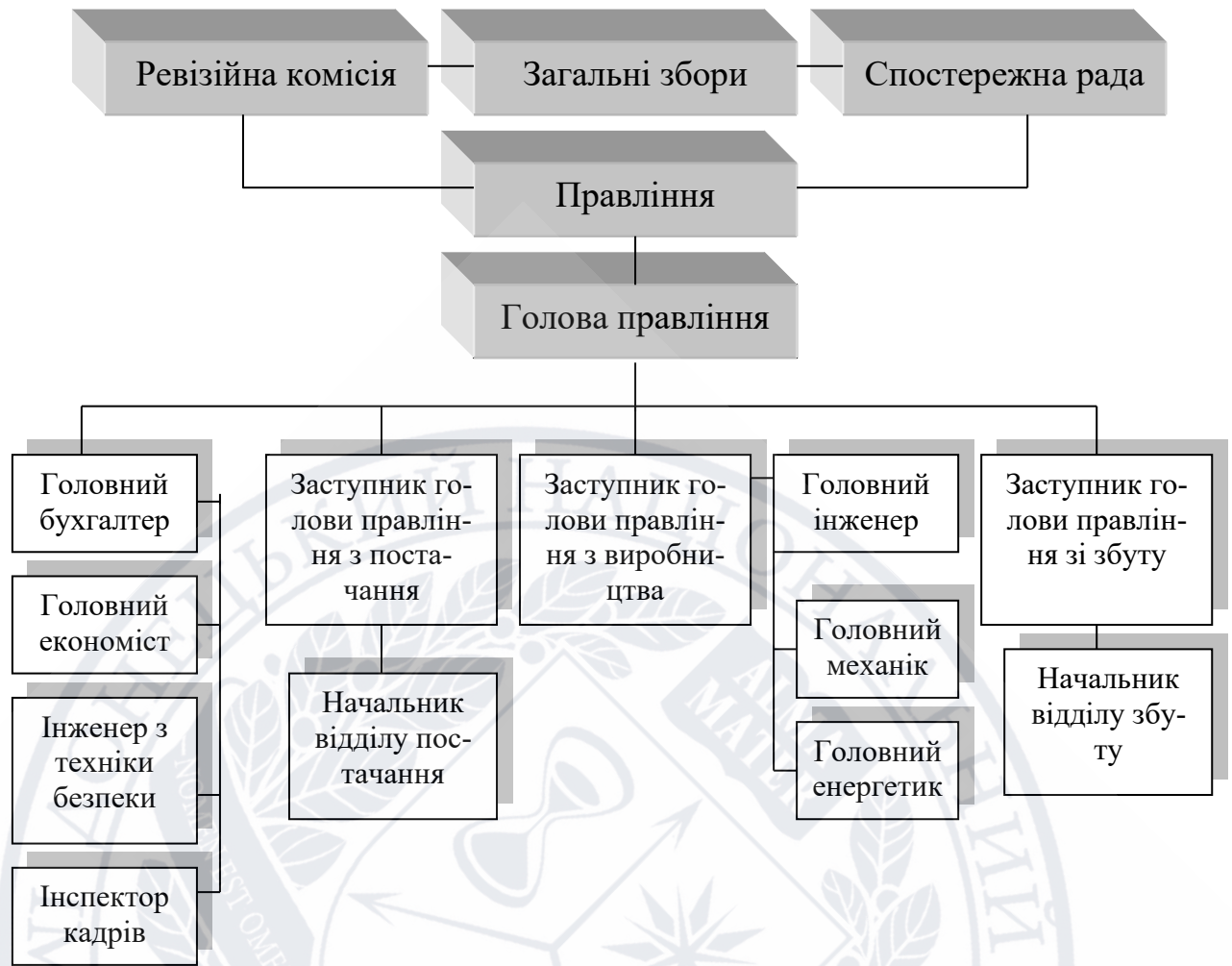


Рисунок 2.1 – Організаційна структура управління
ТОВ «Жмеринський маслосирзавод»

Крім того, на ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» працюють висококваліфіковані спеціалісти, результатом роботи котрих є висока якість виготовленої продукції та подяка споживачів, яка заохотила до подальшого розширення асортименту.

Розглянемо перелік основної продукції, яка випускається підприємством:

- сир ковбасний копчений 40%;
- сир плавлений "Столовий" 20%;
- сир плавлений "Міський" 30%;
- сир плавлений "Костромський" 40%;
- сир плавлений "Український" 45%;

- сир плавлений "Козацький" 45%;
- сир плавлений "Голандський" 45%;
- сир плавлений "Дружба" 55%;
- сир плавлений "Янтар" 50 %;
- масло "Селянське" коров'яче солодковершкове несолоне фасоване без рослинних жирів в фользі коширований;
- масло «Селянське» коров'яче солодковершкове несолоне фасоване без рослинних жирів в пластмасовій упаковці;
- масло «Селянське» вагоме.

Загальна характеристика основної продукції товариства наведена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Загальна характеристика продукції в 2024 році за видами

Вид продукції	Масова частка жиру у сухій речовині, %	у 100 гр. продукту		
		жир, гр.	білки, гр.	енергетична цінність, калорій
Голандський	45	22	20,4	280
Костромський	40	22	20,5	262
Міський	30	12,5	22,9	205
Український	45	23	21	294
Козацький	45	22,5	23	294
Ковбасний	40	16,8	20,2	232

Отже, з таблиці 2.1 видно, що продукція ТОВ «Жмеринський масло-сирзавод» є калорійною, містить цінні для людини жири та білки. Адже відомо, що сир смачний і корисний продукт харчування. Він легкозасвоюваний і містить багато життєво необхідних білкових і мінеральних речовин, а також жиру. Сири збуджують апетит, підвищують виділення шлункового соку, сприяють кращому засвоєнню їжі. Медики радять вживати впродовж року біля 6,5 кг усіх видів сирів. "Здоровий спосіб життя" – сьогодні ці слова набули визначального змісту, із абстрактного поняття, вони перетворилися на актуальну життєву філософію для тих, хто дбає про своє здоров'я, добробут і

успіх. А за цим стоять молочні продукти Жмеринського маслосирзаводу, бо вони підвищують імунітет, тонізують серцево-судинну систему, нормалізують шлункову мікрофлору, зміцнюють нервову систему.

Важливо в роботі проаналізувати обсяги виробленої та реалізованої продукції (рисунок 2.2). Відомо, що обсяги виробництва та реалізації продукції є взаємозалежними показниками. В умовах обмежених виробничих можливостей і необмеженого попиту на перше місце виходить обсяг виробництва продукції. Але в міру насичення ринку і посилення конкуренції не виробництво визначає обсяг продажів, а навпаки, можливий обсяг продажів є основою розробки виробничої програми.

Підприємство має виробляти тільки ті товари і в такому обсязі, які воно може реально реалізувати, особливо, якщо це стосується харчової галузі. Аналіз обсягів виробленої та реалізованої продукції наведений на рисунку 2.2.

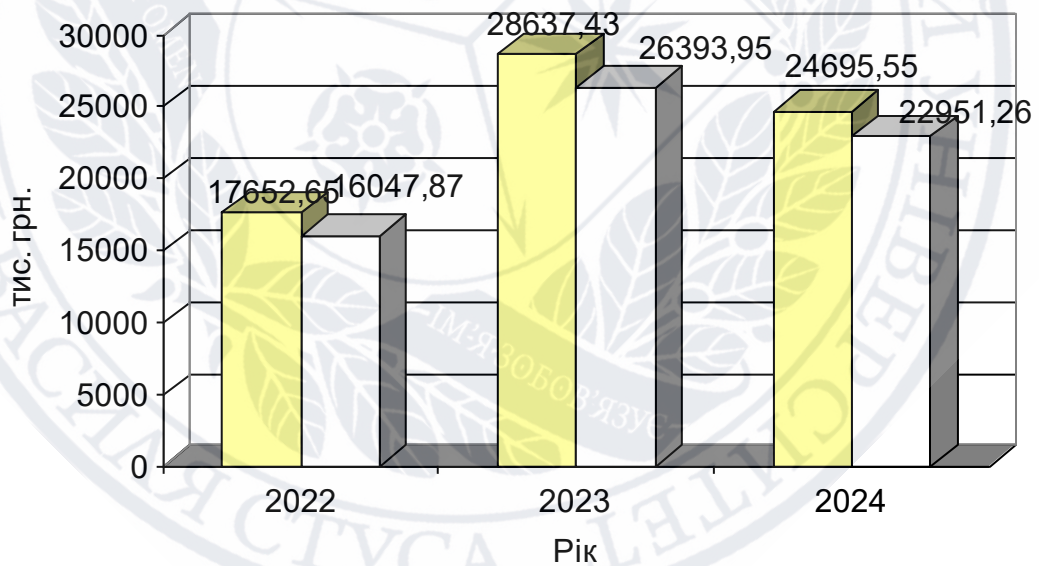


Рисунок 2.2 – Аналіз обсягів виробленої та реалізованої продукції

Обсяг виробництва й обсяг реалізації продукції є взаємозалежними показниками. В умовах обмежених виробничих можливостей і необмеженого попиту на перше місце виходить обсяг виробництва продукції. Але в міру насичення ринку і посилення конкуренції не виробництво визначає обсяг про-

дажів, а навпаки, можливий обсяг продажів є основою розробки виробничої програми. Підприємство має виробляти тільки ті товари і в такому обсязі, які воно може реально реалізувати. Темпи зростання обсягу виробництва і реалізації продукції, поліпшення її якості безпосередньо впливають на обсяг витрат, на прибуток і рентабельність. Аналіз динаміки виробництва приведений в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Аналіз динаміки виробництва і реалізації продукції

Рік	Обсяг виробництва продукції (в приведених цінах до 2020 року), тис. грн.	Темпи зростання, %	Обсяг реалізації продукції (в приведених цінах 2020 року), тис. грн.	Темпи зростання, %
2022	28093,06	100	25539,15	100
2023	40837,49	145,36	37638,24	147,37
2024	24695,55	87,90	22951,26	89,86

Із таблиці 2.2 видно, що темпи зростання обсягів виробництва продукції в 2023 році порівняно 2022 роком мали тенденцію до зростання на 45,36%, але в 2024 році відбулось зменшення темпів виробництва продукції порівняно з 2023 роком на 12,10 %. Розглядаючи динаміку темпів зростання обсягів реалізації продукції можна сказати, що вони зростали більшими темпами ніж зростання обсягів виробництва в 2023 році порівняно з 2022 роком на 2,01 відсоткові пункти. Зазначені тенденції в 2023-2024 роках можуть свідчити про ефективну політику підприємства в напрямку зменшення залишків нереалізованої продукції на складах підприємства і продукції, яку не оплатили покупці.

Собівартість є узагальнюючим, якісним показником діяльності підприємств, показником її ефективності. Є певні особливості у формуванні собівартості продукції (робіт, послуг) залежно від сфери діяльності, галузі господарства. Узагальнено можна дати таке визначення собівартості: виражена в грошовій формі поточні витрати підприємства на їх виробництво (виконання).

Витрати на виробництво продукції утворюють виробничу собівартість. Підприємство може суттєво впливати на формування собівартості. Однак при цьому необхідно взяти до уваги таке.

Без обчислення собівартості неможливо визначити фінансовий результат виробничо-господарської діяльності підприємства. Скорочення витрат на виробництво продукції, тобто зниження її собівартості, є важливим фактором збільшення прибутку від реалізації. Цього можна досягти за рахунок використання численних факторів, що впливають на скорочення витрат на виробництво продукції. Для цього необхідно знати: повний перелік указаних витрат; особливості складу і формування витрат з урахуванням сфери й галузі діяльності підприємства. Слід зазначити, що нині підприємства всіх форм власності отримали більше самостійності в прийнятті рішень щодо формування собівартості.

Актуальність аналізу витрат підприємства викликана тим, що собівартість продукції характеризує ефективність всього процесу виробництва на підприємстві, оскільки в ній відображається рівень організації виробничого процесу, технічний рівень продуктивності праці. Собівартість продукції як показник використовується для контролю за використанням ресурсів підприємства, визначення економічної ефективності організаційно-технічних заходів, встановлення цін на продукцію. За умов самофінансування, зниження собівартості є основним джерелом зростання прибутку підприємства. Проаналізуємо собівартості реалізованої продукції на рисунку 2.3.

З рисунку 2.3 видно, що собівартість реалізованої продукції в 2023 році порівняно з 2022 роком зросла на 61,96 %, а в 2024 році вона зменшилась порівняно з 2023 роком на 15,26 %.

В роботі важливо проаналізувати питому вагу елементів операційних витрат. Витрати операційної діяльності підприємства групуються за такими елементами:

- матеріальні витрати;
- витрати на оплату праці;

- відрахування на соціальні заходи;
- амортизація;
- інші операційні витрати.

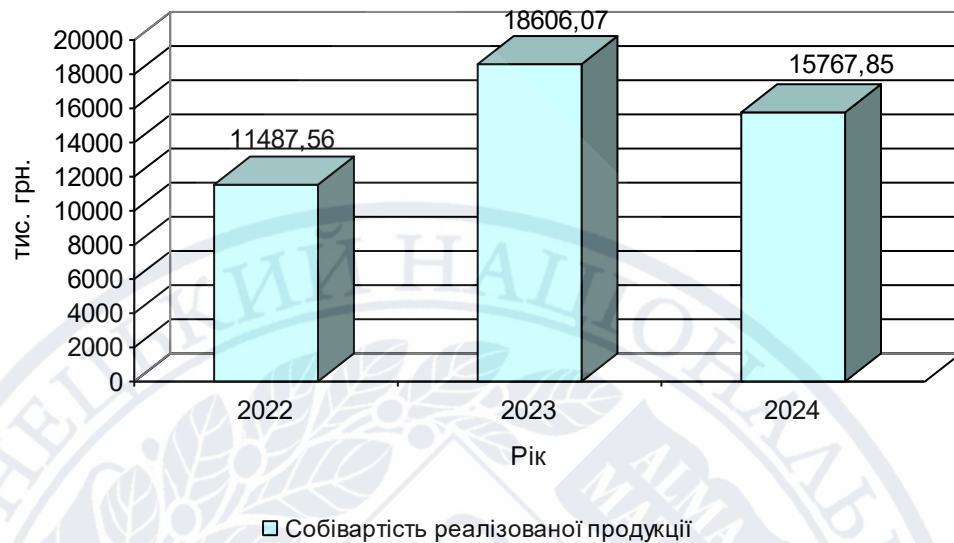


Рисунок 2.3 – Аналіз собівартості реалізованої продукції

Групування витрат за елементами здійснюється з метою визначення загальних обсягів використаних матеріальних, трудових та інших виробничих ресурсів, а також організації контролю за рівнем цих витрат в цілому по підприємству. Проведемо аналіз операційних витрат ТОВ "Жмеринський маслосирзавод" в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Аналіз елементів операційних витрат ТОВ "Жмеринський маслосирзавод"

Показники (тис. грн.)	Рік					
	2022	%	2023	%	2024	%
Матеріальні затрати	8928,27	65,8	16477,37	73,40	14104,04	75,15
Витрати на оплату праці	1800,66	13,23	3425,56	15,20	2397,47	12,78
Відрахування на соціальні заходи	694,51	5,10	1320,17	5,88	923,03	4,92
Амортизація	167,57	1,20	709,99	3,17	401,57	2,14
Інші операційні витрати	1960,04	14,4	515,10	2,30	939,35	5,00
Разом	13551,06	100	22448,19	100	18765,46	100

Аналіз елементів операційних витрат (таблиця 2.3) свідчить, що найбільшу питому вагу витрат в структурі собівартості в 2022 році займав такий елемент витрат як матеріальні витрати – 75,15 %, що на 1,75 в. п. більше порівняно з 2024 роком. Більш детальний аналіз структури собівартості наведено на рисунку 2.4.

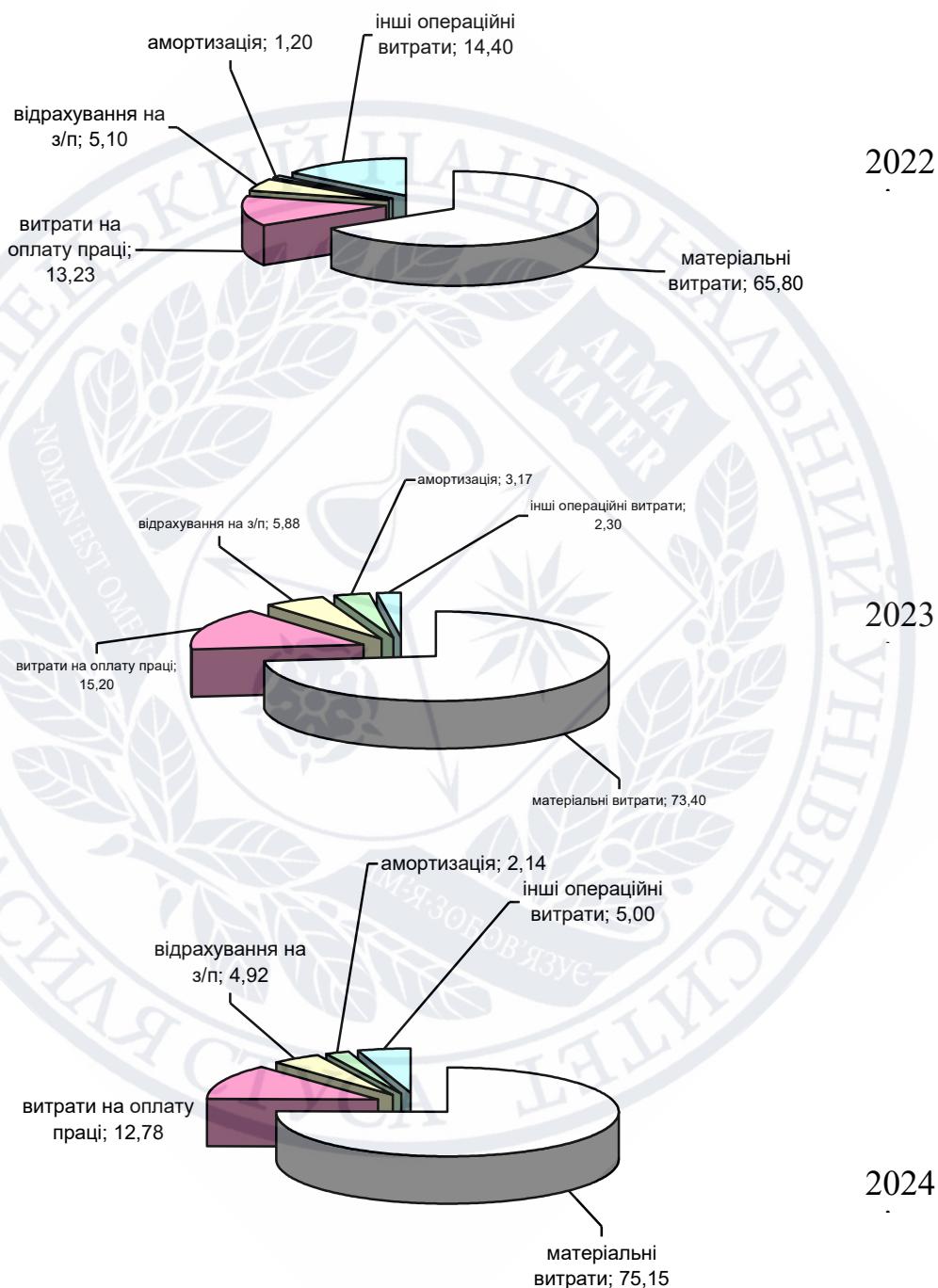


Рисунок 2.4 – Аналіз питомої ваги елементів операційних витрат в 2022-2024 роках, %

Такий елемент витрат як витрати на оплату праці в 2022 році займав 12,78 % в загальній структурі витрат на виробництво продукції, що на 2,42 % менше порівняно з 2024 роком та менше на 0,45 в. п. порівняно з 2023 роком. Питома вага амортизаційних витрат складала в 2022 році 2,14 %, що на 1,03 в. п. менше порівняно з 2024 роком. В 2023 році значну питому вагу в елементах витрат займали інші операційні витрати – 14,4 %, які зменшились порівняно з 2022 роком на 9,4 %. Отже, аналіз собівартості продукції (див. рисунок 2.4) дозволяє зробити висновок, що резервом для оптимізації витрат є зменшення питомої ваги такого елемента операційних витрат як – матеріальні, які займають 75,15 % в структурі витрат.

Крім того, в аналізі собівартості продукції можна оцінити тенденцію витрат, які понесло підприємство в результаті господарської діяльності до обсягів виробленої продукції (таблиця 2.4). Для цього потрібно розглянути такий важливий показник як витрати на 1 грн. реалізованої продукції, який розраховується [31-32]

$$B = \frac{C}{O}, \quad (2.1)$$

де B – витрати на 1 грн. реалізованої продукції;

C – собівартість реалізованої продукції;

O – виручка від реалізації продукції.

Таблиця 2.4 – Аналіз витрат на 1 грн. реалізованої продукції

№	Найменування показника	Рік			Відхилення, (+,-)	
		2022	2023	2024	2024- 2023 р.	2022- 2024 р.
1	Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.	16047,87	26393,95	22951,26	+10346,08	-3442,69
2	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	11487,56	18606,07	15767,85	+7118,51	-2838,22
3	Витрати на 1 грн. реалізованої продукції	0,7158	0,7049	0,687	-0,010	-0,018

Розрахований показник витрат на 1 грн. реалізованої продукції (таблиця 2.4) свідчить, що він в 2024 році становив 0,687 грн., тобто на 1 грн. реалі-

зованої продукції припадало 68,7 коп. витрат. Зазначений показник в 2022-2024 роках мав позитивну тенденцію до зменшення. Тобто витрати на одну гривню реалізованої продукції скорочувались, що свідчить про більш ефективніше використання всіх видів ресурсів в товаристві.

2.2 Аналіз ефективності використання основних фондів та продуктивність праці на підприємстві

Одним із найважливіших факторів збільшення обсягу виробництва продукції на підприємствах, у тому числі харчової промислової є забезпеченість їх основними фондами в необхідній кількості та асортименті і повніше й ефективніше використання їх. Джерела даних для аналізу основних фондів підприємства є бізнес-план технічного розвитку, форма № 1 «Баланс», форма 2 «Звіт про фінансові результати», форма № 5 «Примітки до річної фінансової звітності», форма № 11-ОЗ «Звіт про наявність і рух основних засобів, амортизацію) та інші.

В умовах ринкової економіки і конкуренції успішно функціонують ті виробники, які ефективно використовують свої ресурси, зокрема основні засоби виробництва. Від інтенсивності й ефективності використання основних засобів залежить дохідність капіталу і багато інших показників діяльності підприємства. Для узагальнюючої характеристики ефективності й інтенсивності використання основних засобів застосовують такі показники:

- рентабельність фондів;
- фондівдача основних засобів;
- фондомісткість;
- коефіцієнт зносу;
- коефіцієнт придатності та інші.

Рентабельність фондів розраховується як відношення прибутку від основної діяльності до середньорічної вартості основних засобів [33]

$$R_{\text{оф}} = \frac{\text{ФРОД}}{\text{ОФ}}, \quad (2.2)$$

де $R_{\text{оф}}$ – рентабельність основних фондів;

ФРОД – фінансовий результат від операційної діяльності;

ОФ – середньорічна вартість основних фондів.

$$R_{\text{оф}2022} = \frac{153,92}{1752,84} \cdot 100 = 8,8\%$$

$$R_{\text{оф}2023} = \frac{459,11}{2972,56} \cdot 100 = 15,4\%$$

$$R_{\text{оф}2024} = \frac{629,82}{4140,66} \cdot 100 = 15,21\%$$

Отже, розрахований показник рентабельності фондів в 2024 році становив 15,21 %, а протягом 2022-2024 років його динаміка мала тенденцію до зростання (в 2024 році порівняно з 2023 роком зменшилися на 6,41 %. Зазначені тенденції свідчать про ефективність використання основних фондів на підприємстві.

Розрахуємо значення показника фондівіддачі основних фондів

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{\text{О}}{\text{ОФ}}, \quad (2.3)$$

де $\Phi_{\text{в}}$ – фондівіддача основних фондів;

О – вартість виробленої продукції.

$$\Phi_{\text{в}2022} = \frac{17652,65}{1752,84} = 10,07$$

$$\Phi_{\text{в}2023} = \frac{28637,43}{2972,56} = 9,63$$

$$\Phi_{\text{в}2024} = \frac{24695,55}{4140,66} = 5,96$$

Розраховане значення показника фондівіддачі свідчить, що в 2024 році на одну гривню середньорічної вартості основних фондів вироблено 5,96

грн. продукції. В 2024 році порівняно з 2023 роком показник фондovіддачі зменшився на 4,11 грн.

Іншим показником, який оцінює ефективність використання основних фондів є фондомісткість, тобто обернений показник до фондovіддачі, значення якого становлять:

$$\Phi_{м2022} = \frac{1752,84}{17652,65} = 0,0992$$

$$\Phi_{м2023} = \frac{2972,56}{28637,43} = 0,1037$$

$$\Phi_{м2024} = \frac{4140,66}{24695,55} = 0,1676$$

Негативним моментом є те, що показник фондомісткості має тенденцію до збільшення з 0,0992 в 2022 році до 0,1676 тобто на 0,0684, а в 2024 році його значення зросло порівняно з 2023 роком на 0,0639.

Розрахуємо показники зносу основних фондів. Коефіцієнт зносу розраховується за формулою [34]

$$K_3 = \frac{З}{ПВ}, \quad (2.4)$$

де K_3 – коефіцієнт зносу;

З – сума зносу основних засобів;

ПВ – первісна вартість основних засобів.

$$K_{32022} = \frac{1799,02}{4081,09} = 0,441$$

$$K_{32023} = \frac{1934,53}{5597,61} = 0,345$$

$$K_{32024} = \frac{2218,90}{6837,15} = 0,324$$

Розрахований коефіцієнт зносу свідчить, що підприємство проводить ефективну політику в напрямку оновлення основних фондів, адже знос з 44,1 % в 2022 році зменшився до 32,4 % тобто на 11,7 %, що є позитивною тенденцією, адже підприємство може підвищити, за рахунок цього фактору продуктивність праці, збільшити фінансові результати тощо.

Коефіцієнт придатності розраховується аналогічно показнику зносу основних фондів, але в чисельнику замість суми зносу основних засобів підставляємо залишкову вартість основних засобів

$$K_{3_{2022}} = \frac{2282,06}{4081,09} = 0,559$$

$$K_{3_{2023}} = \frac{3663,07}{5597,61} = 0,654$$

$$K_{3_{2024}} = \frac{4618,25}{6837,15} = 0,676$$

Отже, розраховані показники ефективності використання основних фондів свідчать, що в цілому ТОВ "Жмеринський маслосирзавод" ефективно використовує свої основні фонди.

Ефективність використання трудових ресурсів на ТОВ "Жмеринський маслосирзавод" виражається зміною продуктивності праці, що є результативним показником роботи товариства, в якому відображаються позитивні сторони роботи, а також і всі її недоліки.

Продуктивність праці, яка характеризує ефективність витрат праці в матеріальному виробництві, визначається кількістю продукції, що виробляється за одиницю часу, або витратами праці на одиницю продукції. Відрізняється продуктивність живої праці і продуктивність сукупної праці. Перша визначається витратами живої праці (робочого часу) в даному виробництві, друга – витратами живої та уречевленої праці. При зростанні технічного прогресу частка витрат уречевленої праці збільшується, але абсолютна величина живої та уречевленої праці на одиницю продукції зменшується. У цьому і полягає суть підвищення продуктивності суспільної праці.

Продуктивність праці є головним джерелом збільшення випуску продукції і підвищення добробуту народу. Для визначення продуктивності праці на товаристві можна використати вартісний метод. Суть вартісного методу полягає у визначенні виробітку обсягів виробництва продукції на одного працюючого. Цей метод широко використовується в плануванні, обліку й аналізі рівня продуктивності праці на всіх рівнях управління. Виробіток, обчислений вартісним методом, нині є основним показником продуктивності. Однак цей показник має багато недоліків і за допомогою його не завжди можна об'єктивно оцінити результати діяльності товариства, бо на нього впливають матеріаломісткість і рівень цін на продукцію.

Розглянемо на рисунку 2.5 динаміку середньосписової чисельності працівників на ТОВ "Жмеринський маслосирзавод".

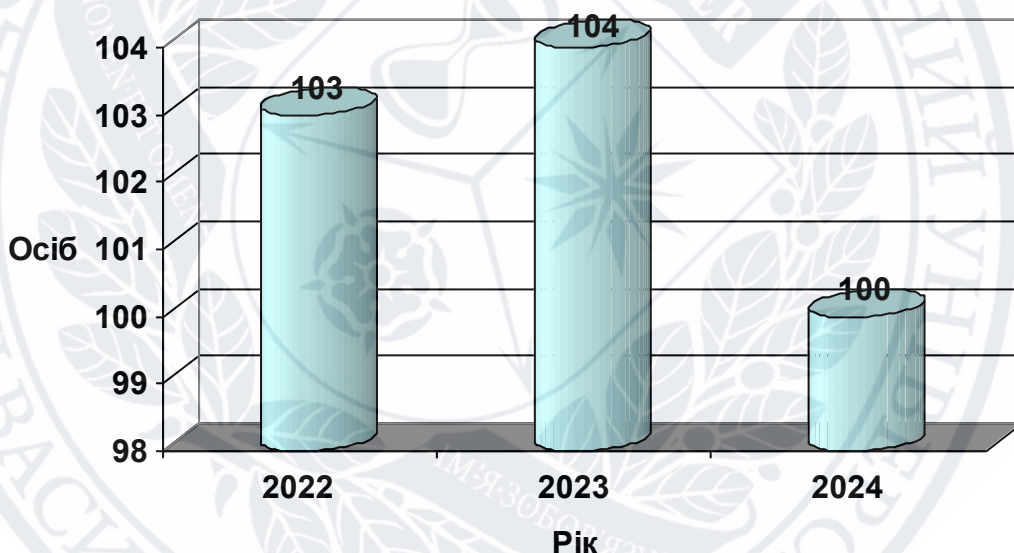


Рисунок 2.5 – Аналіз середньосписової чисельності працівників

Отже, з рисунку 2.5 видно, що середньосписова чисельність працівників товариства має тенденцію до зменшення. Так, в 2024 році на ТОВ "Жмеринський маслосирзавод" працювало 100 працівників, а порівняно з 2023 роком ця кількість зменшилась на 3 %. Аналіз продуктивності праці працівників наведений в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Аналіз продуктивності праці працівників

№	Найменування показника	Рік			Відхилення, (+,-)	
		2022	2023	2024	2022- 2023 р.	2023- 2024 р.
1	Обсяг виробленої продукції, тис. грн..	17652,65	28637,43	24695,55	+10984,78	-3941,88
2	Середньоспискова чисельність працівників, осіб	103	104	100	+1	-4
3	Виробіток одного працівника, тис. грн..	171,38	275,35	246,95	+103,97	-28,40
4	Темп росту продуктивності праці, %	-	160,66	89,68	-	-

Аналіз таблиці 2.5 свідчить, що річний виробіток одного працівника на ТОВ "Жмеринський маслосирзавод" в 2024 році становив 246,95 тис. грн., який зменшився порівняно з 2022 роком на 10,31 %. Тобто продуктивність праці впала. Аналіз таблиці 2.5 свідчить, що продуктивність праці залежить від обсягів виробництва. Так, проаналізуємо які фактори позитивно, а які негативно вплинули на зміну обсягів виробництва, використовуючи факторний аналіз (метод ланцюгових підстановок).

$$\Delta Q = 24695,55 - 28637,43 = -3941,88 \text{ тис. грн..}$$

$$\Delta Q_1 = 104 \cdot 275,35 = 28636,40 \text{ тис. грн.}$$

$$\Delta Q_2 = 100 \cdot 275,35 = 27535,00 \text{ тис. грн..}$$

$$\Delta Q_3 = 100 \cdot 246,95 = 24695,00 \text{ тис. грн..}$$

$$\Delta Q_q = 27535 - 28636,4 = -1101,40 \text{ тис. грн..}$$

$$\Delta Q_{\text{пр}} = 24695 - 27535 = -2840,00 \text{ тис. грн..}$$

Отже, на обсяги виробленої продукції негативно вплинули два фактори, а саме: середньоспискова чисельність працівників (-1101,40 тис. грн.) та продуктивність праці (річний виробіток працівника) (-2840 тис. грн.). Звичайно найбільший негативний вплив на обсяги виробництва продукції здійснив фактор продуктивності праці. Тому зростання продуктивності праці має розглядатись як важливе джерело розвитку ТОВ "Жмеринський маслосирзавод".

2.3 Аналіз фінансових результатів підприємства, рентабельності та оборотності капіталу

Велика кількість показників, що характеризують фінансові результати діяльності підприємства, створює методичні ускладнення їх системного розгляду. Різниця у призначенні показників ускладнює вибір кожним учасником товарного обміну тих з них, що в найбільшій мірі задовольняють його потреби в інформації про реальний стан даного підприємства. Адміністрацію підприємства, наприклад, цікавить величина отриманого прибутку та його структура, а також фактори, що впливають на його величину. Податкові органи зацікавлені в отриманні достовірної інформації про всі складові балансового прибутку: прибутку від реалізації продукції; прибутку від реалізації майна, позареалізаційних результатах діяльності підприємства тощо.

Аналіз кожної складової прибутку підприємства має конкретний характер, тому він дозволяє засновникам та акціонерам вибирати напрямки активізації діяльності підприємства. Іншим учасникам ринкових відносин аналіз прибутку дозволяє виробити необхідну стратегію поведінки, спрямовану на мінімізацію витрат та фінансового ризику і інших втрат від інвестування у дане підприємство. Отже, обов'язковими елементами аналізу фінансових результатів діяльності товариства є дослідження їх динаміки та структури.

Для аналізу і оцінки рівня і динаміки показників фінансових результатів діяльності підприємства на підставі «Звіту про фінансові результати» була побудована таблиця 2.6 фінансових результатів та здійснена оцінка структури та динаміки основних показників.

Проведений аналіз фінансових результатів (див. таблицю 2.6) дозволив зробити наступні висновки. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції зріс в 2023 році порівняно з 2022 роком на 61,67 %, а в 2024 році порівняно з 2023 роком зменшився на 13,93 %. З урахуванням понесених витрат підприємство в 2024 році отримало значення чистого прибутку в сумі 164,32 тис. грн., який характеризує кінцеве значення результативної діяльності підприємства. Так, динаміка чистого прибутку наведена на рисунку 2.6.

Таблиця 2.6 – Аналіз динаміки, рівня та структури фінансових результатів підприємства, тис. грн.

№	Найменування показника	Рік			Відхилення, (+,-)	
		2022	2023	2024	2022-2023 р.	2023-2024 р.
1	Чистий дохід від реалізації продукції	13693,31	22138,74	19054,82	+8445,43	-3083,92
2	Собівартість реалізованої продукції	11487,56	18606,07	15767,85	+7118,51	-2838,22
3	Валовий прибуток	2205,75	3532,67	3286,97	+1326	-245,70
4	Інші операційні доходи	11,65	768,56	340,46	+756,91	-428,10
5	Адміністративні витрати	673,01	1700,85	1308,35	+1027,84	-392,50
6	Витрати на збут	956,61	1626,17	1241,35	+669,56	-384,82
7	Інші операційні витрати	433,86	515,10	447,91	+81,24	-67,19
8	Фінансовий результат від операційної діяльності	153,92	459,11	629,82	+305,19	+170,71
9	Фінансові витрати	36,42	210,55	431,25	+174,13	+220,70
10	Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування	117,50	248,56	198,57	+131,06	-49,99
11	Чистий прибуток	96,19	205,44	164,32	+109,25	-41,12

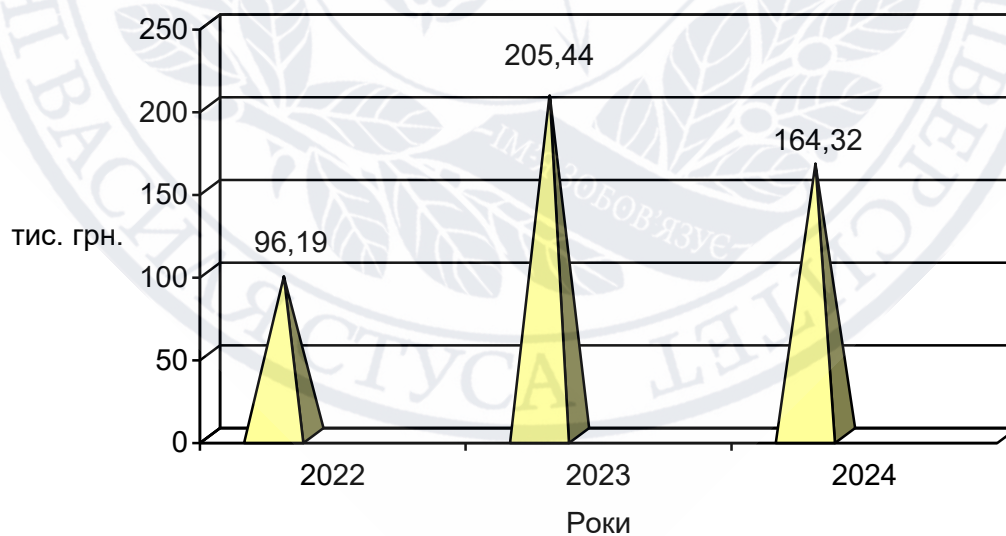


Рисунок 2.6 – Динаміка розвитку чистого прибутку підприємства

З рисунку 2.6 видно, що чистий прибуток в 2024 році зменшився порівняно з 2023 роком на 41,12 тис. грн.. або на 20 %, а в 2024 році порівняно з

2022 роком зріс на 68,13 тис. грн.. або на 70,82 %. Зростання фінансових витрат і зменшення обсягів виробництва негативно вплинули на розвиток показника чистого прибутку.

Якщо сума прибутку показує абсолютний ефект від діяльності, то рентабельність характеризує міру цієї ефективності, тобто відносний ступінь прибутковості підприємства або продукції, що виробляється. Підприємство вважається рентабельним, якщо результати від реалізації продукції (робіт, послуг) покривають витрати виробництва (обігу) і утворюють суму прибутку, достатню для нормального функціонування підприємства. Економічна сутність рентабельності може бути розкрита тільки через характеристику системи показників. Загальний їх зміст – визначення суми прибутку з однієї гривні вкладеного капіталу.

У загальній формі рентабельність розраховують як відношення прибутку до витрат чи застосовуваних ресурсів (капіталу) і являє собою ефективність виробництва. Величина і динаміка рентабельності характеризує ступінь ділової активності підприємства та його фінансове благополуччя. Дані для аналізу рентабельності діяльності підприємства приведені в таблиці 2.7.

Згідно даних таблиці 2.7 розрахуємо значення основних показників рентабельності:

- рентабельності продукції;
- рентабельності продаж;
- рентабельності капіталу (частковий і загальний показник);
- рентабельності необоротних активів;
- рентабельності власного капіталу.

Рентабельність продукції розраховується як відношення валового прибутку до витрат понесених підприємством від операційної діяльності [35-36]

$$R_{\pi} = \frac{ВП}{С} 100, \quad (2.5)$$

де R_{π} – рентабельність продукції;

ВП – валовий прибуток;

С – собівартість реалізованої продукції.

Таблиця 2.7 – Дані для розрахунку показників рентабельності, тис. грн.

№	Найменування показника	Рік			Відхилення, (+,-)	
		2022	2023	2024	2022- 2023 р.	2023- 2024 р.
1	Чистий дохід від реалізації продукції	13693,31	22138,74	19054,82	+8445,43	-3083,92
2	Собівартість реалізованої продукції	11487,56	18606,07	15767,85	+7118,51	-2838,22
3	Валовий прибуток	2205,75	3532,67	3286,97	+1326,92	-245,70
4	Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування	117,50	248,56	198,57	+131,06	-49,99
5	Чистий прибуток	96,19	205,44	164,32	+109,25	-41,12
6	Середньорічна вартість капіталу	2802,53	5114,29	7974,92	+2342,35	+2860,63
7	Середньорічна вартість необоротних активів	1973,24	3282,20	4571,86	+1308,96	+1289,66
8	Середньорічна вартість власного капіталу	491,42	674,83	421,89	+183,41	-257,94

$$R_{n2022} = \frac{2205,75}{11487,57} \cdot 100 = 19,2\%$$

$$R_{n2023} = \frac{3532,67}{18606,07} \cdot 100 = 18,9\%$$

$$R_{n2024} = \frac{3286,97}{15767,85} \cdot 100 = 20,84\%$$

Отже, якщо в 2022 році з кожної гривні реалізованої продукції підприємство одержувало прибутку в розмірі 19,2 копійки, то в 2024 році на 1,64 копійки більше, позитивною тенденцією є те, що рентабельність продукції має стійкий тренд до зростання.

Рентабельність продаж розраховується

$$R_{\text{пр}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЧД(В)Р}} \cdot 100, \quad (2.6)$$

де $R_{\text{пр}}$ – рентабельність продаж;

ЧП – чистий прибуток;

ЧД (В)Р – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції.

$$R_{\text{пр}2022} = \frac{96,19}{13693,31} \cdot 100 = 0,70\%$$

$$R_{\text{пр}2023} = \frac{205,44}{22138,74} \cdot 100 = 0,92\%$$

$$R_{\text{пр}2024} = \frac{164,32}{19054,82} \cdot 100 = 0,86\%$$

Рентабельність продаж показує скільки чистого прибутку припадає на одиницю реалізованої продукції. Отже, рентабельність продаж збільшилась в 2023 році порівняно з 2024 роком на 0,22 %, а в 2024 році порівняно з 2023 роком зменшилась на 0,06 %.

Показник рентабельності (прибутковості) всього капіталу розраховується (загальний показник)

$$R_{\text{кз}} = \frac{\text{ФР}_{\text{доп}}}{K} \cdot 100, \quad (2.7)$$

де $R_{\text{кз}}$ – рентабельність капіталу;

$\text{ФР}_{\text{доп}}$ – фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування;

K – середньорічна вартість капіталу.

$$R_{\text{кз}2022} = \frac{117,50}{2802,53} \cdot 100 = 4,23\%$$

$$R_{\text{кз}2023} = \frac{248,56}{5114,29} \cdot 100 = 4,85\%$$

$$R_{\text{к.з2024}} = \frac{198,57}{7974,92} \cdot 100 = 2,48\%$$

Рентабельність всього капіталу (частковий показник)

$$R_{\text{кч}} = \frac{\text{ЧП}}{K} \cdot 100, \quad (2.8)$$

де $R_{\text{к.ч}}$ – рентабельність капіталу (частковий показник);

$$R_{\text{к.ч2022}} = \frac{96,19}{2771,94} \cdot 100 = 3,46\%$$

$$R_{\text{к.ч2023}} = \frac{205,44}{5114,29} \cdot 100 = 4,01\%$$

$$R_{\text{к.ч2024}} = \frac{164,32}{7974,92} \cdot 100 = 2,06\%$$

Отже, значення показників рентабельності всього капіталу свідчать про зростання їх значень протягом 2022-2023 років. Так, рентабельність всього капіталу (частковий показник) зріс з 4,23 % у 2022 році до 4,85 % в 2023 році, тобто зростання відбулось на 0,62 %. Загальний показник рентабельності капіталу також має аналогічну тенденцію. Так, протягом 2022-2023 років він зріс з 3,46 % до 4,01 %, тобто на 0,55 %. Тобто, в 2023 році капітал підприємства на 1 грн. його вартості приносив прибутку в розмірі 4,01 копійок.

Рентабельність необоротних активів розраховується

$$R_{\text{на}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{НА}} \cdot 100, \quad (2.9)$$

де $R_{\text{на}}$ – рентабельність необоротних активів;

НА – середньорічна вартість необоротних активів.

$$R_{\text{на2022}} = \frac{96,19}{1973,24} \cdot 100 = 4,87\%$$

$$R_{\text{на}2023} = \frac{205,44}{3282,20} \cdot 100 = 6,25\%$$

$$R_{\text{на}2024} = \frac{164,32}{4571,86} \cdot 100 = 3,59\%$$

Значення рентабельності необоротних активів в 2024 році становила, 3,59 %, що на 2,66 % менше значення рівня 2023 року. Тобто на 1 грн. необоротних активів в 2024 році припадало 3,59 копійок чистого прибутку. Зменшення значення цього показника за період 2022-2024 років свідчить про неефективність використання підприємством своїх необоротних активів, що не сприяє зростанню фінансових результатів підприємства.

Рентабельність власного капіталу показує ефективність використання власного капіталу, розраховується

$$R_{\text{БК}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{БК}} \cdot 100, \quad (2.10)$$

де $R_{\text{БК}}$ – рентабельність власного капіталу;

БК – середньорічна вартість власного капіталу.

$$R_{\text{БК}2022} = \frac{96,19}{491,42} \cdot 100 = 19,57\%$$

$$R_{\text{БК}2023} = \frac{205,44}{674,83} \cdot 100 = 30,44\%$$

$$R_{\text{БК}2024} = \frac{164,32}{421,89} \cdot 100 = 38,94\%$$

Отже, розраховані значення показника рентабельності власного капіталу за період 2022-2024 років свідчить про ефективність використання власних коштів підприємства, адже значення його мають чітку тенденцію до зростання. Так, в 2022 році рентабельність капіталу становила 19,57 %. Власний капітал в розрахунку на 1 грн. приносив чистого прибутку в 2024 році в розмірі 38,94 копійок. Розраховані значення показників рентабельності узагальнено в таблиці 2.8.



Таблиця 2.8 – Аналіз показників рентабельності, %

№	Найменування показника	Рік			Відхилення, (%)	
		2022	2023	2024	2022- 2023 р.	2023-2024 р.
1	Рентабельність продукції	19,2	18,9	20,84	-0,30	+1,94
2	Рентабельність продаж	0,70	0,92	0,86	+0,22	-0,06
3	Рентабельність капіталу	4,23	4,85	2,48	+0,62	-2,37
	- загальний показник					
	- частковий показник	3,46	4,01	2,06	+0,55	-1,95
4	Рентабельність необоротних активів	4,87	6,25	3,59	+1,38	-2,66
5	Рентабельність власного капіталу	19,57	30,44	38,94	+10,87	+8,50

Підвищення рентабельності забезпечується переважно зниженням собівартості одиниці продукції (надання послуг). Чим краще використовується основні виробничі фонди, тим нижче фондоємність, вище фондовіддача і внаслідок цього відбувається зростання показника рентабельності виробництва.

Доцільно проаналізувати оборотність оборотного капіталу. Адже прискорення коефіцієнту оборотності оборотного капіталу є резервом для підвищення ефективності діяльності підприємства і отримання додаткових доходів. Для того, щоб більш детально можна було б оцінити за рахунок яких факторів відбувається зростання (уповільнення) коефіцієнту оборотності капіталу необхідно провести більш детальний аналіз, внаслідок якого дати відповідні рекомендації.

Швидкість оборотності капіталу характеризується такими показниками як: коефіцієнтом оборотності; тривалістю одного обороту.

Коефіцієнт оборотності капіталу розраховується шляхом відношення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) до середньорічної вартості капіталу, а показник тривалості одного обороту (в днях) розраховується

$$П_{об} = \frac{Д}{К_{об}}, \quad (2.11)$$

де – $P_{об}$ – тривалість обороту капіталу;

D – кількість календарних днів в році (приймаємо 360);

$K_{об}$ – коефіцієнт оборотності капіталу.

Дані для проведення розрахунку тривалості обороту капіталу приведені в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9 – Аналіз тривалості обороту капіталу

№	Найменування показника	Рік			Відхилення, (+,-)	
		2022	2023	2024	2022-2023 р.	2023- 2024р.
1	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	13693,31	22138,74	19054,82	+8445,43	-3083,92
2	Середня вартість загального капіталу, тис. грн..	2802,53	5114,29	7974,92	+2311,76	+2860,63
3	У тому числі оборотного капіталу, тис. грн..	874,81	1832,06	3403,06	+957,25	+1571,00
4	Питома вага оборотних активів в загальній сумі капіталу, %	31,21	35,82	42,67	+4,61	+6,85
5	Коефіцієнт оборотності сукупного капіталу	4,886	4,328	2,389	-0,55	-1,93
6	У тому числі оборотного капіталу	15,652	12,084	5,599	-3,56	-6,48
9	Тривалість обороту сукупного капіталу, дні	73,68	83,17	150,69	+9,50	+67,52
10	У тому числі оборотного капіталу, дні	23,00	29,79	64,29	+6,79	+34,50

Отже, аналіз таблиці 2.9 дозволяє зробити висновок, що коефіцієнт оборотності сукупного капіталу значно зменшився з 4,886 у 2022 році до 2,389 в 2024 році (або в 2,04 рази). Цьому сприяло, у тому числі зменшення коефіцієнту оборотності оборотного капіталу з 15,652 у 2022 році до 5,599 в 2024 році.

Висновки до розділу 2

Основною метою діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» є виробництво плавлених сирів (ковбасного, столового, костромського, тощо), вершкового масла та інших видів молочної продукції.

Темпи зростання обсягів виробництва продукції в 2024 році порівняно 2023 роком мали тенденцію до зростання на 45,36%, але в 2024 році відбулось зменшення темпів виробництва продукції порівняно з 2023 роком на 12,10 %. Розглядаючи динаміку темпів зростання обсягів реалізації продукції можна сказати, що вони зростали більшими темпами ніж зростання обсягів виробництва в 2024 році порівняно з 2023 роком на 2,01 відсоткови пункти. Зазначені тенденції в 2023-2024 роках можуть свідчити про ефективну політику підприємства в напрямку зменшення залишків нереалізованої продукції на складах підприємства і продукції, яку не оплатили покупці.

Розрахований показник рентабельності фондів в 2024 році становив 15,21 %, а протягом 2022-2024 років його динаміка мала тенденцію до зростання (в 2024 році порівняно з 2023 роком зменшилися на 6,41 %. Зазначені тенденції свідчать про ефективність використання основних фондів на підприємстві.

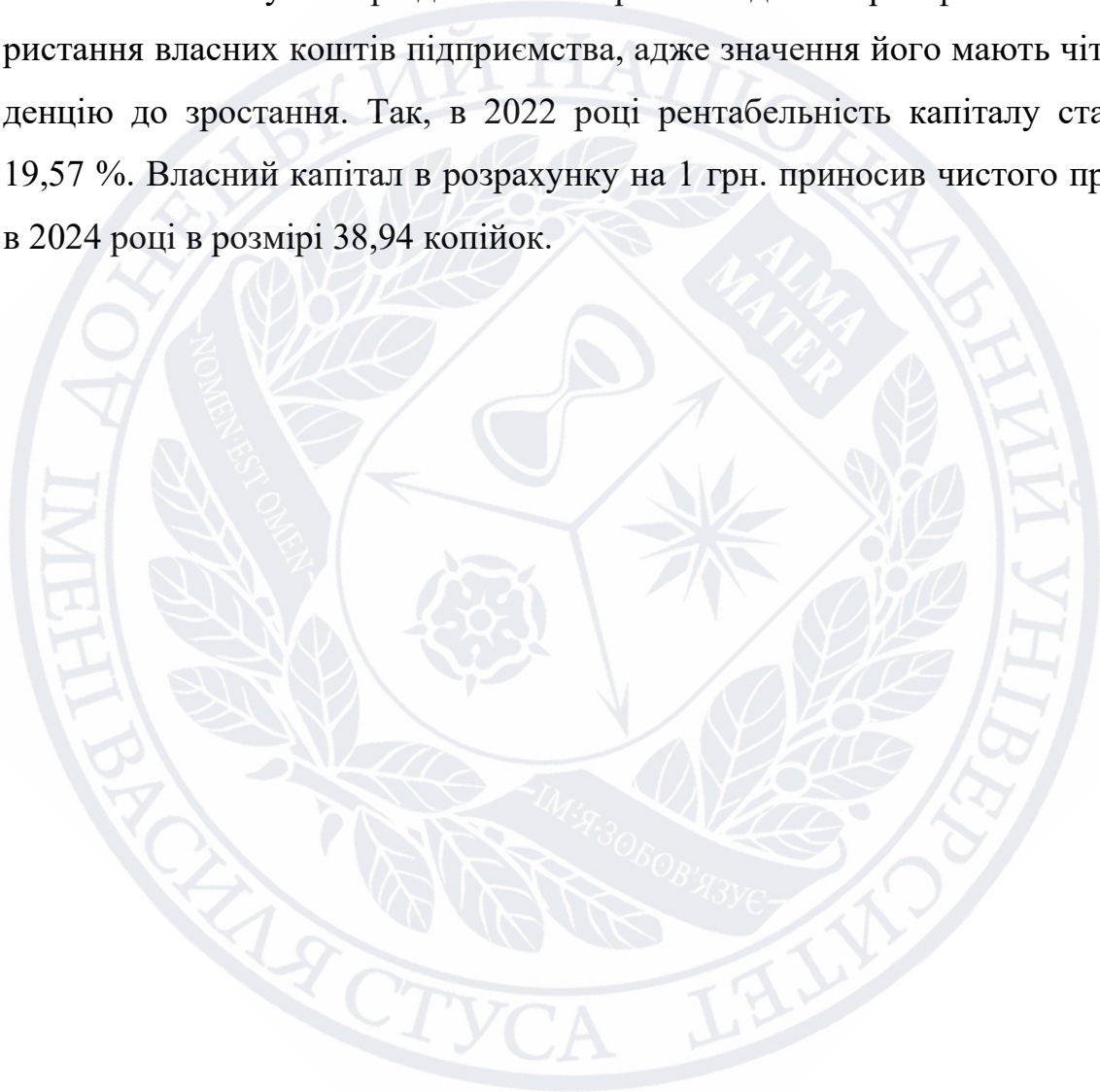
Розраховане значення показника фондівіддачі свідчить, що в 2024 році на одну гривню середньорічної вартості основних фондів вироблено 5,96 грн. продукції. В 2024 році порівняно з 2023 роком показник фондівіддачі зменшився на 4,11 грн. Негативним моментом є те, що показник фондомісткості має тенденцію до збільшення з 0,0992 в 2022 році до 0,1676 тобто на 0,0684, а в 2024 році його значення зросло порівняно з 2023 роком на 0,0639.

Розрахований коефіцієнт зносу свідчить, що підприємство проводить ефективну політику в напрямку оновлення основних фондів, адже знос з 44,1 % в 2022 році зменшився до 32,4 % тобто на 11,7 %, що є позитивною тенденцією, адже підприємство може підвищити, за рахунок цього фактору продуктивність праці, збільшити фінансові результати тощо.

Проведений аналіз фінансових результатів дозволив зробити наступні висновки. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції зріс в 2023 році порівняно з 2022 роком на 61,67 %, а в 2024 році порівняно з 2023 роком зменшився на 13,93 %. З урахуванням понесених витрат підприємство в 2024

році отримало значення чистого прибутку в сумі 164,32 тис. грн., який характеризує кінцеве значення результативної діяльності підприємства.

Рентабельність продаж показує скільки чистого прибутку припадає на одиницю реалізованої продукції. Отже, рентабельність продаж збільшилась в 2023 році порівняно з 2024 роком на 0,22 %, а в 2024 році порівняно з 2023 роком зменшилась на 0,06 %. Розраховані значення показника рентабельності власного капіталу за період 2022-2024 років свідчить про ефективність використання власних коштів підприємства, адже значення його мають чітку тенденцію до зростання. Так, в 2022 році рентабельність капіталу становила 19,57 %. Власний капітал в розрахунку на 1 грн. приносив чистого прибутку в 2024 році в розмірі 38,94 копійок.



РОЗДІЛ 3

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ БІЗНЕМУ У МОЛОЧНІЙ ГАЛУЗІ ТА ТОВ «ЖМЕРИНСЬКИЙ МАСЛОСИРЗАВОД»

3.1 Рекомендації щодо розвитку підприємств молочної галузі

Сьогодні суб'єкти молочного ринку опинились в важкому становищі, але порівняно з металургами, будівельниками і хіміками можна сказати, що є певні резерви росту молочної промисловості. Сьогодні спостерігається відносне падіння обсягів виробництва продукції, а також дефіцит обігових коштів. Нині переробні підприємства починають фінансову дисципліну, посилили вимоги до своєчасної оплати продукції, яка постачається на ринок.

Підприємствам молочної промисловості потрібно розробляти антикризові стратегії в напрямку зменшення непринципових витрат, призупиняти низькорентабельні проекти, проведення корегування асортименту продукції, яка виробляється. З метою зберегти виробничі потужності та з найменшими витратами пережити фінансово-економічну кризу, необхідно підприємствам оптимальніше використовувати ресурси, надаючи перевагу більш ефективним рішенням, у тому числі більш ефективно використовувати оборотні засоби. Необхідно до мінімуму оптимізувати витрати по всім бізнес-проекті, які реалізуються. Крім того, впроваджувати енергозберігаючі технології і оптимізації виробничих процесів, асортименту, логістичних схем, зміни структури маркетингових витрат.

Важливим напрямком розвитку є дотримання сучасної нормативно-правової бази, яка регулює розвиток підприємств молочної промисловості. В першому розділі дипломної роботи проаналізована нормативно-правова база та наведені проблеми її дотримання виробниками молока. Виробники вважають, що нині варто переглянути редакцію ДСТУ 3662-97 «Молоко коров'яче. Вимоги при закупівлі», оскільки він не відповідає сучасним вимогам до якості молочної сировини.

Оператори молочного ринку України вважають, що нині необхідно прийняти нову галузеву програму молочного тваринництва, яка б стимулю-

вала залучення інвесторів. Хоча нині з метою сприяння розвитку ринку молочної продукції в Україні Кабінетом Міністрів України розроблена «Галузева програма розвитку молочного тваринництва України», що дозволить стабілізувати розвиток галузі за рахунок відповідного законодавчого забезпечення і стимулювання залучення інвестицій. Основними задачами програми, у тому числі, є доведення частки заготівельного молока від сільськогосподарських підприємств до 50 % (при цьому в цьому об'ємі повинно бути 80 % молока вищого гатунку і 20 % - першого сорту); збільшення поголів'я молочних корів до 4,6 млн. голів за рахунок сільськогосподарських підприємств; підвищення середньої продуктивності у всіх категоріях господарств до 4,3-4,4 тис. кг. молока з однієї корови в рік (сьогодні 3,6-3,7 тис. кг.).

Покращити ситуацію у вітчизняній молочній галузі, підвищити привабливість української продукції на внутрішньому і зовнішніх ринках, можна за рахунок розвитку великотоварного молочного виробництва в країні. Основна проблема в тому, що для цього необхідно залучати довгострокові кредити під оптимальний відсоток.

Для того, щоб забезпечити постачання молочної продукції в Європу, українським молокопереробним заводам потрібно сертифікувати продукцію, та доводити її до якості європейських країн, а для цього необхідно отримати так звані ветеринарні коди (які присуджуються на основі аудиту ветеринарної служби Європейського Союзу). На жаль, жодне українське підприємство не має такого коду. Для проведення цього аудиту між Україною і ЄС повинні досягнуті бути домовленості, а це вимагає значного часу (по даним фахівців від 3-4 років). За цей час ситуація з молочною сировиною має стабілізуватись в Європі, а Україна має шанс стати вагомим експортером молочної продукції на ринках країн третього світу.

Сьогодні виробництво інноваційних харчових продуктів першої необхідності в Україні фактично перебуває у зародковому стані, за винятком кондитерських фабрик (частка інноваційної продукції яких у загальному обсягу її виробництва в галузі становила в 2022 році – 12 %), олійножирової

(відповідно, 5,8 %), і молочної промисловості (4,5 %). Існуюча ситуація викликає занепокоєння і зумовлює необхідність пошуку раціональних шляхів і ефективних інструментів її істотного поліпшення. Цей висновок посилюється також тією зрозумілою обставиною, що вступ України до СОТ поставив більшість підприємств вітчизняної харчової промисловості перед вибором: або провести технологічну модернізацію виробництва та освоїти випуск сучасних видів продовольчих товарів, або ж ще певний час постачати традиційну продукцію на внутрішній продовольчий ринок і тим самим відсунути межу, за якою – неминуче технологічне та економічне банкрутство виробника.

З включенням України до світових інтеграційних процесів зовнішнє середовище посилює свій вплив на розвиток і функціонування вітчизняної харчової промисловості. В таких умовах важливим кроком на шляху активізації інноваційної діяльності виступає утворення Державного агентства України з інноваційної діяльності та інновацій. Тому є обґрунтовані надії на те, що розгортання практичної роботи цього органу слугуватиме каталізатором поліпшення інноваційної діяльності в Україні в цілому та в її харчовій промисловості зокрема. Національний ринок молока і молочних продуктів України, в тому числі на регіональному рівні, має створюватися під впливом цілеспрямованої державної політики та регулювання, ґрунтуючись на законах ринку та досвіді країн з розвиненою ринковою економікою.

Для повноцінного ринку важливе значення має створення його операторами належної інфраструктури:

- бірж;
- агроторгових домів;
- оптових продовольчих ринків;
- різних торговельно-закупівельних фірм;
- постачальницько-збутових молочарських кооперативів;
- проведення товарних аукціонів та ярмарок;
- створити сучасну мережу роздрібної торгівлі.

Розвиток інфраструктури ринку стримується відсутністю на державному та регіональному рівнях дієвої системи цінового моніторингу. Тому потрібно молокопереробним підприємствам поширювати інформацію про продукцію та ціни на неї через мережу Інтернет у вигляді веб-сторінок чи веб-сайтів. Це дозволить зменшити витрати на рекламу продукції, дасть можливість споживачам купувати молочну продукцію на внутрішньому та світовому ринках безпосередньо від виробників за нижчими цінами.

Стабільну та ритмічну роботу кожного молокопереробного підприємства забезпечить створення ним власної сировинної бази.

Отже, з метою піднесення харчової промисловості, у тому числі молочної, необхідно забезпечити зростання доходів населення, підвищення його купівельної спроможності, розширити попит на продовольчі товари, посилювати вимоги до якості та безпеки харчових продуктів. Для цього потрібно:

- вишукувати можливості для модернізації виробництва або переходу його повністю на інноваційні технології;
- оновлення асортименту;
- нарощувати випуск високоякісної та безпечної продукції тощо.

Важливим для розвитку підприємств молочного ринку є діяльність компанії «Danone», яка в 1999 році прийшла на український ринок в якості імпортера молочної продукції. До 2023 році компанія реалізовувала продукцію двома шляхами – через філіали в містах, де організована робота з місцевою роздрібною мережею напряму або за допомогою посередників. Молочний продукт швидко псується, якщо недотримана температура зберігання ($+2..+6\text{ }^{\circ}\text{C}$). Припустимі загальні об'єми списання продукту внаслідок помилок планування, у тому числі логічних операцій коливається від 0,5 до 1 % від об'єму продажу. Зазначена цифра залежить від джерела постачання, тому важливо удосконалювати схеми збуту молочних продуктів в Україні. Так, концепція управління збутом компанії «Danone» приведена на рисунку 3.1, яка може бути використана для будь-якого підприємства, яке є виробником молочних продуктів [30].

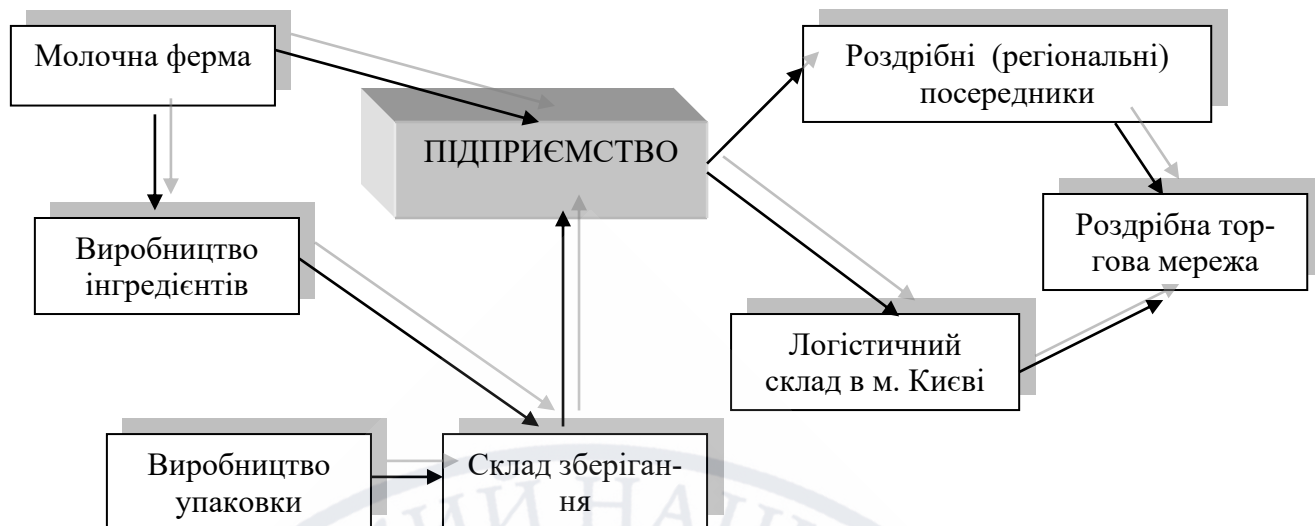


Рисунок 3.1 – Концепція управління збутом компанії «Danone»

Для ефективної реалізації концепції управління збутом (див. рисунок 3.1) важливо розглянути структуру управління ланцюгами постачання продукції цієї фірми і яку можна запропонувати для підвищення ефективності діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» та для інших підприємств галузі (рисунок 3.2) [30].

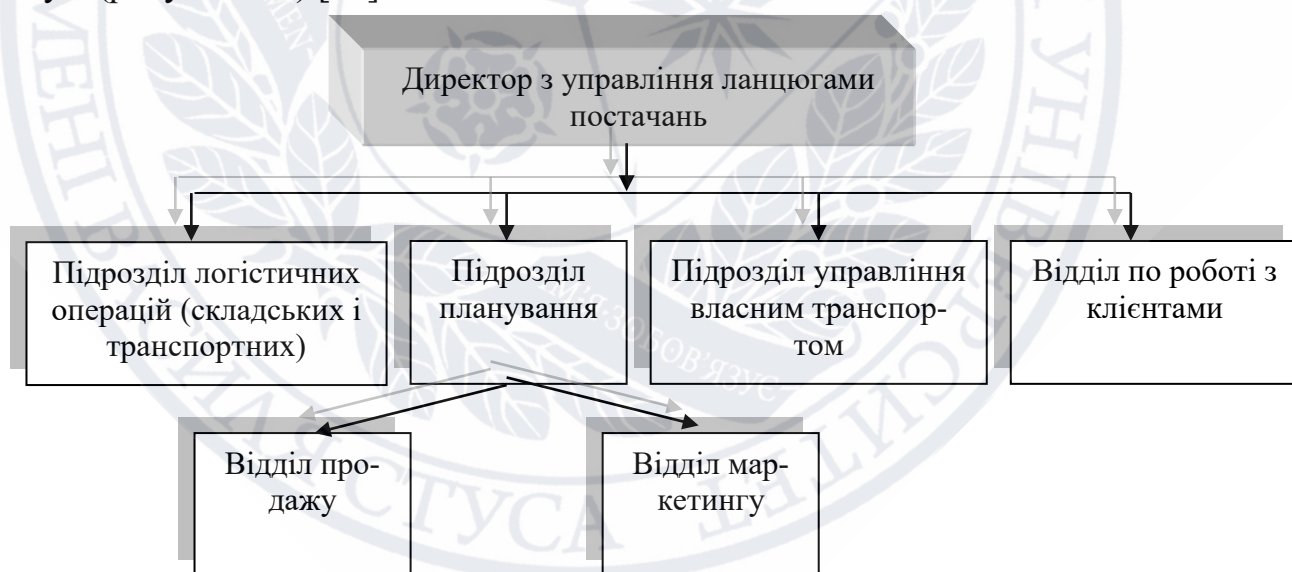


Рисунок 3.2 – Структура управління ланцюгами постачань продукції компанії «Danone»

Компанії «Danone» за вісім років роботи на українському ринку вдалось фактично в два рази зменшити логістичні витрати. Сьогодні вони складають приблизно 6,5 % чистої виручки від реалізації продукції. Зазначені ус-

підприємствам вдалось досягти головним чином внаслідок підвищення ефективності роботи всіх ланцюгів постачань продукції, що робить можливим обробку великих обсягів продукції, при тій самій кількості ресурсів. Відділ логістики в компанії відсутній, його замінюють підрозділи наведені на рисунку 3.2. Значна частка роботи припадає на відділ планування. Отже, наведений вище досвід дозволить підприємствам молочної галузі, у тому числі ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» підвищити ефективність діяльності та сприятимуть їх розвитку.

Мінімізація витрат починається на етапі довгострокового планування, коли складаються прогнози попиту по кожному продукту на рік. Кожний квартал ці прогнози коректуються. Але найбільш важливим для молочної продукції є прогнозування короткострокових прогнозів – на найближчі 2-3 тижня, оскільки ситуація на ринку швидко змінюється. Остаточний прогноз корегується після надання відділами продажу і маркетингу інформації про очікувану ефективність від тієї чи іншої рекламної компанії.

На думку представників підприємств молочної промисловості нині важливо відмінити ПДВ і митні збори на імпортоване обладнання. Крім того, без врегулювання ситуації з поверненням ПДВ на експортовану молочну продукцію говорити про нормальний розвиток молочної промисловості не варто. На етапі адаптації України в СОТ крім гармонізації молочних стандартів в країні має бути розроблений Технічний регламент «Вимоги, які стосуються до виробництва молока і молочних продуктів».

3.2 Пошук резервів зростання рентабельності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод»

Оскільки, рентабельність в загальному вигляді розраховується як відношення результатів до затрат, то найбільш оптимальним джерелом зростання рентабельності має бути зменшення витрат на виробництво продукції (ро-

біт, послуг). З цією метою проаналізуємо структуру собівартості реалізованої продукції:

- матеріальні витрати;
- витрати на оплату праці;
- відрахування на соціальні заходи;
- амортизація;
- інші операційні витрати.

Витрати виробничого характеру являють собою собівартість продукції, тобто затрати на її виробництво та реалізацію. Здійснимо перерахунок собівартості реалізованої продукції враховуючи питому вагу елементів операційних витрат (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 – Аналіз собівартості реалізованої продукції, тис. грн.

Показники (тис. грн.)	Рік					
	2022	%	2023	%	2024	%
Матеріальні затрати	7558,81	65,8	13656,85	73,40	11849,54	75,15
Витрати на оплату праці	1519,80	13,23	2828,12	15,20	2015,13	12,78
Відрахування на соціальні заходи	585,87	5,10	1094,04	5,88	775,78	4,92
Амортизація	137,85	1,20	589,81	3,17	337,43	2,14
Інші операційні витрати	1685,23	14,67	437,25	2,35	788,39	5,00
Разом	11487,56	100	18606,07	100	15767,85	100

Аналізуючи таблицю 3.1 можна сказати, що найбільшу питому вагу витрат в загальній структурі витрат собівартості реалізованої продукції складають – матеріальні витрати (в 2024 році 75,15 %), а такий елемент як витрати на оплату праці – 12,78 %. Аналізуючи питому вагу витрат, можна сказати, що негативними тенденціями в зміні структури собівартості є збільшення питомої ваги матеріальних витрат та зменшення питомої ваги витрат на оплату праці в 2024 році порівняно з 2023 роком. Для аналізу резервів зростання прибутковості діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод», необхідно

визначити витрати на одну гривню реалізованої продукції по елементам витрат. Для того, щоб витрати по статтях привести в співставні значення, перерахуємо їх на 1 грн. реалізованої продукції (без ПДВ) (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2 – Витрати на 1 грн. реалізованої продукції

Показник	Роки			Відхилення, (+,-)	
	2022	2023	2024	2022-2023 р.	2023-2024 р.
Матеріальні витрати	0,5520	0,6168	0,6218	+0,0648	+0,0050
Витрати на оплату праці	0,1109	0,1277	0,1057	+0,0168	-0,0220
Відрахування на соціальні заходи	0,0427	0,0494	0,0407	+0,0067	-0,0087
Амортизація	0,010	0,0266	0,0177	+0,0166	-0,089
Інші операційні витрати	0,1230	0,0197	0,0413	-0,1033	+0,0216
Разом	0,8370	0,8404	0,8274	+0,0034	-0,0130

Як показують дані таблиця 3.2 існують резерви зниження собівартості продукції за рахунок зменшення:

- матеріальних витрат (0,0050);
- інші операційні витрати (0,0216).

Перелічені елементи витрат на 1 грн. реалізованої продукції збільшились в 2024 році порівняно з 2023 роком (матеріальні витрати та інші операційні витрати) являють собою негативні відхилення від досягнутих в 2022 році, які можна розглядати як потенційно можливі.

Отже, можна визначити значення зниження витрат на гривню реалізованої продукції:

$$\Delta B = 0,0050 + 0,0216 = 0,0266 \text{ грн.}$$

Оскільки витрати на 1 грн. реалізованої продукції в 2024 році склали 0,8274 грн., зниження цієї суми на 0,0266 грн. дозволить збільшити суму валового прибутку в розмірі 494,69 тис. грн. $(3286,97 * 0,1505)$, що в свою чер-

гу підвищить рентабельність продукції в прогнозованому періоді. Для цього розрахуємо прогнозну рентабельність продукції в 2025 році

$$R_{2025\text{прог}} = \frac{494,69 + 3286,9}{15767,85} \cdot 100 = 23,98\%$$

З врахуванням виявлених резервів, рентабельність продукції в прогнозованому періоді порівняно з 2024 роком може збільшитись на 3,14 % (23,98 – 20,84).

3.3 Бізнес-пропозиція підвищення прибутковості діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод»

З метою підвищення прибутковості діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» пропонується провести диверсифікацію господарської діяльності в напрямку організації такого виду діяльності як відкриття кафе-кондитерської в м. Жмеринка. Нині в багатьох галузях економіки України відбуваються негативні тенденції. Проаналізувавши основні ринки, було з'ясовано, що нині харчова промисловість порівняно з хімічною, металургійною, будівельною галуззю має істотні резерви зростання, а найбільш стабільною і прибутковою галуззю залишається кондитерська (дивись таблицю 3.3). Тому нами було обрано саме додатковий вид діяльності як створення кафе-кондитерської.

Отже, проаналізувавши тенденції виробництва кондитерських виробів, то можна зробити висновки, що вони мають стійку та позитивну динаміку, що свідчить про доцільність диверсифікації господарської діяльності в напрямку відкриття кафе-кондитерської, оскільки дана продукція користується попитом. Крім того, про актуальність зазначеної діяльності свідчить така цифра, що кожна гривня вкладена в товарне молочне виробництво дає 1 оборот в п'ять років, а в кондитерській галузі оборотність набагато вища.

Тому з метою покращення фінансово-господарської діяльності і отримання прибутку ТОВ «Жмеринський маслосирзавод», нами в роботі, були проаналізовані основні види спорідненої діяльності, а також попит на найбільш актуальні напрямки діяльності. Враховуючи рентабельність виробництва продукції по підприємству в 2024 році - 20,84 %, виявлено, що вкладання коштів в створення кафе-кондитерської дає можливість за 3-4 роки окупити витрати. Адже рентабельність зазначеного бізнесу перевищує середній показник по харчовій промисловості і складає більше 30 %.

Таблиця 3.3 – Виробництво основних кондитерських виробів в Україні

Показник	Роки		
	2023	2024	Січень-серпень 2025 р.
Пряники і аналогічні вироби, солодке печиво, вафлі, тис. т.	394,2	419,1	255,3
Шоколад і інші продукти з вмістом какао в брикетах, пластинах або плитках, тис. т.	302,6	329,0	185,5
Вироби кондитерські з цукру, у тому числі білий шоколад, без вмісту какао, тис. т.	241,2	256	162,4

Важливо в роботі описати сам бізнес. В Україні кафе-кондитерські розповсюдження отримали в кінці 21 ст. – початок 22 століття, але в попередні часи їх традиції, як ексклюзивних закладів з особливим асортиментом продукції і колоритом, в основному були втрачені. Тому важливо для ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» розвивати цю нішу і заповнити частку ринку в м. Жмеринка. За даними експертів, в невеличких містах з населенням 40-50 тис. чол., поруч з іншими закладами громадського харчування можуть співіснувати також декілька кондитерських. Тому інвестори можуть вкладати кошти в цей ринок, при цьому не ризикуючи зустріти потужну конкуренцію. Зазначена ситуація характерна і для регіональних ринків, у тому числі і для м. Жмеринки.

Сьогодні кондитерські радикально відрізняються асортиментом, якістю продукції, атмосферою закладу тощо. Кафе-кондитерські перестали сприйматися споживачами як місце, куди батьки водять своїх дітей з метою придбання морозива і тістечка. Заклади цього формату сьогодні не тільки стали місцем родинних свят, але і придатні для побачень, ділових зустрічей. Ще однією причиною росту популярності кондитерських – збільшення попиту на кондитерські вироби. Попит зростає на нестандартні, креативні десерти, за що і готові платити відвідувачі кондитерських. Крім того, інвесторів приваблює сама економіка цих кафе-кондитерських. Інвестиції в кондитерську справу менші ніж, наприклад, на відкриття ресторану, а рентабельність практично в два рази перевищує середній показник для закладів громадського харчування.

Описуючи виробничий процес, можна сказати, що існує три основні типи кондитерських. Самий економний – невеличка кондитерська максимум на 10 місць, без власного виробництва. Обладнання потрібно мінімум: барна стойка, вітрина для кондитерських виробів, гарна кофе-машина. Заклад площею 40-60 кв.м. потребує менше витрат на оренду, ремонт і дизайн приміщення порівняно з кафе. Відсутність кухні дозволяє істотно зменшити витрати на відкриття. При цьому слід відмітити, що продукція іншого кондитерського цеху буде дорожчою на 30-50 % власних виробів. Тому тут потрібно забезпечити присутність споживачів в цьому закладі, і розмішувати його, наприклад, в торговельних і розважальних центрах.

Другий тип кондитерських являє собою заклад з площею 150-350 кв. м. Але потрібно придбати обладнання для виробництва власних кондитерських виробів, що дасть змогу швидко реагувати на найменші зміни попиту (наприклад, додати певну групу кондитерських виробів, ввести повноцінне меню з комплексними обідами, сніданками). Крім того, з'явиться можливість продавати на сторону свої вироби іншим закладам або на виніс клієнтами. Тому доцільно розглянути сьогоднішню структуру місячного доходу кафе-кондитерської (рисунк 3.3) [37].

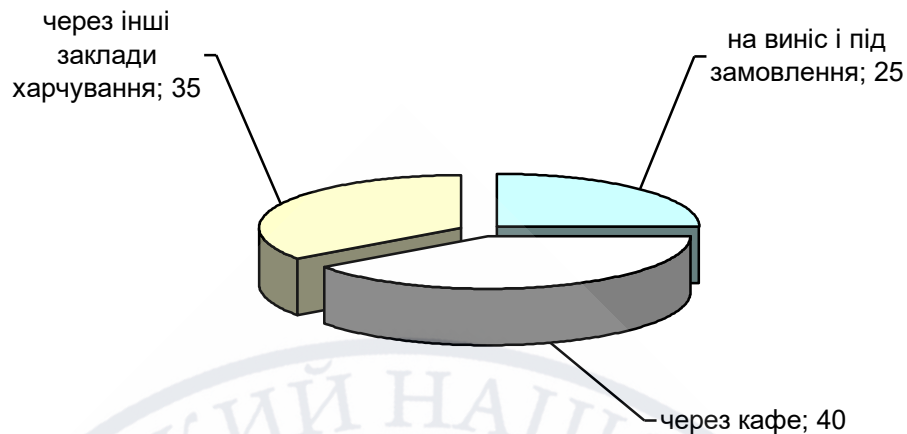


Рисунок 3.3 – Структура місячного доходу кафе-кондитерської, %

З рисунка 3.3 видно, що найбільшу частку в місячному доході займає через саме кафе (всередині) – 40 %. За даними експертів, продаж продукції через «виніс» і на замовлення додатково дасть змогу отримати 50 % прибутку.

Третій варіант – мережа кафе-кондитерських, що вимагає значних інвестиційних витрат. Але, при роботі підприємств в мережі, значно зменшуються накладні витрати, адже один кондитерський цех може забезпечити продукцією декілька закладів мережі.

З метою оцінки інвестиційних витрат потрібно проаналізувати, яке обладнання необхідно придбати. Так, технологічних зміст кухні залежить від розробленого меню закладу. Набір обладнання визначається ще на етапі розробки робочого проекту. На українському ринку представлено багато обладнання відомих торгових марок. При укладанні контракту на постачання обладнання необхідно звернути увагу на гарантійні умови, організацію післягарантійного обслуговування, наявність сервісного центру в місті. Бар комплектується:

- барна стойка;
- вітрина для кондитерських виробів;
- кофеварка;

- кофемолка;
- соковижималка;
- плита;
- виробничі столи;
- холодильник;
- морозильна шафа;
- мікрохвильова піч;
- міксери.

Кухонна частина підприємства залежить від марки і країни виробника. В середньому мінімальні інвестиційні витрати становлять 50 тис. дол. США. Якщо вибрати обладнання середнього цінового рівня, витрати зростуть до 100-150 тис. дол. США. Обладнання відомих торгових марок (бізнес-преміум класу) буде коштувати більше 300 тис. дол. США.

Крім того, від концепції закладу, площі приміщень, необхідності проведення ремонтів, асортименту продукції і набору технологічного обладнання напряму залежать розміри інвестицій. На відкриття кафе-кондитерської потрібно отримати свідоцтво про реєстрацію торговельної точки, патент на торговельну діяльність, при необхідності – ліцензію на продаж алкогольних напоїв, реалізацію тютюнових виробів. Паралельно потрібно скласти договір купівлі-продажу або оренди приміщення.

Етапи підготовки робочого проекту складаються з таких частин:

- архітектурна частина (планування приміщень; реконструкція, конструктивні особливості стін і перекриття);
- технологічна (розміщення обладнання і опис технології робіт підприємства);
- проекти вентиляції і кондиціонування, електропостачання, каналізації і водозабезпечення).

Календарний план і інвестиційні витрати на відкриття кафе-кондитерської наведені в таблиці 3.4

Таблиця 3.4 – Календарний і інвестиційний план

№	Назва етапу	Вартість, грн.	Початок етапу	Закінчення етапу
1	Оренда приміщення	600000	01.01.2026	10.01.2026
2	Підготовка кадрів	35000	01.10.2026	01.03.2026
3	Оформлення дозвільної документації, на відкриття кафе-кондитерської	40000	01.01.2026	01.03.2026
4	Ремонтно-будівельні роботи (дизайн, кондиціонування, вентиляція)	250000	02.03.2026	15.03.2026
5	Закупівля меблів, посуду і обладнання	200000	16.03.2026	01.04.2026
6	Початок роботи		01.04.2026	

З таблиці 3.4 видно, що процес виробництва має розпочатись з 01.04.2026 року та для його забезпечення необхідно сума інвестицій має становити – 1,125 млн. грн. Для забезпечення позитивного балансу в звіті про рух грошових коштів потрібно залучити цю суму. З метою залучення цієї суми, підприємство планує отримати кредит в зазначеному розмірі в Приватбанку (термін кредиту – 35 місяців).

Важливо в бізнес-пропозиції розглянути бюджетування витрат на випуск продукції кафе-кондитерською. Витрати залежать від асортименту і меню. Сама назва «кондитерська» являє собою наявності широкого асортименту різних десертів. Наприклад, в кондитерських пропонується в середньому 10 найменувань кондитерських виробів, а доцільно мати 20-30 позицій. Інвестору потрібно на етапі проектних робіт підібрати кандидатуру на такі посади – керуючого і шефа-кондитера. Кондитер – спеціальність рідкісна. Важко на ринку знайти високоякісного кондитера, тому потрібно навчати людей або знайти готового спеціаліста. Штатний розклад і заробітна плата працівників кафе-кондитерської наведений в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Штатний розклад і оплата праці працівників

№	Посада	Кількість	Розмір заробітної плати, грн.. (щомісячно)
1	Бухгалтер	1	25000
2	Шеф кондитер	1	30000
3	Кондитер	1	24000
4	Бармен	1	21600
5	Офіціант	1	21600
6	Всього	*	10920

В середньому витрати які будуть фінансуватись на відкриття кафе-кондитерської, в місяць приведені в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Витрати на відкриття кафе-кондитерської

№	Стаття витрат	Сума (щомісячно)
1	Зарплата персоналу	122200
2	Продукти	90000
3	Комунальні послуги	30000
4	Послуги зв'язку	500
5	Реклама	8000
6	Патенти, ліцензії	12000

Середня вартість порції солодкого (100-150 гр.) в Київських кондитерських становить сьогодні 70-100 грн. Середній чек більше 350 грн. на людину. В середньому в великих торговельних центрах м. Києва кафе-кондитерські відвідає біля 300 осіб в день. Тому знаючи плановану суму матеріальних витрат, можна знайти витрати матеріалів на одну людину. Враховуючи, що в середньому в день зазначений заклад будуть відвідувати біля 60 чоловік, тоді матеріальні витрати в розрахунку на одну особу складуть 130,66, а витрати на заробітну плату 60,06 грн. (виробничому персоналу). Крім того, проведення рекламної компанії, а також розповсюдження кондитерських виробів не тільки в середині кафе, а і за його межами, дозволить

підвищити попит на продукцію в середньому на 2-3 % щомісяця. Прогнозована кількість споживачів закладу наведена в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8 – Прогнозований обсяг споживачів кондитерських виробів

Показник	Період (місяць, рік)								
	04.2026	05.2026	06.2026	07.2026	08.2026	09.2026	10.2026	11.2026	12.2026
Кількість споживачів, осіб	1800	1854	1909	1966	2023	2087	2150	2214	2280

Враховуючи те, що середній чек, по даним фахівців в м. Києві становить більше 350 грн. на одну особу, враховуючи купівельну спроможність, яка дещо менша в м. Жмеринка порівняно з Києвом, тому значення середнього чеку приймаємо в розмірі 250 грн. Підприємство знаходиться на загальній системі оподаткування та є платником податку на додану вартість. Оцінка ефективності бізнес-пропозиції (чистий приведений дохід, період окупності, індекс дохідності) та інші інтегральні показники ефективності розраховані за допомогою комп'ютерної програми Project Expert (таблиця 3.9).

Таблиця 3.9 – Аналіз основних інтегральних показників бізнес-пропозиції

№	Показник	Значення
1	Тривалість проекту, місяців	36
2	Період розрахунку, місяців	36
3	Ставка дисконтування, %	20
4	Період окупності, місяців	15
5	Середня норма рентабельності, %	141
6	Чистий приведений дохід, грн.	935141
7	Індекс прибутковості	3,09
8	Внутрішня норма рентабельності, %	167,3

Оцінюючі отримані значення інтегральних показників бізнес-пропозиції (таблиця 3.9) можна сказати, що проект ефективний, який можна реалізовувати на практиці. Так, найважливішим показником, який оцінює ефективність будь-якого проекту є показник чистого приведенного доходу (різниця між чистим грошовим потоком та сумою інвестиційних витрат), який становить 935,14 тис. грн. Крім того, індекс прибутковості становить 3,09 (по нормативом значення цього показника має бути більше одиниці), термін окупності (час протягом якого окупаються інвестиційні витрати прибутком підприємства) становить 12 місяців (рисунок 3.4). Ставка дисконтування прийнята в проекті – 20 % (яка рекомендована більшістю фахівцями в зазначеній сфері діяльності). Внутрішня норма рентабельності має високе значення – 167,3 %, яка свідчить, що проект стійкий.

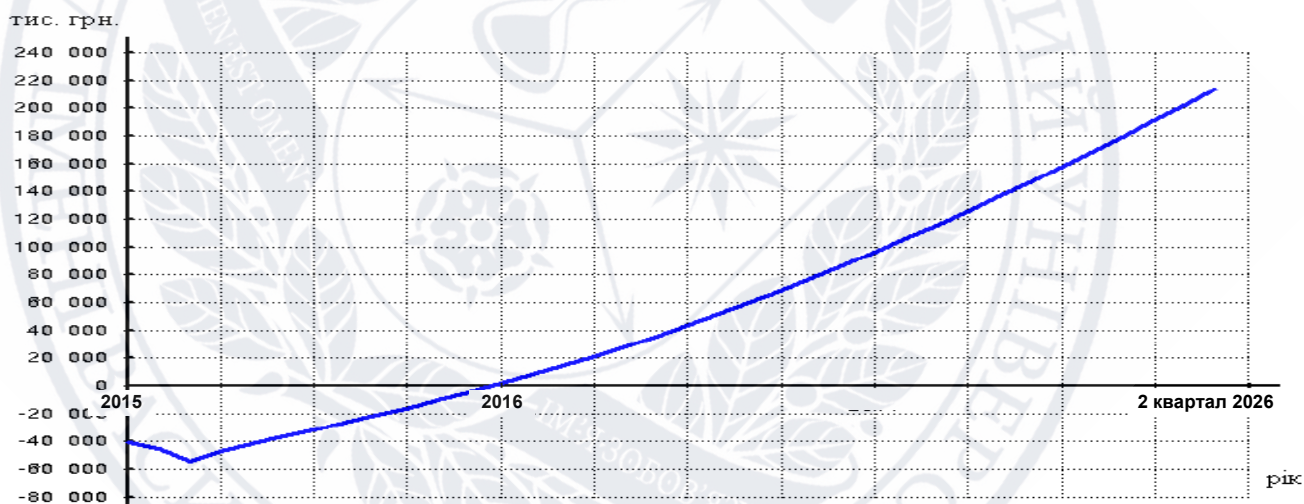


Рисунок 3.4 – Період окупності бізнес-пропозиції

З рисунку 3.4 можна зробити висновок, що проект фактично за 12 місяців окупається, а дисконтований термін окупності становить 14 місяців. Чутливість проекту до дію на нього основних факторів проаналізована на рисунку 3.5.

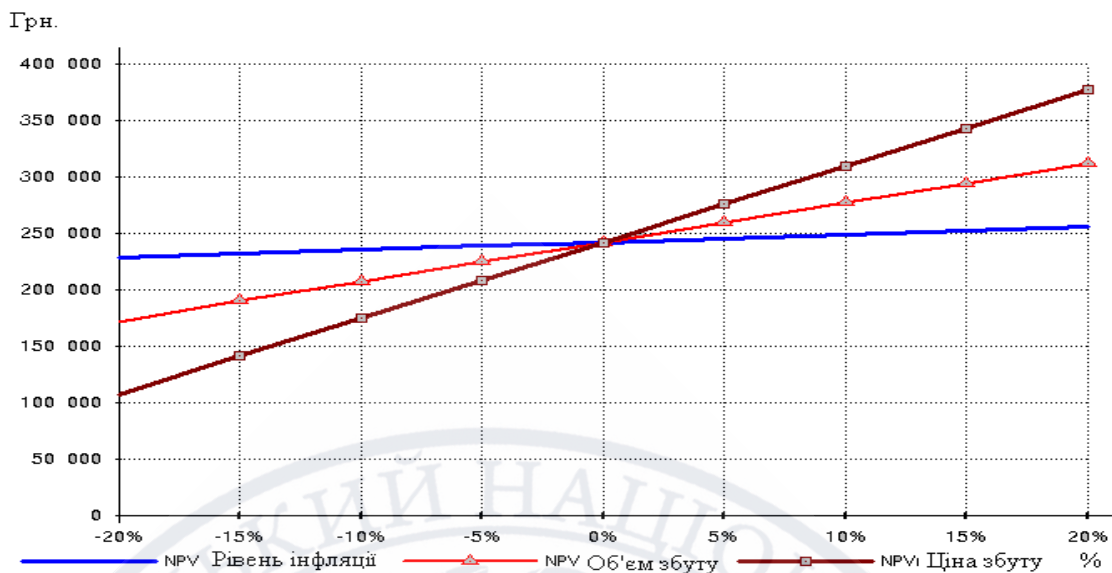


Рисунок 3.5 – Аналіз чутливості бізнес-пропозиції

З рисунку 3.5 видно, що проект стійкий до впливу на нього зазначених факторів: рівень інфляції, об'єм збуту, ціна збуту. Наприклад, падіння ціни збуту навіть на 20 %, не призведе до від'ємного значення чистого приведенного доходу.

Аналіз динаміки чистого прибутку, нерозподіленого прибутку минулого періоду та нерозподіленого прибутку свідчить, що на початку періоду реалізації бізнес-пропозиції, починаючи з травня 2026 року, підприємство почало отримувати позитивне значення чистого прибутку, який має позитивну і стабільну динаміку до зростання. Так, реалізація бізнес-пропозиції дасть можливість отримати чистий прибуток в розмірі 1389 тис. грн.

В цілому реалізація бізнес-пропозиції в напрямку диверсифікації діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» дозволить підприємству додатково отримати прибуток від відкриття кафе-кондитерської, а це підвищить рівень рентабельності, прибутковості, фінансову стійкість підприємства.

Висновки до розділу 3

В умовах війни та фінансово-економічної кризи виникає необхідність в пошуках ефективних напрямків стабілізації ситуації в економіці України, у

тому числі в молочній промисловості. Для цього, на нашу думку, підприємствам молочної промисловості потрібно розробляти антикризові стратегії в напрямку зменшення непринципових витрат, призупиняти низькорентабельні проекти, проводити корегування асортименту продукції; оптимальніше використовувати ресурси, надаючи перевагу більш ефективним рішенням, у тому числі більш ефективно використовувати оборотні засоби; до мінімуму оптимізувати витрати по всім бізнес-проектам, які реалізуються; впроваджувати енергозберігаючі технології і оптимізувати виробничі процеси, асортимент продукції, логістичні схеми, тощо; дотримання сучасної нормативно-правової бази, яка регулює розвиток підприємств молочної промисловості; прийняття нової галузевої програми молочного тваринництва, яка б стимулювала залучення інвесторів.

З'ясовано, що покращити ситуацію у вітчизняній молочній галузі, підвищити привабливість української продукції на внутрішньому і зовнішніх ринках можна за рахунок розвитку великотоварного молочного виробництва в країні. Основна проблема в тому, що для цього необхідно залучати довгострокові кредити під оптимальний відсоток. Для повноцінного ринку важливе значення має створення його операторами належної інфраструктури: бірж; агроторгових домів; оптових продовольчих ринків; різних торговельно-закупівельних фірм; постачальницько-збутових молочарських кооперативів; проведення товарних аукціонів та ярмарок; створити сучасну мережу роздрібної торгівлі.

Важливо звернути увагу на перспективний досвід розвитку підприємств молочного ринку в Україні, у тому числі на таку потужну і ефективну компанію – «Danone». Запропонована концепція управління збутом та розглянута структура управління ланцюгами постачання продукції цієї фірми може бути запропонована для підвищення ефективності діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» та для інших підприємств галузі.

Досліджено, що витрати на 1 грн. реалізованої продукції в 2008 році склали 0,8274 грн., зниження цієї суми на 0,0266 грн. дозволить збільшити

суму валового прибутку в розмірі 494,69 тис. грн., що в свою чергу підвищить рентабельність продукції в прогнозованому періоді на 3,14 %.

З метою підвищення прибутковості діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» запропоновано провести диверсифікацію господарської діяльності в напрямку організації такого виду діяльності як відкриття кондитерської в м. Жмеринка. Оцінюючі отримані значення інтегральних показників бізнес-пропозиції можна сказати, що проект ефективний, який можна реалізовувати на практиці. Інтегральні показники реалізації бізнес-пропозиції наступні: чистий приведений дохід становить 935,14 тис. грн.; індекс прибутковості – 3,09; термін окупності – 14 місяців; ставка дисконтування – 20 %; внутрішня норма рентабельності – 167,3 %.

Проект стійкий до впливу на нього таких факторів як: рівень інфляції, об'єм збуту, ціна збуту. Реалізація бізнес-пропозиції дасть можливість отримати чистий прибуток в розмірі 1389 тис. грн., що істотно покращить фінансово-економічне становище на ТОВ «Жмеринський маслосирзавод».

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження, можна констатувати, що у 2025 році простежуються кризові процеси в молочній галузі України. По-перше, відбувається зменшення кількості поголів'я корів в Україні; по-друге, зменшились експортні можливості молочної галузі, наприклад, європейський ринок не поспішає відкривати свої ринки для українських виробників молочнопродуктів, в якості аргументу – низька якість сировини, яке постачається від приватних господарств до постачальника, зазначена ситуація спостерігається і з іншими ринками (сьогодні в загальній кількості вітчизняного молока незначна частка високоякісної сировини).

В сучасних умовах актуальним для розвитку молочної галузі України має бути: зміна структурних галузевих ринків; зміна структури ресурсів, що споживаються галуззю; зміна структури управління галуззю; зміна структури галузі (співвідношення між групами суб'єктів господарювання), удосконалення нормативно-правової бази розвитку підприємств молочної промисловості; ефективне використання всіх видів ресурсів.

У макроекономічному плані до основних факторів формування попиту на молочну продукцію відносять: чисельність населення, тенденції розвитку демографічних процесів; рівень доходів населення; професійна структура зайнятих у галузях господарства. Важливим демографічним процесом є тенденція до збільшення частки населення у віці старше працездатного в загальній його структурі. Це позначається на ринку молока дуже специфічно, тому що у похилому віці знижується енергетичний еквівалент харчового раціону, змінюється його структура, знижується рівень платоспроможного попиту громадян. Аналіз структури збуту молочної продукції наближається до зарубіжного рівня, коли 80 % продажу забезпечують великі торгівельні мережі. За наявних тенденцій розвитку ринку збуту молочної продукції, продаж через посередників є потужним інструментом захоплення ринку на національному рівні.

Встановлено, що основною метою діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» є виробництво плавлених сирів (ковбасного, столового, костромського, тощо), вершкового масла та інших видів молочної продукції. Темпи зростання обсягів виробництва продукції в 2024 році порівняно з 2023 роком мали тенденцію до зростання на 45,36%, але в 2024 році відбулось зменшення темпів виробництва продукції порівняно з 2022 роком на 12,10 %. Розрахований показник рентабельності фондів в 2024 році становив 15,21 %, а протягом 2022-2024 років його динаміка мала тенденцію до зростання (в 2024 році порівняно з 2023 роком зменшилися на 6,41 %. Зазначені тенденції свідчать про ефективність використання основних фондів на підприємстві. Проведений аналіз фінансових результатів діяльності підприємства дозволив зробити наступні висновки. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції зріс в 2023 році порівняно з 2022 роком на 61,67 %, а в 2024 році порівняно з 2023 роком зменшився на 13,93 %. З урахуванням понесених витрат підприємство в 2024 році отримало значення чистого прибутку в сумі 164,32 тис. грн., який характеризує кінцеве значення результативної діяльності підприємства.

Рентабельність продаж показує скільки чистого прибутку припадає на одиницю реалізованої продукції. Отже, рентабельність продаж збільшилась в 2023 році порівняно з 2024 роком на 0,22 %, а в 2024 році порівняно з 2023 роком зменшилась на 0,06 %. Розраховані значення показника рентабельності власного капіталу за період 2022-2024 років свідчить про ефективність використання власних коштів підприємства, адже значення його мають чітку тенденцію до зростання. Так, в 2022 році рентабельність капіталу становила 19,57 %. Власний капітал в розрахунку на 1 грн. приносив чистого прибутку в 2024 році в розмірі 38,94 копійок.

В умовах війни виникає необхідність в пошуках ефективних напрямків стабілізації ситуації в економіці України, у тому числі в молочній промисловості. Для цього, на нашу думку, підприємствам молочної промисловості

потрібно розробляти антикризові стратегії в напрямку зменшення непринципових витрат, призупиняти низькорентабельні проекти, проводити корегування асортименту продукції; оптимальніше використовувати ресурси, надаючи перевагу більш ефективним рішенням, у тому числі більш ефективно використовувати оборотні засоби; до мінімуму оптимізувати витрати по всім бізнес-проектам, які реалізуються; впроваджувати енергозберігаючі технології і оптимізувати виробничі процеси, асортимент продукції, логістичні схеми, тощо; дотримання сучасної нормативно-правової бази, яка регулює розвиток підприємств молочної промисловості; прийняття нової галузевої програми молочного тваринництва, яка б стимулювала залучення інвесторів.

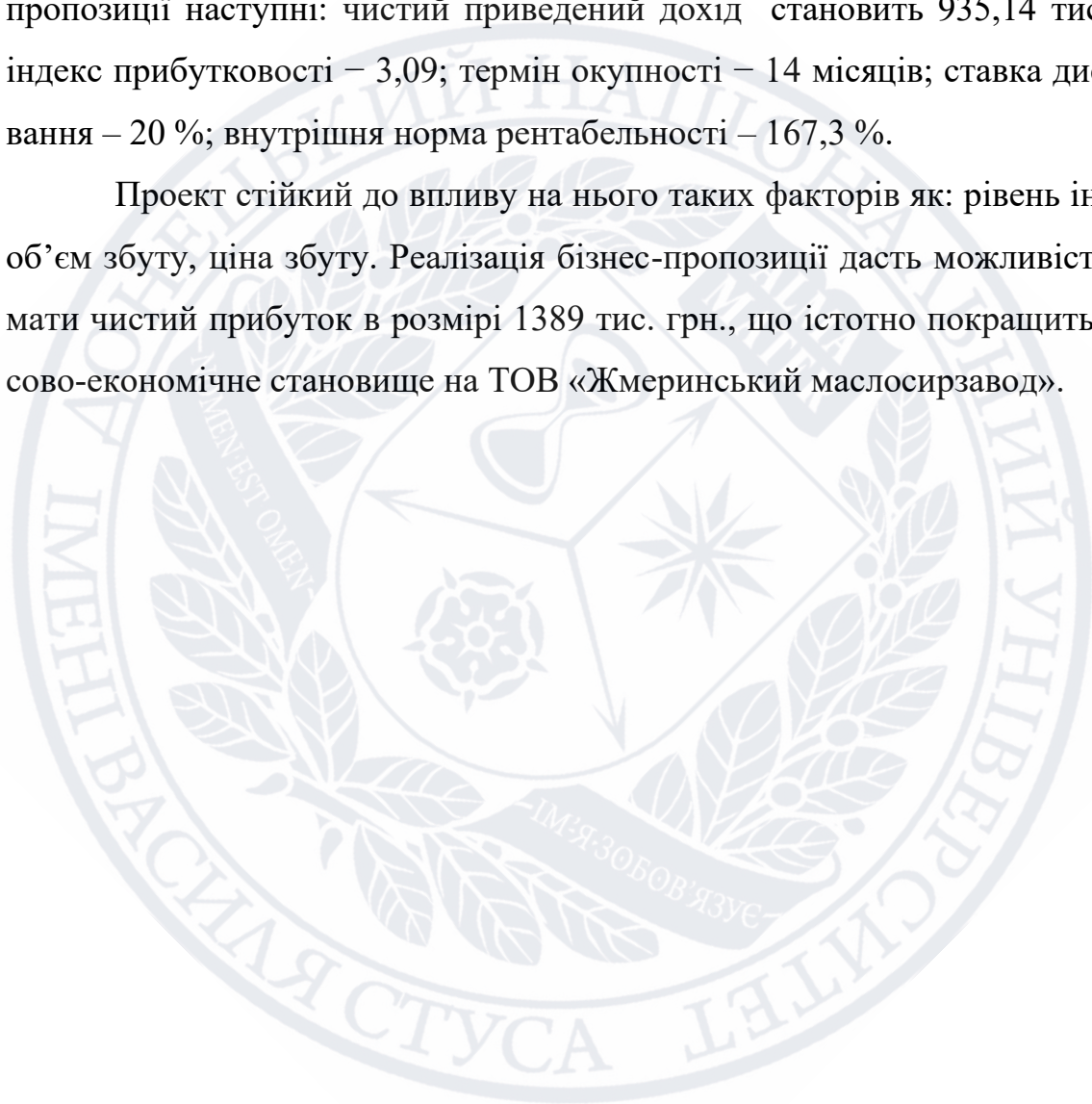
З'ясовано, що покращити ситуацію у вітчизняній молочній галузі, підвищити привабливість української продукції на внутрішньому і зовнішніх ринках можна за рахунок, розвитку великотоварного молочного виробництва в країні. Основна проблема в тому, що для цього необхідно залучати довгострокові кредити під оптимальний відсоток. Для повноцінного ринку важливе значення має створення його операторами належної інфраструктури: бірж; агроторгових домів; оптових продовольчих ринків; різних торговельно-закупівельних фірм; постачальницько-збутових молочарських кооперативів; проведення товарних аукціонів та ярмарок; створити сучасну мережу роздрібної торгівлі.

Важливо звернути увагу на перспективний досвід розвитку підприємств молочного ринку в Україні, у тому числі на таку потужну і ефективну компанію – «Danone». Запропонована концепція управління збутом та розглянута структура управління ланцюгами постачання продукції цієї фірми може бути запропонована для підвищення ефективності діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» та для інших підприємств галузі.

Досліджено, що витрати на 1 грн. реалізованої продукції в 2008 році склали 0,8274 грн., зниження цієї суми на 0,0266 грн. дозволить збільшити суму валового прибутку в розмірі 494,69 тис. грн., що в свою чергу підвищить рентабельність продукції в прогнозованому періоді на 3,14 %.

З метою підвищення прибутковості діяльності ТОВ «Жмеринський маслосирзавод» запропоновано провести диверсифікацію господарської діяльності в напрямку організації такого виду діяльності як відкриття кондитерської в м. Жмеринка. Оцінюючі отримані значення інтегральних показників бізнес-пропозиції можна сказати, що проект ефективний, який можна реалізовувати на практиці. Інтегральні показники реалізації бізнес-пропозиції наступні: чистий приведений дохід становить 935,14 тис. грн.; індекс прибутковості – 3,09; термін окупності – 14 місяців; ставка дисконтування – 20 %; внутрішня норма рентабельності – 167,3 %.

Проект стійкий до впливу на нього таких факторів як: рівень інфляції, об'єм збуту, ціна збуту. Реалізація бізнес-пропозиції дасть можливість отримати чистий прибуток в розмірі 1389 тис. грн., що істотно покращить фінансово-економічне становище на ТОВ «Жмеринський маслосирзавод».



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іващенко А.В. Економічні проблеми розвитку харчової промисловості України. Проблеми економіки й управління у промислових регіонах. 2008. С. 210-213.
2. Свистун Л.А. Фінансове забезпечення функціонування ринку землі в Україні. Проблеми економіки й управління у промислових регіонах. – 2018. С.220-224.
3. Діброва А. Д. Прогнозування попиту та пропозиції на ринку зерна в Україні. Проблеми економіки й управління у промислових регіонах. – 2019. С.225-227.
4. Федулова Л. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика. К.: Основа, 2022. 552 с.
5. Мазур О. Інноваційне підприємництво в структурі малого бізнесу в Україні. Економіка України. 2022. № 3. С. 36-41.
6. Гриньов Б., Губенко П. Проблеми формування інноваційної системи в Україні. Економіка і прогнозування. 2022. № 3. С.127-138.
7. Бойко О. Проблеми інноваційного розвитку в промисловості України. Економіст. 2021. № 5. С. 82–84.
8. Каліцький Б. Висхідні позиції України на шляху формування інноваційно орієнтованої економіки. Економіка і прогнозування. 2021. № 3. С. 31–38.
9. Михайлівська О. «Європейський парадокс» інноваційного розвитку: Уроки для України. Економіка і прогнозування. 2023. № 2. С. 80–85.
10. Статистичний щорічник України 2020. Державна служба статистики України. 2021. 592 с.
11. Статистичний щорічник України 2021. Державна служба статистики України. 2022. 623 с.
12. Крисанов Д. Інноваційний фактор розвитку харчової промисловості України. Економіка України. 2022. № 4. С. 71-82.

13. Коробов М. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств. К.: Знання, 2000. 627 с.
14. Барабаш Н. Аналіз господарської діяльності. Київ: КНЕУ, 2019. 252 с.
15. Попович П. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. Тернопіль: Економічна думка, 2021. 356 с.
16. Лазаришина І. Економічний аналіз: теорія, методологія, практика. Тернопіль, 2023. 434 с.
17. Лахтіонова Л. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання. К. 2018. С. 387.
18. Лучко М., Зорій Н. Економічний аналіз. Тернопіль: ТАНГ, 2021. 269 с.
19. Карпенко М. О. Конкурентоспроможність і експорт молочної продукції в Україні. Економіка АПК. 2006. № 11. С. 99-106.
20. Козловський С. В. Вибір оптимального каналу реалізації молочної продукції на основі багатокритеріального підходу. Економіка АПК. 2012. № 2. С. 46-50.
21. Козловський С. В. Застосування новітніх методів моделювання стану валютного ринку України. Вісник Тернопільської академії народного господарства. 2001. № 12. С. 80-91.
22. Козловський С. В. Моделювання показників ефективності економічних взаємовідносин між партнерами молокопродуктового підкомплексу. Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. 2011. Вип. 3 (54). С. 183-190.
23. Козловський С. В. Моделювання стійкості економічної системи України на основі нечіткої логіки. Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. праць. 2010. № 9(109). С. 62-73.
24. Козловський С. В. Методологічні основи розробки системи індикативного планування в регіоні. Регіональна економіка. № 1 (55). 2010. С. 32-38.

25. Колодій Ю. С. Функціональний підхід до індикативного управління розвитком будівельної галузі. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 10.7. С. 172-177.
26. Корнева Н. О. Роль інтеграційних процесів у формуванні організаційної структури тваринницького продуктового комплексу. Вісник СНАУ. Сер. Економіка та менеджмент. 2006. Вип. 3-4 (20-21). С. 74-77.
27. Косач І. А. Державне регулювання молокопродуктового комплексу на сучасному етапі. Науковий вісник ЧДІЕУ. 2011. № 2(10). С. 23-27.
28. Кощій О. В. Державне регулювання якісних характеристик пропозиції молокопродуктів в Україні [Електронний ресурс]. Економічний простір. 2009. № 30. Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_30/Statti/8.pdf
29. Крикавський Є. Логістика. Для економістів: Підручник. Львів : Вид-во національного університету «Львівська політехніка», 2004. 448 с.
30. Кушмаєва В. В. Формування економічних взаємовідносин в агропромислових корпораціях. Агросвіт. 2008. № 17. С. 9-12.
31. Лебединський О. І. Дослідження сучасного стану виробництва та економічних відносин підприємств АПК Полтавської області. Інноваційна економіка. 2010. № 18. С. 79-84.
32. Ліпич Л. Г. Якість молочної сировини в Україні. Інноваційна економіка. 2010. № 2(16). С. 152-157.
33. Лисоволик Н. М. Аналіз економічних взаємовідносин у молокопродуктовому підкомплексі. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2008. № 2(18). С. 65-69.
34. Aumann R. J. Lectures on Game Theory San Francisco : Westview Press, 1989. 120 с.
35. Banaszak I. Agricultural Producer Groups in Poland: Empirical Survey Results. Journal of Rural Cooperation. 2024. № 36(1). P. 73-85.

36. Baum R. The effects of vertical integration on profitability of pigproduction — Polish experience. // 8th European IFSA Symposium, 6-10 July 2008, Clermont-Ferrand (France).
37. Bolton P. Contract Theory. Dewatripont. Cambridge : MIT Press, 2005. 724 p.
38. Cobb C. W. Theory of Production. American Economic Review, Sypplement, 1928, March. P. 139-165.
39. Cordon T. Report on a Long range Forecasting. Santa Monica : Rand Paper 2982 p., Rand Corporation, 1964. 2982 p.
40. Dixit A. Thinking Strategically: The Competitive Edge in Business, Politics and Everyday Life. N.Y. : Norton, 1991. 394 p.
41. Engindeniz S. Economic analysis of processing tomato growing: the case study of Torbali, west Turkey. Spanish Journal of Agricultural Research. 2007. № 5(1). Pp. 7-15.
42. Gibbons R. Game Theory for Applied Economists. Princeton : Princeton University Press, 1992. 288 p.
43. Johansson H. Business process reengineering. Break-point strategies for market dominance. N.Y. : John Wiley & sons, Inc, 1993. 178 p.
44. Mas-Collel A. Microeconomic Theory. Oxford : Oxford University Press, 1995. 977 p.
45. Кернасюк Ю. Вендінговий молочний бізнес – справа прибуткова [Електронний ресурс]. «Агробізнес Сьогодні». Режим доступу до журн. : <http://www.agro-business.com.ua/2010-06-11-12-53-11/1296-2012-11-14-13-22-28.html>.
46. Андронік О.Л., Ключковський О.В., Солоненко Ю.В. Інноваційне підприємництво як складова стратегії розвитку національної економіки. Економіка і організація управління. №3 (55). 2024.
47. Ахновська, І., Бондаренко, Р. Технологічні тренди як ключовий фактор інноваційного розвитку: аналіз сучасних тенденцій. Управління змінами та інновації. 2024. №11. pp. 10-15.

48. Костенюк Ю., Криворучко Д. Моделювання стратегічного позиціонування підприємства на основі інноваційного розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Том 336 (6), 2024. С. 415-424.
49. Солоненко Ю. В., Панасюк П. І. Державна підтримка та стимулювання бізнесу України в умовах війни. Галицький економічний вісник. № 3 (82). 2023. С. 190-200.
50. Трегубов О.С. Наукові засади управління інноваційно-активною структурою. Актуальні проблеми економіки. 2023. №1.
51. Олійник Л.В., Мазур Г.Ф., Лавров Р.В., Криворучко І.О., Безп'ятко О.А. Перспективи та шляхи розвитку аграрного сектору України в умовах війни. Агросвіт. 2024. № 23. С.40-45.
52. Костенюк Ю. Б., Негуляєва Л. С. Альтернативні стратегії в управлінні розвитком компанії кондитерської галузі. Статистика України. 2024. № 4. С. 14–29.
53. Солоненко Ю. В., Панасюк П. І. Державна підтримка та стимулювання бізнесу України в умовах війни. Галицький економічний вісник. № 3 (82). 2023. С. 190-200.
54. Клочковська В.О., Клочковський О.В., Трегубов О.С. Макроекономічні аспекти відновлення функціонування малого та середнього бізнесу в контексті повоєнної відбудови національної економіки України. Економіка і організація управління. 2023. №1 (49).