

Міністерство освіти та науки України
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет -
Експертизи, біотехнології, харчової інженерії, під
приємництва та торгівлі
Кафедра - Торговельного підприємництва,
товарознавства та управління бізнесом
Ступінь вищої освіти - перший (бакалавр)
Спеціальність - 076 «Підприємництво та торгівля»
Освітня програма - «Підприємництво і торгівля,
товарознавство та експертиза в митній справі»



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему: «Оцінка інвестиційної привабливості впровадження
технології пастило-мармеладних виробів на кондитерському
підприємстві в м. Жмеринка»**

Здобувач: _____ Гладчук Данило Романович

Керівник: _____ к.е.н., доцент Карпінська Г.В.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від _____ 2024р., протокол № _____

Завідувач кафедри

ТПТ та УБ

_____ Наталія БАСЮРКІНА

Підпис

Одеса - 2024р

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

Кафедра ТЗПХ і КВ

Кафедра ХХ та Е

Кафедра ТПТ та УБ

Комплексна міжкафедральна кваліфікаційна робота бакалавра на тему: «Будівництво кондитерського підприємства в м. Жмеринка»

Головний керівник – д.т.н., проф. каф. ТЗПХ і КВ Коркач Г.В.

3.1. Кравчук Дар'я Олексіївна – Будівництво кондитерського підприємства по випуску пастило-мармеладних виробів в м. Жмеринка

Керівник: д.т.н, проф. кафедри ТЗПХ і КВ Коркач Г.В.

3.2. Даценко Анна Олександрівна – Аналіз небезпечних чинників виробництва зефіру «Біло-рожевого»

Керівник: к.т.н., доцент кафедри ХХ та Е Антіпіна О.О.

3.3. Гладчук Данило Романович – Оцінка інвестиційної привабливості впровадження технології пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка

Керівник: к.т.н., доцент кафедри торгівельного підприємства, товарознавства та управління бізнесом Карпінська Г.В.

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ
ІМЕНЕ ДЖМЕНТУ ім. Г. Е. Вейнштейна

Факультет -
Експертизи, біотехнології, харчової інженерії, під
присмицтва та торгівлі
 Кафедра -
Торговельного підприємництва, товарознавства та управління бізне
сом
 Ступінь вищої освіти - перший (бакалавр)

Спеціальність-076

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма - «Підприємництво і торгівля,
товарознавство та експертиза в митній справі»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри Торговельного
підприємництва, товарознавства та управління бізне
сом

_____ д. е. н., проф. Басюркіна Н. Й.

_____ 202__ р

здобувача Данила ГЛАДЧУКА

(Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

1. Тема роботи: «Оцінка інвестиційної привабливості впровадження технології пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка» затвердженою наказом ОНТУ від _____ 2024 р. № _____.
2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи _____ 2024 р.
3. Вихідні дані роботи: дані Державної служби статистики України, методичні вказівки кафедри ТПТпУБ ОНТУ, підручники і посібники, монографічний матеріал, аналітичні дані спеціалізованих Інтернет-видань, ЗМІ, дані підприємств агропромислового сектору України.
4. Зміст кваліфікаційної роботи бакалавра : Анотація. Зміст. Вступ. Розділ 1. Теоретико-методичні засади управління проектами. Розділ 2. Тенденції та тренди розвитку підприємств кондитерської галузі. Розділ 3. Розрахунки інвестиційної привабливості проектів впровадження технології пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка. Розділ 4. Охорона праці. Список літератури.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): таблиць— , рисунків— .

6. Дата видач ізавдання 2024 р.
 Керівник: _____ к.е.н., доц. Карпінська Г.В.
Підпис

Завдання прийняв до виконання _____ Гладчук Данило Романович
Підпис

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної бакалаврської роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Робота з літературними джерелами та розробка теоретичної частини дипломної роботи		Виконано
2.	Написання теоретичної частини кваліфікаційної дипломної роботи		Виконано
3.	Написання аналітичної частини кваліфікаційної дипломної роботи		Виконано
4.	Написання розрахункової частини кваліфікаційної дипломної роботи		Виконано
5.	Формулювання висновків до роботи		Виконано
6.	Оформлення роботи та її рецензування		Виконано

Керівник: _____ к.е.н., доц. Карпінська Г.В.
Підпис

Здобувач-дипломник _____ Гладчук Д.Р.
Підпис

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник _____ Гладчук Данило Романович
Підпис

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота містить 97 сторінок, 20 таблиць, бібліографія з 34 найменувань, 1 додаток.

Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних засад оцінки інвестиційної привабливості впровадження технології пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка

Об'єктом дослідження є тенденції розвитку підприємств кондитерської галузі та соціально-економічні процеси розвитку м. Жмеринка для обґрунтування доцільності та економічної ефективності проектів.

Відповідно до мети в роботі вирішуються такі завдання:

- досліджено теоретичні та методичні засади оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів;
- досліджено сучасні тенденції та проблеми розвитку світової та вітчизняної кондитерської галузі в аспекті виявлення основних трендів та перспектив їх розвитку;
- здійснено техніко-економічне обґрунтування та техніко-економічні розрахунки альтернативних проектів впровадження технології пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка. За результатами роботи сформульовано висновки щодо економічної доцільності запропонованих проектів.

Одержані результати можуть бути використанні як на підприємствах кондитерської галузі, як заходи для їх розвитку, підвищення конкурентоспроможності, розширення частки ринку та зміцнення їх іміджу.

Рік виконання роботи – 2024.

Рік захисту роботи – 2024.

SUMMARY

Bachelor's qualification work contains 97 pages, 20 tables, bibliography with 34 entries, 1 appendix. The aim of the work is to investigate the theoretical and practical principles of evaluating the investment attractiveness of implementing marshmallow and marmalade technology at a confectionery enterprise in the city of Zhmerinka.

The object of the research is the trends in the development of confectionery industry enterprises and socio-economic processes in the city of Zhmerinka in order to justify the feasibility and economic efficiency of the projects. According to the aim, the following tasks are addressed in the work:

- Theoretical and methodological principles of evaluating the economic efficiency of investment projects are studied;
- Modern trends and problems in the development of the global and domestic confectionery industry are investigated in terms of identifying key trends and prospects for their development;
- Techno-economic justification and techno-economic calculations of alternative projects for implementing marshmallow and marmalade technology at a confectionery enterprise in the city of Zhmerinka are carried out.

Conclusions regarding the economic feasibility of the proposed projects are formulated based on the results of the work. The obtained results can be used both in confectionery industry enterprises as measures for their development, increasing competitiveness, expanding market share, and strengthening their image.

Keywords: enterprise, investments, investment attractiveness, investment project.

Year of completion of the work - 2024.

Year of defending the work - 2024.

ЗМІСТ	
ВСУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЕКТІВ	10
1.1 Інвестиції: сутність та класифікація	10
1.2. Інвестиційний проект: сутність, життєвий цикл	16
1.3. Методи оцінки інвестиційного проекту	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ ТА ЇЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПЕРСПЕКТИВ	32
2.1. Тенденції та проблеми розвитку підприємств звиробництва кондитерської продукції в Україні	32
2.2. Характеристика пастило-мармеладних виробів України в аспекті їх інвестиційної активності та конкуренції	39
2.3. Основні тренди розвитку виробництва кондитерських виробів	44
РОЗДІЛ 3. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ПРОЕКТІВ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПАСТИЛО-МАРМЕЛАДНИХ ВИРОБІВ НА КОНДИТЕРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ В М. ЖМЕРИНКА	48
3.1 Економічне обґрунтування до цілісності проекту впровадження технології мармелад.	48
3.2. Техніко-економічне обґрунтування доцільності проекту впровадження технології пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка	52
3.3. Техніко-економічні розрахунки проекту виробництва пастило-мармеладних виробів : «Зефір «Біло-рожевий»», «Мармелад «Тришаровий»», «Пат «Фруктовий»»	57
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ	72
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	83
ДОДАТКИ	87

ВСТУП

Важливим чинником економічного зростання є інвестиційна діяльність, яка має вирішальне значення в господарюванні підприємств. Кондитерське підприємство ставить перед собою завдання здійснювати розумні та цілеспрямовані інвестиції з метою досягнення визначених цілей, що впливають з його стратегії. Інвестування у різноманітні проекти може спрямовуватися на підвищення рентабельності виробничого процесу, заміну застарілого обладнання, розширення виробництва, розширення ринкової долі, впровадження нових технологій та інші цілі.

Оскільки інвестиційна діяльність спрямована на забезпечення процесу розширеного відтворення, важливо враховувати специфіку шкідливого інвестиційного проекту. Це передбачає не лише тривалий період освоєння, а й тривалий процес реалізації. Тому актуальним стає питання дослідження та використання теоретико-методологічних засад обґрунтування привабливості інвестиційних проектів.

Мета дослідження: узагальнення, удосконалення та обґрунтування теоретичних та практичних засад. Оцінка інвестиційної привабливості впровадження технології пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка

Відповідно до мети роботи вирішуються такі завдання:

досліджено теоретичні засади визначення та оцінки інвестиційної привабливості інвестиційних проектів;

досліджено сучасні тенденції та тренди розвитку підприємств кондитерської галузі України в аспекті виявлення ризиків та перспектив їх розвитку за рахунок впровадження інвестиційних проектів;

- здійснено техніко-економічне обґрунтування та техніко-економічні розрахунки альтернативних проектів технології пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка

Об'єктом аналізу є операційні та виробничі процеси на

підприємствах кондитерської галузі, оцінка їхньої привабливості для інвесторів та потенціалу для реалізації інноваційних проектів.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методологічних і практичних аспектів інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств кондитерської галузі.

Методичною базою дослідження є фундаментальні принципи економічної науки, основи логістики, а також законодавство України, у тому числі закони, нормативно-правові акти уряду.

В ході виконання дослідження використовувалися різноманітні методи, такі як аналіз, порівняння для вивчення даних за різні періоди, а також графічне представлення обсягу ринку.

Інформаційну базу дослідження складали статистичні дані, наукові публікації вітчизняних і закордонних дослідників, фінансова та статистична звітність підприємств, результати опитувань економічних суб'єктів, а також електронні бази даних і знань.

Сучасні тенденції у кондитерській галузі вимагають від підприємств не лише впровадження інновацій, але й постійного удосконалення виробничих процесів. Це включає оптимізацію логістичних процесів, підвищення рівня автоматизації та використання передових інформаційних технологій для управління виробництвом та збутом продукції.

Таким чином, інвестиції у впровадження інноваційних технологій стають невід'ємною частиною стратегії розвитку підприємств кондитерської галузі. Вони дозволяють не лише підвищити конкурентоспроможність продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, але й сприяють стійкому економічному зростанню підприємства у довгостроковій перспективі.

РОЗДІЛІ.

ТЕОРЕТИЧНОСНОВИОЦІНКИІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЕКТІВ

1.1 Інвестиції: сутність та класифікація

Інвестиції - це концепція, що має глибокі корені в історії економіки та фінансів. Термін походить від латинського слова "In-vestire", що означає "одягати", але в контексті інвестицій він отримав широке трактування як "вкладення в майбутнє". Інвестиції відіграють важливу роль у розвитку економіки, оскільки вони стимулюють виробництво, збільшують зайнятість та сприяють технологічному прогресу.

Коли ми говоримо про інвестиції, ми маємо на увазі не лише грошові кошти, а й інші ресурси, такі як час, знання та технології. Інвестиції можуть бути спрямовані на різні об'єкти, включаючи виробництво, наукові дослідження, інфраструктурні проекти та інші види діяльності.

Однією з ключових характеристик інвестицій є їхній майновий характер. Іншими словами, інвестиції - це вкладення в реальні або фінансові активи, які мають потенціал для генерації прибутку у майбутньому. Ці активи можуть бути будь-якого виду: від нерухомості та цінних паперів до обладнання та інтелектуальної власності.

Однак інвестиції не лише мають інтерес у прибутковості, вони також можуть бути спрямовані на досягнення інших цілей, таких як розвиток нових технологій, підтримка соціальних програм або підтримка старВтапів та інноваційних підприємств.

Загалом, інвестиції є невід'ємною частиною економічного розвитку та сприяють створенню стійкого та процвітаючого суспільства. Їхня важливість полягає не лише у забезпеченні фінансового доходу, а й у стимулюванні інновацій, підтримці підприємництва та забезпеченні стабільності економічного зростання.

Майновий характер інвестицій є необхідною умовою їхньої

природи. Призначення інвестицій полягає в тому, щоб вкладені ресурси принесли прибуток або досягли іншого значимого результату у майбутньому. Однак зі зростанням потенційного доходу зазвичай пов'язаний ризик, що інвестор може втратити частину або всю свою інвестицію. Це може відбутися у випадку неуспішного проекту, банкрутства компанії або зміни на ринку, що впливають на вартість активу.

Інвестиційна діяльність, як правило, підпорядкована досягненню прибутку або досягненню іншої значимої мети. Інвестування може включати в себе різні види діяльності, такі як придбання фінансових інструментів (облігацій, акцій), нерухомості або обладнання для виробництва. Крім того, інвестування може охоплювати інші види діяльності, які спрямовані на збільшення майбутніх доходів, такі як навчання або розвиток бізнесу.

Важливою характеристикою інвестицій є їхня спрямованість на майбутнє зростання або дохід. Це робить їх відмінними від заощаджень, які зазвичай не піддаються ризику і призначені для майбутнього використання. Таким чином, інвестиції вимагають від інвестора розумних стратегій та аналізу ризиків для досягнення успішних результатів.

Стимулювання економічного зростання шляхом надійних інвестицій може сприяти стабільності та процвітання суспільства, адже це сприяє розвитку бізнесу, технологій та інновацій. Однак важливо пам'ятати, що успішна інвестиційна стратегія передбачає адекватний аналіз ризиків та ретельне планування для зменшення можливих втрат.

Для ефективного аналізу, планування та визначення джерел і методів фінансування інвестицій потрібна науково обґрунтована класифікація, яка дозволить систематизувати їхні види та особливості.

Класифікація інвестицій базується на ряді ознак, які дозволяють об'єднати їх у однорідні групи. У сучасній економічній теорії існує

різноманітні підходи до класифікації інвестицій. Серед них найбільш поширені такі підходи:

За територіальною ознакою

Внутрішні (вітчизняні) інвестиції, які полягають у вкладенні коштів в межах власної держави.

Зовнішні інвестиції, що охоплюють вкладення коштів за межами власної країни.

Іноземні інвестиції, які включають вкладення іноземних суб'єктів у власний бізнес.

За термінами вкладення

Короткострокові інвестиції, які мають термін від кількох місяців до одного року.

Середньострокові інвестиції, зазвичай орієнтовані на термін від одного до п'яти років.

Довгострокові інвестиції, що передбачають вкладення коштів на тривалий період, зазвичай понад п'ять років.

Крім того, іноді виділяються безстрокові інвестиції, які охоплюють вкладення з невизначеним терміном або інвестиції у цінні папери з тривалим строком погашення. Класифікація інвестицій за цими ознаками допомагає краще розуміти їхню природу та визначати оптимальні стратегії їх використання.

У класифікації інвестицій існує варіативність за кількісними межами, які розподіляють їх на довгострокові, середньострокові та короткострокові. Ця варіативність залежить від економічних та соціальних умов, а також від стандартів і практики в різних країнах та галузях.

Наприклад, за часів командно-адміністративної системи було звичайно вважати, що довгостроковими інвестиціями є ті, що мають термін окупності 25-50 років.

Однак, з розвитком ринкових відносин та впровадженням

стандартів розвинених країн, ці межі стали скорочуватися.

У сучасній практиці великих інвестиційних компаній, наприклад, визначаються такі терміни:

Короткострокові інвестиції: до 2 років;

Середньострокові інвестиції: від 2 до 3 років;

Довгострокові інвестиції: понад 3 роки.

Національним банком України також встановлені стандартні межі:

Короткострокові інвестиції: до 1 року;

Середньострокові інвестиції: до 3 років;

Довгострокові інвестиції: понад 3 роки.

Крім того, інвестори в умовах переходу до ринкових відносин надають перевагу короткостроковим та середньостроковим інвестиціям. Однак, у стабільних економічних умовах розвинених країн довгострокові вкладення можуть бути найбільш привабливими.

За формами власності на інвестиційні ресурси, інвестиції поділяються на

Державні інвестиції, які здійснюються державними та місцевими органами влади, державними підприємствами та закладами.

Приватні інвестиції, що включають вкладення фізичних та юридичних осіб недержавних форм власності.

Іноземні інвестиції, які представляють собою вкладення іноземних суб'єктів українського та міжнародного бізнесу.

Спільні або змішані інвестиції, які здійснюються різними формами власності в партнерстві з різних країн та суб'єктами господарювання.

Класифікація інвестицій на основі їх характеристик і участі інвестора є важливим інструментом для аналізу та планування інвестиційної діяльності. Давайте розглянемо кожен з перерахованих категорій:

За характером участі інвестора

Прямі інвестиції: Це вкладення капіталу, яке передбачає безпосередню участь інвестора у виборі об'єкта інвестування та процесі вкладення капіталу.

Непрямі (опосередковані) інвестиції: Це інвестування, яке здійснюється через різноманітних інвестиційних або фінансових посередників, тобто інвестор не бере безпосередньо участь у процесі вкладення капіталу.

За відтворювальною спроможністю

Валові інвестиції: Це загальний обсяг засобів, що направляються на відтворення виробничих потужностей, включаючи нове будівництво, реконструкцію, розширення та технічне переоснащення.

Чисті інвестиції: Це вкладення капіталу в новостворювані об'єкти та оновлення виробничого апарату.

Реноваційні інвестиції: Це вкладення капіталу у просте відтворення виробничих засобів.

Для іноземних інвестицій:

Прямі інвестиції: Це інвестиції, які здійснюються безпосередньо, з метою забезпечення інвестору контролю або участі в управлінні підприємством.

Портфельні інвестиції: Це інвестиції, які здійснюються пасивним інвестором, який купує невелику частку компанії з метою отримання дивідендів, але не прагне до управління компанією.

Зазначається, що кількісні параметри, такі як відсоток частки статутного капіталу для прямих інвестицій, можуть різнитися в залежності від законодавства країни та інших економічних факторів. Наприклад, визначення Міжнародного Валютного Фонду (МВФ) може відрізнятися від визначень інших країн.

В залежності від статусу інвестора:

Індивідуальні інвестиції: Це вкладення капіталу фізичною особою. Індивідуальні інвестори можуть бути приватними особами, які

вкладають свої особисті засоби в різні фінансові та реальні активи з метою отримання прибутку або надання пенсійного забезпечення

Інституціональні інвестиції: Це вкладення капіталу юридичною особою, такою як корпорації, пенсійні фонди, страхові компанії тощо. Інституціональні інвестори зазвичай мають значні фінансові ресурси і здійснюють великі інвестиції в різні види активів з метою отримання прибутку або дивідендів.

В залежності від сфери вкладення інвестиції поділяють на:

Фінансові інвестиції: Це вкладення у різноманітні фінансові інструменти, такі як цінні папери, банківські вклади, депозити тощо. Фінансові інвестиції можуть бути спрямовані на отримання прибутку від зміни вартості цінних паперів або виплати відсотків за банківські вклади.

Реальні інвестиції: Це вкладення капіталу у реальні активи, такі як будівлі, обладнання, підприємства тощо. Реальні інвестиції сприяють розвитку виробництва та інфраструктури, а також можуть бути спрямовані на отримання прибутку від експлуатації цих активів або від їхнього подальшого продажу.

Інновації (інноваційна форма інвестицій): Це вкладення у нововведення, науково-технічний прогрес та впровадження його досягнень у виробництво та соціальну сферу. Інноваційні інвестиції можуть бути спрямовані на розробку нових технологій, виробничих процесів або продуктів з метою підвищення конкурентоспроможності і покращення якості життя.

Інтелектуальні інвестиції: Це вкладення у творчий потенціал суспільства та об'єкти інтелектуальної власності, такі як патенти, ліцензії, "ноу-хау" тощо. Інтелектуальні інвестиції сприяють розвитку науки, освіти та культури, а також можуть бути джерелом доходу через отримання ліцензійних платежів або виплату роялті.

Класифікація інвестицій за їхніми цілями та нормою прибутку є

важливим інструментом для розуміння та планування інвестиційної діяльності підприємств. Розглянемо кожну з груп інвестицій, визначених у наведеній класифікації:

Вимушені інвестиції: Це інвестиції, які спрямовані на підвищення надійності виробництва та техніки, забезпечення відповідності нормативам щодо охорони довкілля та виконання вимог законодавства. Такі інвестиції не мають строгої вимоги до норми прибутку.

Інвестиції з метою збереження позицій на ринку: Ці інвестиції спрямовані на збереження ринкових позицій підприємства та підтримку його репутації. Мінімальна норма прибутку для цієї групи зазвичай становить 6%.

Інвестиції з метою оновлення основних виробничих засобів: Ці інвестиції необхідні для модернізації та розширення виробництва, підвищення його технічного рівня тощо. Мінімальна норма прибутку для цієї групи зазвичай становить 12%.

Інвестиції з метою економії витрат: Ці інвестиції спрямовані на зменшення різноманітних витрат, що дозволяє знизити ціни на товари та збільшити розмір прибутку. Мінімальна норма прибутку для цієї групи зазвичай становить 15%.

Інвестиції з метою збільшення доходів: Основна увага приділяється розширенню діяльності, збільшенню виробничої потужності та підвищенню доходів. Мінімальна норма прибутку для цієї групи зазвичай становить 20%.

"Ризикові" інвестиції: Ці інвестиції пов'язані зі значним ступенем ризику, такі як впровадження нових технологій або випуск нових видів продукції. Мінімальна норма прибутку для цієї групи може сягати 25-30%.

Ця класифікація дозволяє підприємствам систематизувати свої інвестиційні проекти, визначити їхні пріоритети та порівняти альтернативні проекти з однаковими цілями. Крім того, мінімальна

норма прибутку служить важливим критерієм прийнятності конкретного інвестиційного проекту

1.2. Інвестиційний проект: сутність, життєвий цикл

Сучасна економічна література та законодавство надають різні тлумачення категорії «інвестиційний проект». Закон України «Про інвестиційну діяльність» визначає інвестиційний проект як сукупність цілеспрямованих організаційно-правових, управлінських, аналітичних, фінансових та інженерно-технічних заходів, які здійснюються суб'єктами інвестиційної діяльності та оформлені у вигляді планово-розрахункових документів, необхідних та достатніх для обґрунтування, організації та управління роботами з реалізації проекту.

Інвестиційний проект — це документ, який спеціально підготовлений з максимально повним описом і обґрунтуванням всіх особливостей майбутнього інвестування. У такому розумінні проект є документованим інвестиційним планом.

Для того, щоб більш детально охопити багатофункціональність поняття «інвестиційний проект», визначимо його у двох аспектах: як документ і як конкретні дії інвестора щодо реалізації своїх інвестиційних намірів.

З точки зору документа, інвестиційний проект — це детально розроблений план, що містить опис і обґрунтування майбутнього інвестування, включаючи всі необхідні аспекти для успішної реалізації проекту. Цей документ має бути підготовлений з урахуванням всіх правових, управлінських, фінансових і технічних вимог, що дозволяє забезпечити повноцінну підготовку та реалізацію інвестиційних заходів.

З погляду дій інвестора, інвестиційний проект — це комплекс заходів, які здійснює інвестор з метою реалізації свого плану нарощування капіталу. Ці дії включають в себе управлінські, організаційні, фінансові та технічні заходи, спрямовані на досягнення поставлених цілей з урахуванням обмежень в часі, фінансових і

матеріальних ресурсів.

Двохаспектне визначення інвестиційного проекту дозволяє точніше і повніше окреслити питання його розробки та експертизи. На відміну від поняття «інвестиційний проект», термін «бізнес-план» означає документ, що містить лише економічний план реалізації проекту та його обґрунтування. Бізнес-план є складовою частиною інвестиційного проекту, фокусуючись на економічних аспектах і фінансових прогнозах, тоді як інвестиційний проект охоплює більш широкий спектр питань, включаючи правові, технічні та організаційні аспекти.

Таким чином, інвестиційний проект можна розглядати як стратегічний документ, який не лише визначає економічні показники і обґрунтування, але й забезпечує повний комплекс заходів для успішної реалізації інвестиційної діяльності. Це багатогранний інструмент, що допомагає інвесторам ефективно планувати та реалізовувати свої інвестиційні наміри, забезпечуючи їх максимальну ефективність та рентабельність.

Інвестиційний проект, як план стратегічних дій інвестора в обраному напрямку, суттєво впливає на якість і ефективність інвестування. Немає сумніву в тому, що інвестор (або його менеджер проекту), маючи чіткий план, досягне кращих результатів, ніж у разі його відсутності. Проект вносить системність та організованість у процес інвестування.

Аналіз інвестиційних проектів здійснюють з урахуванням сукупності важливих аспектів, що формують різноманітність і типову послідовність операцій розробки й оцінки проекту. До таких аспектів належать: Комплексність подання процесу інвестування: враховуються маркетингові, організаційні, фінансові, виробничі, трудові та часові параметри.

Урахування зв'язку проекту із зовнішніми умовами: враховується

стан економіки країни, регіональні та галузеві особливості проекту, сумісність продукції проекту зі станом ринку, місцеві умови та співробітництво з органами влади, екологічна сумісність і соціальна безконфліктність проекту, відповідність ситуації на місцевому ринку праці.

Інтегрована оцінка ефективності проекту: оцінка здійснюється на основі співвідношення результатів і витрат, пов'язаних з проектом.

Урахування прогнозованої невизначеності проекту та потенційних ризиків.

Застосування методики приведення грошових потоків до єдиних умов обліку.

Прагнення подати прогнозовану модель проекту з максимальною деталізацією і конкретизацією.

Урахування соціальних і управлінських аспектів проекту: ці аспекти є важливими умовами майбутньої ефективності проекту.

Проекти класифікують за багатьма ознаками, основними з яких є: Період реалізації проекту: поділяють на короткострокові, середньострокові та довгострокові проекти.

Відношення до вже діючого підприємства чи виробництва: проекти можуть бути спрямовані на діюче підприємство або на створення нового підприємства.

Відношення до діючих основних фондів: проекти можуть бути спрямовані на розширення виробництва, модернізацію устаткування, технічне переозброєння або повну реконструкцію.

Масштаб проекту: розрізняють тактичні та стратегічні проекти, які пов'язані зі значною зміною активів, сфери діяльності, форми власності.

Форма реальних активів: проекти інвестицій можуть бути спрямовані в основні чи в оборотні фонди.

Залежно від вартості та масштабу проекти поділяються на:

Дрібні: вартістю менше 300 тис. дол. США.

Середні: включають міжрегіональні та регіональні проекти, а також проекти на рівні корпорацій; їх вартість становить від 300 тис. дол. до 2 млн. дол.

Великі: вартістю більше 2 млн. дол., які мають стратегічний характер і представляють нові об'єкти інвестування.

За тривалістю реалізації проекти поділяють на:

Короткотермінові: до одного року.

Середньотермінові: від одного до двох років.

Довготермінові: від трьох до п'яти років.

За видами проекти класифікують на:

Проекти із затвердженими фондами фінансування, що перебувають на різних стадіях реалізації, але ще не завершені.

Проекти з незатвердженими та несхваленими фондами фінансування, які поділяються на ті, рішення про доцільність інвестування в які приймається керівництвом корпорації, та ті, що залежать від споживача (фінансування розпочинається лише у випадку виграшу тендеру на поставку продукції).

За сумісністю реалізації інвестиційні проекти поділяються на:

Незалежні від реалізації інших проектів підприємства.

Проекти, що залежать від реалізації інших проектів підприємства.

Проекти інших інвестиційних проектів.

Такий підхід до класифікації та розробки інвестиційних проектів дозволяє більш детально оцінити їх ефективність, врахувати всі можливі ризики та невизначеності, а також забезпечити максимальну відповідність проекту зовнішнім умовам та внутрішнім потребам підприємства.

Інвестиційний проект як план стратегічних дій інвестора в обраному напрямку істотно впливає на якість (тобто ефективність) інвестування. Не викликає сумніву той факт, що інвестор (або його менеджер проекту), маючи план, досягне вищих результатів, аніж у разі

його відсутності. Проект вносить системність та організованість у процес інвестування.

Аналіз інвестиційних проектів здійснюють з урахуванням сукупності важливих моментів, що формують розмаїття і типову послідовність операцій розробки й оцінки проекту. До них належать:

Комплексність подання процесу інвестування: маркетингові, організаційні, фінансові, виробничі, трудові та часові параметри.

Урахування зв'язку проекту із зовнішніми умовами: стан економіки країни, регіональні та галузеві особливості проекту, сумісність продукції проекту зі станом ринку, місцеві умови та співробітництво з органами влади, екологічна сумісність, соціальна безконфліктність проекту, відповідність ситуації на місцевому ринку праці.

Інтегрована оцінка ефективності проекту: оцінка на основі співвідношення результатів і витрат, пов'язаних з проектом.

Урахування прогнозованої невизначеності проекту та потенційних ризиків.

Застосування методики приведення грошових потоків до єдиних умов обліку.

Прагнення подати прогнозовану модель проекту з максимальною деталізацією і конкретизацією.

Урахування соціальних і управлінських аспектів проекту: важливі умови його майбутньої ефективності.

Проекти класифікують за багатьма ознаками. Основними з них є:

Період реалізації проекту: короткострокові, середньострокові, довгострокові проекти.

Відношення до вже діючого підприємства чи виробництва: проекти, що впроваджуються на діючому підприємстві, та проекти, що реалізуються при створенні нового підприємства.

Відношення до діючих основних фондів: проекти розширення

виробництва, модернізації устаткування, технічного переозброєння, повної реконструкції.

Масштаб проекту: тактичні та стратегічні проекти, пов'язані зі значною зміною активів, сфери діяльності, форми власності.

Форма реальних активів: проекти інвестицій в основні чи в оборотні фонди.

Залежно від вартості та масштабу проекти поділяються на дрібні, середні та великі. Вартість дрібних проектів звичайно становить менше 300 тис. дол. США. До середніх проектів відносять міжрегіональні та регіональні проекти, окремі проекти, розроблювані на рівні корпорацій; їх вартість — від 300 тис. дол. до 2 млн. дол. Великі проекти (вартістю більше 2 млн. дол.) мають стратегічний характер, будучи принципово новими об'єктами інвестування.

За тривалістю реалізації проекти поділяють на короткотермінові (до одного року), середньотермінові (1—2 роки) та довготермінові (3—5 років).

За видами проекти класифікують на:

Проекти із затвердженими фондами фінансування, що перебувають на різних стадіях реалізації, але ще незакінчені.

Проекти з незатвердженими та несхваленими фондами фінансування, які, у свою чергу, поділяються на ті, рішення про доцільність інвестування в які приймається безпосередньо керівництвом корпорації, та ті, що залежать від споживача (фінансування розпочинається тільки в тому випадку, коли корпорація на тендері виграє контракт на поставку продукції).

За сумісністю реалізації інвестиційні проекти поділяються на:

Незалежні від реалізації інших проектів підприємства.

Залежні від реалізації інших проектів підприємства.

Залежні від інших інвестиційних проектів.

Залежно від класу проекти поділяють на мегапроекти,

мультипроекти та монопроекти:

Мегапроекти: це цільові міжнародні, національні, міжгалузеві та галузеві програми розвитку, що містять велику кількість взаємопов'язаних проектів, об'єднаних загальною метою. Вони характеризуються виділеними на їх реалізацію ресурсами та обмеженим часом виконання. Такі програми розробляються, підтримуються та координуються на відповідних рівнях управління: державному, республіканському, обласному, муніципальному та ін.

Мультипроекти: це проекти, спрямовані на забезпечення та реалізацію визначеної стратегії розвитку підприємств. Вони орієнтовані на забезпечення високої прибутковості власного капіталу, фінансової стійкості та загальної ефективності господарської діяльності підприємства.

Монопроекти: це окремі інвестиційні, інноваційні проекти, які потребують створення єдиної проектної команди. Вони можуть бути технічними, організаційними, економічними, соціальними або змішаними, в залежності від змісту та мети їх реалізації. Такі проекти мають обмеження у фінансових та інших ресурсах, часі, та критерії щодо якості продукції.

Залежно від схеми фінансування, що передбачається, виокремлюють:

Проекти, що фінансуються за рахунок внутрішніх джерел підприємства.

Проекти, що фінансуються за рахунок акціонування.

Проекти, що фінансуються за рахунок позикових джерел.

Зазвичай вимушені інвестиції, здійснювані з метою підвищення надійності виробництва та техніки безпеки, спрямовані на виконання вимог щодо збереження навколишнього середовища згідно з новими законодавчими актами у цій сфері та з урахуванням інших елементів державного регулювання, не мають особливих вимог щодо норми

прибутку.

Наведена класифікація є складовим елементом управління інвестиційним процесом на підприємстві. При цьому важливу роль у його інвестиційній політиці відіграє часовий розподіл прибутку. Залежно від структури капіталу підприємства у різні періоди керівництво може вимагати різні норми прибутку на вкладені засоби. Це дозволяє розробляти довготермінові плани капітальних вкладень для оптимального використання накопиченого внаслідок реалізації проекту прибутку.

Таким чином, детальна класифікація інвестиційних проектів дозволяє більш точно оцінити їх ефективність, врахувати всі можливі ризики та невизначеності, а також забезпечити максимальну відповідність проекту зовнішнім умовам та внутрішнім потребам підприємства.

Таблиця 1.1 Класифікація інвестиційних проектів виробничих підприємств за окремими класифікаційними ознаками

Класифікаційна ознака	Види проектів
1.Період реалізації	Короткострокові (до 1 року), середньострокові (1–2 роки), довгострокові (3–5 років)
2.Відношення до діючого підприємства чи виробництва	Проекти на діючому підприємстві, проекти створення нового підприємства
3.Відношення до діючих основних фондів	Розширення виробництва, модернізація устаткування, технічне переозброєння, повна реконструкція
4.Масштаб проекту	Тактичні проекти, стратегічні проекти
5.Форма реальних активів	Інвестиції в основні фонди, інвестиції в оборотні фонди
6.Вартість проекту	Дрібні (до 300 тис. дол. США), середні (300 тис. – 2 млн. дол. США), великі (понад 2 млн. дол. США)
7.Клас проектів	Мегапроекти, мультипроекти, монопроекти
8.Схема фінансування	Внутрішні джерела, акціонування, позикові джерела
9.Сумісність реалізації	Незалежні від інших проектів, залежні від інших проектів

10.Тривалість реалізації	Короткотермінові (до 1 року), середньотермінові (1–2 роки), довготермінові (3–5 років)
11.Види проектів	Із затвердженими фондами фінансування, без затверджених фондів фінансування

Пояснення до таблиці

Період реалізації: Поділяє проекти за тривалістю їх виконання на короткострокові, середньострокові та довгострокові.

Відношення до діючого підприємства чи виробництва: Визначає, чи проект реалізується на вже існуючому підприємстві або передбачає створення нового.

Відношення до діючих основних фондів: Вказує на те, чи проект спрямований на розширення, модернізацію, технічне переозброєння або повну реконструкцію основних фондів.

Масштаб проекту: Розподіляє проекти на тактичні (менш масштабні) та стратегічні (значно масштабні та довготривалі).

Форма реальних активів: Визначає тип активів, в які здійснюються інвестиції – основні або оборотні фонди.

Вартість проекту: Поділяє проекти за вартістю на дрібні, середні та великі.

Клас проектів: Включає мегапроекти (великомасштабні, стратегічні), мультипроекти (кілька пов'язаних між собою проектів) та монопроекти (окремі проекти).

Схема фінансування: Визначає джерела фінансування проектів – внутрішні, акціонування або позикові.

Сумісність реалізації: Поділяє проекти на незалежні або залежні від інших проектів підприємства.

Тривалість реалізації: Класифікує проекти за тривалістю їх виконання.

Види проектів: Включає проекти із затвердженими фондами фінансування та без затверджених фондів.

Інвестиційний проект є конкретною мотивацією певних поточних витрат з метою отримання майбутньої вигоди. Особливостями, що відрізняють його від поточної діяльності та інших видів проектів, є тривалість, завершеність і структура. Реалізація будь-якого інвестиційного проекту знаходиться під впливом двох основних чинників: часу та вартості.

Життєвий цикл інвестиційного проекту

Процес реалізації та експлуатації інвестиційного проекту потребує певного відрізка часу, що становить життєвий цикл проекту. Він включає наступні стадії:

Передінвестиційна стадія (розробка проекту): На цій стадії здійснюється розробка проекту, що включає ідентифікацію інвестиційної ідеї, попередні дослідження та обґрунтування проекту.

Інвестиційна стадія (початок реалізації проекту): Ця стадія охоплює безпосередню реалізацію проекту, включаючи фінансування, будівництво, монтаж обладнання та запуск у експлуатацію.

Експлуатаційна стадія: На цій стадії проект досягає швидкого зростання, стабільного функціонування та зрештою занепаду. Вона включає експлуатацію активів, отримання прибутку та повернення вкладених коштів.

Менеджери та інші фахівці, що беруть участь у проекті, впродовж всього періоду виконання і використання ресурсів (людських, матеріальних, фінансових, технічних і т.п.) постійно залучені до його реалізації. Для цього їм потрібні адекватні інструменти і методи для правильних розрахунків тимчасових ресурсних параметрів та постійного моніторингу і контролю.

Аналіз інвестиційних проектів

Аналіз інвестиційних проектів є сукупністю прийомів і рекомендацій щодо розробки й експертизи проекту з метою визначення ступеня його повноти, імовірності, реалістичності й доцільності.

Проектний аналіз передбачає дослідження таких його ключових аспектів:

Технічний аспект: Оцінка можливості технічної реалізації проекту.

Екологічний аспект: Аналіз ступеня впливу проекту на навколишнє середовище.

Комерційний аспект: Оцінка потенційного попиту на продукт проекту.

Фінансовий аспект: Оцінка фінансової життєздатності проекту та повернення витрат на його реалізацію.

Економічний аспект: Оцінка економічної ефективності проекту.

Соціальний аспект: Оцінка способів вирішення соціальних проблем та врахування інтересів різних соціальних груп.

Інституційний аспект: Оцінка ступеня сприяння зовнішнього оточення проекту його реалізації.

Під час аналізу інвестиційного проекту спочатку досліджують інвестиційну ідею, далі ідентифікують проект з урахуванням зовнішніх та внутрішніх умов. Проводять комплексний аналіз інвестиційного проекту, що завершується формуванням його підсумкової оцінки і рекомендацій інвестору щодо ухвалення рішення про інвестування.

Висновки та рекомендації

Інвестиційний проект, будучи стратегічним планом дій інвестора, значно впливає на якість інвестування. Виконання проекту вимагає системності та організованості, а також ефективного управління ресурсами. Комплексний аналіз проекту дозволяє врахувати всі важливі аспекти та забезпечити успішну реалізацію інвестиційної ідеї.

Таким чином, класифікація та аналіз інвестиційних проектів є невід'ємними складовими процесу прийняття інвестиційних рішень на підприємствах, що сприяє оптимальному використанню ресурсів та досягненню максимального економічного ефекту.

Життєвий цикл інвестиційного проекту



Рис. 1.1. Життєвий цикл інвестиційного проекту

Життєвий цикл інвестиційного проекту складається з кількох етапів, кожен з яких має свою специфіку та цілі. Процеси всередині інвестиційного проекту також включають контрольні точки, які забезпечують належне виконання проекту. На рисунку 1.2 зображено схему життєвого циклу інвестиційного проекту.

Основні етапи інвестиційного проекту:

1. Ідея проекту

Початкова стадія, на якій формулюється ідея проекту. Ідея може виникнути як від первинної організації, так і від інших ініціаторів. Метою цього етапу є прийняття проекту. Важливим завданням є врахування необхідних ресурсів для реалізації проекту, головним чином фінансових, а також визначення переваг ініціювання проекту.

2. Попереднє дослідження

На цьому етапі здійснюється аналіз потенціалу проекту, створення етапів і результатів, які будуть отримані. Включає створення альтернативних рішень та можливостей виконання проекту з економічної, політичної та соціальної точок зору. Також відбувається виявлення і встановлення лімітів, аналіз середовища, перевірка здійсненності проекту і його глобальне планування. Етап завершується адекватною перевіркою та аналізом, наданням пропозицій щодо реалізації проекту.

3. Основне дослідження

Цей етап передбачає розробку комплексної концепції проекту. Вибір найбільш адекватного варіанту з точки зору доцільності та балансу між вартістю і прибутком. Включає деталізацію підрозділів проекту, створення інтерфейсу з контекстом загального проекту та вироблення рекомендацій для всіх підгруп проекту. Етап охоплює системний підхід, моніторинг, адекватний вид контролю та вплив остаточних рішень за результатами контролю.

4. Детальне дослідження

На цьому етапі здійснюється докладне дослідження всіх аспектів проекту, включаючи технічні, економічні та фінансові деталі. Розробляються детальні плани, кошториси, та графіки робіт.

5. Концепція реалізації

Етап, на якому формулюється загальна концепція реалізації проекту. Включає створення детального плану реалізації, розподіл ресурсів та визначення відповідальних осіб за виконання окремих частин проекту.

6. Реалізація

Безпосереднє виконання проекту згідно з розробленими планами і графіками. Цей етап включає всі необхідні роботи з будівництва, монтажу, налаштування та запуску проекту в експлуатацію.

Процеси всередині інвестиційного проекту:

1. Ініціювання

Включає формулювання ідеї, визначення основних цілей та завдань проекту, а також затвердження початкового плану.

2. Планування

Детальне планування проекту, розробка графіків, кошторисів, визначення ресурсів і відповідальних осіб.

3. Виконання

Реалізація проектних завдань, контроль за виконанням робіт,

внесення корективів у разі необхідності.

4.Контроль

Постійний моніторинг та контроль за виконанням проекту, оцінка досягнутих результатів, виявлення відхилень від плану та внесення коректив.

5.Закриття

Завершення проекту, оцінка досягнутих результатів, складання звітів та аналіз ефективності реалізації проекту.

Ретельне дотримання кожного з етапів та процесів забезпечує успішну реалізацію інвестиційного проекту, з мінімізацією ризиків та максимізацією вигоди.

1.3 Методи оцінки інвестиційного проекту

Оцінка ефективності інвестиційних проектів відіграє важливу роль при обґрунтуванні та виборі можливих об'єктів інвестування. Від того, наскільки об'єктивно проведена ця оцінка, залежить прийняття вірного інвестиційного рішення щодо термінів повернення вкладених інвестицій, розвитку фірми, галузі, регіону, суспільства. Управлінські рішення щодо довгострокового інвестування вимагають пильної уваги до фінансово-економічної оцінки інвестицій та прогнозування майбутніх грошових потоків. Об'єктивність і достовірність оцінки інвестиційних вкладень визначаються значним чином використанням сучасних методів економічного обґрунтування інвестиційної діяльності.

У світовій практиці існує безліч методик фінансово-економічної оцінки інвестицій. У більшості з них використовуються однотипні, з економічної точки зору, показники ефективності, пов'язані з розрахунком реальних потоків грошових коштів та дисконтуванням. Термін «дисконтування» застосовується до оцінки теперішньої (поточної) вартості майбутніх потоків грошових коштів. Найбільш коректними й обґрунтованими методами, заснованими на

дисконтуванні, на думку авторів, є: чиста теперішня вартість, дисконтований термін окупності, індекс прибутковості, внутрішня норма прибутковості. Розглянемо детальніше кожен з вище перелічених методів оцінювання ефективності інвестиційних проектів.

Чиста теперішня вартість (NetPresentValue – NPV)

Розрахунок чистої теперішньої вартості заснований на порівнянні доходу від інвестиції в майбутньому із тим, що вкладено в теперішній час. Чиста теперішня вартість являє собою різницю між теперішньою, дисконтованою на основі розрахункової ставки відсотка, вартістю надходжень від інвестицій та величиною початкових інвестиційних витрат.

Формула розрахунку NPV виглядає наступним чином:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0, NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0,$$

де CF_t – грошовий потік у періоді t , r – дисконтна ставка, n – кількість періодів, I_0 – початкові інвестиції.

Позитивне значення NPV свідчить про те, що проект є вигідним і його варто реалізовувати, тоді як негативне значення вказує на те, що проект може бути збитковим.

Дисконтований термін окупності (DiscountedPaybackPeriod)

Дисконтований термін окупності визначає час, необхідний для повернення інвестицій з урахуванням вартості грошей у часі. Цей метод є модифікацією звичайного терміну окупності і враховує дисконтовані грошові потоки.

Формула для розрахунку дисконтованого терміну окупності передбачає знаходження моменту, коли сума дисконтованих грошових потоків дорівнює початковим інвестиціям.

Індекс прибутковості (ProfitabilityIndex – PI)

Індекс прибутковості обчислюється як відношення суми дисконтованих грошових потоків до початкових інвестицій і показує, скільки одиниць прибутку приносить кожна одиниця вкладених коштів.

Формула розрахунку PI:

$$PI = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0, PI = I_0 \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

де CF_t – грошовий потік у періоді t , r – дисконтна ставка, n – кількість періодів, I_0 – початкові інвестиції.

PI більше одиниці вказує на те, що проект є прибутковим.

Внутрішня норма прибутковості (InternalRateofReturn – IRR)

Внутрішня норма прибутковості – це така дисконтна ставка, при якій чиста приведена вартість проекту дорівнює нулю. Вона відображає очікувану дохідність проекту.

IRR знаходиться з рівняння:

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - I_0 = 0, \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} = I_0,$$

де CF_t – грошовий потік у періоді t , IRR – внутрішня норма прибутковості, n – кількість періодів, I_0 – початкові інвестиції.

Якщо IRR перевищує вартість капіталу, проект вважається доцільним для інвестування.

Ставка дисконтування, яка використовується при розрахунку чистої теперішньої вартості (NPV), не може бути визначена за стандартними методиками через високу нестабільність економіки України. Замість цього можна застосовувати облікову ставку відсотка або ставку для довгострокових банківських кредитів.

Перевагою методу розрахунку NPV є врахування вартості грошей у часі та орієнтація на збільшення доходів інвесторів. Однак метод має недоліки, серед яких труднощі у виборі між проектами з однаковою NPV, але різними інвестиційними витратами або термінами окупності. Крім того, вибір ставки дисконтування є суб'єктивним і може вплинути на результат розрахунків.

Дисконтований термін окупності (DPP) визначається як період, протягом якого дисконтовані грошові потоки зрівнюються з початковими інвестиціями. Формула для обчислення DPP виглядає наступним чином (1.2) [2, с. 65]:

$$\sum CF_t(1+r)^t = I \sum (1+r)^t CF_t = I$$

де DPP - дисконтований термін окупності проекту, роки; CF_t - чисті грошові потоки в момент t ; r - ставка дисконту; I - початкові інвестиції.

Основний недолік дисконтованого терміну окупності полягає в тому, що він не враховує грошові потоки після досягнення терміну окупності, що може призводити до недооцінки загальної дохідності проекту. Попри це, метод враховує вартість грошей у часі та можливість реінвестування отриманих доходів.

Таким чином, дисконтований термін окупності, як і інші методи оцінки ефективності інвестицій, має свої переваги та недоліки. Його використання дозволяє інвесторам оцінити ризики та терміни повернення вкладень, але може не враховувати повну дохідність проекту за його межами [1].

Індекс прибутковості (Profitability Index – PI) тісно пов'язаний з чистою теперішньою вартістю (NPV) і обчислюється як співвідношення дисконтованої вартості грошових потоків до первинних інвестицій. Для прийняття інвестиційних рішень враховуються лише ті об'єкти, у яких індекс прибутковості перевищує 1. У випадках, коли потрібно вибрати між кількома об'єктами інвестування, їх ранжують за значенням PI. Показник PI використовується для порівняння проектів з однаковим NPV і допомагає сформувати найбільш ефективний інвестиційний портфель, що є його перевагою. Однак, вибір ставки дисконтування, яка впливає на PI, є суб'єктивним.

Внутрішня норма прибутковості (Internal Rate of Return – IRR) визначає ставку дисконту, за якої дисконтовані надходження від проекту дорівнюють дисконтованим витратам. Формула для обчислення IRR виглядає наступним чином:

$$\sum CF_t(1+IRR)^t = I \sum (1+IRR)^t CF_t = I$$

де CF_t - чисті грошові потоки в момент t ; IRR - внутрішня

норма прибутковості; I - початкові інвестиції.

IRR є максимальною відсотковою ставкою, за якої проект залишається безбитковим, тобто знаходиться в точці безбитковості. Вона відображає нижній гарантований рівень прибутковості проекту та максимальну ставку плати за залучені кошти. Недоліками IRR є складність розрахунку та можливість отримання декількох значень при неординарних грошових потоках. Вибір проекту за найвищим значенням IRR може бути помилковим, оскільки проекти з нижчою IRR можуть у подальшому приносити значний чистий дисконтований дохід.

Аналізуючи переваги та недоліки основних методів оцінки ефективності інвестиційних проектів, можна виокремити типові помилки, що виникають при розрахунках:

Завищення цін та попиту на продукцію для досягнення прийняттого рівня безбитковості.

Використання потреби в оборотних коштах замість чистого оборотного капіталу при визначенні інвестиційних витрат.

Подвійний рахунок процентних платежів при розрахунку дисконтних показників.

Відсутність календарного планування, що включає графіки будівництва, установки обладнання, доставки, технічного доведення, погашення кредитів і виплати процентних платежів.

Таким чином, оцінка ефективності інвестицій є критично важливою для обґрунтування та вибору об'єктів інвестування. Від об'єктивності цієї оцінки залежить прийняття правильного інвестиційного рішення, що впливає на терміни повернення інвестицій, розвиток підприємства, галузі, регіону та суспільства в цілому. Оптимізація управлінських рішень у сфері довгострокового інвестування потребує ретельної фінансово-економічної оцінки та прогнозування майбутніх грошових потоків, що забезпечується використанням сучасних методів економічного обґрунтування

інвестиційної діяльності

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ ТА ЇЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПЕРСПЕКТИВ

2.1. Тенденції та проблеми розвитку підприємств з виробництва кондитерської продукції в Україні

Сектор виробництва кондитерських виробів є важливою складовою харчової промисловості України за обсягами виробництва, часткою експорту, обсягами залучення інвестицій, а отже, за інвестиційною привабливістю. Це одна з небагатьох високорентабельних галузей промисловості, яка змогла відносно швидко адаптуватися до ринкових умов господарювання і увійти в десятку бюджетоутворюючих секторів економіки. Наявність в Україні місцевої сировини – борошна та цукру – стала передумовою для створення та розвитку протягом ХХ століття потужної кондитерської промисловості. На початку 90-х років кондитерські вироби виготовляли 200 українських підприємств, а обсяги виробництва склали 1,111,300 тонн.

Із розпадом СРСР економічний спад, природно, торкнувся й кондитерської галузі, якому сприяло стрімке зростання обсягів імпортованих кондитерських виробів. Проте, у відповідь на такі тенденції, вітчизняні виробники зосередили свою увагу на покращенні якості та розширенні асортименту кондитерської продукції. Поряд з великими підприємствами на ринку з'явилася велика кількість дрібних підприємств.

Позитивні тенденції в кондитерській галузі промисловості відзначаються починаючи з 1997 року, після спаду в період 1991-1996 років і до 2004 року була досягнута певна структуризація ринку: основні гравці створили холдинги та корпорації, завоювали споживачів у своїх сегментах ринку, налагодили постачання як на внутрішньому, так і на

зовнішньому ринках, інвестували в нове обладнання, зосередились на якості та асортименті, закріпили старі бренди та вивели на ринок інноваційні продукти й нові торговельні марки [61].

Більшість змін у кондитерському секторі відбулась завдяки інвестиціям, які мали як зовнішнє, так і вітчизняне походження. Галузь і сьогодні залишається інвестиційно привабливою через незначні терміни окупності вкладених інвестицій, стабільний попит, наявність вітчизняної сировини тощо. Тому проблематика інвестування та поліпшення асортименту кондитерських виробів на інноваційних засадах для виробників-кондитерів зокрема, залишається актуальною, вимагає глибших досліджень і розробки пропозицій щодо його вдосконалення.

Для оцінки можливостей інвестиційної активності зупинимось на характеристиці основних чинників мікросередовища функціонування підприємств досліджуваної галузі. Адже перш ніж інвестувати в кондитерські підприємства, потенційні інвестори повинні чітко орієнтуватись у перспективах розвитку ринку кондитерських виробів як всередині держави, так і за її межами.

При аналізі такого середовища визначальною є характеристика самого ринку кондитерських виробів України. Загальна місткість вітчизняного ринку кондитерської продукції оцінюється в 1 млн. тонн. Сьогодні він достатньо розвинений і структурований. Виробники стимулюють зростання споживання якісних і складних у виготовленні кондитерських виробів. У структурі реалізації цієї продукції частка великих торговельних мереж сягає 35-40% у грошовому вираженні.

Встановлено, що причинами зростання сектора кондитерських виробів, збільшення їх виробництва в Україні було зумовлено низкою причин: реструктуризацією власності та консолідацією капіталу в галузі; значними вітчизняними та іноземними інвестиціями; розширенням асортименту продукції; активною маркетинговою

політикою виробників; використанням сучасних матеріалів пакування та новими технологіями. Сьогодні за насиченістю та асортиментом ринок кондитерських виробів України майже нічим не відрізняється від ринку європейських країн. Кондитерські вироби налічують до 1000 найменувань, а 90% кондитерського ринку належить до вітчизняної продукції.

На думку експертів, кондитерський ринок в Україні характеризується певними особливостями, зокрема:

значна матеріаломісткість: більша частина витрат спрямована на придбання сировини;

сезонність виробництва сировини, що викликана коливанням цін на цукор, борошно та какао-боби протягом року;

сезонність виробництва готової кондитерської продукції: восени та взимку попит на кондитерські вироби зростає, а отже, зростають й обсяги виробництва .

На сьогодні ринок кондитерських виробів в Україні характеризується відносною стабільністю розвитку.

Таблиця 2.1. Рівень споживання кондитерських виробів в Україні за період 2019-2024 рр., кг/1 чел

Назва сегменту	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Цукрові вироби, кг	2.9	2.8	2.7	2.8	2.9	3.0
Шоколадні вироби, кг	4.0	4.2	4.1	4.3	4.5	4.7
Борошняні кондитерські вироби, кг	33.0	34.0	35.0	35.5	36.0	36.5

Україна характеризується високою концентрацією кондитерських підприємств, так у період 2019-2024 рр. в Україні функціонує понад 1000 кондитерських підприємств [1]. Кількість підприємств за період 2019-2024 рр. представлена на рис. 2.2.

Основними лідерами українського кондитерського ринку за обсягом продукції є: Рошен, Харківська Бісквітна Фабрика (ХБФ), АВК, Монделіс Україна, Конті, Світоч, ЖЛ, Деліція, КБФ, Квітень, Крафт, Лагода, Одеса, Полтава, Ромни, Світ ласощів, Екотехніка, Грона, Мир,

Лукас та інші.

Проблеми розвитку кондитерської галузі також пов'язані зі зростанням вартості сировини, необхідністю оновлення виробничих потужностей, високими витратами на маркетинг та конкуренцією з боку імпортних виробників. Однак, галузь продовжує розвиватися, зосереджуючись на інноваціях, підвищенні якості продукції та розширенні ринків збуту.

Рис. 2.2 Кількість кондитерських підприємств, од

Рік	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Кількість підприємств	1000	950	900	870	850	830

Рошен: Кондитерська корпорація, яка включає чотири фабрики та виробляє широкий асортимент продукції, включаючи шоколадні та студені цукерки, карамель, торти, шоколадні плитки, крекери, вафельки, рулети та ірис. Компанія має конкурентні переваги в лояльності споживачів, репутації бренду, якості продукції, інвестиціях у сучасні технології та кваліфікованому персоналі.

Харківська кондитерська фабрика: Заснована у 1895 році, компанія пропонує широкий асортимент продукції, включаючи цукерки, печиво, тістечка, карамель, зефір, шоколад та крекери. Відомі бренди включають OldCollection, Georges та Забодайка.

МонделізУкраїна: Компанія, раніше відома як «Крафт Фудз Україна», спеціалізується на виробництві шоколаду та інших кондитерських виробів. Вона залучила значні іноземні інвестиції та має сучасний PR, що допомагає їй займати впевнену позицію на ринку.

Київ-Конті: Заснована у 1996 році, компанія має різні фабрики та виробляє широкий асортимент кондитерських виробів, зокрема борошняні вироби. Вона активно вкладає в інновації та має високий рівень PR.

Світоч: Належить швейцарській компанії Nestle та виробляє

різноманітні кондитерські вироби. Вона має сучасний менеджмент та маркетинг, що допомагає їй залишатися конкурентоспроможною.

бренду, інвестиційних потоках, сучасному менеджменті та маркетингу.

компанія «АВК» - була заснована у 1991 році. АВК послідовно придбала 4 виробництва. Має сертифікати відповідно до міжнародної системи менеджменту якості ISO 9000, ISO 22000. Шоколад, шоколадні цукерки, злакові солодощі та снеки, желеино-жувальні цукерки та інші кондитерські вироби має компанія у своєму портфелі. Конкурентні переваги - виготовлення на сучасному високотехнологічному обладнанні, залучення як українського та іноземного капіталу, якість продукції, інвестиції в розробку новітніх продуктів для українського ринку, PR менеджмент на високому рівні, інноваційні розробки, висококваліфікаційні кадри.

Делиція: Виробляє різноманітне цукрове, здобне, збивне печиво, вафельні та заварні пряники. Активно модернізує та розширює виробництво.

Житомирська кондитерська фабрика: Заснована у 1944 році, виробляє більше 300 видів продукції, включаючи цукерки, печиво, вафлі, галети та крекери.

Рейнфорд: Фабрика "Millennium", яка спеціалізується на виробництві шоколаду та цукерок під різними торговими марками.

За останні 10 років український ринок кондитерських виробів зазнав змін через політичні та економічні фактори, такі як зміна політичної ситуації та зростання курсу долара. Це призвело до збільшення конкуренції на ринку та зміни у споживчому попиті.

MILKA: Відомий бренд, який відомий своїм широким асортиментом продукції, включаючи шоколад, цукерки та печиво. Його конкурентні переваги полягають у значних іноземних інвестиціях, високому рівні PR (за допомогою агресивної реклами) та напрацьованих

правилах та процедурах ведення бізнесу.

Київ-Конті: Заснована у 1996 році, компанія має 4 фабрики та виробляє різні сегменти кондитерської продукції, зокрема борошняні вироби. Її конкурентні переваги включають активну інвестиційну політику, впровадження інноваційних технологій, високий рівень PR та модернізацію виробничих потужностей.

Світоч: Придбана швейцарською компанією Nestle у 1998 році, «Світоч» відома своїм широким асортиментом кондитерської продукції та іноземним обладнанням та технологіями. Її конкурентні переваги полягають у відомості бренду, інвестиційних потоках, сучасному менеджменті та маркетингу.

MILKA: Відомий бренд, який відомий своїм широким асортиментом продукції, включаючи шоколад, цукерки та печиво. Його конкурентні переваги полягають у значних іноземних інвестиціях, високому рівні PR (за допомогою агресивної реклами) та напрацьованих правилах та процедурах ведення бізнесу.

Київ-Конті: Заснована у 1996 році, компанія має 4 фабрики та виробляє різні сегменти кондитерської продукції, зокрема борошняні вироби. Її конкурентні переваги включають активну інвестиційну політику, впровадження інноваційних технологій, високий рівень PR та модернізацію виробничих потужностей.

Світоч: Придбана швейцарською компанією Nestle у 1998 році, «Світоч» відома своїм широким асортиментом кондитерської продукції та іноземним обладнанням та технологіями. Її конкурентні переваги полягають у відомості бренду, інвестиційних потоках, сучасному менеджменті та маркетингу.

Компанія Делиція (Delicia): Ця кондитерська фабрика спеціалізується на виробництві різноманітного цукрового, здобного, збивного печива, вафель та заварних пряників. Ключові конкурентні переваги Delicia включають в себе процеси модернізації та розширення

виробництва. Крім того, підприємство відзначається різноманітністю у вагах та форматах упаковки, що сприяє більшій гнучкості та відповідає потребам різних сегментів ринку.

Житомирська кондитерська фабрика: Заснована у 1944 році, ця фабрика виробляє більше ніж 300 видів продукції, включаючи цукерки, вафлі, пралінові, помадні та злакові батончики, печиво, галети, крекери та інше. Конкурентні переваги Житомирської кондитерської фабрики полягають у її оновлених лініях виробництва, використанні традиційних рецептів та сучасних технологій виробництва, що дозволяє їй залишатися конкурентоспроможною та забезпечувати високу якість продукції.

Компанія Рейнфорд: Фабрика "Millennium", заснована в 1999 році, є одним із провідних виробників шоколадних виробів на українському ринку. У своєму асортименті вона пропонує шоколад з різноманітною начинкою або без неї, а також цукерки під торговельними марками "Millennium", "Любимов", "OskarleGrand", "Любимов Kids" і "Золотий Запас". Відомі продукти фабрики включають шоколад "Millennium", "Любимов", "OskarleGrand", а також цукерки "MilleniumRiviera" і "Фрукти в шоколаді". Крім того, підприємство єдине в Україні, що отримало ліцензію на офіційне представлення та випуск солодоців для дітей під брендом "Disney". Основні конкурентні переваги Рейнфорду полягають у використанні новітніх технологій виробництва та стабільній якості продукції.

Зміни на українському ринку кондитерського виробництва за останні 10 років були значними і спричинені рядом факторів. Зміни політичної ситуації та втрата потужностей основних виробників кондитерського ринку на сході України призвели до збільшення концентрації конкурентного середовища та посилення боротьби за споживача. Також спостерігалось зниження експорту, зростання цін на імпорту сировину та перехід споживачів на більш економічні аналоги.

Нестабільна політична ситуація з Росією призвела до переорієнтації виробників на інші ринки збуту. Такі зміни спровокували скорочення кількості продуктів категорії "преміум", зниження доходів населення та падіння обсягів виробництва.

Знижена купівельна спроможність населення гальмує зростання продажів. Не менш важливою є значна дебіторська заборгованість підприємств торгівлі, оскільки відстрочка платежів великих супермаркетів перевищує 90 днів. Ця ситуація призводить до необхідності збільшення вкладень фінансових ресурсів у оборотні кошти, що, в свою чергу, обмежує можливості підприємств у розвитку та реалізації нових стратегій.

В контексті пошуку конкурентних переваг, виробники кондитерських виробів стежать за тенденціями розвитку та намагаються розробити продукцію, що відрізняється від аналогів на ринку. Це включає в себе розробку планів розвитку підприємств з визначенням конкурентоспроможних кондитерських виробів. З метою підвищення конкурентоспроможності використовуються такі стратегії, як впровадження сертифікаційних знаків, використання різних видів сировини з функціональним живильним навантаженням, а також впровадження сучасних екологічних упаковок.

Варто відзначити, що на фоні високої конкуренції на внутрішньому ринку українських кондитерських виробів, підприємства відшукували нові ніші та способи підвищення конкурентоспроможності. Зокрема, за кодами СКП (статистична класифікація продукції) виділяють три основних сегменти: борошняні кондитерські вироби, цукристі кондитерські вироби та шоколадні вироби і какао-порошок. Найбільш значну частку у грошовому вимірі складає сегмент шоколадних виробів і какао (41,3%), за ним йдуть борошняні вироби (37,1%) та цукристі вироби (21,6%).

Розподіл сегментів кондитерського ринку між зазначеними

групами у натуральному вимірі набуває трохи іншої динаміки: 41,4% припадає на борошняні кондитерські вироби, 32,0% на цукристі, та 26,6% на шоколадні вироби і какао.

Аналіз структури кожного сегмента свідчить про те, що в сегменті борошняних кондитерських виробів найбільшу частку становить солодке печиво і вафлі (близько 73%), а найбільший динамічний ріст останніми роками спостерігається у виробництві галет, крекерів, тортів і тістечок (120%). Практично всі кондитерські фабрики вкладають особливий інтерес у розвиток шоколадної групи: шоколаду в плитках, пасти, шоколадних цукерок, батончиків та інших виробів з вмістом какао.

Найпоширенішою проблемою кондитерського ринку є виражена сезонність. Найбільш чутливими до сезонних змін серед кондитерських виробів є цукерки, споживання яких у літні місяці значно зменшується, однак суттєво зростає під час новорічних свят. Приблизно аналогічну динаміку має шоколад, споживання якого в останні місяці року зменшується через переорієнтацію населення на цукерки. Споживання карамелі має тенденцію до зниження на початку осені, але ближче до зими воно знову починає зростати. Споживання печива значно менш чутливе до сезонності. Протягом усього року споживання цього виду продукції зростає, хоча і відбувається певне уповільнення темпів росту у перші місяці року та наприкінці весни.

2.2. Характеристика кондитерських підприємств України в аспекті їх інвестиційної активності та конкуренції

Характеристика кондитерських підприємств України в аспекті їх інвестиційної активності та конкуренції дозволяє розглянути різноманітність учасників цього ринку та їх стратегії розвитку.

Інвестиційна активність кондитерських підприємств є ключовим фактором для розширення виробництва та конкурентоспроможності на

ринку. Аналіз галузі показує значну кількість виробників кондитерської продукції в Україні, яка охоплює як великі кондитерські концерни, так і дрібні підприємства.

Перша група, яка включає кондитерські концерни, які працюють на загальноукраїнському ринку, є найбільш потужною. Сюди входять такі гіганти як «Roshen», «Конті», та «АВК». Друга група об'єднує підприємства, які діють на обласних та регіональних ринках, з меншим обсягом виробництва. Третя група - це дрібні підприємства, які поставляють свою продукцію на місцевий ринок.

За способом виходу на ринок кондитерські підприємства можна поділити на три категорії. Деякі компанії розвиваються завдяки іноземним інвесторам, інші залучають внутрішні інвестиції, а треті ставлять на успішну власну діяльність.

Цей розподіл підприємств демонструє різноманітність учасників ринку та їхніх стратегій, що впливають на конкуренцію в галузі кондитерської продукції.

Перспективи невеликих кондитерських цехів в Україні визначаються основним чином їхньою унікальністю продукції та низькою ціною на вироби. Ці підприємства можуть залучати споживачів завдяки своїм оригінальним рецептами або особливими смаковими якостями продукції, а також за рахунок доступних цін, що дозволяє їм конкурувати з великими кондитерськими компаніями.

Щодо регіонального розподілу виробництва, найбільші обсяги кондитерської продукції припадають на Донецьку, Полтавську, Дніпропетровську, Одеську області та місто Київ, що може бути пов'язано з їхнім населенням, розвиненою інфраструктурою та економічними можливостями. Найменші обсяги виробництва зафіксовані у Кіровоградській та Івано-Франківській областях.

Ринок виробників кондитерських виробів в Україні відзначається високою концентрацією, оскільки понад 65% ринку контролюється

п'ятьма основними компаніями: «Roshen», «Конті», «АВК», «Бісквіт-Шоколад» та «Житомирські ласощі». Ці компанії мають значний вплив на ринок та володіють значними частками ринку завдяки своєму виробничому потенціалу, добре розвиненій дистрибуційній мережі та відомим брендам.

Додатково до великих вітчизняних компаній, на ринку також присутні кілька великих світових концернів, таких як Nestle(представлений українською філією ЗАТ «Львівська кондитерська фірма «Світоч»), KraftFoods (ПАТ «Крафт Фудз Україна»), Western NIS EnterpriseFund (під якою діє ЗАТ «АВК»), SigmaBleizer (ПАТ «Полтавська кондитерська фабрика»), TriliniInternational (ПАТ КФ «Харків'янка»).

Невеликі підприємства вирішують уникнути прямої конкуренції з великими компаніями та шукають вільні ніші в регіонах. Поряд з гігантами кондитерської промисловості на ринку діють невеликі підприємства, які в основному спеціалізуються на випуску цукристих та борошняних кондитерських виробів у невеликих обсягах, зазвичай від 1 до 10 тисяч тонн на рік. Зазвичай їх продукція продається на місцях або в сусідніх регіонах. Більшість хлібокомбінатів, нарівні з виробництвом хлібобулочних виробів, також виготовляють різноманітну борошняну продукцію, таку як торти, тістечка, печиво тощо. Обсяг виробництва кондитерської продукції на таких підприємствах зазвичай обмежується однією тонною виробів на рік. Загалом, 68,4% підприємств спеціалізуються на виробництві борошняних кондитерських виробів, 22,9% - на виробництві цукристої і шоколадної продукції, тоді як лише 8,7% виробляють решту кондитерських виробів.

Оцінюючи рівень конкуренції в галузі, можна виділити такі основні ознаки: висока структурованість ринку та високий рівень конкуренції; завершення процесу розподілу ринку (лише грамотна маркетингова стратегія може забезпечити просування нової продукції у

невеликі ринкові ніші); можливість входження в галузь нових потенційних конкурентів у вигляді торговельних мереж, які мають власні кондитерські цехи (це властиве переважно сегменту борошняних кондитерських виробів); за умови припинення росту ринку має місце загострення галузевої конкуренції; високий ступінь залежності від обмеженого кола постачальників какао-бобів (це в основному впливає на виробників шоколаду і шоколадної продукції).

У галузі кондитерської промисловості спостерігається висока конкурентна сила постачальників, що визначається їхньою здатністю контролювати ціни та умови поставок. Водночас, споживачі стають більш вимогливими до якості продукції, ніж до її ціни, що призводить до відмови від цінових стратегій конкуренції. Це змушує виробників активно інвестувати у сучасне обладнання та технології для поліпшення якості продукції та зниження її собівартості.

При високій конкуренції виробники кондитерських виробів орієнтуються на розвиток спеціалізації та створення нових брендів, щоб виділитися на ринку і привернути увагу споживачів. Також вони активно розширюють асортимент продукції, звертаючи увагу на преміум-сегмент, де відбувається зростання обсягів споживання. Жорстка конкуренція є каталізатором процесів реконструкції підприємств, розробки нових видів продукції, оновлення асортименту та впровадження сучасних технологій.

У таких умовах важливо розробляти інвестиційно-інноваційні проекти для удосконалення асортименту продукції, що дозволить підприємствам зберегти та розширити свій ринковий сегмент.

Тіньове виробництво та збут кондитерської борошняної продукції є розповсюдженим явищем на ринку Чернівецької області. Це в основному пов'язано з невеликим бізнесом і підприємствами, які спеціалізуються на виробництві таких продуктів. Основними причинами цього явища є простота виробничого процесу, наявність місцевої

сировини (борошна), розгалужена мережа збуту, яка часто працює офіційно не оподатковується, і відсутність суворого контролю за якістю продукції.

Оцінити обсяги тіньового ринку у грошовому або натуральному вираженні складно, але активність цього ринку є очевидною. Свідченням цього є зростання кількості підприємств, які спеціалізуються на виробництві борошняних кондитерських виробів, та їхня активна присутність на ринках. Багато з цих підприємств працюють в умовах недостатньої прозорості, намагаючись знизити ціни на свій продукт.

Конкуренція не може бути детально охарактеризована без оцінки рівня вхідних бар'єрів у галузь. Такими бар'єрами до досліджуваного ринку кондитерських виробів є:

економія на масштабах виробництва (великі виробники є перешкодою у зниженні собівартості продукції їх конкурентами);

високий ступінь диференціації продукції і, як наслідок, очевидна сегментованість ринку;

сформована система постачання сировини (нові підприємства повинні здійснювати додаткові витрати для пошуку та залучення постачальників);

особливості технології виробництва кондитерських виробів, яка передбачає використання спеціального дорогого обладнання.

Подолання зазначених вхідних бар'єрів невеликими підприємствами - виробниками борошняних кондитерських виробів є можливим завдяки залученню інвестицій для оновлення техніко-технологічної бази з метою зниження собівартості тих видів продукції, які вже випускаються підприємствами, і освоєння нових її видів для розширення певного ринкового сегмента чи захоплення ринкової ніші. Попри наявні процеси концентрації капіталу в кондитерській галузі кількість дрібних виробників не зменшується.

Варто зазначити, що і в розвинутих європейських країнах поряд з гігантами працюють і маленькі успішні кондитерські. Це пояснюється складністю технологічних процесів у галузі, які обумовлюють одночасне функціонування великих підприємств, що випускають, наприклад, шоколадну плитку (це виробництво циклічне, масове), та невеликих кондитерських фабрик, що виготовляють ексклюзивну продукцію. Виробництво кондитерських виробів є матеріаломістким. При середній рентабельності виробництва 8-18% у собівартості кондитерської продукції найбільша частка витрат припадає на сировину (60-75%). Основними сировинними складовими кондитерських виробів є борошно, цукор, молоко, вершкове масло, кондитерський жир, какао. Переважна більшість з них є вітчизняними.

Імпортуються лише ті види сировини, які в Україні не виробляються: какао-боби, фундук, арахіс, горіх кеш'ю, а також екзотичні жири і суміші, такі, як кокосове, арахісове масло тощо.

Нестабільність цін на українському ринку та зниження якості вітчизняної сировини справді становлять серйозні проблеми для виробників кондитерської продукції. Ці фактори можуть негативно впливати на якість та вартість кінцевого продукту, що в свою чергу може обмежити конкурентоспроможність українських кондитерів як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

Аналіз експорту-імпорту кондитерських виробів в Україні демонструє, що галузь має великий потенціал для експорту. Завдяки забезпеченості основною сировиною (цукром та борошном) і наявністю досить дешевої робочої сили, українські виробники можуть здійснювати ефективну експортну діяльність. Однак, щоб максимально використати цей потенціал, необхідно вирішувати проблеми, пов'язані зі стабільністю цін та якістю сировини на внутрішньому ринку. Також важливо залучати інвестиції для впровадження сучасних технологій та підвищення конкурентоспроможності українських кондитерів на

зовнішніх ринках.

2.3. Основні тренди розвитку виробництва кондитерських виробів

Основні тренди розвитку виробництва кондитерських виробів, які набирали обертів в 2010-2024 роках, і будуть розвиватися і далі нарощувати темп це:

Тренд № 1 . Виробники кондитерських виробів прагнуть зайняти свою власну нішу на ринку, де конкуренція менша. Замість широкого асортименту, який є в усіх підприємств, вони фокусуються на специфічних продуктах, що дозволяє їм уникнути великої конкуренції за сегмент ринку.

Тренд № 2 – усвідомлений вибір «Добре для мене» і «Добре для планети».

Для споживача має значення: з якої сировини складається кондитерський продукт; де росте сировина, що входить до складу продукту; цікавить технологія виробництва продукту; його екологічна чистота та екологічна вартість. Це знаходить підтвердження в сертифікаційних знаках, які розміщує виробник на упаковках продукту. На упаковках продукту можна побачити наявні сертифікаційні знаки:

«Palmoilfree» - являє собою сертифікат, який підтверджує що продукт виготовлений без пальмової олії і її фракцій;

«UTZ Certified cacao» - являє собою програму і знак сталого сільського господарства. Етикетка UTZ присутній найбільш ніж 10 000 упаковок продукції більш ніж в 116 країнах. З 2014 року UTZ є найбільшою програмою сталого вирощування кави і какао в світі. Програма UTZ включає розумне поводження з методами ведення сільського господарства, соціальними та побутовими умовами, що господарством і навколишнім середовищем .;

"Rainforest Alliance Certified" - це неприбуткова організація, метою якої є збереження різноманіття та забезпечення стійких умов життя

шляхом перетворення практик сільського господарства, бізнесу та споживчої культури. Організація розробила ряд стандартів щодо сталого сільського господарства та використання землі та лісів. Добровільна сертифікація плантацій за вимогами та критеріями цих стандартів дозволяє використовувати маркування RFA на продукції, виготовлені з сировини з таких плантацій. Це маркування надає споживачам можливість здійснювати інформований вибір при покупці товару та є важливою конкурентною перевагою для тих, хто дотримується принципів етичного споживання.

«Fairtrade» - громадський рух для просування справедливих стандартів міжнародного трудового, екологічного та соціального регулювання, а також громадську політику щодо маркованих і немаркованих товарів, від ремісничих виробів до сільськогосподарських продуктів. Зокрема, це рух звертає особливу увагу на експорт товарів з країн, що розвиваються в розвинені країни. Справедливу торгівлю часто позиціонують, як альтернативу або заміну вільної торгівлі.

«CocoaPlan» - какао-план спрямований на те, щоб дати фермерам можливість отримувати прибуток від своєї діяльності, припинити використовувати дитячу працю на своїх фермах і забезпечити стабільне постачання какао-бобів.

Усвідомлений вибір "Добре для планети" та "Добре для себе" приводить до швидкого зростання виробництва кондитерських продуктів, які виготовляються з використанням органічної сировини, оскільки вона є чистою і здоровою, а також сприяє підтримці місцевих постачальників цієї сировини. Це також означає виробництво кондитерських виробів без використання тваринної сировини для веганів, а також кондитерських виробів з цукром, шоколаду та борошняних виробів без пальмової олії.

Досягнення цілі "Добре для планети" досягається шляхом збільшення використання екологічних упаковок замість звичайних,

використання екологічної сировини та переробки відходів.

Тренд № 3 - Виробництво кондитерських виробів на рослинній основі та без доданого цукру: Спостерігається зростаючий попит на кондитерські вироби на рослинній основі та без доданого цукру, що відображається на упаковці позначкою "Sugarfree" (без цукру). Заміна цукру виробляється шляхом використання різних рослинних інгредієнтів, таких як стевія, сушені фрукти, рисовий сироп, агавовий сироп, кленовий сироп, яблучний концентрат, кокосовий цукор, інжирний сироп та мальтитол. Цей тренд охоплює широкий спектр кондитерських виробів і відображає зростаючий інтерес споживачів до здорового способу життя та харчування.

Для печива: виробництво кондитерських виробів з клеймом на упаковці «REDUCEDFAT» з низьким або без жиру – шляхом заміщення іншою сировиною рецептури;

Виробництво кондитерських виробів з клеймом на упаковці «Low/No/Reducedsalt».

Виробництво продуктів з клеймом на упаковці «PORTIONCONTROL» контроль калорій.

Виробництво продуктів без алергенів з клеймом: «GLUTENFREE» без глютену, «DAIRY FREE» без молочних продуктів; «Low / No / ReducedLactose» зі зниженою або без лактози; «NUT FREE» без горіха; «EGG FREE» без яйця продуктів.

Також на ринку з'являються продукти з функціональними клеймами, які набули найбільшої популярності на початку переліку. Серед них:

"High/AddedFiber" - продукт із високим або доданим вмістом волокон;

"Vitamin/MineralFortified" - продукт, збагачений вітамінами та мінералами;

"Energy" - продукт, збагачений енергетичними компонентами;

"High/AddedProtein" - продукт із високим або доданим вмістом білка;

"AddedCalcium" - продукт з доданим кальцієм;

"Digestive" - продукт з доданою сировиною для поліпшення травлення;

"Cardiovascular" - продукт для підтримки серцево-судинної системи;

"BoneHealth" - продукт для підтримки здоров'я кісток;

"Brain&NervousSystem" - продукт для поліпшення роботи мозку та нервової системи;

"Prebiotic/Probiotic" - пребіотик/пробіотик для поліпшення травлення;

"ImmuneSystem" - продукт з доданими компонентами, що підтримують імунну систему;

"Skin, Nails&Hair" - продукт для поліпшення стану шкіри, нігтів і волосся;

"Stress&Sleep" - продукт для зменшення стресу і поліпшення якості сну;

"EyeHealth" - продукт для покращення зорового здоров'я.

Для шоколаду: використання какао продуктів різних місць зростання (Індонезія, Гана, Нігерія, Бразилія, Конго), морської солі.

Для цукерок:

Використання м'яких соковитих фруктів з використанням накарагеннану (водорослі) без желатину.

Тренд № 4 – потужні інгредієнти у снеках - цільозернові злакові культури, кіноа, амарант, чіа, вівсяне борошно, пшениці, кукурудза, чуфа. Використання у продукті такої сировина , як: горіхів і насіння гарбуза, кунжуту, соняшнику, використання зеленого чаю матча, міксу фруктів (ожина, журавлина, гранат і чорна смородина), водоростей: спіруліна та хлорела, насіння конопель, інжир, насіння маку, куркуми,

лимонів. Продукти з даними складовими зручно брати як перекус, так і в дорогу або на сніданок. Популярність цього сегмента з кожним днем зростає.

Тренд № 5– Сенсорний досвід та текстура: Споживачі все більше усвідомлюють вплив текстури на смак продуктів та високо цінують сенсорний досвід. Вони шукають продукти з різноманітними текстурами, такими як м'який, пухнастий, потріскуючий або плавний. Температурні ефекти, такі як нагрівання, охолодження або заморожування, можуть покращити почуття у ротовій порожнині та сприяти збільшенню задоволення від споживання продукту. Використання спеціальної упаковки, яка дозволяє розігрівати або охолоджувати продукти, також набуває популярності. Особливу увагу приділяється використанню гібридних структур, які поєднують різні текстури, такі як холодне морозиво з хрустким печивом або молоко з чіпсами печива. Ці інновації в структурі продукту відкривають нові відчуття та враження для споживачів.

В цілому аналітики прогнозують до 2024 зростання продажу печива до 9 %; енергетичних та зернових батонів до 14,9%. Багато продуктів вже в запусках.

У зв'язку з цим, у дипломній роботі пропонується три кондитерські виробництва впровадження технології виробництва пастило-мармеладних виробів. Впровадження даного проекту планується на кондитерській фабриці в м. Жмеринка.

РОЗДІЛ 3.

ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ПРОЕКТІВ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПАСТИЛО- МАРМЕЛАДНИХ ВИРОБІВ НА КОНДИТЕРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ В М. ЖМЕРИНКА

3.1 Економічне обґрунтування до цілісності проекту впровадження технології мармелад.

Впровадження нових технологій у виробництво є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності та ефективності підприємства. В цьому розділі розглянемо економічне обґрунтування впровадження технології виробництва мармеладу на кондитерській фабриці в м. Жмеринка, Винницької області.

На сьогоднішній день кондитерська фабрика в м. Жмеринка спеціалізується на виробництві широкого асортименту кондитерських виробів. Виробничі потужності дозволяють виготовляти продукцію як для внутрішнього ринку, так і для експорту. Проте, для забезпечення стабільного росту та збереження позицій на ринку, необхідно впроваджувати нові технології та розширювати асортимент продукції.

Впровадження технології виробництва мармеладу має декілька ключових переваг:

Розширення асортименту продукції: Виробництво мармеладу дозволить задовольнити попит на продукцію різних категорій споживачів, включаючи дітей та людей, які дотримуються здорового способу життя. Це відкриє нові ринкові сегменти і підвищить конкурентоспроможність підприємства. Крім того, розширення асортименту допоможе підприємству краще адаптуватися до змін у споживчих вподобаннях та економічних умовах, зменшуючи ризики втрати ринкової частки.

Зниження собівартості: Використання нових технологій та сучасного обладнання дозволить оптимізувати виробничі процеси та знизити витрати на сировину та енергоресурси. Завдяки цьому підприємство зможе запропонувати споживачам продукцію за більш привабливими цінами, що сприятиме збільшенню обсягів продажів. Крім того, зниження собівартості продукції дозволить підвищити рентабельність виробництва і забезпечить стабільний прибуток

підприємству.

Підвищення якості продукції: Впровадження нових технологій дозволить підвищити якість продукції, що сприятиме збільшенню лояльності споживачів та розширенню ринкової частки. Висока якість мармеладу забезпечить конкурентну перевагу на ринку, де споживачі все більше орієнтуються на натуральні та корисні продукти. Це також підвищить довіру до бренду і стимулюватиме повторні покупки. Крім того, впровадження нових технологій дозволить покращити екологічність виробництва та зменшити негативний вплив на навколишнє середовище, що є важливим чинником для сучасних споживачів.

Збільшення обсягів виробництва: Нові технології дозволять збільшити виробничі потужності підприємства, що сприятиме задоволенню попиту на ринку та збільшенню доходів. Це дозволить підприємству краще реагувати на сезонні коливання попиту та забезпечити безперебійне постачання продукції на ринок. Збільшення обсягів виробництва також створить додаткові можливості для експорту продукції на зовнішні ринки, що сприятиме збільшенню валютних надходжень і зміцненню економічного стану підприємства.

Впровадження технології мармеладу потребуватиме певних інвестиційних витрат на придбання нового обладнання, навчання персоналу та модернізацію виробничих потужностей. Однак, аналіз ринку показує, що дані витрати окупляться протягом 3-5 років за рахунок збільшення обсягів виробництва та зниження собівартості продукції.

Для більш детального аналізу споживання мармеладу в Україні, можна зазначити, що попит на цей продукт варіюється в залежності від регіону. Наприклад, у Вінницькій області споживачі віддають перевагу продукції з натуральних інгредієнтів, що створює додатковий стимул для впровадження технології виробництва мармеладу. Споживання

мармеладу також залежить від демографічних та соціальних факторів, таких як рівень доходів населення, культура харчування та вподобання споживачів. Аналіз цих факторів дозволить підприємству краще зрозуміти потреби ринку та розробити ефективні маркетингові стратегії для просування нової продукції.

Впровадження нової технології сприятиме не тільки економічному розвитку підприємства, але й матиме позитивний вплив на соціально-економічний стан регіону. Збільшення обсягів виробництва створить нові робочі місця, що сприятиме зниженню рівня безробіття та підвищенню добробуту населення. Нові робочі місця забезпечать зайнятість для місцевих мешканців, що сприятиме підвищенню рівня їх життя та зменшенню соціальної напруженості в регіоні. Крім того, розвиток виробництва мармеладу сприятиме збільшенню податкових надходжень до місцевого бюджету, що дозволить реалізувати нові соціальні та інфраструктурні проекти.

Інноваційний проект впровадження технології виробництва мармеладу також сприятиме розвитку суміжних галузей, таких як сільське господарство та постачання сировини. Використання місцевих інгредієнтів у виробництві мармеладу сприятиме розвитку місцевих фермерських господарств та підвищенню їхньої економічної стійкості. Це створить додаткові можливості для розвитку сільських територій та зменшення міграції населення до міст.

Загалом, впровадження технології виробництва мармеладу на кондитерській фабриці в м. Жмеринка, Вінницької області, є економічно обґрунтованим і перспективним проектом, який сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства та розвитку регіону. Реалізація цього проекту забезпечить стабільний розвиток підприємства та створить передумови для його подальшого зростання та успіху на ринку кондитерських виробів. Крім того, впровадження нових технологій та підвищення якості продукції дозволить підприємству

зайняти провідні позиції на ринку та зміцнити свою репутацію як виробника високоякісної та безпечної продукції.

Важливим аспектом успішної реалізації проекту є підготовка та навчання персоналу, який буде працювати з новим обладнанням та технологіями. Впровадження нових технологій потребує не лише технічної модернізації, але й підвищення кваліфікації працівників. Організація навчальних програм та тренінгів для персоналу дозволить забезпечити ефективне використання нових технологій та підтримку високого рівня якості продукції.

Окрім того, необхідно звернути увагу на маркетингові стратегії просування нової продукції. Успішне впровадження мармеладу на ринок потребує розробки ефективної маркетингової кампанії, яка включатиме рекламу, промоакції, співпрацю з роздрібними мережами та залучення споживачів до дегустацій. Важливо також враховувати зміни в споживчих вподобаннях та тенденції ринку, щоб своєчасно адаптувати стратегії просування продукції.

Інноваційний проект впровадження технології виробництва мармеладу на кондитерській фабриці в м. Жмеринка, Вінницької області, має великий потенціал для успішної реалізації та забезпечення сталого розвитку підприємства. Впровадження нових технологій дозволить підприємству зберегти конкурентоспроможність, підвищити ефективність виробництва та забезпечити високу якість продукції, що є важливими чинниками для успішного функціонування в сучасних умовах ринкової економіки. Крім того, розвиток підприємства сприятиме економічному зростанню регіону, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня життя місцевого населення. Таким чином, реалізація проекту не тільки підвищить конкурентоспроможність кондитерської фабрики, але й матиме позитивний вплив на соціально-економічний розвиток Вінницької області, сприяючи її інтеграції у національну та міжнародну економіку.

3.2 Техніко-економічне обґрунтування доцільності проекту впровадження технології пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка

Вінницька область, де знаходиться м. Жмеринка, розташована в центральній частині України, межує з Житомирською, Київською, Черкаською, Кіровоградською, Одеською, Хмельницькою та Чернівецькою областями, а також має державний кордон з Молдовою. Відстань від Жмеринки: до Києва автомобільним сполученням 250 км, залізничним сполученням 350 км; до Одеси ~ 400 км; до Львова ~ 450 км; до Варшави ~ 750 км; до Будапешта ~ 800 км. Територія Вінницької області становить 26,5 тис.км², що складає 4,4% площі території України.

Промисловий комплекс Вінницької області є однією з провідних сфер реального сектору економіки регіону. Галузь є важливою складовою в структурі валової доданої вартості області, частка якої становить у 2023 році 13,2% (у тому числі 8,7% – переробна промисловість, 4,5% – постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря).

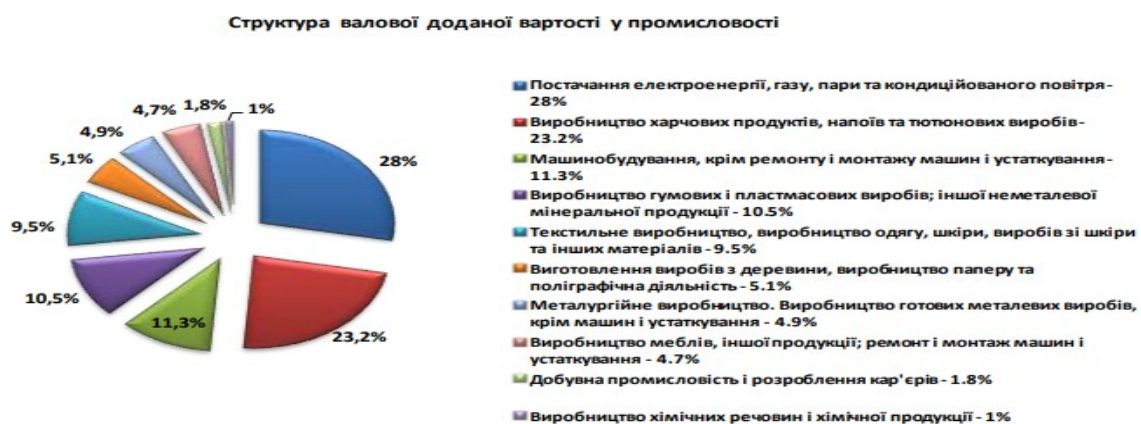


Рис. 3.1. Структура валової доданої вартості у промисловості Вінницької області

Харчова промисловість Вінницької області є однією з найбільших галузей та відіграє важливу роль у формуванні індексу промислового

виробництва. У 2012 – 2023 роках спостерігались різні тенденції розвитку галузі, зокрема у 2012 році – скорочення виробництва харчових продуктів на 3,5%, у 2013 – на 12,7%, у 2014 – на 1,2%, у 2015 – на 5,6%, у 2016 – на 6,3%, у 2018 – на 3,1%. У 2019 році спостерігалось незначне зростання на 1,5%, у 2020 році – на 2,0%, у 2021 році – на 2,8%, у 2022 році – на 1,2%, і в 2023 році – на 2,3%. Такі дані підкреслюють важливість впровадження нових технологій, зокрема виробництва пастило-мармеладних виробів, що дозволить не тільки стабілізувати, але й значно покращити показники харчової промисловості регіону.

Структура валової доданої вартості у промисловості Вінницької області (станом на 2023 рік):

Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря:
28%

Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів:
23.2%

Машинобудування, крім ремонту і монтажу машин і устаткування: 11.3%

Виробництво гумових і пластмасових виробів; іншої неметалевої мінеральної продукції: 10.5%

Текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів: 9.5%

Виробництво деревини, виробництво паперу та поліграфічна діяльність: 5.1%

Металургійне виробництво; виробництво готових металевих виробів, крім машин і устаткування: 4.9%

Виробництво меблів; іншої продукції; ремонт і монтаж машин і

устаткування: 4.7%

Добувна промисловість і розроблення кар'єрів: 1.8%

Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції: 1%



Рис. 3.2. Обсяги реалізованої промислової продукції Вінницької області у 2020

Частка Вінницької області у загальному обсязі реалізації промислової продукції по Україні є найменшою та коливається у межах 0,3% – 0,6%. За останні 17 років населення області скоротилося на 18,4 тис. осіб або на 2%. За 2020 рік населення області зменшилося на 2327 осіб (0,3% до початку року), що в розрахунку на 1000 жителів становило 2,6 особи. Міське населення протягом року збільшилося на 276 осіб, натомість сільське – зменшилося на 2603 осіб. На початок 2019 року в області проживало 904,4 тис. осіб, що становило 2% від загальної чисельності населення України, в тому числі: у міських поселеннях – 390,7 тис., у сільській місцевості – 513,7 тис. осіб. На кожний квадратний кілометр території припадало 111,7 осіб.

В області один з найвищих рівнів народжуваності серед регіонів України (9,6%). За рівнем народжуваності область займає п'яте місце після Рівненської, Закарпатської, Волинської та Одеської областей. Одночасно область входить в п'ятірку областей з найнижчим рівнем смертності (12,4%).

Статева структура населення області характеризується перевагою жінок у загальній чисельності. На 1 січня 2019 року кількість жінок становила 476,7 тис. осіб (52,9% від загальної кількості постійного населення), чоловіків – 424,6 тис. осіб (47,1%).

Чисельність населення в місті Жмеринка на 2024 рік становить 35 442 чоловік. Жмеринка є одним з 425 міст України і займає 151 місце за чисельністю населення в Україні.

Українська сфера кондитерських виробів одна з найбільш модернізованих і висококонкурентних, але зараз переживає далеко не кращі часи. За обсягом відвантажень її успішно ділять між собою борошняні вироби і шоколад. Решта представників категорії займають порівняно невелику частку. Загальні риси українського ринку кондитерських виробів:

- постійний високий попит на продукцію;
- більшість продуктів однорідні;
- ціна формується за законами ринку, продавці не можуть сильно нанеї впливати;
- новим гравцям відносно легко увійти на ринок і вийти з нього; – прозорість в ціновій і товарній політиці виробників.

Курс долара сильно вплинув на вартість імпортової сировини для виробництва борошняних кондитерських виробів і спровокував перехід споживачів на дешеві продукти: крекери, пряники, вафлі. Виробляти дешеві продукти з дорогої сировини не вигідно. Тому зростання попиту на солодощі бюджетного сегмента привів до зміни технології виробництва деяких популярних виробів. Замість якісної імпортової сировини кондитери почали використовувати вітчизняну, або недорогі субститути.

До цукерок кондитери відносять солодкі висококалорійні

продукти з приємним смаком, які швидко засвоюються організмом. Цукерки належать до цукристих кондитерських виробів, у їх склад входить від 40 до 70 % цукру. Відрізняються від карамелі м'якшою консистенцією і підвищеною поживною цінністю. Розрізняють глазуровані цукерки, які вкриті шаром шоколаду, помади, карамелі та ін., та неглазуровані. В залежності від маси з якої зроблена начинка, цукерки поділяють на помадні, фруктові, молочні, горіхові, лікерні, марципанові тощо.

Технологія формування корпусів залежить від різновиду цукерок: відливання у форми (деякі шоколадні цукерки), пресування у вигляді джгутів з наступним розрізанням (ірис), розмазування в декілька шарів або намазування на основу (горіхові, кремові), відсаджування куполоподібних цукерок на конвеєр та ін. Шоколад молочний включає молоко, яке додається в сухому вигляді або згущене молоко.

Білий шоколад виготовляється без тертого какао, тільки із застосуванням какао-масла, не має характерного для шоколаду смаку і запаху. Також допускається повне або часткове покриття виробу шоколадом. Для діабетиків випускають цукерки із заміниками цукру. Як показує статистика, в Україні купівлею продуктів, в тому числі кондитерських, займаються переважно жінки. З них 40% - домогосподарки, не мають постійного місця роботи. Вікова структура рівномірно розділена, і лише категорія жінок 45-55 років трохи виділяється на загальному тлі і становить близько 21%.

Специфіка споживання кондитерки в Україні відрізняється від європейської чи американської, де вона стала продуктом щоденного споживання. У нас же цукерки та солодощі - швидше атрибут свята і купуються тоді, коли є вагомий привід. Українці досить консервативні у виборі солодощів і вважають за краще залишатися вірними одному бренду.

Головний критерій при покупці - свіжість і якість. Ніхто не купить

старі та несмачні цукерки, навіть якщо вони будуть у красивій упаковці. Чоловіки купують борошняні кондитерські вироби для швидкого перекусу на роботі, в дорозі або вдома перед сном. Жінки, в свою чергу, розглядають кондитерку як антистрес і джерело насолоди. Тому вони вважають за краще вироби з начинкою, солодкою помадкою або глазур'ю. Солодке - не предмет першої необхідності, частокондитерські вироби купують через сьогочасну примху. Тому виробники намагаються розміщувати точки продажів в місцях великого скупчення народу, а в великих мережевих супермаркетах солодощі часто розміщені відразу в декількох місцях. Незважаючи на пережиті кризи і ринкові потрясіння, можна сказати, що український ринок кондитерських виробів прийшов до якоїсь точки стабільності. Виробники звикли до нового положення речей і успішно адаптувалися до обстановки.

Перша помітна тенденція ринку кондитерських виробів - збільшення мінімальної планки вимог до якості продукції. Якщо в розпал кризи вирішальним фактором була низька ціна виробів, то разом зі стабілізацією ринку споживачі знову хочуть бачити тільки якісні інгредієнти в складі продуктів.

У зв'язку з цим, у дипломній роботі пропонується інноваційний проект впровадження технології виробництва цукерок. Впровадження даного проекту планується на кондитерській фабриці в м. Жмеринка, Винницької області.

Відповідно до сучасних тенденцій розвитку ринку кондитерських виробів пропонується наступний асортимент продукції цеху: Зефір «Біло-рожевий», Мармелад «Тришаровий», Пат «Фруктовий».

3.3 Техніко-економічні розрахунки проекту виробництва пастило-мармеладних виробів :«Зефір «Біло-рожевий»», «Мармелад «Тришаровий»», «Пат «Фруктовий»»

Планування інвестиційних витрат (вкладень)

Інвестиційні витрати ІК включають:

витрати К1 на будівництво нового об'єкта (розширення виробництва);

витрати К2 на придбання нового обладнання;

витрати К3 на поповнення оборотних коштів, необхідних для придбання сировини, матеріалів, енергоресурсів, оплати ПДВ, оплати праці тощо.

Розрахунок інвестиційних витрат (вкладень) на будівництво (розширення) К1, здійснюють укрупнено за формулою:

$$K1 = \Pi * K_{уд} * \Pi \quad (3.1)$$

де Π - площа одного поверху будівлі, м²;

$K_{уд}$ - норматив питомих (на м²) капітальних вкладень, тис. грн. (\$);

Π - кількість поверхів.

З технологічної частини нам відомо що будівництво має 77 м в довжину та 24 м в ширину, 3 поверхи. Отже, площа будівництва 1848 м².

$K_{уд}$ приймають на рівні \$300...400 і переводять у гривні за діючим курсом. Прийmemo $K_{уд} = \$300$, тоді вартість 1 кв. м становитиме $300 * 39,5 = 11850$ грн. і

$$K1 = 1848 * 11850 * 3 = 65696400 \text{ грн.} = 65696,4 \text{ тис. грн.}$$

Оскільки будівля розрахована на 2 цеха, то для пастило-мармеладного цеху:

$$K1 = 65696,4 / 2 = 32848,2 \text{ тис. грн}$$

в т.ч. ПДВ 5474,7 тис. грн.

Вартість будівництва без ПДВ 27373,5 тис. грн.

Витрати на придбання нового обладнання K_2 розраховують за формулою:

$$K_2 = K_{бо} + Z_{тр} + Z_{м} + Д + K_{ост} - Л + K_{с} \quad (3.2)$$

де $K_{об}$ - вартість придбання нового обладнання;

$Z_{тр}$ - транспортно-заготівельні витрати (3-5% від вартості нового

обладнання);

Зм - вартість монтажу нового обладнання (15-20% від вартості нового обладнання).

Для визначення K_2 складемо табл. 8.1

Таблиця 3.1. Кошторис витрат на придбання обладнання

№	Найменування обладнання, марка	Кількість одиниць, шт	Ціна з ПДВ одиницю, тис. грн	Вартість, тис.грн
1	Поточно – механізована лінія виробництва формового яблучного мармеладу з додатковим обладнанням	1	2900	2900
2	Поточно-механізована лінія виробництва мармеладу відливанням у цукор з додатковим обладнанням	1	3000	3000
3	Станція безперервного приготування зефірної маси під тиском з додатковим обладнанням	1	3100	3100
	Всього витрат на придбання обладнання			9000
4	Монтаж нового обладнання (15 % від вартості нового обладнання);			1350
5	Транспортно-заготівельні витрати (5% від вартості нового обладнання);			450

Капітальні вкладення на обладнання	10800
В т.ч.ПДВ	1800
Капітальні вкладення на обладнання без ПДВ	9000

Отже, $K_{2 з пдв} = 10800$ тис. грн.

в т ч. ПДВ = 1800 тис. грн.

$K_{2 без пдв} = 9000$ тис. грн.

Витрати на поповнення власних обігових коштів K_3 обчислюють за формулою

$$K_3 = \Delta K_{ос} + \text{ПДВ обл.} + \text{ПДВ буд.} \quad (3.3)$$

де $\Delta K_{ос}$ - витрати на поповнення власних обігових коштів для випуску продукції;

Для нової будови формула для $\Delta K_{ос}$ має вигляд

$$\Delta K_{ос} = \Delta \text{ТП} / K_{ос} \quad (3.4)$$

$\Delta \text{ТП}$ - приріст величини обсягів продукції у вартісному вираженні;

$K_{ос}$ – коефіцієнт оборотності оборотних коштів;

$K_{ос}$ приймають на рівні 8...20 залежно від масштабів виробництва. Для обчислення $\Delta K_{ос}$ складемо таблиці 3.2 і 3.3.

3.2. Планування надходжень від виробництва та реалізації продукції

Визначимо обсяги виробництва продукції в натуральному та вартісному виразі, тобто сформуємо виробничу програму цеху.

Основою для формування програми є інформація табл. 3.3 і 3.2 про: плановий асортимент, необхідність на ринку якого визначено маркетинговими дослідженнями;

змінну продуктивність обладнання;

кількість змін роботи підприємства (обладнання) - це 2 зміни, тривалість зміни 8 годин, кількість днів - 250;

коефіцієнт використання потужності, який повинен бути не нижче, а при необхідності значно вище існуючого на підприємстві.

Оптову ціну на нові вироби оберемо на рівні подібних видів продукції в торговій мережі, знижуючи ціну продажу в 1,3...1,4 рази.

Таблиця 3.3. Розрахунок річного обсягу виробництва у вартісному виразі

Найменування виробу	Річний обсяг виробництва, тон	Оптова ціна підприємства, (без ПДВ), грн./т	Вартість (ТП) річного обсягу продукції, тис. грн.
Зефір «Біло-рожевий»	1200	122.130	146556,0689
Мармелад «Тришаровий»	550	97.181	53449,9244
Пат «Фруктовий»	660	71.830	47407,9867
Усього	2410	291,1420	247413,9800

Дані табл. 3.3 дозволяють оцінити розмір необхідних обігових коштів за формулою (3.4). Прийнемо $K_{ос} = 18$.

$$\Delta K_{ос} = 24\,7413,980 / 18 = 13\,745,221 \text{ тис. грн.}$$

$$K_3 = 13\,745,221 + 5474,7 + 1800 = 21\,019,921 \text{ тис. грн.}$$

3.3. Планування витрат

Джерелами для реалізації інвестиційних проектів виступають: прибуток, який залишився у розпорядженні підприємства, приріст амортизаційних відрахувань, кредит банку.

Амортизаційні надходження за умовами використання власних коштів (доля яких може складати від 0% до 30% від визначеної величини інвестицій) визначаються відповідно до норми амортизації певної групи основних виробничих фондів (ОВФ).

Величина амортизаційних відрахувань (А) є сума амортизаційних відрахувань за всіма групами ОВФ.

Так як нове будівництво цеху, то враховуємо тільки групу 3 та групу 4.

Амортизаційні нарахування (знос) обчислюють за формулою:

$$\Delta A = \sum_{i=1}^K \frac{Нам_i}{100\%} * \Delta ОВФ, \quad (3.5)$$

де ΔA - додаткові амортизаційні нарахування;

Нам - норма амортизації по відповідному виду обладнання у %.

При будівництві нового об'єкта амортизаційні нарахування виконують відносно вартості будівлі і обладнання, яке закупають, за нормами

амортизації у 5 % і 20 % відповідно.

З обладнання А обл. = $9000 * 20\% / 100\% = 1800$ тис грн.

З будівлі А буд. = $27373,5 * 5\% / 100\% = 1368,67$ тис грн.

А = $1800 + 1368,67 = 3168,67$ тис. грн.

Як правило, величини амортизаційних відрахувань недостатньо, тому підприємству необхідно залучити позикові кошти, взяти кредит в банку під певний відсоток річних (в сучасних умовах від 18% до 32 %). Відсотки за кредитом включаються в експлуатаційні витрати (щомісячно, щоквартально, щорічно), а сума кредиту сплачується з прибутку (щорічно, або у відповідний термін – квартал, місяць).

Якщо прийняти середню вартість грошей на ринку кредитних послуг для інвестування проекту на рівні 28% і в враховуючи, що відсотки за кредитом відносяться на валові витрати, то реальна вартість кредитних грошей для підприємства складе: $28\% \cdot (1 - 18\% / 100) = 22,96\%$, де 18 % - ставка податку на прибуток. Отже, дисконтувати грошові потоки необхідно за ставкою дисконту 22,96 %.

Погашення кредиту відбувається щорічно (наприкінці року) рівними сумами з прибутку.

$K_{\text{зар}} = 27373,5 + 9000 + 21\,019,921 = 57\,393,421$ тис. грн.

Сума кредиту дорівнює 57 393,421 тис грн

Зміни поточних експлуатаційних витрат відображають в калькуляціях, на продукцію впровадження інвестиційного проекту. Розрахуємо калькуляцію кожного виду продукції заданого асортименту, табл. 3.4. Витрати на сировину, допоміжні матеріали, тару, оплату ресурсів, оплату праці розрахуємо в табл. 3.4 – 3.12.

Таблиця 3.4. Калькуляція собівартості запланованого річного обсягу продукції

№	Найменування статей витрат (варіант)	Обсяг випуску продукції					
		Витрати на виробництво і реалізацію					
		Зефір «Біло-рожевий»		Мармелад «Тришаровий»		Пат «Фруктовий»	
		на 1 тонну, тис.грн	на весь обсяг виробництва, тис. грн. 1200 т	на 1 тонну, у тис.грн	на весь обсяг виробництва, тис. грн. 550 т	на 1 тонну, тис.грн.	на весь обсяг виробництва, тис. грн. 660 т
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Сировина	98,81	11857,20	74,53	40991,50	52,85	34881,00
2	Допоміжні матеріали	1,38	1657,20	1,38	759,55	1,38	911,46
3	Тара	0,41	492,00	0,41	225,50	0,41	270,60

4	Енергетичні ресурси	5,28	6336,00	5,28	2904,00	5,28	3484,80
5	Заробітна плата основна	0,45	534,56	0,97	534,56	0,81	534,56
6	Заробітна плата додаткова	0,13	160,37	0,29	160,37	0,24	160,37
7	Соціальні заходи	0,13	152,88	0,28	152,88	0,23	152,88
8	Затрати на утримання та експлуатацію обладнання, в т.ч	0,29	347,47	0,63	347,47	0,53	347,47
9	Загальновиробничі витрати	0,29	347,47	0,63	347,47	0,53	347,47
10	Інші витрати	0,29	347,47	0,63	347,47	0,53	347,47
Виробнича собівартість		107,46	128947,41	85,04	46770,76	62,78	41438,07
11	Адміністративні витрати	0,35	416,96	0,76	416,96	0,63	416,96
12	Витрати на збут	3,22	3868,42	2,55	1403,12	1,88	1243,14
Повна собівартість		111,03	133232,79	88,35	48590,84	65,30	43098,17

3.4. Розрахунок вартості сировини, допоміжних матеріалів і тари на 1 т

Для оцінки матеріальних витрат на 1 т продукції складемо табл. 3.5, 3.6, 3.7.

Таблиця 3.5. Потреба та вартість сировини на 1 тону продукції «Зефір «Біло-рожевий»

Найменування та одиниця вимірювання	Норма витрат на 1т, кг	Планова ціна од., грн/кг	Вартість 1 тони продукції, тис. грн
Сировина:			
Цукор-пісок	671	29	19,459
Цукрова-пудра	29,9	75	2,2425
Патока	142,9	100	14,29
Яблучне пюре	298	17	5,066
Ячний білок	65	590	38,35
Яблучний пектин	13,4	659	8,8306
Молочна кислота	8,4	110	0,924

Лактат натрію	6,8	403	2,7404
Ванільна есенція	1	2718	2,718
Фруктово-ягідна есенція	1	789	0,789
Червоний барвник	0,6	2 335	1,401
Всього			96,8105
Допоміжні матеріали:			
Папір обгортковий	3,9	30,2	0,11778
Папір ОДП-25 для підгортки під етикетку	12,3	28,2	0,34686
Папір ОДП-25 для підгортки під етикетку	32,5	28,2	0,9165
Всього			1,38114
Тара:			0
Ящики з гофрованого картону ГОСТ 13512-91	72	5,65	0,4068
Всього			0,4068
Усього			98,5984

**Таблиця 3.5. Потреба та вартість сировини на 1 тону продукції
Мармелад «Тришаровий»**

Найменування та одиниця вимірювання	Норма витрат на 1т, кг	Планова ціна од., грн/кг	Вартість 1 тони продукції, тис. грн
Сировина:			
Цукор-пісок	642,5	29	18,6325
Патока	209,9	100	20,99
Агар із фурцелярії	30,5	851	25,9555
Яблучне пюре	32	17	0,544
Ячний білок	5,8	590	3,422
Молочна кислота	19,3	110	2,123
Ванілін	0,02	165	0,0033
Різні есенції	0,6	2718	1,6308

Різні барвники	0,53	2 335	1,23755
Всього			74,53865
Допоміжні матеріали:			
Папір обгортковий	3,9	30,2	0,11778
Папір ОДП-25 для підгортки під етикетку	12,3	28,2	0,34686
Папір ОДП-25 для підгортки під етикетку	32,5	28,2	0,9165
Всього			1,38114
Тара:			0
Ящики з гофрованого картону ГОСТ 13512-91	72	5,65	0,4068
Всього			0,4068
Усього			76,3266

**Таблиця 3.6. Потреба та вартість сировини на 1 тону продукції
Пат «Фруктовий»**

Найменування та одиниця вимірювання	Норма витрат на 1т, кг	Планова ціна од., грн/кг	Вартість 1 тони продукції, тис. грн
Сировина:			
Цукор-пісок для обсипання	173	29	5,017
Цукор-пісок в желе	689,7	29	20,001
Яблучне пюре	343,7	17	5,8429
Абрикосове пюре	171,8	66	11,339
Лимонна кислота	1,8	74	0,1332
Барвник червоний або жовтий	0,2	2 335	0,467
Різні есенції	3,7	2718	10,057
Всього			52,857

Допоміжні матеріали:			
Папір обгортковий	3,9	30,2	0,1178
Папір ОДП-25 для підгортки під етикетку	12,3	28,2	0,3469
Папір ОДП-25 для підгортки під етикетку	32,5	28,2	0,9165
Всього			1,3811
Тара:			0
Ящики з гофрованого картону ГОСТ 13512-91	72	5,65	0,4068
Усього			54,64

3.5. Розрахунок вартість енергетичних ресурсів

Розрахуємо вартість енергетичних ресурсів які використовуються при виробництві кожного виду виробу, табл. 3.7.

Таблиця 3.7. Розрахунок вартості енергетичних ресурсів за 1 т

Найменування, одиниця виміру	Норма витрат на 1 т	Тариф за одиницю без ПДВ, грн.	Вартість, грн.
Електроенергія, кВт* год	400,0	3,0	1200,0
Вода, м ³	3	35,36	106,08
Холод, Гкал	1,0	352,908	352,908
Пара, т	2,0	1810,16	3620,32
Всього, грн.			5279,308
Всього, тис. грн.			5,28

3.5.1. Розрахунок витрат на заробітну плату для калькуляції

виконують по кожній лінії, а потім визначають зміну чисельності в цілому,

табл. 8.9-8.13. Явочну чисельність обчислюють за формулою

$$Чяв = ЧрхПзмін \text{ (п.2 хп.3 - таблиці) } \text{ (3.6)}$$

Число відпрацьованих людино-днів визначають множенням Чяв (п.4) на 250 днів роботи підприємства. Середньооблікову чисельність (п.3) розраховують відношенням кількості відпрацьованих людино-днів на корисний фонд часу роботи одного робітника (240дшв) (п.7 / 240).

Основну заробітну плату робітників кожної категорії визначають множенням середньооблікової чисельності на відповідну тарифну ставку і на фонд часу роботи підприємства, тобто п. 8 х п.7 х 250 днів.

З 1.04.2024 р. мінімальна заробітна плата становить 8000 грн./міс. Додаткову заробітну плату розраховують тільки в строчці «Всього» в розмірі (30 %) від величини основної заробітної плати.

Відрахування на соціальні заходи складають в сучасний період 22 % від суми основної та додаткової заробітної плати.

3.5.2. Розрахунок витрат за статтею «Експлуатація та утримання обладнання» заходу проводять укрупнено в розмірі 50-80% від суми основної та додаткової заробітної плати.

Зміни за цією статтею проводять в колонці «на весь обсяг» додаючи до витрат щодо здійснення заходу величину амортизаційних відрахувань (ΔA) розрахованих в розділі 3.3, з урахуванням частки даного виду продукції від підсумка.

3.5.3. Витрати за статтею «Загальновиробничі витрати» складають 50-80% від суми основної і додаткової заробітної плати.

3.5.4. Витрати за статтею «Інші витрати» складають 50-80 % від суми основної і додаткової заробітної плати.

3.5.5. Витрати за статтею «Адміністративні витрати» приймають в розмірі 60-80 % від суми основної та додаткової заробітної плати.

3.5.6. Витрати за статтею «Витрати на збут» приймають в розмірі 3% - 5% від величини виробничої собівартості.

Таблиця 3.8. Розрахунок витрат на заробітну плату виробництва Зефіру «Біло-рожевий»

Зефір «Біло-рожевий»

Найменування професії	Чисельність робочих на лінії	Число робочих змін у добу	Явочна чисел. осіб/доб	Розряд	Змінна тарифна ставка	Число людей-днів за рік	Середньообл. численість, осіб	Основа зар. плата, тис.грн	Додаткова з/п, тис.грн	Загальний фонд оплати, тис.грн
Варильник	1	2	2	2	05,0	500	2,08	106,6		
Оператор загортального автомата	1	2	2	3	03,0	500	2,08	105,56		
Оператор формуючого агрегату	1	2	2	3	03,0	500	2,08	105,56		
Пакувальник, маркувальник	1	2	2	1	202,0	500	2,08	105,04		
Бригадир	1	2	2	4	215,0	500	2,08	111,80		
Всього	5		10					534,56	160,37	694,93

Відрахування на соціальні заходи $694,93 * 0,22 = 152,88$ тис. грн.

Експлуатація та утримання обладнання

$694,93 * 0,6 + 3168,675 * 0,386 = 1640,07$ тис. грн.

Загальновиробничі витрати $694,93 * 0,6 = 416,96$ тис. грн.

Інші витрати $694,93 * 0,6 = 416,96$ тис. грн.

Адміністративні витрати $694,93 * 0,7 = 486,45$ тис. грн.

Таблиця 3.9. Розрахунок витрат на заробітну плату виробництва мармеладу Мармелад «Тришаровий»

Мармелад «Тришаровий»										
Найменування професії	Чисельність робочих на лінії	Число робочих змін у добу	Явочна чисел. осіб/доб	Розряд	Змінна тарифна ставка	Число людей-днів за рік	Середньообл. численість, осіб	Основа зар. плата, тис.грн	Додаткова з/п, тис.грн	Загальний фонд оплати, тис.грн

Варильник	1	2	2	2	05,0	500	2,08	106,6		
Оператор загортального автомата	1	2	2	3	03,0	500	2,08	105,56		
Оператор формуючого агрегату	1	2	2	3	03,0	500	2,08	105,56		
Пакувальник, маркувальник	1	2	2	1	202,0	500	2,08	105,04		
Всього	4		8					422,76	126,83	549,59

Відрахування на соціальні заходи $549,59 * 0,22 = 120,91$ тис. грн.

Експлуатація та утримання обладнання

$549,59 * 0,6 + 3168,67 * 0,337 = 1397,59$ тис. грн.

Загальновиробничі витрати $549,59 * 0,6 = 329,75$ тис. грн.

Інші витрати $549,59 * 0,6 = 329,75$ тис. грн.

Адміністративні витрати $549,59 * 0,7 = 384,71$ тис. грн.

Таблиця 3.10. Розрахунок витрат на заробітну плату виробництва Пат «Фруктовий»

Пат «Фруктовий»										
Найменування професії	Чисельність робочих на лінії	Число робочих змін у добу	Явочна чисел. осіб/доб	Ряд	Змінна тарифна ставка	Число людин-днів за рік	Середньооблік. численість, осіб	Основа зар. плата, тис.грн	Додаткова з/п, тис.грн	Загальний фонд оплати, тис. грн
Варильник	1	2	2	2	05,0	500	2,08	106,6		
Оператор загортального автомата	1	2	2	3	03,0	500	2,08	105,56		

Оператор формуючого агрегату	1	2	2	3	03,0	500	2,08	105,56		
Пакувальник, маркувальник	1	2	2	1	202,0	500	2,08	105,04		
Всього	4		8					422,7 6	126,8 3	549, 59

Відрахування на соціальні заходи $549,59 * 0,22 = 120,91$ тис. грн.

Експлуатація та утримання обладнання

$549,59 * 0,6 + 3168,67 * 0,227 = 1049,04$ тис. грн.

Загальновиробничі витрати $549,59 * 0,6 = 329,75$ тис. грн.

Інші витрати $549,59 * 0,6 = 329,75$ тис. грн.

Адміністративні витрати $549,59 * 0,7 = 384,71$ тис. грн.

3.5.7. Зміна величини собівартості (ΔC) після заходу, табл.8.11.

Таблиця 3.11. Повна собівартість продукції

Найменування виробу	Річний обсяг виробництва, тис.тонн	Собівартість 1 т продукції, тис. грн.	Собівартість всього обсягу тис. грн.
Зефір «Біло-рожевий»	1200	111,03	133232,79
Мармелад «Тришаровий»	550	88,35	48590,84
Пат «Фруктовий»	660	65,30	43098,17
Усього	2410	264,67	224921,80

3.6. Розрахунок ефективності проекту

Приріст прибутку $\Delta\Pi$ від впровадження проекту визначають як різницю між приростом товарної продукції $\Delta\Pi\Pi$ і зміною собівартості продукції ΔC

$$\Delta\Pi = \Delta\Pi\Pi - \Delta C$$

$$\Delta\Pi = 247413,98 - 224921,80 = 22\,392,18 \text{ тис. грн.}$$

Приріст чистого прибутку визначають за мінусом податку на прибуток (18 % у теперішній час)

$$\Delta\text{ЧП} = \Delta\Pi \times 0,82$$

$$\Delta\text{ЧП} = 22\,392,18 \times 0,82 = 18\,443,58 \text{ тис. грн.}$$

Визначення економічної ефективності інвестицій на захід, що передбачається за проектом

Для оцінки ефективності інвестицій та інвестиційної привабливості проекту можна використовувати наступні показники (з урахуванням фактору часу по комерційній ставці дисконту):

чистий приведений (дисконтований) дохід (ЧПД)

індекс доходності (ІД)

термін окупності інвестицій (Ток).

Чистий приведений дохід NPV (NetPresentValue) – це показник, який порівнює потік грошових надходжень у вигляді прибутку і амортизаційних відрахувань з витратами - інвестиціями в капітальне будівництво, поновлення основних фондів виробництва і фонди для створення і накопичення оборотних коштів. Для розрахунку показника необхідно визначити розмір приведенного чистого грошового потоку від проекту і порівняти його з розміром інвестованого капіталу.

Грошовий потік від проекту $\Gamma\Pi_t$ у t -му періоді визначають за формулою:

$$\Gamma\Pi_t = \text{ЧП}_t + A_t \quad (3.7)$$

де $\Gamma\Pi$ – грошовий потік від проекту в t -му році;

ЧП_t і A_t – відповідно, чистий прибуток і амортизаційні відрахування в t -му році за проектом.

Приведений чистий грошовий потік підприємства ЧГП_t в t -му році від проекту визначають за формулою:

$$\text{ЧГП}_t = \frac{\Gamma\Pi_t}{(1+a)^t} \quad (3.8)$$

де a – реальна ставка дисконтування грошових сум.

Чиста поточна вартість проекту NPV дозволяє отримати найбільш узагальнену характеристику результату інвестування. Під чистою поточною вартістю проекту розуміють різницю між сумою приведених чистих грошових потоків і сумою інвестованого капіталу ІК.

Розрахунок показника проводять за формулою:

$$NPV = \sum_{t=1}^n ЧГП_t - ІК \quad (3.9)$$

Проект приймається, якщо $NPV > 0$.

Індекс дохідності (ІД) - це показник рентабельності, який розраховують на основі моделі:

$$ІД = \frac{\sum_{t=1}^n ЧГП_t}{ІК} \quad (3.10)$$

З формули випливає, що індекс дохідності є відношенням приведених грошових надходжень до приведених до початку реалізації інвестиційного проекту інвестицій.

Проект приймається, якщо індекс дохідності перевищує 1.

Період окупності Ток інвестицій визначають як період часу, протягом якого сума чистих грошових потоків стане рівною сумі інвестицій, або як відношення розміру інвестованого капіталу до усередненого ЧГП сер:

$$Ток = ІК / ЧГП_{сер} \quad (3.11)$$

Показник Ток можна також визначити за даними першого року.

Таблиця 3.12. Розрахунок показників інвестиційної привабливості проекту

Показники	Період реалізації проекту, роки			Всього
	0	1	2	
Приріст чистого доходу, тис. грн.		247413,98 00	247413,980 0	
Приріст витрат, тис. грн, в т.ч.		224921,80	224921,80	

Амортизація обладнання і будови		3168,675	3168,675	
Інвестиційні кошти в проект, всього тис. грн.	57 393,421			
Приріст прибутку до оподаткування, тис. грн.		18443,58	18443,58	
Податок на прибуток, тис.грн.		9658,98	9658,98	
Приріст чистого прибутку, тис.		44002,02	44002,02	
Приріст грошового потоку, тис. грн.		47170,7	47170,695	
Дисконтний множник (при 28 % ставки кредиту)		0,813	0,661	
ЧГП. тис. грн.		38349,78	31179,829	69529,6
Приріст ЧГП по відношенню до інвестицій		-24742,9	6436,96	
NPV, тис. грн.				6436,96
Середній ЧГП, тис. грн				34764,8
Період окупності Ток, рік				1,8
Індекс дохідності ІД				1,1

Формулювання висновків

Проведені розрахунки свідчать про доцільність та економічну обґрунтованість інвестиційного проекту. При розмірі інвестицій у розмірі 57993,42 тис. грн, строк їх окупності становитиме 1,8 року, що менше нормативного строку 4-5 років. Індекс дохідності складає 1,1 що перевищує одиницю, вказуючи на прибутковість проекту.

Проект демонструє позитивний приріст чистого доходу та чистого прибутку протягом періоду реалізації. За перший та другий рік приріст чистого доходу становить 247413,98 тис. грн. Інвестиційні кошти були успішно спрямовані на амортизацію обладнання та будівель, що становить 3168,68 тис. грн. Загальний чистий прибуток проекту (ЧП) за два роки становить 69529,60 тис. грн. Приріст ЧП по відношенню до інвестицій склав 6436,96 тис. грн, що свідчить про ефективність використання інвестиційних коштів.

Таким чином, проект є економічно вигідним, має швидкий строк окупності та високий індекс дохідності, що підтверджує його інвестиційну привабливість

та доцільність реалізації.

РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРА

ЦІ

4.1. Аналіз потенційно небезпечних та шкідливих факторів під час роботи

Небезпечні та шкідливі фактори на виробництві

Виробниче середовище на кондитерському підприємстві може мати різні небезпечні та шкідливі фактори, що впливають на працівників. Ці фактори можна класифікувати за чотирма основними групами: фізичні, хімічні, біологічні та психофізіологічні.

1. Фізичні фактори

Підвищена запиленість повітря: Недостатнє прибирання робочих зон може призвести до накопичення пилу, що впливає на дихальні шляхи працівників.

Знижена температура повітря: В зимовий період, якщо температура повітря в робочих зонах опалюється міською ТЕЦ і не перевищує 24°C, це може призвести до дискомфорту та зниження працездатності.

Підвищений рівень шуму: Вікна робочого кабінету, що виходять на основне виробництво, можуть спричиняти підвищений рівень шуму, що негативно впливає на слух працівників.

Знижена вологість повітря: При працюючому кондиціонері, вологість повітря може знижуватись до менш ніж 40%, що може призводити до сухості слизових оболонок та шкіри.

Підвищена рухливість повітря: Влітку, при працюючому кондиціонері, рухливість повітря може перевищувати 0,1 м/с, що може спричинити дискомфорт та охолодження працівників.

2. Хімічні фактори

Дратівливі речовини: Використання миючих засобів з високим вмістом хлору (> 0,05 мг/кг) під час прибирання робочого кабінету може

призводити до подразнення шкіри та дихальних шляхів.

3. Біологічні фактори

Патогенні мікроорганізми: Недотримання вимог особистої гігієни та накопичення пилу можуть сприяти розмноженню бактерій та вірусів, що може призводити до захворювань працівників.

4. Психофізіологічні фактори

Фізичні перевантаження: Статичні навантаження (гіподинамія) можуть призводити до порушень опорно-рухового апарату.

Нервово-психічні перевантаження: Розумове перевантаження та монотонність праці можуть спричиняти стрес та зниження продуктивності працівників.

Заходи щодо покращення охорони праці

Для мінімізації впливу зазначених небезпечних та шкідливих факторів на виробництві пастило-мармеладних виробів, слід вжити наступні заходи:

Поліпшення вентиляції та кондиціонування повітря:

Регулярне прибирання робочих зон для зменшення запиленості.

Контроль температури та вологості повітря у робочих приміщеннях.

Зниження рівня шуму:

Встановлення звукоізоляційних матеріалів у віконних конструкціях.

Використання засобів індивідуального захисту (навушники, беруші).

Використання безпечних миючих засобів:

Впровадження миючих засобів з низьким вмістом дратівливих речовин.

Підтримка гігієнічних умов:

Регулярне очищення та дезінфекція робочих зон.

Навчання персоналу правилам особистої гігієни.

Організація робочого часу та умов праці:

Розробка графіку роботи, що включає регулярні перерви.

Варіативність завдань для зменшення монотонності праці.

Медичний контроль та профілактика:

Регулярні медичні огляди працівників.

Проведення профілактичних заходів та вакцинацій.

Заходи і засоби захисту працюючих від ураження електричним струмом

Потенційна небезпека електричного ураження

Вся обчислювальна техніка та багато інших видів обладнання можуть становити потенційну небезпеку ураження електричним струмом. Під час експлуатації або проведення профілактичних робіт працівник може випадково торкнутися частин обладнання, що знаходяться під напругою.

Характеристика робочого приміщення

Приміщення, в якому знаходиться робоче місце працівника відділу маркетингу, належить до приміщень без підвищеної небезпеки. У нормальних умовах електричні мережі в таких приміщеннях досить безпечні завдяки надійній ізоляції та неагресивному середовищу, яке не руйнує цю ізоляцію. У приміщенні здійснені такі заходи захисту людей від ураження електричним струмом:

Захисне заземлення

Заземлюються системний блок та захисний екран монітора.

Надійний захист частин обладнання

Частини обладнання і проводка, що знаходяться під напругою, надійно захищені і розташовані в недоступних місцях.

Захисне занулення

Завдяки заземленню і майже повній відсутності відкритих металевих частин на сучасній комп'ютерній техніці, небезпека виникнення зарядів статичної електрики є дуже малою. Для зменшення

інтенсивності генерації електричних зарядів підлогове покриття виконується з антистатичного лінолеуму.

Потенційні небезпеки в робочому кабінеті

У робочому кабінеті працівника відділу маркетингу в безпосередній близькості один від одного розташовуються сполучні дроти, комутаційні кабелі, апаратура, пристрої, вузли яких нагріваються до 80–100°C. Для відведення надлишкової теплоти від ПК використовуються системи вентиляції та кондиціонування повітря.

Можливі ризики:

Оплавлення ізоляції сполучних проводів: Це може призвести до оголення проводів.

Коротке замикання: Може супроводжуватися іскрінням.

Для забезпечення безпеки працівників відділу маркетингу слід забезпечити додаткові заходи захисту, такі як регулярне обслуговування та перевірка електричного обладнання, а також підвищення рівня обізнаності працівників щодо правил безпеки при роботі з електричними пристроями.

Розміщення робочих місць

Відстань між робочими столами з моніторами (у напрямі тилу поверхні одного монітора й екрана іншого монітора) повинна бути не менше 2,0 м.

Відстань між бічними поверхнями моніторів повинна бути не менше 1,2 м.

Положення монітора

Екран монітора повинен знаходитися від очей користувача на оптимальній відстані 600-700 мм, але не ближче 500 мм з урахуванням розмірів алфавітно-цифрових знаків і символів.

Площина екрану повинна бути перпендикулярна нормальній лінії погляду.

Користувач повинен сидіти прямо перед екраном, а не збоку.

Екран повинен перебувати приблизно на 20 градусів нижче рівня очей.

Конструкція робочого місця

Робочий стілець (крісла): Конструкція повинна забезпечувати підтримку раціональної робочої пози під час роботи на ПК. Стілець повинен дозволяти змінювати позу з метою зниження статичної напруги м'язів шийно-плечової області і спини для попередження розвитку втоми.

Робочий стіл: Повинен мати вільний простір для ніг.

Режими праці та відпочинку

Для забезпечення оптимальної працездатності і збереження здоров'я працівників протягом робочої зміни повинні дотримуватися режими праці та відпочинку (регламентовані перерви).

Час перерв протягом робочої зміни слід встановлювати в залежності від її тривалості, виду і категорії трудової діяльності.

4.2. Пожежна вибухова безпека, заходи і засоби.

Характеристика приміщення

Пожежна безпека приміщення визначається особливостями технологічного процесу, що здійснюється у ньому, а також властивостями застосовуваних речовин і матеріалів. Приміщення, в якому знаходиться робочий кабінет працівника відділу маркетингу, розташоване у будівлі, що належить до II ступеня вогнестійкості.

Протипожежні перешкоди

Для запобігання розповсюдженню вогню під час пожежі з однієї частини будівлі на іншу, в будівлі влаштовані протипожежні перешкоди у вигляді стін та перегородок. Ці конструкції виготовлені з цегли, скла та металу. Дерев'яні конструкції просочені антипіренами, що знижує їх горючість.

Евакуаційні виходи

На випадок пожежі, для забезпечення безпечної евакуації людей, в будівлі передбачені евакуаційні виходи та шляхи, які мають штучне освітлення. Це дозволяє швидко та безпечно залишити приміщення у разі пожежі.

Захист від блискавки

Будівля відноситься до другої категорії по захисту від блискавки. Блискавкозахист виконаний стрижневими блискавковідводами, що дозволяє ефективно відводити електричні заряди під час грози та запобігати виникненню пожежі від удару блискавки.

Первинні засоби пожежогасіння

Для ліквідації пожежі в приміщенні, де розташоване робоче місце працівника, використовуються первинні засоби пожежогасіння. У кабінеті встановлений порошковий вогнегасник, який може бути використаний для гасіння електроприладів та іншого обладнання.

Додаткові засоби пожежогасіння

Аптечка першої медичної допомоги: Розташована біля вхідних дверей, аптечка дозволяє швидко надати допомогу у разі поранень чи опіків.

Спеціальний ящик з піском: Знаходиться на сходовій клітці, пісок може бути використаний для гасіння невеликих загорянь.

Ящик з пожежним стволом та рукавом: На стіні приміщення розташований ящик з пожежним стволом та пожежним рукавом з тканинного матеріалу, що дозволяє ефективно гасити пожежі у разі їх виникнення.

Система пожежної сигналізації

У кабінеті під стелею встановлені чотири димових пожежних сповіщувачі системи сигналізації. Ці сповіщувачі призначені для виявлення диму та оповіщення про пожежу, що дозволяє своєчасно реагувати на виникнення загоряння та вживати необхідних заходів для його ліквідації.

Ймовірність займання

У робочому кабінеті існує ймовірність займання від електропроводки або спалаху електроприладів. Тому важливо забезпечити регулярний контроль стану електричних мереж та обладнання, а також дотримуватися правил безпеки при їх експлуатації.

Завдяки цим заходам та засобам пожежогасіння, приміщення, в якому знаходиться робочий кабінет працівника відділу маркетингу, є достатньо захищеним від пожежі, що дозволяє забезпечити безпеку працівників і зберегти матеріальні цінності.

ВИСНОВКИ

Мета дослідження

Метою даної роботи є оцінка інвестиційної привабливості впровадження технології виробництва пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка.

Завдання дослідження

Відповідно до поставленої мети, дослідження передбачає виконання наступних завдань:

Дослідження теоретичних основ та методів оцінки інвестиційної привабливості інвестиційних проектів.

Аналіз сучасних тенденцій розвитку підприємств кондитерської галузі України для виявлення перспектив їх розвитку за рахунок впровадження інвестиційних проектів.

Проведення техніко-економічного обґрунтування та розрахунків для проектів впровадження технології пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка.

Результати дослідження

Проведене дослідження теоретичних основ оцінки інвестиційної привабливості проектів дозволило зробити висновок, що інвестиції є багатогранною економічною категорією, яка включає всі види майнових

та інтелектуальних цінностей, вкладених в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті чого створюється прибуток або досягається соціальний ефект. В цьому контексті, інвестиційний проект визначається як оптимальний набір дій інвестора, що поєднує людські, матеріальні та інші ресурси для досягнення економічного і соціального розвитку.

Етапи аналізу інвестиційного проекту

Дослідження інвестиційної ідеї:

Формулювання початкової ідеї.

Оцінка потенційної рентабельності та відповідності стратегічним цілям підприємства.

Ідентифікація проекту:

Врахування зовнішніх умов (економічне середовище, законодавчі обмеження, ринкові тенденції).

Врахування внутрішніх умов (ресурси підприємства, організаційна структура, виробничі можливості).

Комплексний аналіз інвестиційного проекту:

Оцінка витрат і вигоди проекту.

Аналіз ризиків та розробка стратегії їх мінімізації.

Фінансовий аналіз (розрахунок показників NPV, IRR, терміну окупності та інших фінансових метрик).

Формування підсумкової оцінки та рекомендацій:

Підготовка підсумкової звітності з висновками щодо доцільності реалізації проекту.

Розробка рекомендацій для інвестора щодо ухвалення рішення про інвестування.

Оцінка ефективності інвестиційних проектів

Ефективність інвестиційних проектів оцінюється за допомогою кількісних та якісних методів.

Кількісна оцінка:

Визначення грошових потоків, які проект генерує або споживає.

Розрахунок фінансових показників, таких як чиста теперішня вартість (NPV), внутрішня норма доходності (IRR), термін окупності (PBP), рентабельність інвестицій (ROI).

Якісна оцінка:

Аналіз впливу проекту на соціальне середовище (створення нових робочих місць, підвищення рівня життя).

Екологічна оцінка (вплив на навколишнє середовище, заходи з мінімізації негативного впливу).

Інтелектуальна оцінка (підвищення рівня знань та кваліфікації персоналу, впровадження інновацій).

Висновки щодо інвестиційної привабливості

Для успішної реалізації інвестиційних проектів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка важливо не тільки ретельно оцінювати їх інвестиційну привабливість з кількісної та якісної точок зору, але й враховувати всі можливі ризики та розробляти ефективні стратегії їх управління.

Використані критерії та методи інвестиційного аналізу

Критерії та методи, що використовуються в інвестиційному аналізі, включають:

Метод чистої приведеної вартості (NPV): оцінює різницю між теперішньою вартістю грошових потоків, які генерує проект, і початковими інвестиціями. Проект вважається привабливим, якщо NPV є позитивною величиною.

Метод визначення строку окупності інвестицій (PP): визначає час, за який початкові інвестиції будуть повернені за рахунок грошових потоків, що генерує проект.

Метод оцінки внутрішньої норми прибутковості інвестицій (IRR): знаходить ставку дисконту, при якій чиста приведена вартість проекту дорівнює нулю. Якщо IRR перевищує вартість капіталу, проект є

привабливим.

Метод оцінки індексу рентабельності (PI): співвідношення теперішньої вартості грошових потоків до початкових інвестицій. Значення PI більше 1 свідчить про доцільність інвестування.

Коефіцієнт ефективності інвестицій (ARR): розраховує середню прибутковість інвестиційного проекту за весь період його реалізації.

Аналіз ринку кондитерських виробів в Україні

Стан ринку кондитерських виробів в Україні визначається двома основними факторами:

Попит на солодке: Українці традиційно люблять солодке, що сприяє наявності великої кількості виробників кондитерської продукції на ринку. Ці виробники активно конкурують між собою за увагу покупців.

Необхідність економічних пріоритетів: Кондитерські вироби не належать до першочергових продуктів харчування. В періоди економічних потрясінь споживання солодощів може зменшуватись, що впливає на обсяги продажів і прибутків виробників.

Тенденції та проблеми розвитку кондитерської галузі

Аналіз тенденцій та проблем розвитку підприємств кондитерської галузі показав різноспрямований вплив на підприємства. Незважаючи на загальні тенденції, результати діяльності окремих підприємств можуть сильно відрізнятись. Деякі підприємства демонструють значне зростання прибутків, тоді як інші стикаються зі значними втратами.

Потенційні інвестиційні перспективи

Підприємства кондитерської галузі мають потенційні сприятливі інвестиційні перспективи. Це свідчить про можливість залучення інвестицій для подальшого розвитку галузі.

Висновок:

Таким чином, впровадження технології виробництва пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка є

економічно обґрунтованим і перспективним. Ефективне управління інвестиціями, аналіз ризиків та врахування сучасних тенденцій ринку дозволять забезпечити успішну реалізацію проекту, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства і забезпеченню стійкого економічного зростання.

Інвестиції у впровадження нових технологій, таких як виробництво пастило-мармеладних виробів, створюють можливості для значного підвищення ефективності виробництва. Завдяки впровадженню сучасного обладнання та передових технологій, підприємство зможе знизити витрати на виробництво, що дозволить знизити собівартість продукції та збільшити її рентабельність. Крім того, висока якість продукції, яка буде досягнута завдяки використанню нових технологій, сприятиме збільшенню лояльності споживачів та розширенню ринкової частки підприємства.

Впровадження нових технологій також дозволить підприємству краще адаптуватися до змін у споживчих вподобаннях та вимогах ринку. Сучасні споживачі все більше орієнтуються на натуральні та корисні продукти, тому виробництво пастило-мармеладних виробів з використанням натуральних інгредієнтів задовольнить цей попит. Це дозволить підприємству зайняти провідні позиції на ринку та забезпечити стійке зростання обсягів продажів.

Крім того, впровадження нових технологій створює додаткові можливості для експорту продукції на зовнішні ринки. Висока якість та конкурентоспроможна ціна продукції дозволять підприємству успішно конкурувати на міжнародному ринку та збільшити валютні надходження. Це сприятиме зміцненню економічного стану підприємства та забезпечить додаткові ресурси для його розвитку.

Важливим аспектом успішної реалізації проекту є також соціально-економічний ефект. Впровадження нових технологій створить нові робочі місця, що сприятиме зниженню рівня безробіття та

підвищенню рівня життя місцевого населення. Збільшення обсягів виробництва та підвищення ефективності підприємства дозволять збільшити податкові надходження до місцевого бюджету, що забезпечить додаткові ресурси для реалізації соціальних та інфраструктурних проєктів у регіоні.

Загалом, впровадження технології виробництва пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м. Жмеринка є перспективним кроком, який сприятиме розвитку підприємства, підвищенню його конкурентоспроможності та забезпеченню стійкого економічного зростання. Реалізація цього проєкту дозволить підприємству не тільки зміцнити свої позиції на внутрішньому ринку, але й вийти на нові міжнародні ринки, що сприятиме його подальшому розвитку та успіху. Врахування сучасних тенденцій ринку, ефективне управління інвестиціями та аналіз ризиків є ключовими чинниками успішної реалізації проєкту та забезпечення його стійкості в довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/1560-12>.
2. Закон України «Про режим іноземного інвестування» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/93/96-%D0%B2%D1%80>.
3. Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента / И.А. Бланк. Т. 1. – К.: Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – 536 с.
4. Business Dictionary [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.businessdictionary.com/definition/investment-project.html>.
5. Соколюк К.Ю. Інвестиційний проєкт як засіб реалізації інвестиційних ресурсів / К.Ю. Соколюк //
6. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – №2(77). – 2013. – С. 82-91.
7. Рач В.А. Особливості комерційного аспекту проєктного аналізу регіональних освітніх проєктів / В.А. Рач, А.Ю. Борзенко-Мірошніченко // Управління проєктами та Розвиток виробництва: Зб. наук. пр. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2010. – № 1(33). – С. 112-119.
8. I. Hurjui, M. C. Hurjui Investment projects: general presentation, definition, classification, characteristic stages. The Annals of The «Ștefan cel Mare» University Suceava. No. 8, 2008. P. 92–98.
9. Пересада А.А. Інвестиційний аналіз: підручник / А.А. Пересада, Т.В. Майорова, С.В. Онікієнко, Ю.М. Коваленко, С.В. Урванцева // Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» – 2-ге вид., переробл. та доповн. – К., 2008. – 544 с.
10. Аналіз і розробка інвестиційних проєктів : навч. посібник / [І. І.

- Цигилик, С. О. Кропельницька, М. М. Білий, О. І. Мозіль]. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 160 с.
11. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк. – К. : Эльга, Ника–Центр, 2001. – 552 с.
12. Ковальчук Т.М., Вергун А. І. Фінансовий аналіз у системі управління реальними інвестиціями: монографія / Т.М. Ковальчук, А.І. Вергун– Чернівці : Чернівецький нац. ун-т 2011. – 246 с.
13. Інвестиційна привабливість аграрно-промислового виробництва регіонів України / [П. Т. Саблук, М. І. Кісіль, М. Ю. Коденська та ін.] ; за ред. М. І. Кісіля, М. Ю. Коденської. – К.: ННЦІАЕ, 2005. – 478 с.
14. 1. Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи бакалавра студентами спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» освітньої програми «Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі» денної та заочної форми навчання / Укл. Н.Й. Басюркіна. Одеса: ОНТУ, 2024. 20 с.
16. 2. Методичні вказівки до виконання і оформлення дипломної роботи –економічної частини міжкафедрального комплексного дипломного проекту студентів напряму підготовки 076 «Підприємництво та торгівля » за освітньою програмою «Підприємництво і торгівля, товарознавство і експертиза в митній справі» денної та заочної форми навчання / Укл. Н.Й. Басюркіна, В.А. Шалений. Одеса: ОНТУ, 2023. 38 с.
17. 3. Басюркіна Н.Й. Кон'юнктура світових ринків товарів та послуг : конспект лекцій для бакалаврів спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» денної та заочної форм навчання. Одеса: ОНТУ, 2023. 27 с.
18. 4. Вігуржинська С.Ю., Басюркіна Н.Й., Свистун Т. В. Економіка підприємства : навч. посібник / за ред. С.Ю. Вігуржинської.

Одеса : ОНАХТ, 2018. 116 с.

19. 5. Карпов В.А., Басюркіна Н.Й., Горбаченко С.А., ШевченкоПерепьолкіна Р.І. Проектний аналіз : навч. посібник / за ред. проф. Карпова В.А. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2019. 324 с.

20. 6. Методи проведення спеціальних економічних розрахунків : підручник /

21. Осіпов П.В., Басюркіна Н.Й., Дудка Т.В. та ін.; під ред. д.е.н., проф. Осіпова П.В. Одеса : Друк, 2010. 262 с.

22. 7. Товарознавство споживчих товарів. Пакування. Митне оформлення: навч. посібник у 2 частинах. Я.Г. Верхівкер та інші. Херсон: Олді+, 2022, 324 с

23. <https://elc.library.onaft.edu.ua/libraryw/DocumentDescription?docid=OdONANT.1836835>

24. 8. Товарознавство споживчих товарів. Пакування. Митне Оформлення.тЛабораторний практикум до виконання лабораторних, практичних та самостійних робіт студентами СВО «Бакалавр» та «Магістр». Я.Г. Верхівкер та інші. Херсон: Олді+, 2021, 308 с.

25. <https://elc.library.onaft.edu.ua/libraryw/DocumentDescription?docid=OdONANT.1688690>

26. 9. Трансформації вітчизняного підприємництва в умовах ризиків і загроз сьогодення /[Басюркіна Н.Й. та ін.]; за ред. д.е.н., проф. Басюркіної Н.Й.; Одеський нац. технологічний ун-т. Ів.-Франківськ : ОНТУ, 2023. 467 с.

27. 10. Ефективність використання інноваційно-інвестиційного потенціалу продовольчого бізнесу / Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. к.е.н. Бровкіної Ю.О. Одеса : ОНАХТ, 2020. 218 с.

28. 11. Інноваційно-інвестиційний розвиток бізнес-структур в

Україні : монографія / Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. д.е.н.

Басюркіної Н.Й. Одеса : ОНАХТ, 2019. 226 с.. Економічні трансформації
бізнес-структур в Україні : монографія /

29. Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. д.е.н. Басюркіної Н.Й. Одеса :
ОНАХТ, 2018. 288 с.

30. 13. Привабливість харчового бізнесу в Україні :
монографія / Басюркіна Н.Й. та ін.; за ред. д.е.н. Басюркіної Н.Й. Одеса :
ОНАХТ, 2017. 192 с.

31. 14. Басюркіна Н.Й. Агропромислові формування в
забезпеченні продовольчої безпеки : монографія. Одеса: ІПРЕЕД НАНУ,
2013. 441 с.

32. 15. Басюркіна Н.Й. Дудка Т.В., Меліх О.О. Адаптація
харчових підприємств України до нестабільних умов господарювання :
Монографія // Одеса : ОНАХТ, 2013. 160 с.

33. 16. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами
діяльності.

34. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL:
<http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 30.03.2024).

Додаток А

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра управління бізнесом
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» Освітня
програма «Економіка підприємства»
Науковий рівень: магістр

ГРАФІЧНІ МАТЕРІАЛИ

докваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему «Оцінка інвестиційної привабливості впровадження технології
пастило-мармеладних виробів на кондитерському підприємстві в м.
Жмеринка»

1.1 Таблиця 1.1 Класифікація інвестиційних проектів виробничих підприємств за окремими класифікаційними ознаками

Класифікаційна ознака	Види проектів
1.Період реалізації	Короткострокові (до 1 року), середньострокові (1–2 роки), довгострокові (3–5 років)
2.Відношення до діючого підприємства чи виробництва	Проекти на діючому підприємстві, проекти створення нового підприємства
3.Відношення до діючих основних фондів	Розширення виробництва, модернізація устаткування, технічне переозброєння, повна реконструкція
4.Масштаб проекту	Тактичні проекти, стратегічні проекти
5.Форма реальних активів	Інвестиції в основні фонди, інвестиції в оборотні фонди
6.Вартість проекту	Дрібні (до 300 тис. дол. США), середні (300 тис. – 2 млн. дол. США), великі (понад 2 млн. дол. США)
7.Клас проектів	Мегапроекти, мультипроекти, монопроекти
8.Схема фінансування	Внутрішні джерела, акціонування, позикові джерела
9.Сумісність реалізації	Незалежні від інших проектів, залежні від інших проектів
10.Тривалість реалізації	Короткотермінові (до 1 року), середньотермінові (1–2 роки), довготермінові (3–5 років)
11.Види проектів	Із затвердженими фондами фінансування, без затверджених фондів фінансування

Життєвий цикл інвестиційного проекту



Рис. 1.1. Життєвий цикл інвестиційного проекту

Рис. 2.2 Кількість кондитерських підприємств, од

Рік	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Кількість підприємств	1000	950	900	870	850	830



Рис. 3.1. Структура валової доданої вартості у промисловості Вінницький області



Рис. 3.2. Обсяги реалізованої промислової продукції Вінницький області у 2020

Таблиця 3.3. Калькуляція собівартості запланованого річного обсягу продукції

№	Найменування статей витрат (варіант)	Обсяг випуску продукції					
		Витрати на виробництво і реалізацію					
		Зефір «Біло-рожевий»		Мармелад «Тришаровий»		Пат «Фруктовий»	
		на 1 тонну, тис.грн	на весь обсяг виробництва, тис. грн. 1200 т	на 1 тонну, у тис.грн	на весь обсяг виробництва, тис. грн. 550 т	на 1 тонну, тис.грн.	на весь обсяг виробництва, тис. грн. 660 т
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Сировина	98,81	118572,00	74,53	40991,50	52,85	34881,00
2	Допоміжні матеріали	1,38	1657,20	1,38	759,55	1,38	911,46

3	Тара	0,41	492,00	0,41	225,50	0,41	270,60
4	Енергетичні ресурси (електр., пара, холодна вода, паливо)	5,28	6336,00	5,28	2904,00	5,28	3484,80
5	Заробітна плата основна	0,45	534,56	0,97	534,56	0,81	534,56
6	Заробітна плата додаткова	0,13	160,37	0,29	160,37	0,24	160,37
7	Відрахування на соціальні заходи	0,13	152,88	0,28	152,88	0,23	152,88
8	Затрати на утримання та експлуатацію обладнання, в т.ч амортизація	0,29	347,47	0,63	347,47	0,53	347,47
9	Загальновиробничі витрати	0,29	347,47	0,63	347,47	0,53	347,47
10	Інші витрати	0,29	347,47	0,63	347,47	0,53	347,47
Виробнича собівартість		107,46	128947,41	85,04	46770,76	62,78	41438,07
11	Адміністративні витрати	0,35	416,96	0,76	416,96	0,63	416,96
12	Витрати на збут	3,22	3868,42	2,55	1403,12	1,88	1243,14
Повна собівартість		111,03	133232,79	88,35	48590,84	65,30	43098,17