

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

ННІ економіки, управління і бізнесу ім. Г.Е. Вейнштейна
Кафедра економіки промисловості
Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітня програма «Економіка підприємства»



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему «Фактори та резерви зростання прибутку та рентабельності ТОВ «МК Галичина» в сучасних умовах»

ШИФР КРБ.ЕП.1.612-03.3.4

Здобувачки _____ Стратулат Т.А.

Керівник _____ проф. Кулаковська Т.А.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 16 червня 2025 р., протокол № 17

Завідувач кафедри
економіки промисловості _____

Тетяна КУЛАКОВСЬКА

Одеса – 2025 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ННІ економіки, управління і бізнесу ім. Г.Е. Вейнштейна
Кафедра економіки промисловості
Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітня програма «Економіка підприємства»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. зав. кафедри економіки промисловості

«04» листопада 2024 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

здобувачці

СТРАТУЛАТ ТЕТЯНИ АНДРІЇВНИ

1. Тема роботи «Фактори та резерви зростання прибутку та рентабельності ТОВ «МК Галичина»
Затверджена наказом ОНТУ від 01.10.2024 № 612-03.
2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 16.06.2025 р.
3. Вихідні дані роботи: *наукові праці вітчизняних та іноземних науковців, огляд ринку молочних виробів, статистична звітність ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2021-2022 рр., джерела інтернет-сайтів.*
4. Перелік питань, які потрібно розробити: *Розділ 1. Прибуток та рентабельність як результати господарської діяльності підприємства; Розділ 2. Діагностика зовнішнього середовища та економічного стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина»;* *Розділ 3. Оцінка ефективності заходу з підвищення прибутку та рентабельності підприємства*
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): таблиць – 14, рисунків – 3.
6. Дата видачі завдання 04.11.2024

Керівник _____ Кулаковська Т.А.

Завдання прийняв до виконання _____ Стратулат Т.А.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	<i>Розробка теоретичного розділу за темою кваліфікаційної роботи</i>	<i>15.03.25 - 31.03.25</i>	<i>виконано</i>
2	<i>Діагностика зовнішнього середовища підприємства</i>	<i>01.04.25 - 15.04.25</i>	<i>виконано</i>
3	<i>Діагностика виробничо-господарської та фінансової діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за два роки</i>	<i>16.04.25 - 05.05.25</i>	<i>виконано</i>
4	<i>Розробка проєкту заходів з покращення фінансово-економічного стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина» та розрахунок економічної ефективності</i>	<i>06.05.25 - 11.06.25</i>	<i>виконано</i>
5	<i>Оформлення кваліфікаційної роботи</i>	<i>12.06.25 - 16.06.25</i>	<i>виконано</i>

Здобувач-бакалавр _____ Стратулат Т.А.

Керівник роботи _____ Кулаковська Т.А.

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-бакалавр Стратулат Т.А. _____

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра

КРБ містить 111 сторінок, 48 таблиць, 3 рисунки, список використаних джерел з 62 найменувань, 11 додатків.

Метою виконання роботи є пошук шляхів та резервів зростання прибутку та рентабельності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» та розробка практичних пропозицій для їх запровадження.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають процеси управління прибутковістю підприємства.

Предметом дослідження є шляхи та резерви зростання прибутку та рентабельності ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Завданнями роботи передбачено дослідити науково-теоретичні основи управління прибутком та рентабельністю підприємства; проаналізувати стан зовнішнього середовища молокопереробної галузі України; провести діагностику внутрішнього стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2023-2024 рр.; розробити пропозиції з підвищення прибутку та рентабельності на підприємстві; оцінити ефективність проекту з підвищення прибутку та рентабельності на підприємстві.

За результатами виконаної роботи сформульовані пропозиції з покращення фінансово-економічного стану підприємств молокопереробної галузі України.

Отримані результати можуть бути використані на підприємствах молокопереробної галузі України.

Рік виконання роботи 2025

Рік захисту роботи 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ПРИБУТОК ТА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ЯК РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	10
1.1. Еволюція концепції прибутку.....	10
1.2. Види прибутку, порядок розрахунку прибутку підприємства.....	13
1.3. Сутність і методи визначення рентабельності.....	18
1.4. Шляхи одержання, підвищення та використання прибутку	22
1.5. Резерви зростання прибутку та рентабельності в молокопереробній галузі України.....	28
Висновок за Розділом 1	30
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТОВ «МОЛОЧНА КОМПАНІЯ «ГАЛИЧИНА».....	32
2.1. Сучасний стан молокопереробної галузі та перспективи її розвитку.....	32
2.2. Техніко-економічна характеристика ТОВ «Молочна компанія «Галичина».....	41
2.3. Діагностика внутрішнього стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина».....	45
2.3.1. Аналіз обсягу виробництва та реалізації продукції.....	45
2.3.2. Аналіз динаміки, структури й ефективності використання основних засобів.....	47
2.3.3. Аналіз складу, структури й динаміки оборотних коштів.....	52
2.3.4. Аналіз забезпечення підприємства трудовими ресурсами й ефективності їхнього використання.....	54
2.3.5. Аналіз витрат на виробництво за елементами витрат.....	59
2.4. Діагностика фінансового стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина»....	61
2.5. SWOT-аналіз діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина».....	77
ВИСНОВКИ за Розділом 2.....	80
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДУ З ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	83

3.1. Обґрунтування доцільності впровадження у виробництво нового продукту «йогурту з ягодами годжі та насінням чіа».....	83
3.2. Розрахунок економічної ефективності впровадження нової продукції «Йогурт з ягодами годжі та насінням чіа».....	89
3.3. Оцінка економічної ефективності інвестиційного проекту звиробництва йогурту з ягодами годжі та насінням чіа	95
3.4. Вплив заходів на основні техніко-економічні показники ТОВ «Молочна компанія «Галичина»	96
ВИСНОВКИ за Розділом 3.....	99
ВИСНОВКИ.....	101
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	106
ДОДАТКИ	

ВСТУП

У сучасних умовах функціонування національної економіки, що супроводжуються нестабільною макроекономічною ситуацією, зовнішніми викликами та трансформацією внутрішнього споживчого ринку, особливої актуальності набуває питання забезпечення стабільного прибутку та рентабельності підприємств агропродовольчого сектору. Одним із таких стратегічно важливих учасників галузі є ТОВ «Молочна компанія «Галичина», яке посідає провідні позиції на ринку молочної продукції України, зокрема у сегменті ферментованих виробів.

Зростання прибутковості та рентабельності підприємства є не лише запорукою його фінансової стійкості, а й передумовою для збереження конкурентоспроможності, модернізації виробництва та розширення ринків збуту. Водночас на діяльність компанії впливають численні фактори, зокрема: зниження обсягів сировинної бази, зростання собівартості продукції, інфляційний тиск, скорочення платоспроможного попиту, а також конкуренція з боку імпортних виробників. В умовах воєнного стану ці фактори посилюються, а отже, необхідність пошуку внутрішніх резервів та стратегічних підходів до зростання ефективності діяльності набуває першочергового значення.

Актуальність теми також обумовлена потребою у виявленні потенціалу підвищення прибутковості через оптимізацію витрат, підвищення продуктивності праці, удосконалення асортиментної політики, диверсифікацію каналів збуту та зміцнення позицій на зовнішніх ринках. Дослідження факторів впливу та внутрішніх резервів зростання прибутку й рентабельності підприємства дозволяє обґрунтувати конкретні управлінські рішення, що сприятимуть посиленню фінансово-економічної стабільності ТОВ «МК Галичина» в умовах невизначеності.

Таким чином, науково-практична значущість теми зумовлена необхідністю забезпечення ефективного функціонування одного з ключових

вітчизняних виробників молочної продукції, що є вагомим елементом національного продовольчого суверенітету.

Метою виконання роботи є пошук шляхів та резервів зростання прибутку та рентабельності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» та розробка практичних пропозицій для їх запровадження.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають процеси управління прибутковістю підприємства.

Предметом дослідження є шляхи та резерви зростання прибутку та рентабельності ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Завданнями роботи передбачено:

- дослідити науково-теоретичні основи управління прибутком та рентабельністю підприємства;
- проаналізувати стан зовнішнього середовища молокопереробної галузі України;
- провести діагностику внутрішнього стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2023-2024 рр.;
- розробити пропозиції з підвищення прибутку та рентабельності на підприємстві;
- оцінити ефективність проекту з підвищення прибутку та рентабельності на підприємстві.

Методи дослідження: абсолютних і порівняльних переваг, аналітичні, індукції та дедукції, аналізу та синтезу, факторний аналіз.

Інформаційної базою дослідження є статистична інформація Державного комітету статистики України, дані Міністерства аграрної політики України, статистична і фінансова звітність підприємств за 2 роки, матеріали досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених, опубліковані у періодичних виданнях та розміщені у мережі Інтернет.

За результатами дослідження було підготовлено тези доповіді: Стратулат Т.А. Шляхи підвищення прибутковості молокопереробної галузі України. *Матеріали VII Всеукраїнської студентської науково-практичної*

конференції «Актуальні аспекти соціально-економічного розвитку України: погляд молоді» (17-18 квітня 2025 року). Одеса: ОНТУ, 2025. С. 69-70 (516 с.)

РОЗДІЛ 1

ПРИБУТОК ТА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ЯК РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Еволюція концепції прибутку

У ринковій економіці поняття прибутку є ключовим індикатором ефективності господарської діяльності, тісно пов'язаним із розвитком товарно-грошових відносин і формуванням права власності, зокрема її приватної форми. Історично прибуток сприймався як валовий дохід, який за класичною схемою поділявся на доходи від трьох основних факторів виробництва – капіталу, землі та праці [1].

А. Сміт, засновник класичної економічної школи, розглядав прибуток як винагорода за використання капіталу, що забезпечує нагромадження багатства нації. Дж. Ст. Мілль розвивав цю ідею, пов'язуючи прибуток з результатами економічного обміну та розподілу [2]. Д. Рікардо пішов далі, сформулювавши теорію диференціального прибутку та нормального прибутку як рівноважного доходу в умовах конкуренції [3].

У кінці XIX – на початку XX століття сформувався неокласичний підхід до аналізу прибутку. Згідно з теорією граничної продуктивності, прибуток виникає як винагорода за внесок капіталу у виробничий процес. Л. Вальрас, у межах загальної рівноваги, стверджував, що прибуток визначається взаємодією факторів виробництва на конкурентному ринку. А. Пігу та А. Маршал доповнили ці підходи, акцентуючи на підприємницькому таланті та інноваціях як джерелах прибутку [4-5].

У XX столітті Дж. М. Кейнс запропонував альтернативне бачення: прибуток виникає внаслідок ефективного попиту. Саме сукупні витрати домашніх господарств, бізнесу та держави формують рівень доходів, а отже й прибутковість підприємств [6]. Це означає, що прибуток залежить не лише від виробничих витрат, але й від попиту на продукцію на ринку.

У сучасній економічній теорії прибуток розглядається як результат функціонування підприємства в умовах ризику та невизначеності. Й. Шумпетер підкреслював інноваційну роль підприємця, де прибуток – це винагорода за впровадження нововведень [7]. Інші економісти, зокрема Фр. Найт, трактували прибуток як компенсацію за ризик, притаманний підприємницькій діяльності [8].

У межах марксистської політичної економії прибуток визначається як грошове вираження додаткової вартості, створеної працею найманих працівників. К. Маркс вважав, що прибуток походить із частини вартості, не виплаченої працівникам у вигляді заробітної плати, а отже є експлуатативною формою доходу [9].

З урахуванням трансформації економіки України та переходу до ринкових відносин, підходи до трактування прибутку зазнають змін. М. Коробів вважає прибуток основною формою грошових нагромаджень підприємства. Д. С. Моляков трактує його як грошове вираження частини вартості додаткового продукту [10].

Еволюція поглядів на прибуток демонструє поступову трансформацію від натуралістичного та юридичного підходів до комплексного економіко-соціального аналізу. Сучасна теорія прибутку враховує не лише виробничі й ринкові чинники, а й роль підприємництва, ризику, інновацій та інституційного середовища. Це робить прибуток універсальною категорією, здатною відображати стан і тенденції розвитку економічної системи.

В табл. 1.1 наведені трактування дефініції «прибуток» українськими та зарубіжними науковцями.

Таблиця 1.1

Трактування прибутку як економічної категорії різними українськими та зарубіжними науковцями

Автор(и)	Трактування прибутку
Покровська Н. та Катрич Д.	Розглядають прибуток підприємства як різницю між доходами та витратами, акцентуючи на його ролі як індикатора успішності, засобу захисту від банкрутства та основи стабільного розвитку. Наголошують на різноманітних функціональних інтерпретаціях: як чистий дохід,

Автор(и)	Трактування прибутку
	створена додана вартість, грошова форма результату виробничої та фінансової діяльності.
Бабушкіна І. – Синькевич Н.	Визначають прибуток як економічну категорію, що характеризується ефективністю ресурсів, фондовіддачею, продуктивністю праці; підкреслюють його функції як координатора виробничого процесу та показника результативності.
Ткачук Д.	Визначає прибуток як «грошову форму чистого доходу підприємця на вкладений капітал», що є винагородою за ризик; додає, що прибуток забезпечує фінансовий результат та потенціал розвитку підприємства.
Fred Foldvary	Розрізняє бухгалтерський та економічний прибуток; економічний прибуток – це прибуток з урахуванням неявних витрат, включаючи альтернативні витрати на капітал, компенсовані ризиками та інфлюенційною складовою.
Francis A. Walker	Теорія «рентадиференційної здатності» – прибуток є нагородою підприємцю за його здібності й спрямовані на відмінні результати в порівнянні з менш ефективними підприємцями.
К. Маркс	В межах марксизму прибуток пояснюється як реалізація додаткової вартості, створеної працею та привласненої капіталістом; розглядається як форма експлуатації праці.
Frank Knight	У праці «Risk, Uncertainty and Profit» підкреслює, що прибуток – це винагорода підприємцю за прийняті ним рішення в умовах невизначеності та ризику.
Eugen von Böhm-Bawerk	Аналізує час і капітал, стверджуючи, що фактор часу та очікувані доходи визначають «часовий» прибуток у ліберальній теорії капіталу.
Lev Gatovsky	У контексті соціалістичної економіки трактував прибуток як залишковий дохід після покриття витрат; служить стимулом для підвищення ефективності підприємства.

Джерела: систематизовано автором на основі [8, 9, 11-17]

Інтерпретація прибутку в економічній науці розвивалася від простої суми від доходів за мінусом витрат до багатовимірних трактувань із урахуванням ризику, альтернативних витрат, підприємницьких здібностей, ефективності ресурсів, соціальної ролі та ступеня експлуатації праці. Українські дослідники підтримують цю багатовекторність, поєднуючи класичні економічні та сучасні функціональні підходи. Якщо бажаєте, можемо детальніше розібрати якусь із згаданих теорій чи запропонувати джерела для глибшого вивчення.

Прибуток як економічна категорія проявляє себе через функції. До функцій прибутку можна віднести:

1. оціночну, яка сигналізує про ефективність використання ресурсів;

2. розподільну, яка визначає частку кожного суб'єкта у виробничому процесі;
3. стимулюючу, яка сприяє впровадженню інновацій і технологій;
4. інформаційну, яка відображає ринкову ситуацію, попит і пропозицію;
5. регулююча, яка допомагає адаптувати структуру виробництва до потреб ринку;
6. фінансову, яка забезпечує джерела самофінансування підприємства.

1.2. Види прибутку, порядок розрахунку прибутку підприємства

Прибуток у сучасній економічній теорії розглядається як одна з провідних форм прояву ефективності господарської діяльності підприємства. Згідно з концепцією доданої вартості, прибуток є частиною новоствореної вартості, яка залишається у підприємства після покриття витрат на виробничу та комерційну діяльність [5]. В економічному сенсі прибуток є ключовим джерелом нагромадження, розподілу та стимулювання.

Економічна сутність прибутку полягає у перевищенні доходів підприємства над його витратами. Цей надлишок формується внаслідок реалізації продукції або надання послуг за ціною, що перевищує собівартість виробництва. У разі, якщо ціна реалізації є нижчою за витрати, підприємство фіксує збиток.

Ряд вчених визначають суть прибутку, як економічної категорії, у тих функціях, які він виконує: нагромадження, стимулювання, розподіл.

Функція нагромадження проявляє себе в тім, що прибуток – основне джерело збільшення власних активів підприємства (придбання основних і оборотних фондів). Функція розподілу виражається в його присвоєнні і розподілі між підприємством і державою, між підприємством і власниками. Функцію розподілу ще називають функцією присвоєння прибутку. Сучасна економічна теорія й практика передбачають, що прибуток належить власникам підприємств, а не власникам засобів виробництва. Особливо дана функція

актуальна в сучасних умовах розвитку економіки України. Адже приватна власність передбачає право власників на кінцевий фінансовий результат діяльності.

Стимулююча функція прибутку складається в заохоченні управлінського персоналу за результатами звітного періоду, підвищення рівня оплати праці за високі виробничі показники.

Зазначені функції тісно переплетені і разом визначають фінансову стратегію підприємства.

На практиці розрізняють кілька класифікацій прибутку залежно від різних критеріальних ознак.

Таблиця 1.2

Класифікації видів прибутку

Класифікаційна ознака	Види прибутку
Види діяльності	1. Прибуток від звичайної діяльності: - прибуток від операційної діяльності; - прибуток від фінансової діяльності; - прибуток від інвестиційної діяльності. 2. Прибуток від надзвичайної діяльності.
Порядок розрахунку	1. Валовий прибуток. 2. Прибуток від операційної діяльності. 3. Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування. 4. Прибуток від звичайної діяльності. 5. Чистий прибуток.
Зміст складових прибутку	1. Валовий прибуток. 2. Операційний прибуток. 3. Маржинальний прибуток.
Період формування	1. Прибуток попереднього періоду. 2. Прибуток звітного періоду. 3. Прибуток планового періоду.
Характер використання чистого прибутку	1. Капіталізований прибуток. 2. Спожитий прибуток.
Ступінь використання	1. Розподілений прибуток. 2. Нерозподілений прибуток.

Джерело: побудовано на основі [18]

За видами діяльності (відповідно до П(С)БО) розрізняють:

1. прибуток від операційної діяльності – це фінансовий результат від основної діяльності підприємства. Охоплює дохід від реалізації продукції, товарів, послуг, орендні та ліцензійні надходження, операційні витрати;

2. прибуток від інвестиційної діяльності – формується внаслідок операцій із придбанням і продажем необоротних активів, довгострокових фінансових вкладень. Враховує прибуток або збитки від реалізації основних засобів, нематеріальних активів;

3. прибуток від фінансової діяльності – це результат здійснення заходів щодо залучення та використання власного і позикового капіталу. Включає прибутки від емісії цінних паперів, отримання/погашення кредитів;

4. прибуток від звичайної діяльності – це сукупний фінансовий результат від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності до урахування надзвичайних подій;

5. прибуток від надзвичайної діяльності – це результат впливу несподіваних, нетипових для діяльності підприємства подій (стихійне лихо, пожежа, реквізиція тощо).

За порядком розрахунку виділяють:

1. валовий прибуток – різниця між чистим доходом від реалізації продукції (без ПДВ і акцизів) та собівартістю реалізованої продукції;

2. операційний прибуток – прибуток після вирахування адміністративних, збутових та інших операційних витрат;

3. прибуток від звичайної діяльності до оподаткування – результат після врахування усіх операційних, інвестиційних і фінансових доходів і витрат;

4. прибуток від звичайної діяльності – залишок після сплати податку на прибуток;

5. чистий прибуток – фінансовий результат, що залишається у повному розпорядженні підприємства.

За змістом складових розрізняють такі види прибутку:

1. валовий прибуток – базовий показник прибутковості, розраховується як різниця між доходами та виробничими витратами;

2. операційний прибуток – враховує витрати на управління, збут, амортизацію;

3. маржинальний прибуток – різниця між доходом та змінними витратами. Визначає внесок кожного виду продукції у покриття постійних витрат та формування прибутку.

За періодом формування можна виділити:

1. прибуток попереднього періоду – показник, сформований у попередніх звітних періодах;
2. прибуток звітного періоду – поточний результат за період, що аналізується;
3. прибуток планового періоду – прогнозований результат майбутньої діяльності.

За характером використання чистого прибутку його поділяють на:

1. капіталізований прибуток – використовується для інвестування, поповнення статутного капіталу, придбання основних засобів;
2. спожитий прибуток – направляється на дивіденди, премії працівникам, соціальні програми, благодійність.

За ступенем використання прибуток поділяють на:

1. розподілений прибуток – частина прибутку, що вже використана;
2. нерозподілений прибуток – прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства для подальшого розподілу.

Відповідно до Господарського кодексу України одержання прибутку є метою діяльності комерційних підприємств. Обсяг прибутку і його ріст визначають можливості розвитку підприємств, конкурентоспроможність підприємства, його можливості розраховуватися з банком, постачальниками, державним бюджетом, інвестиційними фондами. Стійке скорочення обсягу прибутку веде підприємство до банкрутства. Тому обсяг прибутку і рівень рентабельності капіталу є показниками здоров'я підприємства.

Порядок розрахунку прибутку визначається П(С) БО України. Згідно з фінансовою звітністю (форма № 2), прибуток розраховується за такими етапами:

1. визначення виручки від реалізації;

2. вирахування непрямих податків (ПДВ, акцизи);
3. вирахування собівартості реалізованої продукції;
4. отримання валового прибутку;
5. вирахування адміністративних та збутових витрат;
6. додавання (або віднімання) інших операційних, фінансових і інвестиційних результатів;
7. формування балансового прибутку;
8. вирахування податку на прибуток;
9. формування чистого прибутку.

Порядок розрахунку доходу й прибутку підприємства представлений у табл.1.3.

Таблиця 1.3

Схема розрахунку фінансових результатів діяльності підприємства

№	Види витрат і доходу
1.	Дохід (валовий виторг) підприємства від реалізації продукції
2.	Податок на додану вартість
3.	Акцизний збір
4.	Інші відрахування з доходу
5.	Чистий дохід (чистий виторг) підприємства від реалізації продукції (1-2-3-4)
6.	Собівартість реалізованої продукції
7.	Валовий прибуток (збиток) (5-6)
8.	Інші операційні доходи
9.	Адміністративні витрати
10.	Витрати на збут
11.	Інші операційні витрати
12.	Фінансові результати від операційної діяльності (прибуток +, збиток -) (7+ 9-10-11)
13.	Дохід від участі в капіталі
14.	Інші фінансові доходи
15.	Інші доходи
16.	Фінансові витрати
17.	Втрати від участі в капіталі
18.	Інші витрати
19.	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування (прибуток +, збиток -)
20.	Податок на прибуток від звичайної діяльності
21.	Дохід без податку на прибуток від звичайної діяльності
22.	Фінансові результати від звичайної діяльності (прибуток +, збиток -) (19-20+21)
23.	Надзвичайні доходи
24.	Надзвичайні витрати (втрати)
25.	Податок з надзвичайного прибутку

№	Види витрат і доходу
26.	Чиста (балансова) прибуток (збиток) (22+23-24-25)

Джерело: побудовано на основі [18]

Таким чином, прибуток у сучасній економіці виступає як ключовий індикатор фінансового стану підприємства, ефективності його діяльності та основа для забезпечення стратегічного розвитку. Його аналіз дозволяє виявити не лише поточний стан суб'єкта господарювання, а й перспективи подальшого економічного зростання.

1.3. Сутність і методи визначення рентабельності

Абсолютна сума прибутку, отримана підприємством, у тому числі прибуток від основної діяльності, є дуже важливими показниками. Однак вони не можуть характеризувати рівень ефективності господарювання.

Щоб зробити висновок про рівень ефективності роботи підприємства, отриманий прибуток необхідно зрівняти зі здійсненими витратами.

По-перше, витрати можна розглядати як поточні витрати діяльності підприємства, тобто собівартість продукції (робіт, послуг). По-друге, витрати можна розглядати як авансовану вартість для забезпечення виробничої та фінансово-господарської діяльності підприємства.

Співвідношення прибутку з авансованою вартістю або поточними витратами характеризує таке поняття, як рентабельність. У широкому, узагальненому розумінні рентабельність означає прибутковість або прибутковість виробництва та реалізації всієї продукції (робіт, послуг) чи окремих видів її; прибутковість підприємств, організацій, установ у цілому як суб'єктів господарської діяльності; прибутковість різних галузей економіки.

Рентабельність – прибутковість підприємства, показник економічної ефективності виробництва промислового підприємства, що відображає кінцеві результати господарської діяльності. Рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства, що у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат. Рентабельність має кілька модифікацій

залежно від того, який саме прибуток і витрати використовуються в розрахунках.

Рентабельність безпосередньо пов'язана з одержанням прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку. Рентабельність – це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється у відсотках.

У практиці роботи підприємств застосовується ряд показників рентабельності.

1) Рентабельність продукції можна розрахувати по всій реалізованій продукції та по окремих її видах. У першому випадку вона визначається як відношення прибутку від реалізації продукції до витрат на її виробництво й реалізацію. Рентабельність всієї реалізованої продукції розраховується і як відношення прибутку від реалізації товарної продукції до виторгу від реалізації продукції; по відношенню балансового прибутку до виторгу від реалізації продукції; по відношенню чистого прибутку до виторгу від реалізації продукції. Показники рентабельності всієї реалізованої продукції дають подання про ефективність поточних витрат підприємства та прибутковості реалізованої продукції.

У другому випадку визначається рентабельність окремих видів продукції. Вона залежить від ціни, по якій продукція реалізується споживачеві, і собівартості по даному її виду.

Розрахункова рентабельність виробництва розраховується аналогічно, але за планованим значенням балансового прибутку.

3) Рентабельність вкладень у підприємство визначається за вартістю майна, що є в його розпорядженні. При розрахунку використовуються показники балансового та чистого прибутку.

4) Рентабельність власних коштів підприємства визначається відношенням чистого прибутку до власних коштів, відбитим у балансі.

5) Рентабельність сукупних активів – характеризує ефективність використання всього наявного майна підприємства:

б) Рентабельність продажів – показує частина прибутку, що доводиться на одну грошову одиницю.

Доцільно розрахувати і віддачу довгострокових фінансових вкладень, яка розраховується як відношення суми доходів від цінних паперів і участі на паях в інших підприємствах до загального обсягу довгострокових фінансових вкладень.

На відміну від прибутку, що показує абсолютний ефект діяльності, існує відносний показник ефективності роботи підприємства – рентабельність. У загальному виді він обчислюється як відношення прибутку до витрат і виражається у відсотках.

Визначення рентабельності окремих видів продукції (робіт, послуг) може ґрунтуватися на показниках прибутку від їхнього випуску або реалізації. При цьому поточні витрати можуть братися в таких варіантах: собівартість продукції (виробнича); собівартість продукції за винятком матеріальних витрат (новостворена вартість); вартість продукції в цінах виробника (вартість за мінусом непрямих податків).

Для розрахунку рівня рентабельності підприємств можуть використовуватися: загальний прибуток; прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), тобто від основної діяльності. При цьому прибуток зіставляється з авансовою вартістю.

Прибутковість інвестицій (Пі) можна визначити як відношення прибутку після сплати податків (Пчист) до загальної суми інвестицій (И):

$$Пі = \frac{Пчист}{И} \cdot 100\%. \quad (1.1)$$

Рентабельність активів (Ра) характеризує ефективність використання наявного майна підприємства й обчислюється по формулі

$$Ра = \frac{По(чист)}{Ка} \cdot 100, \quad (1.2)$$

де По(чистий) – загальна (чиста) прибуток підприємства за рік;

Ка – середня сума активів по річному балансі.

Рентабельність виробництва може бути загальної (Рп. заг.) і розрахункової (Рп. розрах.). Ці величини визначаються по формулах:

$$\text{Рп. заг.} = \frac{\text{Пбал}}{\text{ОЗ+ОК}} \cdot 100, \quad (1.3)$$

$$\text{Рп. розрах.} = \frac{\text{Пчист}}{\text{ОЗ+ОК}} \cdot 100, \quad (1.4)$$

де П бал. і П чист. – відповідно балансовий і чистий прибуток;

ОЗ – основні виробничі засоби;

ОК – нормовані оборотні кошти.

Рентабельність власного капіталу (Рв.к.) відображає ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів:

$$\text{Рв.к.} = \frac{\text{Пчист}}{\text{Кс}}, \quad (1.5)$$

де Кс – власний капітал підприємства.

Рентабельність акціонерного капіталу (Ра. к.) свідчить про верхню межу дивідендів на акції й обчислюється по формулі

$$\text{Ра.к.} = \frac{\text{Пч}}{\text{Ку}} \cdot 100, \quad (1.6)$$

де Ку – статутний капітал (номінальна вартість проданих акцій).

Рентабельність продукції (Рп) характеризує ефективність витрат на її виробництво й збут. Вона визначає відношення прибутку від реалізації продукції (Прп) до загальної її собівартості за той же період, тобто:

$$\text{Рп} = \frac{\text{Пр.п.}}{\text{Ср.п.}} \cdot 100, \quad (1.7)$$

На підвищення рентабельності продукції впливає зниження собівартості продукції.

Рентабельність продукції можна обчислювати так само, як відношення прибутку від реалізованої продукції до її загального обсягу. Саме в такому виді цей показник використовується (обчислюється) у закордонній практиці господарювання.

У багатомономенклатурному виробництві поряд з рентабельністю всієї продукції визначається також рентабельність її окремих видів. Рентабельність одного виробу (P_i) розраховується за наступною формулою:

$$P_i = \frac{C_i - C_i}{C_i} \cdot 100, \quad (1.8)$$

де C_i , C_i – відповідно ціна й собівартість i -го виробу [19-21].

1.4. Шляхи одержання, підвищення та використання прибутку

Стабільне формування прибутку є фундаментальною метою функціонування будь-якого підприємства. Відповідно, ключовим завданням управління є створення ефективної стратегії, спрямованої на постійне збільшення обсягів прибутку та зниження рівня витрат.

Максимізація прибутку підприємства досягається шляхом вибору оптимального обсягу виробництва та реалізації, при якому граничні витрати відповідають рівню ринкових цін. У контексті дії механізмів вільної конкуренції, дохід підприємства визначається саме ціною реалізації.

На розмір прибутку значний вплив мають грамотне визначення спеціалізації виробництва (орієнтація на продукцію з високим попитом), створення привабливих умов збуту (конкурентні ціни, гнучкі терміни, обслуговування), збільшення обсягів випуску та скорочення витрат на одиницю продукції.

Крім основної виробничої діяльності, вагомим джерелом формування прибутку може виступати монопольне або виняткове становище підприємства, що забезпечується за рахунок інновацій, модернізації технологічних процесів і поліпшення споживчих властивостей товарів.

На динаміку прибутковості впливають як внутрішні, так і зовнішні чинники. До перших належать обсяг збуту, собівартість, ціноутворення,

структура витрат; до других – економічна ситуація, транспортні умови, ціни на ресурси, соціальна політика.

У харчовій галузі спостерігається значна частка матеріальних витрат у загальній структурі собівартості. Відповідно, зниження обсягу використаних ресурсів навіть у невеликих обсягах забезпечує суттєве зменшення витрат підприємства. Основний напрям отримання прибутку – це мінімізація собівартості шляхом скорочення матеріальних витрат.

Значного ефекту можна досягти за рахунок економного використання матеріальних ресурсів: зменшення витрат на одиницю продукції, оптимізації управлінських витрат, зниження витрат від браку. Вирішальне значення має ефективний процес постачання сировини, вибір постачальників з вигідними цінами та близьким розташуванням, використання економічного транспорту.

Значні можливості зниження витрат закладені у вдосконаленні технологічного процесу, впровадженні раціональних норм витрат, усуненні браку. Крім того, зниження витрат на оплату праці через автоматизацію та механізацію дозволяє збільшити продуктивність праці та знизити загальні витрати.

Розширення обсягів реалізації продукції також сприяє зростанню прибутку. Але для цього необхідні капітальні вкладення в нові технології та обладнання, що в умовах інфляції та нестачі фінансування є складним завданням. Тому реальним шляхом є підвищення оборотності оборотних активів. Проте цей напрям також ускладнюється знеціненням активів та платіжною нестабільністю.

Для забезпечення зростання прибутковості ключове значення має якісне планування. Воно базується на всебічному аналізі результатів попередніх періодів, врахуванні внутрішніх резервів, обґрунтуванні обсягів випуску та витрат. У плануванні повинні брати участь усі структурні підрозділи під координацією фінансової служби підприємства.

Для оцінки ефективності планування прибутку застосовується розрахунок скоригованої базової рентабельності, яка враховує зміни у ціноутворенні та виявлені резерви. Зокрема, це:

- ліквідація зайвих витрат;
- усунення відхилень у якості продукції;
- зміни в асортименті на користь більш прибуткової продукції.

Своєчасне виявлення надлишкових запасів, неефективних активів, непрацюючого устаткування дає змогу пришвидшити оборотність і підвищити рентабельність.

Оперативне управління прибутком передбачає наявність щоденної аналітики про фінансовий результат. Це дозволяє своєчасно коригувати виробничі процеси та приймати рішення щодо розподілу прибутку відповідно до потреб підприємства.

Фінансова служба повинна детально аналізувати наслідки застосування штрафних санкцій і виявляти відповідальних осіб, що впливають на зменшення прибутку. Це дозволяє запобігати втратам у майбутньому.

Таким чином, успішна реалізація стратегії зростання прибутковості передбачає постійне вдосконалення виробничих процесів, раціональне використання ресурсів, посилення контролю та забезпечення ефективного управління на всіх етапах господарської діяльності.

У табл. 1.4 здійснено систематизацію основних шляхів підвищення прибутку та рентабельності підприємства за ключовими класифікаційними ознаками, що відображають багатовимірність управлінських рішень у сфері фінансово-економічної діяльності суб'єктів господарювання.

Таблиця 1.4

Класифікація шляхів підвищення прибутку та рентабельності підприємства

Класифікаційна ознака	Конкретні шляхи	Очікуваний ефект
1. За джерелом формування	- Збільшення обсягів реалізації продукції - Залучення нових ринків - Розширення асортименту	Зростання виручки, зменшення впливу сезонності

Класифікаційна ознака	Конкретні шляхи	Очікуваний ефект
2. За напрямом зниження витрат	- Раціоналізація виробничих процесів - Зменшення витрат сировини - Аутсорсинг допоміжних функцій	Зниження собівартості, зростання маржі
3. За інноваційністю підходу	- Автоматизація виробництва - Впровадження енергозберігаючих технологій - Цифрова трансформація	Підвищення продуктивності, зменшення витрат
4. За маркетинговою стратегією	- Оптимізація цінової політики - Підвищення якості обслуговування - Ребрендинг або переформатування	Підвищення лояльності споживачів, зростання попиту
5. За фінансовим управлінням	- Оптимізація структури капіталу - Управління дебіторською заборгованістю - Податкове планування	Підвищення ефективності використання фінансових ресурсів
6. За організаційно-кадровим чинником	- Підвищення кваліфікації персоналу - Мотивація до результату - Оптимізація управлінської структури	Підвищення ефективності управління та продуктивності праці
7. За інвестиційною діяльністю	- Реінвестування прибутку - Вкладення у стратегічні проекти - Диверсифікація бізнесу	Стале зростання, зниження ризиків, довгострокова рентабельність
8. За інституційно-зовнішнім середовищем	- Участь у програмах держпідтримки - Пошук партнерств і грантів - Оптимізація юридичних форм	Доступ до нових джерел ресурсів та ринків, зниження зовнішніх загроз

Джерела: [18-21]

Такий підхід дозволяє розглядати процес нарощення прибутковості не як одновекторний, а як комплексну систему взаємопов'язаних заходів, що охоплюють внутрішні та зовнішні чинники функціонування підприємства.

Зокрема, диференціація за джерелами формування прибутку включає стратегічні ініціативи, пов'язані з розширенням ринків збуту, освоєнням нових ніш і продуктового оновлення, що забезпечує нарощення обсягів реалізації та зміцнення конкурентних позицій. Напрями зниження витрат відображають потенціал досягнення прибутковості за рахунок внутрішніх резервів оптимізації виробничих процесів, раціоналізації використання ресурсів та зменшення непродуктивних витрат.

Інноваційний вектор передбачає трансформацію технологічної бази підприємства, що в умовах динамічного ринку є ключовим чинником зростання продуктивності та довгострокової рентабельності. Маркетингові підходи орієнтовані на активізацію споживчого попиту через підвищення якості обслуговування, формування лояльності клієнтів та адаптацію цінової політики.

Фінансове управління розглядається як інструмент забезпечення ліквідності, платоспроможності та мінімізації фінансових ризиків, у тому числі шляхом ефективного використання обігових коштів, оптимізації структури капіталу та податкового планування. Організаційно-кадрові чинники акцентують увагу на ролі людського капіталу, ефективності управлінських структур та мотиваційних механізмах.

Інвестиційна діяльність представлена як важливий інструмент стратегічного розвитку, що забезпечує підприємству можливості для довготривалого зростання, оновлення матеріально-технічної бази та диверсифікації джерел прибутку. Зовнішні інституційні фактори підкреслюють роль макроекономічного та регуляторного середовища, зокрема можливостей державно-приватного партнерства, інституційної підтримки та інтеграції до міжнародних економічних структур.

Таким чином, наведена класифікація дозволяє комплексно оцінити арсенал управлінських важелів підвищення прибутковості підприємства та обґрунтувати доцільність їх використання в контексті досягнення фінансової стабільності та стратегічної ефективності.

Використання прибутку на підприємствах – це стратегічно важливий процес, який визначає фінансову стійкість, інвестиційні можливості, інноваційну активність і загальний напрям розвитку суб'єкта господарювання. Прибуток, як результативний показник діяльності, може бути спрямований на різні цілі, що залежать від організаційно-правової форми підприємства, його фінансової політики, ринкової ситуації та загального економічного середовища.

Загалом, шляхи використання прибутку поділяються на внутрішні (реінвестування у підприємство) та зовнішні (розподіл на користь власників). У рамках внутрішнього використання основну увагу приділяють фінансуванню відтворювального процесу, інновацій, оновлення основних засобів, технічного переоснащення та розвитку персоналу. Зовнішнє використання охоплює дивідендну політику, соціальні програми або цільові відрахування у фонд державного бюджету (для державних підприємств).

Основні напрями використання прибутку включають:

1. поповнення резервного капіталу. Частина прибутку, відповідно до законодавства та внутрішніх політик, може бути спрямована на формування резервного (страхового) фонду для покриття збитків у майбутньому або компенсації непередбачуваних витрат;

2. інвестування в основний капітал. Значна частина прибутку використовується на оновлення або модернізацію виробничих потужностей, придбання нового обладнання, впровадження інноваційних технологій, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства;

3. фінансування оборотного капіталу. Прибуток може бути реінвестований у забезпечення стабільного обігу активів: поповнення запасів сировини, матеріалів, готової продукції, а також покриття дебіторської заборгованості;

4. соціальні потреби та розвиток персоналу. Частина прибутку може спрямовуватися на підвищення кваліфікації працівників, оплату оздоровлення, реалізацію соціальних програм, страхування, розвиток корпоративної культури тощо;

5. формування цільових фондів. У межах стратегічного планування прибуток часто використовується для створення спеціальних інвестиційних, інноваційних або амортизаційних фондів, що сприяють довгостроковому розвитку;

6. виплата дивідендів. Для акціонерних товариств або підприємств з участю приватного капіталу значущим напрямом є розподіл чистого прибутку

серед власників акцій (часток) відповідно до їхнього вкладу у статутний капітал;

7. погашення фінансових зобов'язань. Прибуток може бути використаний на дострокове погашення кредитів, виплату відсотків за позиками або зменшення фінансового навантаження підприємства;

8. зовнішні інвестиції та диверсифікація бізнесу. Частина прибутку може спрямовуватися на створення дочірніх підприємств, вихід на нові ринки, придбання активів інших компаній або розширення спектра продукції.

Ефективне управління розподілом прибутку передбачає балансування між короткостроковими вигодами (як-от дивіденди) та довгостроковими стратегічними цілями (розвиток, інновації, зміцнення фінансової стійкості). Рішення про напрямки використання прибутку приймається, як правило, на загальних зборах засновників або акціонерів на підставі фінансової звітності, аналізу зовнішнього середовища та поточної ринкової кон'юнктури.

1.5. Резерви зростання прибутку та рентабельності в молокопереробній галузі України

Молокопереробна промисловість України є стратегічною підгалуззю агропродовольчого сектору, яка забезпечує населення соціально значущими товарами повсякденного попиту. Проте, з урахуванням динамічних змін в економічному середовищі та зростаючих витрат, збереження та нарощення прибутку потребує виявлення й мобілізації внутрішніх резервів рентабельності. В умовах високої конкуренції, енергетичної нестабільності та обмеженого доступу до капіталу, підприємства змушені шукати нові підходи до підвищення економічної ефективності.

Українська молокопереробна промисловість функціонує в умовах зниження платоспроможності населення, воєнного стану та порушення логістичних ланцюгів, дефіциту сировини через зменшення поголів'я ВРХ, волатильності валютного ринку та зростання вартості енергоресурсів. Тому, резерви зростання прибутку в молокопереробній галузі можуть бути такими:

1. оптимізація виробничих витрат. Зниження собівартості продукції за рахунок енергозбереження, автоматизації технологічних процесів і мінімізації витрат сировини є одним із найбільш дієвих шляхів підвищення прибутковості. За оцінками аналітиків, ефективна модернізація обладнання дозволяє зменшити витрати на 10-15% [22];

2. раціоналізація асортиментної політики. Збільшення частки продукції з високою доданою вартістю (йогурти, сири, десерти) дозволяє отримувати вищий рівень маржинального прибутку порівняно з масовими молочними продуктами (молоко, кефір) [23];

3. підвищення якості продукції. Сертифікація за міжнародними стандартами (ISO, HACCP) забезпечує вихід на нові ринки збуту та сприяє формуванню додаткової вартості через бренд;

4. зменшення витрат при транспортуванні та зберіганні. Впровадження холодового ланцюга постачання та сучасних систем логістики дозволяє уникнути псування молокопродуктів та знизити непрямі втрати;

5. інтенсифікація збуту через цифрові канали. Розвиток електронної комерції, платформи доставки та пряма взаємодія з кінцевими споживачами дозволяють скоротити витрати на посередників і збільшити частку прибутку [24].

Резерви зростання рентабельності полягають у таких аспектах:

1. формування стратегічних альянсів. Об'єднання підприємств для спільного використання виробничих потужностей, закупівель сировини та збуту продукції дозволяє досягти ефекту масштабу;

2. фінансова реструктуризація. Оптимізація структури капіталу (зменшення частки короткострокових зобов'язань, реструктуризація боргів) сприяє зменшенню фінансових витрат і підвищенню рентабельності активів [25];

3. інвестиції в інновації. Впровадження біотехнологій у виробництво ферментованих продуктів або функціонального харчування дозволяє створювати нові конкурентоспроможні продукти;

4. аналіз і управління рентабельністю по центрах витрат. Впровадження обліку за центрами відповідальності дає змогу визначати проблемні ділянки в структурі витрат і ефективно ними керувати;

5. активне управління ціноутворенням. Використання гнучких систем знижок, динамічного ціноутворення на основі аналітики ринку забезпечує максимізацію доходу з кожної одиниці продукції.

Отже, галузь має потенціал до зростання за рахунок підвищення ефективності управління, розширення експортного потенціалу та державної підтримки через програми агросектора.

Виявлення та мобілізація резервів прибутковості та рентабельності в молокопереробній галузі вимагає комплексного підходу: від удосконалення внутрішніх процесів до стратегічного партнерства та державної підтримки. В умовах трансформації української економіки ключовими стають інновації, цифровізація, енергозбереження та адаптивне управління. Реалізація зазначених напрямків дає змогу забезпечити стійке зростання фінансових показників підприємств галузі.

Висновок за Розділом 1

У результаті проведеного аналізу встановлено, що прибуток є багатогранною економічною категорією, яка впродовж історичного розвитку зазнавала суттєвих трансформацій. Від уявлень класичної політичної економії, де прибуток трактувався як винагорода за використання капіталу, до сучасних підходів, що розглядають його як результат інноваційної, ризикованої та підприємницької діяльності, еволюція цього поняття відображає динаміку змін у господарському середовищі.

Прибуток виконує низку ключових функцій: оціночну, розподільну, стимулюючу, інформаційну, регулюючу та фінансову, що зумовлює його значення як головного джерела самофінансування та стратегічного розвитку підприємства. Різноманітні форми прибутку – операційний, валовий, чистий, маржинальний тощо – дозволяють детально оцінювати ефективність

фінансово-господарської діяльності підприємства залежно від етапу та напряму аналізу.

Визначено, що рентабельність є відносним показником ефективності, який співвідносить прибуток із витратами або ресурсною базою підприємства. Залежно від об'єкта аналізу, розраховується рентабельність продукції, власного капіталу, сукупних активів, продажів, окремих інвестицій тощо. На відміну від абсолютного показника прибутку, рентабельність дозволяє проводити міжперіодні та міжгосподарські порівняння ефективності діяльності.

У документі виокремлено та класифіковано шляхи підвищення прибутку та рентабельності підприємства за джерелом формування, напрямом зниження витрат, рівнем інноваційності, маркетинговою, фінансовою, організаційно-кадровою, інвестиційною та інституційною ознаками. Це свідчить про необхідність комплексного та системного підходу до управління прибутковістю, орієнтованого як на внутрішні резерви (технології, персонал, ресурси), так і на зовнішнє середовище (ринок, конкуренція, державна підтримка).

Окрему увагу приділено особливостям функціонування підприємств молокопереробної галузі України, в якій формування прибутку ускладнюється нестабільністю зовнішнього середовища, зростанням вартості енергоносіїв, логістичними труднощами та дефіцитом сировини. Серед ключових резервів рентабельності виокремлено оптимізацію витрат, асортиментну політику, інновації, автоматизацію виробництва, управління якістю та активне використання цифрових каналів збуту.

Таким чином, прибуток як результативний і стратегічний індикатор діяльності підприємства потребує не лише обліку та аналізу, а й постійного вдосконалення системи його формування, використання та розподілу в контексті ринкової адаптації, сталого розвитку та економічної ефективності.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТОВ «МОЛОЧНА КОМПАНІЯ «ГАЛИЧИНА»

2.1. Сучасний стан молокопереробної галузі та перспективи її розвитку

Сучасний ринок молока та молочних продуктів в Україні залишається стратегічним сегментом національного агропродовольчого комплексу, що істотно впливає як на продовольчу безпеку країни, так і на її економічну самодостатність. Формування сильного, стабільного ринку молочної продукції вважається ключовим чинником зміцнення економічної незалежності держави, особливо в умовах зростаючих викликів зовнішньоекономічного та внутрішньополітичного характеру. Україна має сприятливі географічні, кліматичні та аграрно-економічні умови для ефективного розвитку цього сегмента, однак галузь продовжує функціонувати в умовах системних проблем, що стримують її повноцінний потенціал.

Одним із головних завдань молокопереробної галузі є забезпечення внутрішнього споживчого ринку високоякісною продукцією вітчизняного походження. Це вимагає, з одного боку, нарощування виробництва молока на базі спеціалізованих сільськогосподарських підприємств із сучасним генетичним потенціалом поголів'я, а з іншого – впровадження новітнього обладнання для глибокої переробки молочної сировини та розширення асортименту кінцевої продукції, орієнтованої як на внутрішнього, так і на зовнішнього споживача. Підвищення технологічного рівня переробки дозволяє не лише поліпшити якість і додану вартість продукції, але й зменшити залежність від імпорتنих поставок, мінімізуючи ризики фальсифікації, недобросовісної конкуренції та цінового демпінгу на внутрішньому ринку.

Стан ринку молокопродуктів залишається досить стабільним, а його вплив поширюється на суміжні харчові сектори. З огляду на соціальну значущість молочних продуктів, вони продовжують відігравати важливу роль у харчуванні соціально вразливих верств населення, частково заміщуючи інші джерела тваринного білка, зокрема м'ясо та м'ясопродукти. Водночас ринок не є повністю захищеним від конкуренції з боку імпорту, якість якого нерідко викликає занепокоєння. У 2024 році загальний обсяг імпорту залишався відносно стабільним, але витрати на нього суттєво зросли, що створює додаткове навантаження на внутрішнього виробника.

Сьогодні український молочний ринок характеризується достатньою диверсифікацією виробництва, наявністю підприємств різного масштабу та спеціалізації, а також широким асортиментом продукції. Продуктовий портфель формується як із вітчизняної, так і з імпоротної сировини, однак спостерігається тенденція до нарощування саме внутрішнього промислового виробництва. У 2024 році обсяг молока, переробленого промисловим способом, перевищив 3,2 млн тонн, що свідчить про зростання ролі організованого виробництва в задоволенні внутрішнього попиту.

Водночас, за даними останніх років, структура сировинної бази зазнає трансформацій. Відбувається подальше скорочення поголів'я великої рогатої худоби – основного джерела молочної сировини, що у поєднанні із загальним зменшенням обсягів виробництва молока, ставить перед галуззю нові виклики. Проте якість молока, що надходить на переробку, продовжує покращуватися завдяки стандартизації та впровадженню систем контролю якості на первинному виробництві. Ці зміни зумовлені як економічними факторами, зокрема зниженням купівельної спроможності населення, так і геополітичними – втратою традиційних ринків збуту на теренах СНД.

У підсумку, сучасний ринок молока та молочних продуктів в Україні перебуває на етапі структурного оновлення, що потребує комплексного підходу до стимулювання внутрішнього виробництва, модернізації технологічної бази, розширення експортних каналів та посилення державної

підтримки задля збереження конкурентоздатності вітчизняної продукції на тлі глобалізованої продовольчої конкуренції.

Таблиця 2.1

Показники стану та розвитку молокопереробної галузі України

Показники	1990	2003	2020	2021	2022	2023	2024
Кількість молокопереробних підприємств, од.	643	441	192	178	120	112	110
Виробництво молока, млн т	24,5	13,67	9,8	8,7	7,66	7,43	7,25
Перероблено молока, млн т	18	4,5	3,5	3,2	2,74	2,8	3,22
Продукція з незбираного молока, тис. т	6430	1230	1010	1046	780	770	780
Вершкове масло, тис. т	441,1	145,3	87,5	64,4	60	68,3	70,6
Сир, тис. т	183,8	167,8	115,8	106,5	89	88,4	89
Сухе молоко, тис. т	61,1	19,8	35,3	34,1	34	29,7	34
Згущене молоко, тис. т	166	101,4	74,5	74	60	62	60
Споживання молока на душу населення, кг	373	220	221	198	197	196	209,3

Джерело: побудовано на основі [26-28]

Упродовж 1990–2024 років молокопереробна галузь України зазнала суттєвих трансформацій, що проявилися у скороченні кількості підприємств, обсягів виробництва молока та обсягів переробки, а також у зміні структури споживання та виробництва кінцевої продукції.

Починаючи з 1990 року, спостерігається різке скорочення кількості молокопереробних підприємств: із 643 одиниць у 1990 році до 110 у 2024. Це свідчить про глибоку трансформацію галузі, зумовлену як ринковими чинниками, так і зовнішніми обставинами — насамперед економічною кризою 1990-х років, аграрними реформами, а пізніше й військовою агресією РФ. Особливо значне зниження спостерігалось після 2020 року, коли через бойові дії було втрачено низку підприємств.

Виробництво молока за цей період також знизилось у понад три рази: з 24,5 млн тонн у 1990 до 7,25 млн тонн у 2024 році. Така динаміка пояснюється скороченням поголів'я великої рогатої худоби, низькою рентабельністю виробництва молока, а також відсутністю належної державної підтримки для малих та середніх господарств.

Паралельно зі зниженням загального обсягу виробництва відбулося зменшення обсягів переробки молока – з 18 млн тонн у 1990 році до 3,22 млн тонн у 2024. Водночас у 2023–2024 роках спостерігається певна стабілізація: зростання обсягів переробки на тлі часткової адаптації галузі до умов війни та покращення експортної динаміки.

У виробництві окремих видів продукції також зафіксовано суттєве скорочення. Зокрема, випуск продукції з незбираного молока знизився майже у 8 разів, а вершкового масла – у понад 6 разів. Виробництво сиру зменшилося приблизно удвічі, а згущеного молока – майже у 3 рази. Дещо стабільнішим виглядає виробництво сухого молока, що хоч і впало у 1990–2003 роках, але згодом частково відновилося.

Важливим індикатором стану ринку є споживання молока на душу населення. Воно суттєво скоротилося з 373 кг у 1990 році до 196 кг у 2022 році. Проте у 2024 спостерігається позитивна динаміка – показник зріс до 209,3 кг, що може свідчити про відновлення купівельної спроможності населення або зміну споживчих уподобань на користь молочних продуктів.

Загалом, аналіз показників демонструє, що галузь пройшла етап глибокого скорочення та деградації, однак останні роки свідчать про її поступову стабілізацію. Це створює передумови для подальшої модернізації та зростання конкурентоспроможності за умови інвестиційної підтримки, стимулювання виробників і розширення внутрішнього та зовнішнього ринків збуту.

Реалізація молока сільськогосподарськими підприємствами здійснюється переважно на внутрішньому продовольчому ринку і переробним підприємствам. Національний ринок молочної сировини в Україні представлений такими категоріями виробників: сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, особисті селянські господарства.

У 2023-2024 роках молочна та молокопереробна галузь України демонструє поступове відновлення й адаптацію до нових умов функціонування, що супроводжується структурними зрушеннями у

виробничому, торгівельному та споживчому сегментах. Незважаючи на незначне скорочення загального обсягу виробництва сирого молока в усіх категоріях господарств, яке у 2024 році становило приблизно 7,2 млн тонн порівняно з 7,41 млн тонн у 2023 році, галузь демонструє зростання ефективності за рахунок посилення ролі промислової переробки. Обсяг молока, який надійшов на переробні підприємства, зріс до 3,223–3,3 млн тонн, що свідчить про збільшення частки молока, що проходить через офіційні канали виробництва. Зростання переробки супроводжується розширенням обсягів побічної продукції, зокрема промислове виробництво сироватки у 2024 році досягло 2,887 млн тонн, що на 11 % більше, ніж у попередньому році.

Активізація експортної діяльності є однією з найхарактерніших рис сучасного етапу розвитку галузі. У 2024 році загальний обсяг експорту молочних продуктів зріс на 8 %, а його грошовий еквівалент збільшився на 14 %, досягнувши 295 млн доларів США. Найбільшу питому вагу у структурі експорту займають згущене молоко, сири та вершкове масло, що свідчить про конкурентоздатність українських продуктів на зовнішніх ринках. При цьому зростання торкнулося практично всіх основних категорій: експорт сирів збільшився на 26 %, маслянки – на 29 %, молочної сироватки – на 19-32 %, а морозива – на понад 20 %. Водночас імпорт залишався відносно стабільним – у 2024 році він становив 60,3 тис. тонн, що лише на 1 % перевищило показник попереднього року, хоча у вартісному вираженні витрати на імпорт зросли на 9 %. Позитивне зовнішньоторговельне сальдо у розмірі 4,7 млн доларів США свідчить про поступове зміцнення позицій української молочної продукції на міжнародному рівні.

У контексті внутрішнього споживання також спостерігаються певні трансформації. Загальний обсяг споживання молока, включно з продукцією домашніх господарств, у 2023–2024 роках залишився стабільним – близько 6,5 млн тонн. Однак важливою тенденцією є зростання промислового споживання, яке у 2024 році досягло приблизно 3,2 млн тонн, що означає посилення ролі організованого сектору у забезпеченні населення молочними

продуктами. Цей процес є прямим наслідком зменшення частки неформального виробництва та переорієнтації споживача на продукцію промислового походження, яка відповідає сучасним вимогам якості, безпеки та логістики.

Структура виробництва свідчить про зміщення акцентів у продуктовому портфелі. Обсяг виробництва ферментованих молочних продуктів у 2023 році становив близько 112 тис. тонн, демонструючи спад відносно 2021 року, що супроводжується водночас активним зростанням експорту у сегменті маслянки. Аналогічна ситуація спостерігається і щодо вершкового масла та сирів, які залишаються стабільними позиціями як у внутрішньому виробництві, так і в експорті. При цьому сироватка, яка раніше розглядалася як побічний продукт, наразі демонструє високі темпи експортного зростання, що свідчить про поглиблення переробки та орієнтацію підприємств на висококонкурентні ринки.

Регіональний розподіл виробництва залишається концентрованим: більше половини всієї сировини походить із семи областей, серед яких домінують Полтавська, Хмельницька та Вінницька. У 2024 році спостерігався суттєвий приріст обсягів у низці регіонів, зокрема у Миколаївській та Львівській областях, що відображає загальну тенденцію регіональної спеціалізації та агропромислової інтеграції. Висока концентрація виробничих потужностей у зазначених регіонах створює підґрунтя для розвитку кластерної моделі молочного виробництва та логістичної оптимізації.

Виробничий ландшафт галузі формується кількома потужними національними компаніями, серед яких ключові позиції займають ТОП-5 виробників молочної продукції: Milkiland/Milk Alliance, Галичина, Astarta, Ічнянський молококонсервний комбінат та Хорольський завод дитячого харчування.

Milkiland (Milk Alliance Group) – це вертикально інтегрована група підприємств: центри збору та переробки молока, виробництво молочних

продуктів, сиру та масла. Компанія має високі потужності та широкий асортимент — бренди «Пирятин», «Яготинське», «Славія» тощо.

Galychyna, LLC (Галичина) – один із лідерів у сегменті ферментованих молочних продуктів. Має дві виробничі лінії у Волинській та Львівській областях, річні потужності до 113 000 т, висока частка на ринку йогуртів.

Astarta-Kyiv (Agroholding Astarta) – найбільший індустріальний виробник сировини (молока). У 2023 р. компанія виробила та реалізувала близько 111–115 тис т високоякісного молока, що йде на переробку у великих компаніях (як-от «Люстдорф», «Яготинське», «Галичина»).

Pervomaisk Milk Canning Plant (Ichnya Condensed Milk Company) – спеціалізується на виробництві згущеного молока та інших молочних консервів – провідний експортер цієї категорії, продукція представлена у понад 55 країнах.

Khorol Infant Nutrition Factory – виробник дитячих сухих молочних сумішей (бренди «Малютка», «Малиш»), єдиний в Україні, що спеціалізується на цій категорії; активний у 2024 р. на виставці SIAL Paris.

Таблиця 2.2

ТОП-5 виробників молочної продукції у 2024 році

Місце	Компанія	Основна продукція	Коментар
1	Milkiland / Milk Alliance Group	молоко, сири, масло (маркети Пирятин, Яготинське і т.д.)	Один із трьох лідерів в Україні
2	Galychyna, LLC	ферментовані продукти (йогурти, кефір, масло)	Топ-5, 113 000 т потужність, сильні позиції в експорті
3	Astarta-Kyiv	сировина — сировате молоко	~115 000 т молока/рік; лідер у сировинному сегменті
4	Pervomaisk Milk Canning Plant (Ichnya)	згущене молоко, молочні консерви	Експортер у 55+ країн, провідний у своєму сегменті
5	Khorol Infant Nutrition Factory	сухі молочні суміші для дітей	Унікальна спеціалізація, активна участь в SIAL 2024

Джерело: сформовано автором на основі [29-33]

Ці підприємства охоплюють повний цикл виробництва – від збирання сировини до випуску готової продукції, забезпечуючи високий рівень

технологічного оснащення та диверсифікацію асортименту. Показово, що всі провідні учасники ринку є українськими компаніями, що свідчить про потенціал національного бізнесу у стратегічно важливому агропродовольчому секторі.

Слід зауважити, що молочна промисловість України є надзвичайно потужна та налічує сильних, стабільних виробників, продукція яких оцінена за межами країни. Конкурентне середовище змушує виробників систематично працювати над удосконаленням асортименту, прагнути впроваджувати нові молочні продукти, які користуватимуться попитом у споживачів. Тобто, на сучасному етапі розвитку молочної промисловості України спостерігається переважно нецінова конкуренція – конкурентна боротьба ведеться у сфері формування ефективної асортиментної політики – молочні виробники експериментують та виготовляють найрізноманітнішу продукцію, змішують смаки, начинки, добавки, тестують різний склад із поживними елементами тощо. Підприємства-виробники пропонують споживачам нову продукцію, що відповідає найсучаснішим світовим зразкам.

Ринок молочної продукції України представлений широким спектром виробників, що працюють над поліпшенням та оновленням асортименту. Зважаючи на це молочна галузь України має значні перспективи розвитку. Молочні виробники активно працюють у напрямку інновацій, підтримують сучасні харчові напрямки, що стосуються еко-продукції, додавання фруктів та злакових наповнювачів, виготовляють спеціальну безлактозну продукцію. Вітчизняний ринок молокопродуктів постійно удосконалюється.

Основними проблемами молокопереробної галузі у воєнний період є [34]:

- обмежені можливості експорту української молочної продукції через ЄС;
- збільшення собівартості виробництва;
- скорочення кількості споживачів на внутрішньому ринку;
- втрата виробничих потужностей на окупованих територіях;

- імпорт молочної продукції з ЄС, в першу чергу сирів;
- проблеми з розрахунками зі сторони торговельних мереж;
- відсутність дієвого інструменту кредитування галузі;
- заморозка окремих державних програм.

Причинами скорочення споживання молочних продуктів в Україні є такі:

- втрата частини територій з декількома мільйонами споживачів;
- економічна криза, що зумовила падіння купівельної спроможності населення;
- зростання цін на молочні продукти;
- поширення антитрендів споживання молочних продуктів від промислових корів;
- необізнаність споживачів щодо корисності продукції та асортиментних груп.

Для покращення становища молочної та молокопереробної галузі Україна повинна бути визнана як глобальний, конкурентоспроможний і надійний партнер, який відповідає потребам світового ринку та пропонує широкий асортимент якісної продукції харчової та переробної промисловості з високою доданою вартістю та аутентичними смаковими властивостями.

Таким чином, молочна галузь України в останні два роки демонструє ознаки стабілізації та поступового зростання на фоні трансформацій, спричинених як внутрішніми викликами, так і зовнішньоекономічними умовами. Зростання ролі промислової переробки, позитивна динаміка зовнішньої торгівлі, консолідація виробництва у регіональних центрах та переорієнтація споживання на магазинну продукцію є ключовими векторами, що формують сучасну траєкторію розвитку галузі. За умов збереження стабільної макроекономічної ситуації, підтримки виробників на державному рівні та подальшого технологічного оновлення, українська молочна індустрія має всі передумови для посилення своїх позицій як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

2.2. Техніко-економічна характеристика ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Виробничі потужності ТМ «Галичина» розташовані на заході України у містечку Радехів Львівської області [35].

Завод був побудований в 1955 році, коли Україна була частиною Радянського Союзу. Тоді це було державне підприємство «Радехівський маслозавод» із спеціалізацією – виробництво масла та згущеного молока. Після розпаду Радянського Союзу підприємство, як і інші підприємства по всій країні, почало простоювати без урядових грантів та підтримки. Проте підприємству, на відміну від багатьох інших українських підприємств, пощастило і у 1998 році «Галичина» відновила виробництво.

Спочатку завод виробляв масло та згущене молоко, як це було раніше, потім його поступово модернізували; почалося виробництво сметани та молока. Після 2000 року запуск виробництва кефіру та йогурту відкрив нову сторінку в історії компанії та заводу. «Галичина» зростала, а продукція ставала дедалі актуальнішою.

99 % сировини МК «Галичина» отримує з фермерських господарств, що забезпечує високий вміст білка та якісні показники молока у виготовлені продукції.

Система менеджменту безпеки харчової продукції на виробничій потужності перевірена та відповідає вимогам схеми сертифікації FSSC 22000. Схема сертифікації FSSC 22000 включає вимоги ISO 22000:2018, ISO/TS 22002-1:2009 та свої додаткові вимоги і також належить до категорії найвищих стандартів у сфері безпечності харчових продуктів.

ТОВ «Молочна компанія «Галичина» створена у 2015 році. Основні торгові марки: національна ТМ «Галичина». Асортимент: молоко, сметана, кефір, йогурт, масло, ряжанка, сухе молоко. Упаковка: плівка, стакан, ПЕТ, тетра-фіно, тетра-джеміна.

Всі продукти виробляються з молока, яке підприємство отримує в 95 % з фермерських господарств, що забезпечує високий вміст білка, якісні

показники молока та виготовленої продукції. Чиста сировина Галичини, висока культура молочарства, характерна для цього регіону, і сучасні західні технології дозволяють створити продукт високої якості зі справжнім молочним смаком.

Основним напрямом діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» є забезпечення споживачів високоякісною продукцією. Продукція фірми виготовляється досвідченими технологами під постійним контролем спеціалістів. В процесі виготовлення дотримуються оптимальні строки, чітко дотримується технологія, проводяться апробації. Якість продукції контролюється на всіх стадіях.

У 2018 році у компанії відбувся ребрединг. ТМ «Галичина» змінила дизайн і випустила нові, унікальні для України продукти за авторським рецептом – карпатський йогурт та карпатський кефір. Запуск лінійки карпатських кисломолочних продуктів став результатом тривалих досліджень потреб та вподобань споживачів, вивчення новітніх світових трендів та традицій молочного виробництва Галичини.

У серпні 2020 року компанія вивела на ринок безлактозну лінійку молочних продуктів.

У 2010 році «Західна молочна група» (група Континіум) об'єдналася з ЗАТ «Галичина», створивши ПрАТ «Галичина». Степан Івахів з Континіуму увійшов до наглядової ради підприємства.

У 2021 році у компанії з'явилась нова торгова марка «ГоКарпати», яка спеціалізується на виготовленні ложкового густого та питного кефіру.

У 2022 році компанія «Галичина» впровадила комунікаційну кампанію «Ми замість Я». Кампанія була присвячена єдності українців у часи повномасштабного вторгнення. Так на етикетках продукції компанії можна було побачити ще 13 назв українських регіонів.

У 2023 році компанія представила бренд рослинного молока Yommu. У жовтні 2023 року продукція компанії була представлена на міжнародній

харчовій виставці ANUGA у місті Кельн. На виставці вперше представили українську молочну продукцію.

При цьому традиції Галицького молочного виробництва залишаються незмінними, а ТМ «Галичина» є відомим українським йогуртно-кефірним брендом.

Основні види діяльності: оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями і жирами; перероблення молока, виробництво масла та сиру; роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами.

Організаційна структура ТОВ «Молочна компанія «Галичина» містить такі рівні управління:

- 1) загальне управління здійснює Директор;
- 2) безпосереднє управління підприємством здійснюють комерційний директор та заступники директора з виробництва, з логістики, з питань заготівлі молочної сировини, з якості, з постачання;
- 3) основними структурними одиницями ТОВ «Молочна компанія «Галичина» є відділи;
- 4) у відповідності з поточними напрямками діяльності та функціями, що забезпечують діяльність в структуру організації входять:
 - відділ логістики (відділ транспортної логістики, відділ постачання, диспетчерська служба);
 - відділ фінансів (бухгалтерська служба, контрольно-ревізійний відділ);
 - відділ маркетингу та продажу (дистрибуція, гуртовий продаж, відділ маркетингу);
 - відділ виробництва (молокозавод);
 - відділ сировини (відділ заготівлі сировини);
 - відділ HR (відділ роботи з персоналом, відділ кадрів);
 - відділ діяльності (адміністративно-господарська служба, юридичний відділ, відділ ІТ).

Основними споживачами молочної продукції, яку реалізує ТОВ «Молочна компанія «Галичина», є національні мережі, їх частка у 2023 році склала 84 %, на другому місці – дистрибутори із часткою 7 %. Продукція із заводу потрапляє на склади філій, які розташовані у всіх регіонах України, в яких здійснюється їх продаж в торгові та роздрібні мережі.

Основною сировиною для виробництва продукції є молоко, яке закуповується компанією у населення та сільськогосподарських підприємств. Найбільшим постачальником молока для компанії є господарства, питома вага якого становить близько 95 % у літній період та 97 % у зимовий період, на населенні припадає відповідно – 5 та 3 %.

Підприємство продовжує розширювати сировинну базу, для чого планує впровадити такі заходи:

- подальше вкладення інвестицій в охолодження сировини, шляхом закупівлі охолоджувачів сировини та сучасних спец автомобілів для перевезення молока;
- створення системи стимулювання великотоварного виробництва сировини в індивідуальних господарствах шляхом фінансової мотивації та допомоги із забезпеченням обладнанням.

Сильні сторони підприємства:

- досвід у реалізації досить масштабних проєктів;
- наявність і потенціал власної прямої дистрибуції в Україні;
- високий кадровий потенціал різних підрозділів;
- можливості та потенціал українського ринку;
- достатня власна сировинна база.

ТМ Галичина є лідером в категорії йогуртів та кефірів. Заводи обладнані сучасним європейським обладнанням зі Швеції, Польщі та Німеччини: Tetra Pak, ALFA LAVAL, GEA, Obram, TEWES-BIS, TEWES-KLIMA. Компанія має активні експортні дозволи по системі FSSC 22 000 v 5.1 та сертифікат Халяль.

2.3. Діагностика внутрішнього стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Діагностика виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2023-2024 рр. проводимо на основі [38] з використанням статистичної та фінансової документації [39-44].

2.3.1. Аналіз обсягу виробництва та реалізації продукції

Аналіз обсягу випуску продукції здійснюємо за допомогою табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Виробництво продукції в натуральному і вартісному виразі

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
1.Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ й акцизного збору): - у діючих оптових цінах підприємства, тис. грн.	3690164	4708241	1018077	27,59
- у порівняних цінах, тис. грн.	3690164	4085111	394947	10,70
2. Фактично вироблено продукції, тонн	46250	51200	4950	10,70

Джерело: розроблено автором

У 2024 році в порівнянні з 2023 збільшився обсяг виробленої продукції у діючих цінах на 27,59 %, фактично вироблена продукція зросла 4950 т (10,7 %). У порівняних цінах обсяг виробленої продукції також збільшився, що свідчить про те, що на зміни у обсязі виробленої продукції значно впливає інфляція.

Аналіз використання виробничої потужності проводимо за допомогою табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Використання виробничої потужності

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
1.Середньорічна виробнича потужність, тонн	113000	113000	0	0
2. Фактично вироблена продукція, тонн	46250	51200	4950	10,70

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частка	0,409	0,453	0,044	10,70

Джерело: розроблено автором

Виробнича потужність підприємства залишилась незмінною у 2024 році в порівнянні з 2023 роком, фактичний випуск продукції збільшився на 10,7 %. Виробнича потужність в 2023 році була завантажена на 40,9 %, у 2024 – на 45,3 %, зростання становить 4,4 процентних пункти.

Аналіз факторів, які впливають на зміну обсягу виробленої продукції проводимо за допомогою табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Аналіз факторів, які впливають на зміну обсягу виробленої продукції

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення абсолютне	у тому числі	
				зміна фактичного виробництва продукції	зміна ціни продукції
1. Обсяг виробленої продукції у діючих цінах, тис. грн	3690164	4708241	1018077	394947,3	623129,7
2. Фактично вироблена продукція, тонн	46250	51200	4950	394947,3	-
3. Ціна 1 т одиниці продукції, тис. грн	79,79	91,96	12,17	-	623129,7

Джерело: розроблено автором

На зміну обсягу виробленої продукції в діючих цінах вплинули 2 чинники: збільшення фактичного виробництва продукції на 4950 т, що призвело до зростання обсягу виробництва на 394947,3 тис. грн; зростання середньої ціни одиниці виробленої продукції на 12,17 тис. грн, що призвело до збільшення обсягу виробленої продукції на 623129,7 тис. грн, найбільший вплив здійснила зміна ціни одиниці продукції.

Аналіз реалізації продукції проводимо за допомогою табл. 2.6.

Основні засоби	Наявність на початок року	Надійшло за рік		Вибуло за рік		Наявність на кінець року	відхилення	
		Усього	У т.ч. уведено в дію нових ОЗ	Усього	У т.ч. ліквідовано		абсолютне	відносне
2024 рік								
Усього ОЗ у т.ч.	510141	356890	356890	30421	1504	836610	326469	64,00
ОЗ основного виду діяльності	510141	356890	356890	30421	1504	836610	326469	64,00
ОЗ інших видів діяльності	0	0	0	0	0	0	0	0

Джерело: розроблено автором

У 2023 році вартість основних засобів на кінець року зросла на 123159 тис. грн або на 31,83 %. У 2024 році збільшення вартості основних засобів склало 323469 тис. грн або 64 %. Підприємство інтенсивно оновлює виробничий апарат.

В структурі основних засобів підприємства як у 2023, так і у 2024 роках 100 % складають основні засоби основного виду діяльності.

Значення розрахунку коефіцієнтів динаміки основних засобів наведені у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Показники оновлення, введення й вибуття основних засобів

Коефіцієнт	2023 рік	2024 рік	Абсолютне відхилення
Оновлення ОЗ	0,676	0,427	-0,249
Введення ОЗ	0,676	0,427	-0,249
Вибуття ОЗ	0,573	0,060	-0,513

Джерело: розроблено автором

У 2023 та 2024 роках значення коефіцієнтів оновлення основних засобів дорівнюють значенням коефіцієнтів введення основних засобів, що вказує на введення у дію тільки нових основних засобів. Слід зазначити зниження коефіцієнтів оновлення та введення основних засобів у 2024 році на 0,249

пунктів, що свідчить про зниження темпів оновлення основних засобів на підприємстві. Хоча показники оновлення знаходяться на досить високому рівні.

Також на достатньо високому рівні знаходиться коефіцієнт вибуття у 2023 році, хоча вже у 2024 році спостерігається тенденція до зниження. Оновлення основних засобів на підприємстві здійснюється при повній заміні старих та зношених засобів, що свідчить про розширене відтворення основних засобів на підприємстві.

Аналіз структури основних засобів проводимо за допомогою табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Зміна структури основних засобів

Основні засоби	На початок року		На кінець року		Відхилення	
	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %
2023 рік						
Всього ОЗ, у т.ч.	386982	100	510141	100	123159	31,83
ОЗ основного виду діяльності	386982	100	510141	100	123159	31,83
ОЗ інших видів діяльності	0	0	0	0	0	0
2024 рік						
Всього ОЗ, у т.ч.	510141	100	836610	100	326469	64,00
ОЗ основного виду діяльності	510141	100	836610	100	326469	64,00
ОЗ інших видів діяльності	0	0	0	0	0	0

Джерело: розроблено автором

У структурі основних засобів підприємства як у 2023, так і 2024 роках основна частка (100 %) припадає на основні засоби основного виду діяльності.

Аналіз технічного стану основних засобів проводимо за допомогою табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Зміна технічного стану основних засобів

Показники	На кінець попереднього року	На кінець звітного року	Відхилення
2023 рік			
1. Первісна вартість ОЗ, тис. грн	386982	510141	123159
2. Зношення, тис. грн	193975	253880	59905
3. Залишкова вартість ОЗ, тис. грн	193007	256261	63254
4. Коефіцієнт придатності	0,499	0,502	0,004
5. Коефіцієнт зношення	0,501	0,498	-0,004
2024 рік			
1. Первісна вартість ОЗ, тис. грн	510141	836610	326469
2. Зношення, тис. грн	253880	343327	89447
3. Залишкова вартість ОЗ, тис. грн	256261	493283	237022
4. Коефіцієнт придатності	0,502	0,590	0,087
5. Коефіцієнт зношення	0,498	0,410	-0,087

Джерело: розроблено автором

В 2024 році в порівнянні з 2023 роком первісна вартість основних засобів збільшилась до 510141 тис. грн. Коефіцієнт зношення у 2023 році знаходиться на високому рівні – 0,501. Протягом двох років коефіцієнт зношення мав тенденцію зниження до рівня 0,41. Отже, придатність основних засобів знаходиться на рівні 49,9 % на початок 2023 року, а вже на кінець 2024 року – на рівні 59 %. Відбувається оновлення виробничого апарату.

Таблиця 2.11

Показники ефективності використання основних засобів основного виду діяльності

Показник	2023 рік	2024 рік	Абсолютне відхилення
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівнянних цінах (без ПДВ й акцизного податку) (ППп), тис. грн	3690164	4085111	394947
2. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності (ОЗ), тис. грн	448561,5	673375,5	224814
3. Фондовіддача (Фв), грн/грн	8,227	6,067	-2,160
4. Фондоємність (Фє), грн/грн	0,122	0,165	0,043

Джерело: розроблено автором

У 2024 році в порівнянні з 2023 роком ефективність використання основних засобів основного виду діяльності знизилася на 2,16 грн. Фондоємність основних засобів основного виду діяльності відповідно зростає на 0,043 грн у розрахунку на 1 гривню випуску продукції, що також свідчить про зниження ефективності використання основних засобів основного виду діяльності.

Таблиця 2.12

Вплив зміни фондівдачі і вартості основних засобів основного виду діяльності на відхилення обсягу виробництва продукції

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення		
			Всього	у т.ч. за рахунок	
				ОЗ	ФВ
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівнянних цінах (без ПДВ і акцизного податку) (ППп), тис. грн	3690164	4085111	394947	1849468,9	-1454521,6
2. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності (ОЗ), тис. грн	448561,5	673375,5	224814	1849468,9	-
3. Фондовіддача (ФВ), грн/грн	8,227	6,067	-2,160	-	-1454521,6

Джерело: розроблено автором

У 2024 році в порівнянні з 2023 роком середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності збільшилась на 224814 тис. грн, фондівдача зменшилась на 2,16 грн.

З розрахунків видно, що збільшення середньорічної вартості основних засобів основного виду діяльності привело до зростання випуску у порівнянних цінах на 1849468,9 тис. грн, а зменшення фондівдачі призвело до зниження випуску у порівнянних цінах на 1454521,6 тис. грн.

Зниження ефективності використання основних засобів здійснило значний негативний вплив на результати діяльності підприємства.

2.3.3. Аналіз складу, структури й динаміки оборотних коштів

Таблиця 2.13

Склад, структура й динаміка оборотних коштів

Стаття активу	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					Абсолютне	Відносне	
2023 рік							
Оборотні активи (1195)	756955	100,00	959512	100,00	202557	0	756955
1.1. Запаси (1101+...+1104)	297831	39,35	432119	45,04	134288	5,69	297831
1.2. Дебіторська заборгованість (1125+1130+1155)	322025	42,54	372736	38,85	50711	-3,70	322025
1.3. Гроші та їх еквіваленти (1165)	130811	17,28	137158	14,29	6347	-2,99	130811
1.4. Витрати майбутніх періодів (1170)	0	0	0	0	0	0	0
1.5. Інші оборотні активи (1190)	6288	0,83	17499	1,82	11211	0,99	6288
2024 рік							
Оборотні активи (1195)	959512	100,00	1292701	100,00	333189	0	959512
1.1. Запаси (1101+...+1104)	432119	45,04	751771	58,16	319652	13,12	432119
1.2. Дебіторська заборгованість (1125+1130+1155)	372736	38,85	409136	31,65	36400	-7,20	372736
1.3. Гроші та їх еквіваленти (1165)	137158	14,29	29546	2,29	-107612	-12,01	137158
1.4. Витрати майбутніх періодів (1170)	0	0	0	0	0	0	0
1.5. Інші оборотні активи (1190)	17499	1,82	102248	7,91	84749	6,09	17499

Джерело: розроблено автором

Найбільша питома вага (понад 45 %) у 2023 році припадала на запаси підприємства. У 2024 році частка запасів ще зросла на 13,12 п.п. Значна частка

припадає на дебіторську заборгованість понад 40 % у 2023 році. Спостерігається значний рух грошей та їх еквівалентів як у 2023, так і у 2024 роках.

Аналіз ефективності використання оборотних коштів проводимо за допомогою табл. 2.14.

Таблиця 2.14

Показники оборотності оборотних коштів

Показник	2023 рік	2024 рік	Абсолютне відхилення
1. Обсяг реалізованої продукції (без ПДВ та акцизного податку) (РП), тис. грн	3690164	4708241	1018077
2. Середній залишок оборотних коштів (ОК), тис. грн	858233,5	1126106,5	267873
3. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів (Ко), обороти	4,300	4,181	-0,119
4. Тривалість одного обороту оборотних коштів (Тоб), днів	83,7	86,1	2,4
5. Коефіцієнт закріплення оборотних коштів (Кз), грн/грн	0,233	0,239	0,007

Джерело: розроблено автором

У 2024 році в порівнянні з 2023 роком оборотність оборотних коштів знизилася на 0,119 оборотів, а тривалість одного обороту зросла на 2,4 доби. Це негативно характеризує діяльність підприємства і свідчить про уповільнення оборотності оборотних коштів підприємства.

Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів проводимо за допомогою табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Показники ефективності використання сировини й матеріалів

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення		
			всього	у т.ч. за рахунок	
				МВ	М _В
1. Обсяг реалізованої промислової продукції в діючих оптових цінах	3690164	4708241	1018077	884784,2	133292,8

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення		
			всього	у т.ч. за рахунок	
				МВ	М _В
підприємства (без ПДВ й акцизного податку) (ПП), тис. грн					
2. Матеріальні витрати (МВ), тис. грн	2791091	3460306	669215	884784,2	-
3. Матеріаловіддача (Мв), грн/грн	1,322	1,361	0,039	-	133292,8
4. Матеріалоємність (Ме), грн/грн	0,756	0,735	-0,021	-	-

Джерело: розроблено автором

Матеріальні витрати у 2024 році зросли в порівнянні з 2023 роком на 6669215 тис. грн, при цьому матеріаловіддача зросла на 0,039 грн/грн, а матеріалоємність знизилася на 0,021 грн/грн.

Зростання матеріаловіддачі привело до збільшення обсягу виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах на 884784,2 тис. грн. Зростання матеріальних витрат привело до збільшення обсягу виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах на 133292,8 тис. грн.

2.3.4. Аналіз забезпечення підприємства трудовими ресурсами й ефективності їхнього використання

Для аналізу руху робочої сили складають аналітичну таблицю 2.16.

Таблиця 2.16

Показники руху робочої сили

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення
1. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	1483	1589	106
2. Прийнято працівників, осіб	20	123	103
3. Вибуло працівників, осіб	8	17	9
З них за власним бажанням, звільнено за угодою сторін, порушення трудової дисципліни та ін., осіб	8	5	-3
4. Коефіцієнт обороту з прийому	0,013	0,077	0,064
5. Коефіцієнт обороту з вибуття	0,005	0,011	0,005
6. Коефіцієнт плинності робочої сили	0,005	0,003	-0,002

Джерело: розроблено автором

У 2024 році в порівнянні з 2023 роком середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу зросла на 106 осіб, при цьому на роботу було прийнято 103 особи, а звільнено 17 осіб, з них за власним бажанням 5 осіб. Коефіцієнт обороту з прийому та вибуття збільшилися відповідно на 0,064 та 0,05 пунктів, а коефіцієнти плинності кадрів знизилися на 0,002 пункти, що свідчить про уповільнення плинності кадрів на підприємстві та покращення умов праці.

Обсяг виробництва продукції залежить від забезпечення підприємства трудовими ресурсами й ефективності використання трудових ресурсів.

Методом факторного аналізу розраховується вплив на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах зміни середньооблікової чисельності штатних працівників облікового складу та продуктивності праці.

Аналіз впливу трудових факторів на обсяг виробництва продукції проводимо за допомогою табл. 2.17.

Таблиця 2.17

Вплив трудових факторів на обсяг виробництва продукції

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення		
			усього	у т.ч. за рахунок	
				Чсо	Вр1р
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівняних цінах (без ПДВ й акцизного податку) (ППп), тис. грн	3690164	4085111,28	394947,3	263760,9	131186,4
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (Чсо), осіб	1483	1589	106,0	263760,9	-
3. Продуктивність праці (Вр1р), тис. грн /особу	2488,31	2570,87	82,6	-	131186,4

Джерело: розроблено автором

Продуктивності праці у 2024 році зросла на 82,6 тис. грн на 1 працівника, що призвело до зростання обсягу виробленої продукції у порівняних цінах на 131186,4 тис. грн. Зростання чисельності працівників на 106 осіб привело до

зростання обсягу виробленої продукції у порівняних цінах на 263760,9 тис. грн.

Для аналізу використання робочого часу складають аналітичну таблицю 2.18.

Таблиця 2.18

Використання робочого часу на підприємстві

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівняних цінах (без ПДВ й акцизного податку) (ПП), тис. грн	3690164	4085111	394947,3	10,70
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (Чсо), осіб	1483	1589	106,0	7,15
3. Кількість людино-годин, відпрацьованих всіма працівниками, людино-годин	1323370	1447039	123668,9	9,34
4. Середня кількість людино-годин, відпрацьованих одним працівником (Ч1р)	892,36	910,66	18,3	2,05
5. Продуктивність праці (Вр1р), тис. грн /особу	2488,31	2570,87	82,56	3,32
6. Середньогодинний виробіток одного працівника (Вг1р), тис. грн /особу	2,788	2,823	0,035	1,24

Джерело: розроблено автором

У 2024 році в порівнянні з 2023 роком середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу зросла на 106 працівників, середня кількість людино-годин, відпрацьованих одним працівником, збільшилась на 18,3 години, також зросла продуктивність праці на 82,56 тис. грн, що свідчить про зростання ефективності використання робочої сили.

Методом факторного аналізу розраховуємо вплив на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах зміни середньооблікової чисельності працівників, середньої кількості людино-годин, відпрацьованих одним працівником, середньогодинного виробітку одного працівника.

Вплив зміни середньооблікової чисельності працівників на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\text{ПП}_\text{п}(\text{Чсо})$) становить:

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\Pi(\mathcal{C}_{CO}) &= (\mathcal{C}_{CO3} - \mathcal{C}_{CO\Pi}) \cdot \mathcal{C}_{IP\Pi} \cdot V_{GIP\Pi} = \\ &= (1589 - 1483) \cdot 892,36 \cdot 2,788 = 263717,37 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Вплив зміни середнього числа людино-годин, відпрацьованих одним працівником на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\Pi\Pi(\mathcal{C}_{IP})$) становить:

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\Pi(\mathcal{C}_{IP}) &= \mathcal{C}_{CO3} \cdot (\mathcal{C}_{IP3} - \mathcal{C}_{IP\Pi}) \cdot V_{GIP\Pi} = \\ &= 1589 \cdot (910,66 - 892,36) \cdot 2,788 = 81071,41 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Вплив зміни середньогодинного виробітку одного працівника на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\Pi\Pi(V_{GIP})$) становить:

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\Pi(V_{GIP}) &= \mathcal{C}_{CO3} \cdot \mathcal{C}_{IP3} \cdot (V_{GIP3} - V_{GIP\Pi}) = \\ &= 1589 \cdot 910,66 \cdot (2,823 - 2,788) = 50646,35 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Загальний вплив факторів на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах становить:

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\Pi_C &= \Delta\Pi\Pi(\mathcal{C}_{CO}) + \Delta\Pi\Pi(\mathcal{C}_{IP}) + \Delta\Pi\Pi(V_{GIP}) = \\ &= 263717,37 + 81071,41 + 50646,35 = 394947,3 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Позитивний вплив на зростання обсягу виробленої продукції в порівняних цінах у 2024 році в порівнянні з 2023 роком здійснили всі чинники: зростання середньогодинного виробітку одного працівника на 0,035 тис. грн призвело до збільшення обсягу виробленої продукції на 50646,35 тис. грн, зростання середнього числа людино-годин, відпрацьованих одним працівником, на 18,3 год. – на 81071,41 тис. грн, зростання чисельності працівників на 106 осіб – на 263717,37 тис. грн. Найбільше на зростанні обсягу виробленої продукції позначився чинник чисельності працівників.

Аналіз зміни фонду оплати праці проводимо за допомогою табл. 2.19.

Величина фонду оплати праці залежить від чисельності персоналу підприємства й середньої заробітної плати одного працівника.

Таблиця 2.19

Вплив зміни чисельності персоналу й середньої заробітної плати одного працівника на зміну фонду оплати праці

Показники	2023 рік	2024 рік	Відхилення		
			усього	у тому числі за рахунок	
				Чсо	ЗП
1. Фонд оплати праці штатних працівників (ФОП), тис. грн	196375	302865	106490	14036,2	92453,8
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (ЧСО), осіб	1483	1589	106	14036,2	-
3. Середньорічна заробітна плата одного працівника (ЗП), тис. грн	132,42	190,60	58,18	-	92453,8

Джерело: розроблено автором

У 2024 році в порівнянні з 2023 роком фонд оплати праці штатних працівників збільшився на 106490 тис. грн, також зросла середньорічна заробітна плата одного працівника на 58,18 тис. грн.

Методом факторного аналізу визначається вплив на зміну фонду оплати праці середньооблікової чисельності штатних працівників облікового складу й середньорічної заробітної плати одного працівника. За рахунок збільшився середньорічної заробітної плати одного працівника збільшився фонд оплати праці на 92453,8 тис. грн, а за рахунок зростання чисельності на 106 осіб – на 14036,2 тис. грн.

Заключним етапом аналізу ефективності використання трудових ресурсів є аналіз співвідношення продуктивності праці одного працівника й середньої заробітної плати, для цього складають аналітичну таблицю 2.20.

Таблиця 2.21

Співвідношення змін продуктивності праці й середньої заробітної плати

Показник	2023 рік	2024 рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
1. Продуктивність праці, тис. грн/особу	2488,31	2546,84	58,53	2,4

Показник	2023 рік	2024 рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
2. Середньорічна заробітна плата одного працівника, тис. грн	132,42	190,60	58,18	43,9

Джерело: розроблено автором

Співвідношення зміни середньорічної заробітної плати та продуктивності праці одного працівника визначається зіставленням відносного відхилення середньорічної заробітної плати одного працівника до відносного відхилення продуктивності праці ($2,4 / 43,9 = 0,055 \%$).

Це означає, що зростання середньорічної заробітної плати на 1 % привело до зростання продуктивності на 0,055 %. При зростанні заробітної плати не відбулося стимулювання збільшення продуктивності праці.

2.3.5. Аналіз витрат на виробництво за елементами витрат

Аналіз проводять методом порівняння фактичної питомої ваги кожного елемента витрат на виробництво у 2024 році з питомою вагою в 2023 році. Для цього за даними форми №2 «Звіт про фінансові результати» складають аналітичну таблицю 2.22.

Таблиця 2.22

Структура витрат на виробництво

Елементи витрат	Абсолютне значення, тис. грн		Структура, %		Відхилення	
	2023 рік	2024 рік	2023 рік	2024 рік	Абсолютного значення	структури
1. Матеріальні витрати	2791091	3460306	78,18	76,79	669215	-1,40
2. Витрати на оплату праці	196375	302865	5,50	6,72	106490	1,22
3. Відрахування на соціальні заходи	42971	63447	1,20	1,41	20476	0,20
4. Амортизація	78151	99145	2,19	2,20	20994	0,01
5. Інші операційні витрати	461333	580558	12,92	12,88	119225	-0,04

Елементи витрат	Абсолютне значення, тис. грн		Структура, %		Відхилення	
	2023 рік	2024 рік	2023 рік	2024 рік	Абсолют- ного значення	структури
Усього	3569921	4506321	100,00	100,00	936400	0

Джерело: розроблено автором

Питома вага матеріальних витрат в 2023 році склала 78,18 %, а у 2024 році зросла до 76,79 %. Витрати на оплату праці склали 5,5 % у 2023 році та зросли до 6,72 % у 2024 році. Амортизація основних засобів становить 2,19 % у 2023 році і 2,2 % у 2024 році. Інші операційні витрати у 2024 році знизилися з 12,92 до 12,88 %. Загальна сума операційних витрат у 2024 році зросла на 936400 тис. грн.

Аналіз витрат на одну гривню виробленої продукції проводимо за допомогою табл. 2.23.

Таблиця

2.23

Оцінка витрат на одну гривню виробленої продукції

Показник	2023 рік	2024 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1.Обсяг виробленої продукції в діючих оптових цінах підприємства (без ПДВ та АЗ), тис. грн	3690164	4708241	1018077	27,59
2.Витрати на виробництво продукції, тис. грн	3569921	4506321	936400	26,23
3. Витрати на 1 грн виробленої продукції, грн/грн	0,97	0,96	-0,01	-1,06

Джерело: розроблено автором

Показник витрат на 1 гривню виробленої продукції вказує на прямий зв'язок між собівартістю й прибутком.

Витрати на одну гривню продукції розраховуються шляхом діленням загальної суми витрат на виробництво продукції на обсяг виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства, мають бути менші за 1,0.

У 2024 році в порівнянні з 2023 роком витрати на 1 гривню виробленої продукції зменшилися на 1 копію та склали 0,96 грн.

2.4. Діагностика фінансового стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Для аналізу рівня й динаміки фінансових результатів доцільно представити дані форми № 2 «Звіт про фінансові результати» у вигляді таблиці 2.24.

Таблиця 2.24

Оцінка фінансових результатів підприємства

Найменування статей	Абсолютне значення, тис. грн		Відхилення	
	2023 рік	2024 рік	абсолютне	відносне
Чистий дохід від реалізації продукції (2000)	3690164	4708241	1018077	27,59
Собівартість реалізованої продукції (2050)	2763350	3451076	687726	24,89
Валовий прибуток (2090) (збиток (2095))	926814	1257165	330351	35,64
Інші операційні доходи (2120)	55954	46087	-9867	-17,63
Адміністративні витрати (2130)	78444	109875	31431	40,07
Витрати на збут (2150)	728127	906368	178241	24,48
Інші операційні витрати (2180)	97293	152844	55551	57,10
Фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток (2190) або збиток (2195))	78904	134165	55261	70,04
Інші доходи (2200+2220+2240)	5305	6904	1599	30,14
Інші витрати (2250+2255+2270)	18431	32115	13684	74,24
Фінансовий результат до оподаткування (прибуток (2290) або збиток (2295))	65778	108954	43176	65,64
Чистий фінансовий результат (прибуток (2350) або збиток (2355))	53938	82291	28353	52,57

Джерело: розроблено автором

Чистий дохід підприємства у 2024 році збільшився на 27,59 %, при цьому собівартість реалізованої продукції зросла на 24,89 %. Темпи зростання собівартості продукції нижчі за темпи зростання чистого доходу від реалізації,

що є позитивною тенденцією і є основою для отримання прибутку підприємства. Слід зазначити, що доходи підприємства від іншої операційної діяльності знизилися у 2024 році на 17,63 %, а витрати навпаки зросли на 57,1 %. Це свідчить про збитковість цього виду діяльності на підприємстві.

Загалом підприємство у 2024 році отримало прибуток на суму 108954 тис. грн, тоді як у 2023 році був отриманий прибуток у розмірі 65778 тис. грн.

Основним джерелом отримання прибутку на підприємстві є операційна діяльність, інша операційна та фінансова діяльність є збитковою.

У процесі аналізу оцінюють динаміку показників рентабельності. Розраховані показники рентабельності зводять у таблицю 2.25.

Таблиця

2.25

Показники рентабельності

Показник	2023 рік	2024 рік	Абсолютне відхилення
1. Рентабельність капіталу, %	4,13	4,57	0,45
2. Рентабельність власного капіталу, %	4,20	5,53	1,33
3. Рентабельність продаж, %	1,46	1,75	0,29

Джерело: розроблено автором

Операційна та збутова діяльність підприємства у 2023 та у 2024 роках є прибутковою, про що свідчать значення всіх показників рентабельності. Стан підприємства покращився у 2024 році в порівнянні з 2023 роком.

Для проведення аналізу динаміки, структури та складу майна підприємства побудуємо табл. 2.26.

Таблиця 2.26

Структура балансу підприємства

Стаття балансу	Абсолютні величини		Структура		Відхилення		
					Абсолютної величини		У структурі
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	абсолютне	відносне	
2023 рік							

Стаття балансу	Абсолютні величини		Структура		Відхилення		
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		У структурі
					абсолютне	відносне	
Актив							
1. Необоротні активи	603924	329144	44,38	25,54	-274780	-45,5	-18,8
2. Оборотні активи	756955	959512	55,62	74,46	202557	26,76	18,8
3. Необоротні активи, утримані для продажу, та групи вибуття	0	0	0	0	0	-	0
Баланс	1360879	1288656	100,00	100,00	-72223	-5,31	0
Пасив							
1. Власний капітал	464030	522675	34,10	40,56	58645	12,64	6,46
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	57888	92952	4,25	7,21	35064	60,57	2,96
3. Поточні зобов'язання і забезпечення	838961	673029	61,65	52,23	-165932	-19,78	-9,42
4. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утриманими для продажу, та групами вибуття	0	0	0	0	0	0	0
Баланс	1360879	1288656	100,00	100,00	-72223	-5,31	0
2024 рік							
Актив							
1. Необоротні активи	329144	540298	25,54	29,48	211154	64,15	3,93
2. Оборотні активи	959512	1292701	74,46	70,52	333189	34,72	-3,93
3. Необоротні активи, утримані для продажу, та групи вибуття	0	0	0	0	0	0	0
Баланс	1288656	1832999	100,00	100,00	544343	42,24	0
Пасив							
1. Власний капітал	522675	604966	40,56	33,00	82291	15,74	-7,56
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	92952	80927	7,21	4,42	-12025	-12,94	-2,80

Стаття балансу	Абсолютні величини		Структура		Відхилення		
					Абсолютної величини		У структурі
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	абсолютне	відносне	
3. Поточні зобов'язання і забезпечення	673029	1147106	52,23	62,58	474077	70,44	10,35
4. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утриманими для продажу, та групами вибуття	0	0	0	0	0	0	0
Баланс	1288656	1832999	100,00	100,00	544343	42,24	0

Джерело: розроблено автором

У 2023 році зменшилися необоротні активи підприємства на 274780 тис. грн (45,5 %), а вже у 2024 році вони збільшилися 211154 тис. грн. У 2023 та 2024 роках зросли оборотні активи відповідно на 202557 та 333189 тис. грн.

Баланс підприємства у 2024 році збільшився на 544343 тис. грн. Відбуваються структурні зміни у майні підприємства у бік збільшення необоротних активів.

Слід зазначити, що у 2023 та 2024 роках відбувається нарощення власного капіталу підприємства на 12,64 та 15,74 % відповідно.

Підприємство використовує довгострокові кредити. Їх сума у 2023 році зросла на 60,57 %. Це пов'язано зі структурно-організаційними змінами, які відбуваються на підприємстві.

Таблиця 2.27

Склад і структура майна підприємства

Стаття активу	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
					Абсолютної величини		у структурі
	на початок року	на кінець року	на початок року	на кінець року	абсолютне	відносне	
2023 рік							
1. Необоротні активи (1095)	603924	329144	44,38	25,54	-274780	-45,50	-18,84

Стаття активу	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	на початок року	на кінець року	на початок року	на кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					абсолютне	відносне	
1.1. Нематеріальні активи (1000)	382581	3631	63,35	1,10	-378950	-99,05	-62,25
1.2. Незавершені капітальні інвестиції (1005)	800	49749	0,13	15,11	48949	6118,6	14,98
1.3. Основні засоби (1010)	193007	256261	31,96	77,86	63254	32,77	45,90
1.4. Інвестиційна нерухомість (1015)	0	0	0	0	0	0	0
1.5. Довгострокові фінансові інвестиції (1030)	0	0	0	0	0	0	0
1.6. Довгострокова дебіторська заборгованість (1040)	27080	19134	4	6	-7946	0	1
1.7. Відстрочені податкові активи (1045)	0	0	0	0	0	0	0
1.8. Інші необоротні активи	456	369	0,08	0,11	-87	-19,08	0,04
2. Оборотні активи (1195)	756955	959512	55,62	74,46	202557	26,76	18,84
2.1. Запаси (1101+..+1104)	297831	432119	39,35	45,04	134288	45,09	5,69
2.2. Поточні біологічні активи (1110)	0	0	0	0	0	0	0
2.3. Векселі одержані (1120)	0	0	0	0	0	0	0
2.4. Дебіторська заборгованість (1125+1130+1155)	322025	372736	42,54	38,85	50711	15,75	-3,70
2.5. Поточні фінансові інвестиції (1160)	0	0	0	0	0	0	0
2.6. Гроші та їх еквіваленти (1165)	130811	137158	17,28	14,29	6347	4,85	-2,99
2.7. Витрати майбутніх періодів (1170)	0	0	0	0	0	0	0
2.8. Інші оборотні активи (1190)	6288	17499	0,83	2	11211	178,29	1
3. Необоротні активи, утримані для продажу, та групи вибуття (1200)	0	0	0	0	0	0	0
Баланс (1300)	1360879	1288656	100,00	100,00	-72223	-5,31	0
2024 рік							
1. Необоротні активи (1095)	329144	540298	25,54	29,48	211154	64,15	3,93

Стаття активу	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	на початок року	на кінець року	на початок року	на кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					абсолютне	відносне	
1.1. Нематеріальні активи (1000)	3631	927	1,10	0,17	-2704	-74,47	-0,93
1.2. Незавершені капітальні інвестиції (1005)	49749	45404	15,11	8,40	-4345	-8,73	-6,71
1.3. Основні засоби (1010)	256261	493283	77,86	91,30	237022	92,49	13,44
1.4. Інвестиційна нерухомість (1015)	0	0	0	0	0	0	0
1.5. Довгострокові фінансові інвестиції (1030)	0	0	0	0	0	0	0
1.6. Довгострокова дебіторська заборгованість (1040)	19134	684	5,81	0,13	-18450	0	-6
1.7. Відстрочені податкові активи (1045)	0	0	0	0	0	0	0
1.8. Інші необоротні активи	369	0	0,11	0	-369	-100	-0,11
2. Оборотні активи (1195)	959512	1292701	74,46	70,52	333189	34,72	-3,93
2.1. Запаси (1101+..+1104)	432119	751771	45,04	58,16	319652	73,97	13,12
2.2. Поточні біологічні активи (1110)	0	0	0	0	0	0	0
2.3. Векселі одержані (1120)	0	0	0	0	0	0	0
2.4. Дебіторська заборгованість (1125+1130+1155)	372736	409136	38,85	31,65	36400	9,77	-7,20
2.5. Поточні фінансові інвестиції (1160)	0	0	0	0	0	0	0
2.6. Гроші та їх еквіваленти (1165)	137158	29546	14,29	2,29	-107612	-78,46	-12,01
2.7. Витрати майбутніх періодів (1170)	0	0	0	0	0	0	0
2.8. Інші оборотні активи (1190)	17499	102248	1,82	7,91	84749	484,31	6
3. Необоротні активи, утримані для продажу, та групи вибуття (1200)	0	0	0	0	0	0	0
Баланс (1300)	1288656	1832999	100,00	100,00	544343	42,24	0

Джерело: розроблено автором

У структурі активу підприємства найбільшу питому вагу займають оборотні активи: на початок 2023 року – 55,62 %, на кінець 2023 року – 74,46 %, із зменшенням їх частки на кінець 2024 року до 70,52 %.

Слід відмітити значні зміни у структурі необоротних активів: зростання незавершених капітальних інвестицій у 2023 році (у 61,2 рази) та скорочення нематеріальних активів на 99,05 %.

Також різкі зміни відбулися у зростанні основних засобів підприємства у 2024 році – на 92,49 %.

Це свідчить про значні реорганізаційні зміни на підприємстві.

Відомості про джерела походження коштів, спрямованих на формування майна підприємства, наведені в пасиві балансу. Для аналізу джерел фінансових ресурсів складають таблицю 2.28.

Таблиця 2.28

Склад і структура джерел фінансових ресурсів

Стаття пасиву	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		у структурі
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		
					абсолютне	відносне	
2023 рік							
1. Власний капітал (1495)	464030	522675	34,10	40,56	58645	12,64	6,46
1.1. Зареєстрований (пайовий) капітал (1400)	10000	10000	2,155	1,913	0	0	-0,24
1.2. Внески до незареєстрованого статутного капіталу (1401)	0	0	0	0	0	0	0
1.3. Капітал в дооцінках (1405)	0	0	0	0	0	0	0
1.4. Додатковий капітал (1410)	0	0	0	0	0	0	0
1.5. Резервний капітал (1415)	0	0	0	0	0	0	0
1.6. Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) (1420)	459030	512675	98,922	98,087	53645	11,69	-0,84

Стаття пасиву	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					абсолютне	відносне	
1.7. Неоплачений капітал, вилучений капітал (1425+1430)	-5000	0	-1	0	5000	0	1
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення (1595)	57888	92952	4,25	7,21	35064	60,57	2,96
3. Поточні зобов'язання і забезпечення (1695)	838961	673029	61,65	52,23	-165932	-19,78	-9,42
3.1. Короткострокові кредити банків (1600)	0	60000	0	8,91	60000	0	8,91
3.2. Поточна кредиторська заборгованість	304687	343340	36,32	51,01	38653	12,69	14,70
3.3. Поточні забезпечення (1660)	0	0	0	0	0	0	0
3.4. Доходи майбутніх періодів (1665)	0	0	0	0	0	0	0
3.5. Інші поточні зобов'язання (1690)	534274	269689	63,68	40,07	-264585	-49,52	-23,6
4. Зобов'язання, пов'язані з пов'язані з необоротними активами, утриманими для продажу, та групами вибуття (1700)	0	0	0	0	0	0	0
Баланс (1900)	1360879	1288656	100,00	100,00	-72223	-5,31	0
2024 рік							
1. Власний капітал (1495)	522675	604966	40,56	33,00	82291	15,74	-7,56
1.1. Зареєстрований (пайовий) капітал (1400)	10000	10000	1,913	1,653	0	0	-0,26
1.2. Внески до незареєстрованого статутного капіталу (1401)	0	0	0	0	0	0	0
1.3. Капітал в дооцінках (1405)	0	0	0	0	0	0	0
1.4. Додатковий капітал (1410)	0	0	0	0	0	0	0
1.5. Резервний капітал (1415)	0	0	0	0	0	0	0

Стаття пасиву	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					абсолютне	відносне	
1.6. Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) (1420)	512675	594966	98,087	98,347	82291	16,05	0,26
1.7. Неоплачений капітал, вилучений капітал (1425+1430)	0	0	0	0	0	0	0
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення (1595)	92952	80927	7,21	4,42	-12025	-12,94	-2,80
3. Поточні зобов'язання і забезпечення (1695)	673029	1147106	52,23	62,58	474077	70,44	10,35
3.1. Короткострокові кредити банків (1600)	60000	93403	8,91	8,14	33403	55,67	-0,77
3.2. Поточна кредиторська заборгованість (1610+1615+1620+1625+1630+1635+...+1650)	343340	626355	51,01	54,60	283015	82,43	3,59
3.3. Поточні забезпечення (1660)	0	0	0	0	0	0	0
3.4. Доходи майбутніх періодів (1665)	0	0	0	0	0	0	0
3.5. Інші поточні зобов'язання (1690)	269689	427348	40,07	37,25	157659	58,46	-2,82
4. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утриманими для продажу, та групами вибуття (1700)	0	0	0	0	0	0	0
Баланс (1900)	1288656	1832999	100,00	100,00	544343	42,24	0

Джерело: розроблено автором

Основним джерелом формування майна підприємства є поточні зобов'язання і забезпечення. Їх частка становить на початок, кінець 2023 року та кінець 2024 року відповідно 61,65; 52,23 та 62,58 %.

У 2023 та 2024 роках величина власного капіталу зростає відповідно на 12,64 та 15,74 %. При цьому головні зміни відбулися з нерозподіленим прибутком, який у 2024 році збільшився на 82291 тис. грн.

Аналіз показників, що характеризують фінансову стабільність підприємства проводимо за допомогою табл. 2.29.

Фінансова стійкість – це такий стан фінансових ресурсів, їх розподілення та використання, що забезпечує діяльність підприємства на основі зростання прибутку, платоспроможність та кредитоспроможність підприємства в умовах допустимого рівня ризику.

Оцінка фінансової стійкості проводиться за допомогою таких показників:

Коефіцієнт фінансової автономії (незалежності) – характеризує питому вагу власних коштів в загальній сумі коштів. Чим вище значення коефіцієнта, тим фінансово стійкіше, стабільніше та більш незалежне від зовнішніх кредиторів підприємство. Критичне значення коефіцієнта автономії – 0,5.

Коефіцієнт фінансового ризику – показує співвідношення залучених коштів та власного капіталу. Зростання показника у динаміці свідчить про посилення залежності підприємства від зовнішніх інвесторів та кредиторів, тобто про зниження фінансової стійкості. Оптимальне значення даного коефіцієнта $\leq 0,5$. Критичне значення – 1.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу – показує, яка частина власного капіталу знаходиться в обороті, а яка капіталізована. Коефіцієнт розраховується як співвідношення власного оборотного капіталу до власних джерел фінансування. Власні оборотні кошти – це та частина власного капіталу підприємства, яка є джерелом покриття поточних активів. Нормальною вважається ситуація, коли коефіцієнт маневреності в динаміці незначно збільшується.

Коефіцієнти фінансової стабільності наводимо в табл. 2.29.

Таблиця 2.29

Значення коефіцієнтів фінансової стабільності підприємства

Показник	На початок року	На кінець року	Абсолютне відхилення
2023 рік			

Показник	На початок року	На кінець року	Абсолютне відхилення
Коефіцієнт фінансової автономії	0,341	0,406	0,065
Коефіцієнт фінансового ризику	1,932	1,465	-0,467
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,301	0,370	0,671
2024 рік			
Коефіцієнт фінансової автономії	0,406	0,330	-0,076
Коефіцієнт фінансового ризику	1,466	2,030	0,564
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,370	0,124	-0,247

Джерело: розроблено автором

Коефіцієнт фінансової автономії знаходиться як у 2023, так і у 2024 роках на низькому рівні, що свідчить про фінансову залежність підприємства від залученого капіталу. Показник фінансової автономії на кінець 2024 року зменшився на 0,076 пунктів.

Коефіцієнт фінансового ризику знаходиться на дуже високому рівні, він показує співвідношення залученого та власного капіталу. На кожну власну гривню припадає близько 1,93 та 1,46 грн залучених коштів у 2023 році. На кінець 2024 року цей показник погіршується до рівня 2,03.

Коефіцієнт маневреності коштів підприємства має від'ємне значення на початок 2023 року, але вже на кінець року він підвищується до рівня 0,37. У 2024 році маневреність коштів підприємства знов знижується до рівня 0,124. Тобто підприємство має слабо маневровий робочий капітал.

Підприємство дуже залежне від позикового капіталу.

Аналіз фінансових коефіцієнтів ліквідності проводиться за допомогою табл. 2.30-2.31.

Ліквідність балансу визначається як ступінь покриття зобов'язань підприємства її активами, строк перетворення яких у гроші відповідає строку погашення зобов'язань.

В залежності від ступеня ліквідності активи підприємства розділяють на такі групи:

A1. Найбільш ліквідні активи;

A2. Активи, які швидко реалізуються;

A3. Активи, які повільно реалізуються;

A4. Активи, які важко реалізуються

Пасиви балансу групуються згідно з передбачуваними строками їх оплати:

П1. Найбільш термінові зобов'язання;

П2. Короткострокові пасиви;

П3. Довгострокові пасиви;

П4. Постійні (стійкі) пасиви

Для визначення ліквідності балансу складемо аналітичну таблицю 2.30.

Баланс вважається абсолютно ліквідним, коли всі нерівностей ($A1 \geq P1$, $A2 \geq P2$, $A3 \geq P3$, $A4 \leq P4$) дотримані.

Більш детальний аналіз проведемо за допомогою фінансових коефіцієнтів.

Коефіцієнт загальної (поточної) ліквідності – показує, в якому ступені наявні оборотні активи достатні для задоволення поточних зобов'язань. Значення коефіцієнту повинно знаходитись в межах від 1 до 2.

Коефіцієнт проміжної (термінової) ліквідності – при його розрахунку не враховують активи, які повільно реалізуються. Значення коефіцієнту повинно знаходитись в межах від 0,7 до 0,8.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності – при його розрахунку враховується лише перша група активів. Значення коефіцієнту повинно знаходитись в межах від 0,2 до 0,35.

Таблиця 2.30

Аналіз ліквідності балансу

Актив	На початок року	На кінець року	Пасив	На початок року	На кінець року	Платіжний результат	
						На початок року	На кінець року
1	2	3	4	5	6	7=2-5	8=3-6

2023 рік							
A1	130811	137158	П1	304687	343340	-173876	-206182
A2	530493	622648	П2	534274	329689	-3781	292959
A3	95651	199706	П3	1118	92952	94533	106754
A4	603924	329144	П4	41600	522675	562324	-193531
Баланс	1360879	1288656	Баланс	1360879	1288656	0	0
2024 рік							
A1	137158	29546	П1	343340	626355	-206182	-596809
A2	622648	955873	П2	329689	520751	292959	435122
A3	199706	306940	П3	92952	80927	106754	226013
A4	329144	540298	П4	522675	604966	-193531	-64668
Баланс	1288656	1832999	Баланс	1288656	1832999	0	0

Джерело: розроблено автором

Баланс вважається абсолютно ліквідним, якщо дотримуються такі нерівності:

$$A1 \geq П1 \quad A2 \geq П2 \quad A3 \geq П3 \quad A4 \leq П4$$

У 2023 році: **A1 < П1; A2 < П2; A3 > П3; A4 > П4**

У 2024 році: **A1 < П1; A2 > П2; A3 > П3; A4 < П4**

Якщо одна або кілька нерівностей мають протилежний знак від зафіксованого в оптимальному варіанті, це означає, що ліквідність балансу в більшому або меншому ступені відрізняється від абсолютної ліквідності.

Оскільки у 2023 році спостерігається лише одна відповідність, можна вважати, що баланс був неліквідним. Але у 2024 році майже всі нерівності дотримані, крім першої. Отже, можна вважати баланс майже ліквідним.

Фінансові коефіцієнти ліквідності наведені у таблиці 2.31.

Таблиця 2.31

Значення коефіцієнтів ліквідності

Показники	На початок року	На кінець року	Абсолютне відхилення
2023 рік			
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,90	1,43	0,52
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,79	1,13	0,34
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,16	0,20	0,05
2024 рік			
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,43	1,92	0,49
Коефіцієнт проміжної ліквідності	1,13	0,86	-0,27
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,20	0,03	-0,18

Джерело: розроблено автором

Значення коефіцієнта загальної ліквідності у 2023 році знаходиться на початок року трохи нижче рівня (від 1 до 2), тобто підприємство не має достатньо коштів для погашення короткострокових зобов'язань. На кінець 2023 та 2024 років ситуація вирівнюється, коефіцієнт загальної ліквідності зростає до норми.

Значення коефіцієнта проміжної ліквідності як у 2023, так і у 2024 році знаходиться у межах норми (від 0,7 до 0,8), хоча і має у 2024 році тенденцію до зниження.

Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності у 2023 році знаходиться у межах норми (від 0,2 до 0,35), але вже на кінець 2024 року ситуація значно погіршується.

Враховуючи значення показників ліквідності та платоспроможності слід зазначити загрозове становище фінансового стану підприємства на кінець 2024 року.

У підприємства досить нестабільне, але контрольоване фінансове становище.

Таблиця 2.32

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2023-2024 роки

Показник	2023 рік	2024 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн	113000	113000	0	0
2. Фактично вироблено продукції, тонн	46250	51200	4950	10,70
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частка	0,409	0,453	0,0438	10,70
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ й акцизного податку), тис. грн: – у діючих оптових цінах підприємства	3690164	4708241	1018077	27,59
– у порівняних цінах	3690164	4085111,3	394947,3	10,70
5. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	3690164	4708241	1018077,0	27,59

Показник	2023 рік	2024 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
6. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн	448561,5	673375,5	224814,0	50,12
7. Фондовіддача, грн/грн	8,227	6,067	-2,2	-26,26
8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн	858233,5	1126106,5	267873,0	31,21
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, оборотів	4,300	4,181	-0,12	-2,76
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	1483	1589	106,0	7,15
11. Продуктивність праці, тис. грн /особу	2488,3	2570,9	82,6	3,32
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн, у тому числі:	3569921	4506321	936400	26,23
– матеріальні витрати	2791091	3460306	669215	23,98
– витрати на оплату праці	196375	302865	106490	54,23
– відрахування на соціальні заходи	42971	63447	20476	47,65
– амортизація	78151	99145	20994	26,86
– інші операційні витрати	461333	580558	119225	25,84
13. Витрати на 1 гривню виробленої продукції, грн	0,967	0,957	-0,010	-1,06
14. Матеріалоемність, грн	0,756	0,735	-0,021	-2,83
15. Повна собівартість реалізованої продукції (собівартість реалізованої продукції, адміністративні витрати, витрати на збут), тис. грн	3667214	4620163	952949	25,99
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	78904	134165	55261	70,04
17. Чистий прибуток, тис. грн	53938	82291	28353	52,57
18. Рентабельність продажів, %	1,46	1,75	0,29	x
19. Рентабельність продукції, %	2,15	2,90	0,75	x

Джерело: розроблено автором

У 2024 році в порівнянні з 2023 роком збільшився фактичний випуск продукції на 4950 тонн (10,7 %) при незмінній величині виробничої потужності – 113000 тонн на рік. Виробнича потужність використовується підприємством на 40,9 та 45,3 % відповідно у 2023 та 2024 роках.

Обсяг виробленої продукції у діючих оптових цінах підприємства та чистий дохід від реалізації продукції у 2024 році збільшився на 27,59 %. Однак у перерахунку на порівнянні ціни обсяг виробленої продукції зріс на 10,7 %. Це свідчить про значний вплив на вартісні показники інфляційних процесів, що призводять до зростання цін на продукцію.

Показник фондівдачі у 2024 році в порівнянні з 2023 роком знизився на 2,2 грн (26,26 %). Це свідчить про погіршення використання основних засобів підприємства.

У 2024 році зросла середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу на 106 осіб, при цьому продуктивність праці зросла на 82,6 тис. грн (3,32 %). Підприємство підвищує заробітну плату працівникам, але у короткостроковій перспективі це не здійснює позитивного впливу на продуктивність праці.

У 2024 році знизився коефіцієнт оборотності оборотних коштів на 0,12 оборотів (2,76 %), що свідчить про уповільнення оборотності, хоча сам коефіцієнт знаходиться на низькому рівні.

Слід зазначити високий рівень показника витрат на 1 грн виробленої продукції, що є негативним моментом у діяльності підприємства. Але у 2024 році спостерігається його зниження на 0,01 коп. (1,06 %).

Операційні витрати підприємства зростають на 26,23 % при тому, що обсяг реалізованої продукції зростає на 27,59 %. Випередження темпів зростання обсягу виробництва над собівартістю продукції, свідчить про позитивні наслідки операційної діяльності і отримання підприємством прибутку.

Діяльність підприємства як у 2023, так і у 2024 році була прибутковою, чистий прибуток становив 53,94 та 82,29 млн грн відповідно.

Фінансове становище підприємства викликає занепокоєння. Відбуваються структурні зміни у майні підприємства у бік збільшення необоротних активів.

Слід зазначити, що у 2024 році відбувається нарощення власного капіталу підприємства. При цьому головні зміни відбулися з нерозподіленим прибутком. Це пов'язано зі структурно-організаційними змінами, які відбуваються на підприємстві.

Основним джерелом формування майна підприємства є поточні зобов'язання і забезпечення. Їх частка становить на початок, кінець 2023 року та кінець 2024 року відповідно 61,65; 52,23 та 62,58 %.

Підприємство є дуже залежним від позикового капіталу.

Рентабельність продажів, капіталу та продукції знаходиться на низькому рівні, з помірним підвищенням у 2024 році.

Взагалі у 2024 році покращилася економічна ситуація на підприємстві, про що свідчать майже узагальнені показники виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

2.5. SWOT-аналіз діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

На основі SWOT-аналізу ТОВ «Молочна компанія «Галичина» було виділено сильні та слабкі сторони підприємства, його можливості та загрози у зовнішньому середовищі.

Таблиця 2.33

SWOT-аналіз ТОВ МК «Галичина»

	Внутрішні фактори	
	Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Внутрішні фактори	<ul style="list-style-type: none"> - Великий асортимент продукції – охоплення різних категорій молочних продуктів (йогурти, кефіри, сири, масло), що дозволяє залучати широку аудиторію споживачів. - Висока якість продукції – дотримання міжнародних стандартів якості та безпеки, що підвищує довіру споживачів і лояльність. - Відомий бренд з високою впізнаваністю – бренд «Галичина» 	<ul style="list-style-type: none"> - Відносно висока собівартість окремих продуктів – висока ціна на сировину, енергоносії та логістику впливає на маржинальність продукції. - Обмежений асортимент інноваційних продуктів – недостатня кількість трендових позицій (наприклад, йогурти з суперфудами), що може знижувати привабливість для молодих споживачів. - Залежність від внутрішнього

	<p>має позитивний імідж на ринку, що сприяє кращим продажам і виходу на нові ринки.</p> <p>- Наявність виробничих потужностей – достатній технічний ресурс для запуску нових продуктів, зокрема інноваційних йогуртів із суперфудами.</p> <p>- Досвідчені кадри і налагоджені логістичні канали – професійний персонал і ефективна система постачання забезпечують стабільність і якість процесів.</p>	<p>ринку – велика частка продажів припадає на внутрішній ринок, що робить компанію вразливою до коливань економіки України.</p> <p>- Недостатня маркетингова підтримка нових продуктів – обмежене просування нових лінійок, що уповільнює швидкість їх виходу на ринок і росту продажів.</p>
	Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Зовнішні фактори	<p>- Зростання попиту на здорове харчування і суперфуди – тренд на продукти з додатковою функціональністю (йогурти з ягодами годжі, спіруліною, насінням чіа) відкриває нові ніші для розвитку.</p> <p>- Розширення експорту до сусідніх країн — географічне збільшення ринків збуту, особливо в країни з подібними смаковими вподобаннями та вимогами.</p> <p>- Впровадження інноваційних технологій у виробництво – автоматизація, енергоефективність, нові методи консервації, які знизять собівартість та покращать якість.</p> <p>- Партнерство з великими мережами супермаркетів і онлайн-ритейлерами – можливість збільшення каналів збуту та охоплення кінцевих споживачів.</p> <p>- Підвищення екологічності та використання натуральних інгредієнтів – збільшення цінності продукції в очах сучасних споживачів, які цінують натуральність і екологічність.</p>	<p>- Жорстка конкуренція з боку великих виробників та імпортерів – агресивні маркетингові стратегії конкурентів можуть відтягувати частку ринку.</p> <p>- Коливання цін на сировину (молоко, суперфуди) – вплив економічних та кліматичних факторів на собівартість продукції.</p> <p>- Зміни регуляторних вимог і стандартів якості – можливі додаткові витрати на приведення виробництва у відповідність.</p> <p>- Економічна нестабільність в Україні – зниження купівельної спроможності населення та ризику для стабільності продажів.</p> <p>- Зростання популярності альтернативних молочних продуктів (рослинні аналоги) – зміна уподобань споживачів може знизити попит на традиційну молочну продукцію.</p>

Джерело: розроблено автором

У контексті забезпечення сталого розвитку та зростання прибутковості ТОВ «Молочна компанія Галичина» у 2025 році, доцільним є впровадження комплексного стратегічного підходу, який враховує поточну кон'юнктуру ринку, внутрішні ресурси підприємства та зовнішні виклики галузевого характеру. Насамперед слід зосередитися на оптимізації асортиментної політики шляхом аналізу продукції за критеріями прибутковості та обсягів реалізації з подальшим вилученням маломаржинальних позицій або їх трансформацією у продукти з вищою доданою вартістю. Переорієнтація на сегменти із високою маржинальністю, зокрема функціональні йогурти, пробіотичні напої та безлактозну продукцію, дозволить покращити структуру витрат і підвищити загальний рівень рентабельності.

Паралельно з цим, важливо посилити присутність компанії у каналах збуту з прогнозованим попитом, зокрема у сегменті private label та HoReCa. Розширення співпраці з торговельними мережами та адаптація пакування до вимог закладів громадського харчування, а також активізація участі у державних тендерах, сприятимуть зростанню обсягів реалізації при мінімізації витрат на маркетинг.

З огляду на тенденції підвищення вартості енергоресурсів, стратегічно виправданим є перехід до енергоощадних технологій: впровадження сонячних панелей, модернізація систем освітлення, теплопостачання та охолодження, а також реалізація проєктів з утилізації надлишкового тепла. Це дозволить суттєво зменшити виробничі витрати та підвищити енергоефективність виробництва.

Додатковим вектором росту може стати орієнтація на експортні ринки, зокрема країн Центральної та Східної Європи, Балканського регіону та Кавказу. Реєстрація продукції як органічної або традиційної у відповідних реєстрах, участь у міжнародних галузевих виставках та формування стійких каналів дистрибуції через співпрацю з місцевими ритейлерами відкривають можливості для реалізації товарів за вищими цінами, аніж на внутрішньому ринку.

Цифрова трансформація підприємства є необхідною умовою для забезпечення конкурентоспроможності. Вона передбачає впровадження автоматизованих систем управління виробництвом, логістикою та продажами, що дозволить знизити втрати, зменшити ризики надвиробництва та оптимізувати використання складських ресурсів.

Окрему увагу слід приділити розробці і просуванню нішевих і преміальних лінійок продукції. Зокрема, створення безлактозних і спортивних продуктів, сезонних позицій із локальними смаками, а також органічної фермерської продукції із новим позиціонуванням сприятиме підвищенню привабливості бренду серед споживачів з високим рівнем доходу та у сегменті урбанізованих клієнтів.

На завершення, перспективним є налагодження співпраці з локальними виробниками та фермерами, що передбачає спільне виробництво під подвійними брендами та ефективніше використання виробничих потужностей. Така взаємодія не лише оптимізує собівартість, а й посилює соціальну відповідальність компанії, сприяючи розвитку місцевих громад.

Реалізація щонайменше трьох-чотирьох із зазначених напрямів забезпечує цілком реалістичне зростання прибутковості компанії на рівні 15–20 % у 2025 році за рахунок підвищення операційної ефективності, зменшення витрат та диверсифікації каналів збуту.

ВИСНОВКИ за Розділом 2

Ринок молокопродуктів має доволі стійкі позиції, його стан суттєво впливає на інші ринки продуктів харчування. Ринок молочної продукції є соціально важливим, адже він у певній мірі заміщує для окремих малозабезпечених верств населення інші продукти харчування тваринного білкового походження (м'ясо і м'ясопродукти) і водночас не захищеним від конкуренції з імпортом, у більшості випадків сумнівної якості.

Упродовж 1990-2024 років кількість молокопереробних підприємств в Україні зменшилася майже у шість разів – зі 643 до 110 одиниць. Така

динаміка свідчить про глибоку структурну трансформацію галузі, зумовлену низкою факторів: ринковою перебудовою, економічними кризами, втратою частини територій та потужностей у результаті воєнних дій. Найбільше скорочення спостерігалось у період 2020-2022 років.

За період з 1990 по 2024 рік виробництво сирого молока скоротилося з 24,5 млн тонн до 7,25 млн тонн. Водночас у 2023–2024 роках зафіксовано зростання обсягів переробки — з 2,8 до понад 3,2 млн тонн, що свідчить про ефективну адаптацію промислового сектору до нових умов і переорієнтацію на організоване виробництво.

Попри загальне скорочення обсягів виробництва вершкового масла, сиру, сухого і згущеного молока, в останні роки простежується тенденція до стабілізації виробництва та активного оновлення асортименту. Впроваджуються нові продукти – безлактозні, функціональні, з додаванням фруктових і злакових компонентів, що відповідає світовим харчовим трендам.

У 2024 році загальний обсяг експорту молочних продуктів зріс на 8 %, а валютна виручка – на 14 %. Найбільшу питому вагу в експорті займають сири, згущене молоко, масло та сироватка. Позитивне зовнішньоторговельне сальдо в розмірі 4,7 млн доларів США свідчить про посилення конкурентних позицій української молочної продукції на зовнішніх ринках.

Споживання молока на душу населення, яке знижувалося протягом тривалого часу, у 2024 році демонструє зростання до 209,3 кг. Це є ознакою часткового відновлення купівельної спроможності та зростання довіри до продукції промислового виробництва, що відповідає сучасним вимогам до якості та безпечності.

Виробництво концентрується у кількох регіонах із потужним агропромисловим потенціалом (Полтавська, Хмельницька, Вінницька області тощо). Основну частку ринку формують великі вітчизняні компанії, які мають високі виробничі потужності, впроваджують сучасні технології та активно розвивають експортні канали збуту. Ринок орієнтується на нецінову

конкуренцію, акцентуючи на якості, інноваціях та гнучкій продуктивній політиці.

Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина» показав, що у 2024 році в порівнянні з 2023 роком при зростанні фактичного випуску продукції на 4950 тонн (10,7 %), обсяг виробленої продукції у діючих оптових цінах підприємства та чистий дохід від реалізації продукції у 2024 році збільшився на 27,59 %. Це свідчить про значне зростання цін на продукцію.

Знизилася ефективність використання основних засобів підприємства та оборотних активів підприємства. Підприємство підвищує заробітну плату працівникам, але у короткостроковій перспективі це не здійснює позитивного впливу на продуктивність праці.

Підприємство має високий рівень витрат на 1 грн виробленої продукції, що є негативним моментом у діяльності підприємства. І хоча, діяльність підприємства як у 2023, так і у 2024 році була прибутковою, фінансове становище підприємства викликає занепокоєння. У балансі підприємства відбуваються структурні зміни у бік збільшення необоротних активів. Основним джерелом формування майна підприємства є поточні зобов'язання і забезпечення.

Підприємство є дуже залежним від позикового капіталу. Коефіцієнт фінансового ризику знаходиться на дуже високому рівні.

Враховуючи значення показників ліквідності та платоспроможності слід зазначити загрозове становище фінансового стану підприємства у 2023 році, з покращенням стану на кінець 2024 року. У підприємства досить нестабільне, але контрольоване фінансове становище, оскільки воно дотримується відповідної ліквідності залежно від очікуваних термінів виконання зобов'язань за відповідними інструментами.

РОЗДІЛ 3

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДУ З ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Обґрунтування доцільності впровадження у виробництво нового продукту «йогурту з ягодами годжі та насінням чіа»

У сучасних умовах розвитку харчової промисловості та змін у поведінці споживачів особливого значення набуває тренд здорового харчування, який активно впливає на попит у сегменті молочної продукції. Світові та українські споживачі дедалі більше орієнтуються на функціональні продукти, що сприяють покращенню здоров'я і якості життя. Це підтверджується зростанням глобального ринку йогуртів, який у 2024 році оцінюється приблизно у 75 млрд дол. США з щорічним темпом зростання близько 5–6 % [45].

Особливу динаміку демонструє сегмент функціональних йогуртів, зокрема з додаванням суперфудів, що розвивається швидше за загальний ринок – із темпом 7–9 % на рік [46]. В українських реаліях ринок молочних продуктів у 2023 році досяг приблизно 3 млрд дол., причому частка йогуртів становила близько 15–18 % [47], що свідчить про стабільний попит на цей вид продукції.

З огляду на ці тенденції, розширення продуктового портфеля шляхом впровадження йогуртів із суперфудами є доцільним стратегічним кроком для ТОВ МК «Галичина». Це дозволить компанії диференціювати свій бренд, відкриваючи доступ до нових сегментів споживачів – молоді, спортсменів та людей, що дотримуються здорового способу життя. Соціологічні опитування 2023 року засвідчують, що понад 40 % українських споживачів готові платити додатково до 20 % за продукти з функціональними властивостями [48], що обґрунтовує можливість встановлення на йогурти з суперфудами ціни, вищої на 30–40 % порівняно зі стандартними аналогами [49].

Таким чином, вартість упаковки такого продукту може становити 40–50 грн, що значно перевищує середні показники цін у категорії.

Впровадження цієї нової лінійки продукції можливе без значних капіталовкладень, оскільки технологія виробництва йогуртів із суперфудами базується на традиційній технології з додаванням натуральних інгредієнтів. ТОВ МК «Галичина» володіє необхідними виробничими потужностями і компетенціями, що забезпечує ефективну адаптацію процесу із мінімальними інвестиціями.

Крім того, преміальний сегмент функціональних йогуртів відзначається високою маржинальністю, що коливається в межах 25–35 %, що суттєво перевищує показники стандартних йогуртів (15–20 %) [50]. Вихід на цей сегмент ринку відкриває перспективи збільшення продажів у категорії йогуртів на 5–8 % вже протягом першого року, що в грошовому еквіваленті може забезпечити додатковий прибуток у розмірі 3–5 млн грн [51-52].

Важливо також підкреслити, що нова лінійка продуктів із натуральними суперфудами цілком відповідає сучасним світовим тенденціям натуральності та екологічності, що позитивно впливає на імідж бренду «Галичина», який уже здобув репутацію виробника натуральної молочної продукції. Пропозиція продуктів без штучних добавок сприятиме зміцненню довіри споживачів і підвищенню лояльності [52].

З огляду на маркетингові перспективи, запуск йогуртів із суперфудами відкриває нові канали збуту, серед яких особливо перспективними є магазини здорового харчування, фітнес-центри, кафе з акцентом на здорове харчування. Розширення цих каналів сприятиме збільшенню обсягів продажів і зміцненню позицій ТОВ МК «Галичина» на ринку молочної продукції загалом [53-54].

Отже, комплексна оцінка сучасних ринкових тенденцій, внутрішнього потенціалу підприємства та поведінкових характеристик споживачів свідчить про доцільність виробництва йогуртів із суперфудами як перспективного напрямку розвитку ТОВ МК «Галичина», що сприятиме зміцненню конкурентних переваг і підвищенню фінансової ефективності підприємства.

Станом на сьогодні у продуктовому портфелі ТОВ МК «Галичина» відсутні йогурти з додаванням функціональних інгредієнтів типу суперфудів, зокрема насіння чіа, ягід годжі або інших біологічно активних компонентів. Водночас компанія реалізує широкий асортимент традиційних і ароматизованих йогуртів, зокрема:

- карпатська лінійка йогуртів, що включає варіанти без додавання цукру, а також продукти з вмістом фруктових наповнювачів і злаків;
- йогурти з фруктами та ягодами, серед яких – комбінації «Вишня-Брусниця», «Малина-Гранат», «Лісові ягоди»;
- йогурти з екзотичними смаками, як-от «Манго-Папайя» [51].

Усі ці продукти вирізняються використанням натуральних інгредієнтів, що відповідає вподобанням споживачів та світовим трендам у харчуванні. З огляду на сформований позитивний досвід підприємства у виробництві йогуртів із природними компонентами, подальше розширення асортименту за рахунок введення функціональних продуктів із додаванням суперфудів є логічним кроком. Такий напрям узгоджується з глобальними тенденціями здорового харчування та може задовольнити зростаючий попит на продукти з підвищеною біологічною цінністю.

Йогурти з суперфудами – це молочні або рослинні йогурти, до складу яких додано так звані суперфуди – продукти, що вирізняються високою концентрацією корисних речовин: вітамінів, мінералів, антиоксидантів, клітковини, омега-жирних кислот тощо.

Основні характеристики:

1. основа – традиційний йогурт (коров'ячий, козячий, кокосовий, соєвий тощо);
2. добавки – суперфуди, які можуть бути у вигляді:
 - фруктів та ягід (чіа, асаї, годжі, обліпіха, чорниця);
 - насіння та горіхів (льон, гарбузове насіння, мигдаль);
 - рослинних порошоків (спіруліна, матча, куркума, мака);
 - злаків і висівок (кіноа, амарант, овес);

- пробіотичних культур та пребіотиків.

Перевагами таких йогуртів є таке:

- підвищена харчова цінність (більше клітковини, білка, антиоксидантів);
- функціональне харчування (сприяє покращенню травлення, зміцненню імунітету, нормалізації мікрофлори кишечника);
- здоровий перекус або доповнення до сніданку;
- орієнтація на споживачів, які ведуть здоровий спосіб життя.

Такі продукти часто маркуються як «натуральні», «еко», «біо» або «без цукру», і мають вищу ціну через позиціонування в сегменті преміум або функціонального харчування.

Насіння чіа (*Salvia hispanica*) та ягоди годжі (*Lycium barbarum*) є функціональними інгредієнтами, що належать до категорії «суперфудів» завдяки високій концентрації біологічно активних речовин і численним корисним властивостям для здоров'я людини. Їхнє застосування у харчовій промисловості, зокрема у виробництві йогуртів, обумовлене актуальними тенденціями до здорового та профілактичного харчування.

Насіння чіа характеризується значним вмістом омега-3 жирних кислот, зокрема α -ліноленової кислоти, яка чинить кардіопротекторну та протизапальну дію, сприяючи зниженню ризиків серцево-судинних захворювань [55]. Завдяки високому вмісту харчових волокон, чіа позитивно впливає на функціонування травної системи та регулює рівень глюкози в крові, що є особливо важливим для осіб із порушеннями обміну речовин [56]. Окрім цього, насіння чіа містить комплекс поліфенолів з антиоксидантною активністю, які нейтралізують дію вільних радикалів і сприяють уповільненню клітинного старіння [57]. За білковим складом чіа є цінним джерелом повноцінного білка, що зумовлює його застосування у збагаченні функціональних харчових продуктів [58].

Ягоди годжі також мають потужний функціональний потенціал завдяки вмісту поліфенолів, каротиноїдів (особливо зеаксантину), флавоноїдів та

вітаміну С, що забезпечує їхню високу антиоксидантну активність. Доведено, що регулярне споживання продуктів із вмістом ягід годжі може підвищувати загальний антиоксидантний статус організму та зменшувати рівень окисного стресу [59]. Крім того, полісахариди, присутні у складі годжі, виявляють імуномодулювальну активність і стимулюють неспецифічну імунну відповідь [60].

Наукові дослідження також підтверджують здатність ягід годжі позитивно впливати на рівень глюкози в крові та покращувати чутливість до інсуліну, що є перспективним у контексті створення дієтичних продуктів [61]. Зеаксантин у складі ягід чинить захисну дію на сітківку ока, сприяючи профілактиці вікової дегенерації макули [62].

Таким чином, інтеграція насіння чіа та ягід годжі у рецептури молочних продуктів функціонального призначення, зокрема йогуртів, забезпечує підвищення їхньої біологічної цінності, сприяє формуванню позитивного іміджу бренду та відповідає світовим трендам на продукти з доданою оздоровчою цінністю.

Технологія виробництва йогурту з ягодами годжі та насінням чіа відповідає традиційній технології виробництва класичних йогуртів.

Технологія виробництва йогурту з додаванням ягід годжі та насіння чіа передбачає низку взаємопов'язаних етапів, що забезпечують отримання продукту стабільної консистенції, високої мікробіологічної безпеки та виражених функціональних властивостей. Процес розпочинається з приймання молочної та немолочної сировини, яка піддається вхідному контролю якості. Молоко проходить органолептичну оцінку, а також аналіз на кислотність, густину й масову частку жиру. Інші інгредієнти, зокрема сухе знежирене молоко, стабілізатори, цукор, а також функціональні добавки у вигляді сушених ягід годжі та насіння чіа, підлягають перевірці на відповідність санітарно-гігієнічним вимогам, відсутність домішок і сторонніх запахів.

На наступному етапі проводиться нормалізація молочної сировини з метою досягнення необхідних фізико-хімічних параметрів, передусім вмісту жиру та білка. Цього досягають шляхом змішування незбираного та знежиреного молока, а також шляхом додавання сухого знежиреного молока. Після цього нормалізовану суміш піддають гомогенізації, що проводиться під тиском до 20 МПа для забезпечення рівномірного розподілу жирових кульок, а також запобігання відстою фази у готовому продукті. Гомогенізовану суміш пастеризують при температурі близько 85–90 °С протягом кількох хвилин, що дозволяє знищити патогенну та умовно патогенну мікрофлору, активізувати стабілізатори, а також забезпечити мікробіологічну безпеку. Після пастеризації сировину охолоджують до температури внесення закваски, яка становить приблизно 42–45 °С.

Заквашування здійснюється із застосуванням чистих культур термофільних молочнокислих бактерій, передусім *Streptococcus thermophilus* та *Lactobacillus delbrueckii subsp. bulgaricus*, які вводяться у вигляді виробничої закваски в обсягах, що забезпечують оптимальний темп розвитку мікрофлори. Після ретельного перемішування суміш витримують за сталого температурного режиму протягом 6–8 годин. Завершення ферментації фіксується за досягненням рівня кислотності, який відповідає рН \approx 4,5, коли у продукті формується характерна гелеподібна структура.

Паралельно проводиться підготовка функціональних добавок. Ягоди годжі попередньо очищуються та гідратуються шляхом замочування у гарячій воді температурою близько 80 °С, що сприяє їх пом'якшенню. Подальше подрібнення здійснюється залежно від бажаного вигляду й консистенції кінцевого продукту. Насіння чіа замочується у воді у співвідношенні 1:10, внаслідок чого утворюється характерна желева маса, яка є джерелом розчинної клітковини та виконує роль природного загусника. Обидва компоненти, за потреби, можуть бути пастеризовані або піддані короткочасній термообробці паром для забезпечення додаткової мікробіологічної стабільності.

Після завершення ферментації йогурт піддається перемішуванню з метою переходу в питну або кремову консистенцію. На цьому етапі його охолоджують до температури 15–20 °С і додають підготовлені добавки: ягід годжі – до 2% маси, а набухлого насіння чіа – до 1–1,5%. Суміш розливається у споживчу тару відповідного типу, після чого проводиться остаточне охолодження до температури зберігання (приблизно 4 °С). У межах дозрівання продукту в тарі протягом наступних 8–12 годин завершується формування смаку, аромату та стабільної текстури.

Зберігання готового продукту здійснюється за температури 2–6 °С. Термін його придатності залежить від використаних заквасочних культур і способу обробки, зазвичай становить 7–14 діб у разі виготовлення без консервантів, або до 21 доби – за умови застосування біозахисних культур чи м'якої термообробки після ферментації, яка, втім, не рекомендована у разі позиціонування продукту як «живого».

Новий продукт може зацікавити споживача за рахунок органолептичних показників та наповнювача, який в свою чергу володіє багатьма корисними властивостями, а також урізноманітнити раціон.

Отже, враховуючи існуючий попит йогурт, плануємо його виробляти у обсязі 150 т на рік. Продуктивність лінії 1,5 т в зміну, режим роботи – 1 зміна по 8 годин, 100 змін на рік.

Після оцінки виробничих можливостей підприємства було встановлено, що воно має достатні ресурси та інфраструктуру для виробництва цього продукту. Виробничі лінії були відповідно налаштовані для виробництва нового продукту.

3.2. Розрахунок економічної ефективності впровадження нової продукції «Йогурт з ягодами годжі та насінням чіа»

Визначимо повну собівартість 1 т йогурту за статтями калькуляції.

Стаття 1. «Сировина й основні матеріали за винятком зворотних відходів»

Нормативна рецептура йогурту з ягодами годжі та насінням чіа представлена у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Розрахунок вартості сировини й основних матеріалів на виробництво 1 т йогурту з ягодами годжі та насінням чіа

Найменування сировини	Витрати на 1 т, кг	Ціна 1од. сировини, грн кг	Вартість на 1 тонну, грн
Молоко нормалізоване, 2,5 %	880	21	18480
Сухе знежирене молоко	25	70	1750
Закваска термофільна	0,5	600	300
Мед	60	200	12000
Ягоди годжі	20	450	9000
Насіння чіа	5	220	1100
Пектин	3	700	2100
Вода (для гідратації ягід)	10	4	40
1. Усього	x	x	44770
2. Транспортно-заготівельні витрати на сировину	2%	x	895,4
Усього	x	x	45665,4

Джерело: розраховано автором

Транспортно-заготівельні витрати на сировину приймаються в розмірі 2 % від вартості сировини й основних матеріалів:

$$44770 \cdot 0,02 = 895,4 \text{ грн}$$

Витрати за статтею «Сировина й основні матеріали» з урахуванням транспортно-заготівельних витрат складуть: $44770 + 895,4 = 45665,4$ грн.

Стаття 2. «Тара й упакування»

Таблиця 3.2

Розрахунок вартості даної статті калькуляції

Найменування сировини	Витрати на 1т, кг	Ціна сировини грн шт	Вартість на 1 тонну, грн
Пластиковий стакан з кришкою 250 мл	4000	3,2	12800

Найменування сировини	Витрати на 1т, кг	Ціна сировини грн шт	Вартість на 1 тонну, грн
Картонний ящик	200	10	2000
Етикетка	4000	0,85	3400
Усього	х	х	18200

Джерело: розраховано автором

Сума витрат на тару та пакувальні матеріали на 1 т продукції становлять 18200 грн.

Стаття 3. «Паливо й енергія на технологічні цілі»

Таблиця 3.3

Розрахунок статті калькуляції «Паливо й енергія на технологічні цілі»

Вид матеріалу	Норма витрат на 1т	Ціна за одиницю, грн	Вартість, грн
Електроенергія, кВт	160	7,5	1200
Вода та водовідведення, м ³	6	50	300
Пара, т	50	20	1000
Холод, Дж	115	32	3680
Усього		х	6180

Джерело: розраховано автором

Сума витрат на паливо та енергію на технологічні цілі на 1 т продукції становлять 6180 грн.

Стаття 4. Заробітна плата основних виробничих робітників

Продуктивність лінії з виробництва йогуртів з ягодами годжі та насінням чіа становить 1,5 т в зміну. Режим роботи – 1 зміна на добу тривалістю 8 годин. Кількість робочих змін на виробниче завдання становить – 100 змін на рік.

В таблиці 3.4 наведений розрахунок витрат на основну та додаткову заробітну плату основних працівників на лінії виробництва йогурту з ягодами годжі та насінням чіа.

**Розрахунок витрат на основну та додаткову заробітну плату
основних працівників на лінії виробництва йогурту з ягодами годжі та
насінням чіа**

Робітники	Чисель- ність на 1 зміну	Кіль- кість змін на 1 т	Норма часу, год./т	Тариф ний розряд	Годинна тарифна ставка відповід- ного розряду, грн	Основна заробіт- на плата, грн	Додатко- ва заробіт- на плата (20 %), грн	Загаль- ний фонд оплати праці, грн
Технолог	1	2	5,3	5	80,64	427,4	85,5	512,9
Укладаль- ник- пакувальн ик	2	2	5,3	2	49,92	529,2	105,8	635,0
Усього	3	-	-	-	-	956,5	191,3	1147,9

Джерело: розраховано автором

Сума витрат на основну та додаткову заробітну плату становить 1147,9 грн з урахуванням премій у розмірі 20 %.

**Стаття 5. Відрахування на соціальні заходи на заробітну плату
працівників, які працюють на виробничій лінії (ЄСВ)**

Єдиний соціальний внесок на 1 т продукції складе:

$$\text{ЄСВ} = 1147,9 \text{ грн} \cdot 0,22 = 252,5 \text{ грн}$$

Витрати за іншими статтями визначимо у відсотках. Витрати за статтею «Підготовка та освоєння виробництва» приймаємо у розмірі 2 % від основної заробітної плати. Витрати за статтею «Утримання та експлуатація обладнання» приймаємо у розмірі 20 % від основної заробітної плати. Витрати за статтею «Загальновиробничі витрати» приймаємо у розмірі 80 % від основної заробітної плати.

Витрати за статтею «Адміністративні витрати» складають 3,5 % від виробничої собівартості продукції.

Витрати за статтею «Витрати на збут» складають 10 % від виробничої собівартості продукції. Витрати на інші операційні витрати передбачені у розмірі 5 % від виробничої собівартості продукції.

У таблиці 3.5 представлена калькуляція витрат на 1 т йогурту з ягодами годжі та насінням чіа і розрахунок загальних витрат на виробництво 150 т продукції.

За комбінованим вартісно-ринковим методом ціноутворення визначено, що з метою забезпечення конкурентоздатності нового виду продукції на ринку рентабельність продукції складає 35 % від собівартості продукції.

Таблиця 3.5

Калькуляція витрат на виробництво та реалізацію йогурту з ягодами годжі та насінням чіа та розрахунок повної собівартості за проектом

Найменування калькуляційних витрат	Витрати на 1 тонну, грн	Витрати на весь обсяг продукції (150 т), тис. грн
Вартість сировини й основних матеріалів з урахуванням транспортних витрат	45665,4	6849,8
Тара, упакування й допоміжні матеріали	18200	2730
Паливо й електроенергія на технологічні цілі	6180	927
Матеріальні витрати всього	70045,4	10506,81
Основна й додаткова заробітна плата виробничих робітників	1147,9	172,2
Відрахування на соціальні заходи	252,5	37,9
Підготовка та освоєння виробництва	19,1	2,9
Утримання та експлуатація обладнання	191,3	28,7
Загальновиробничі витрати	765,2	114,8
Виробнича собівартість	72421,5	10863,2
Адміністративні витрати	2534,8	380,2
Витрати на збут	7242,1	1086,3
Інші операційні витрати	3621,1	543,2
Повна собівартість	85819,4	12872,9
Прибуток (рентабельність 35 %)	30036,8	4505,5
Оптова ціна	115856,2	17378,4
Оптова ціна 1 стаканчика (250 г) йогурту, грн	28,96	

Джерело: розраховано автором

Оптова ціна 1 т йогурту з ягодами годжі та насінням чіа становить 115856,2 грн, 1 стаканчика (250 г) – 28,96 грн. Чистий дохід від реалізації 150 т продукції – 17378,4 тис. грн.

Розрахунок грошових потоків від проєкту (відтік та приплив).

Визначимо величину інвестицій у проєкт (відтік коштів), які будуть спрямовані на поповнення оборотних коштів підприємства.

$$\Delta \text{Об.К} = 150/51200 \cdot 1126106,5 = 3300 \text{ тис. грн}$$

Для розрахунку формування операційного грошового потоку від інвестиційної діяльності складемо таблицю 3.6.

Таблиця 3.6

Формування операційного грошового потоку від проєкту (приплив коштів)

Склад грошового потоку	Період реалізації проєкту, роки	
	1	2
Зміна поточних витрат, у т. ч.:		
Матеріальні витрати всього	10506,8	10506,8
в тому числі		
Зміна витрат на сировину	6849,8	6849,8
Зміна витрат на тару та допоміжні матеріали	2730	2730
Зміна витрат на енергоресурси	927	927
Зміна витрат на оплату праці	172,2	172,2
Зміна єдиного соціального внеску	37,9	37,9
Зміна інших витрат усього	2156,0	2156,0
Усього збільшення поточних витрат	12872,9	12872,9
Обсяг виробленої продукції, т	150	150
Ціна одиниці продукції, тис. грн	115856,2	115856,2
Збільшення суми чистого доходу	17378,4	17378,4
Збільшення прибутку до оподаткування	4505,5	4505,5
Збільшення податку на прибуток	811,0	811,0
Збільшення чистого прибутку	3694,5	3694,5
Амортизаційні відрахування від проєкту	0	0
Грошовий потік від проєкту	3694,5	3694,5

Джерело: розраховано автором

3.3. Оцінка економічної ефективності інвестиційного проєкту з виробництва йогурту з ягодами годжі та насінням чіа

Виробництво нового продукту на ТОВ «Молочна компанія «Галичина» супроводжується збільшенням собівартості продукції на 12872,9 тис. грн, тому потребує додаткового інвестування в оборотні кошти на суму 3300 тис. грн.

За результатами розрахунків річний приріст чистого прибутку за рахунок виробництва та реалізації додаткового обсягу продукції складає 3694,5 тис. грн. У зв'язку з тим, що амортизація на додатковий обсяг продукції не нараховується, грошовий потік дорівнює чистому прибутку.

Таблиця 3.7

Розрахунок показників економічної ефективності проєкту з виробництва нового продукту

Показники	Період реалізації проєкту, років			усього
	0	1	2	
ІС, сума інвестованих у проєкт коштів, тис. грн	3300			3300
ЧІ, чиста (приведена) вартість інвестованих у проєкт коштів, тис. грн	3300			3300
Грошовий потік від проєкту, тис. грн		3694,5	3694,5	7389,1
Середньозважена вартість капіталу (СВК), %	32			
Коефіцієнт дисконтування	1	0,758	0,574	
Дисконтований грошовий потік у році, тис. грн		2800,5	2120,7	4921,1
Дисконтований грошовий потік нарастаючим підсумком, тис. грн		2800,5	4921,1	
Приріст дисконтованого чистого прибутку від проєкту, тис. грн		2800,5	2120,7	4921,1
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн				1621,1
Внутрішня норма доходності (IRR), %				33,13%
Індекс доходності (ІД)				1,5
Період окупності (ПО), роки				0,89
Період окупності з врахуванням дисконтування (ПОдис.), років				1,3
Рентабельність інвестицій (Ri) за весь період реалізації проєкту, %				74,56

Джерело: розраховано автором

Ефективність запропонованого заходу з впровадження нового продукту характеризують наступні результати оцінки:

1. чистий приведений дохід від проєкту (NPV) становить 1621,1 тис. грн;
2. внутрішня норма прибутковості (IRR) становить 33,13 %, що перевищує середньозважену вартість капіталу (32 %);
3. індекс доходності дорівнює 1,5;
4. інвестиційні кошти для виробництва додаткового обсягу нового продукту окупляться за 1,3 роки;
5. рентабельність інвестицій становить 74,56 %;
6. інвестиції в проєкт складають 3300 тис. грн.

Отже, проєкт є інвестиційно привабливим та економічно ефективним.

Результати оцінки свідчать про економічну ефективність інвестиційного проєкту виробництва додаткового обсягу нового продукту.

3.4. Вплив заходів на основні техніко-економічні показники ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Вплив заходів на основні техніко-економічні показники ТОВ «Молочна компанія «Галичина» наведені в таблиці 3.10.

Таблиця 3.10

Вплив запропонованого заходу на основні техніко-економічні показники ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Найменування заходів	Інвестиції, тис. грн		Зміни показників діяльності підприємства (±)											
	Усього	У тому числі		Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	Собівартість, тис. грн						Чисельність, осіб	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	Чистий прибуток, тис. грн	Строк окупності інвестицій, років
		в			Усього	у тому числі:								
		основні засоби	оборотні кошти			Матеріальні витрати	Витрати на оплату праці	Відрахування на соціальні заходи	Амортизація основних засобів	Інші витрати				
Виробництво нового продукту «Йогурт з ягодами годжі та насінням чіа»	3300	0	3300	17378,4	12872,9	10506,8	172,2	37,9	0	2156	3	4505,5	3694,5	0,89

Джерело: розраховано автором

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» до та після впровадження заходу представлено в таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

Основні техніко-економічні показники виробничо- господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» до й після впровадження заходу

Показники	2024 рік	Проект	Відхилення (±)	
			абс.	відн.
1. Середньорічна виробнича потужність, т	113000	113000	0	0
2. Фактично вироблено продукції, т	51200	51350	150	0,29

Показники	2024 рік	Проект	Відхилення (±)	
			абс.	відн.
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,453	0,454	0,001	0,29
4. Обсяг виробленої промислової продукції(без ПДВ й акцизного збору): – у діючих оптових цінах підприємства, тис. грн	4708241	4725619	17378	0,37
– у порівнянних цінах, тис. грн	4085111,3	4102490	17378,4	0,43
5. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	4708241	4725619	17378,4	0,37
6. Середньорічна вартість основних фондівосновного виду діяльності, тис. грн	673375,5	673376	0,0	0,00
7. Фондовіддача, грн/грн	6,1	6,092	0,026	0,43
8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн	1126106,5	1129406,5	3300,0	0,29
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, оборотів	4,181	4,184	0,00	0,08
10. Середньооблікова чисельність штатнихпрацівників облікового складу, осіб	1589	1592,0	3,0	0,19
11. Продуктивність праці, тис. грн /особу	2570,9	2576,9	6,1	0,24
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн., у тому числі:	4506321	4519194	12873	0,29
– матеріальні витрати	3460306	3470813	10507	0,30
– витрати на оплату праці	302865	303037	172	0,06
– відрахування на соціальні заходи	63447	63485	38	0,06
– амортизація	99145	99145	0	0
– інші операційні витрати	580558	582714	2156	0,37
13. Витрати на 1 гривню виробленої / реалізованої продукції, грн	0,96	0,96	0	0
14. Матеріалоємність, грн	0,735	0,734	-0,001	-0,07
15. Повна собівартість реалізованої продукції (собівартість реалізованої продукції, тис. грн	4620163	4633036	12873	0,28
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	134165	138671	4506	3,36
17. Чистий прибуток, тис. грн.	82291	85986	3695	4,49
18. Рентабельність продажів, %	1,75	1,82	0,07	x
19. Рентабельність продукції, %	2,90	2,99	0,09	x

Джерело: розраховано автором

Внаслідок запропонованого заходу з виробництва йогурту з ягодами годжі та насінням чіа в показниках виробничо-господарської та фінансової

діяльності підприємства відбудуться такі зміни: обсяг виробленої продукції в натуральному вираженні зросте на 150 т, у діючих цінах – на 17378,4 тис. грн.

Оскільки виробництво нового продукту не передбачає впровадження лінії з його виробництва, зміни у вартості основних засобів не відбудеться. При цьому, за рахунок додаткового завантаження лінії з виробництва йогуртів, фондovіддача зросте 0,43 %.

У проектному періоді підвищиться продуктивність праці на 6,1 тис. грн. Додатково у виробництві йогурту з ягодами годжі та насінням чіа будуть залучені 3 робітники.

Витрати на 1 грн виробленої продукції та матеріалоємкість знизяться. Це відбулося за рахунок перевищення темпів зростання обсягу виробленої продукції над темпом зростання операційних витрат.

Підприємство отримає додатковий прибуток від операційної діяльності у розмірі 4505,5 тис. грн, а чистого прибутку – 3694,5 тис. грн. Це відобразилося на зростанні рентабельності продажів та продукції, які зросли відповідно на 0,07 та 0,09 п.п.

Фінансово-економічне становище підприємства в результаті реалізації запропонованих заходів покращилося.

ВИСНОВКИ за Розділом 3

Згідно з проведеними дослідженнями і аналізом споживчих вимог, впровадження нової продукції «йогурт з суперфудами (ягодами годжі та насінням чіа)» є доцільним.

Проведений розрахунок економічної ефективності впровадження нової продукції показав позитивні результати. За допомогою аналізу ключових показників, було встановлено, що впровадження нового продукту «йогурту з ягодами годжі та насінням чіа» приведе до збільшення обсягів продажу на 150 т, підвищення чистого прибутку на 3694,5 тис. грн та збільшення рентабельності підприємства. Також було виявлено, що інвестиції в

виробництво нового продукту повернувся протягом 1 року, що підтверджує його економічну ефективність.

Впровадження нової продукції «Йогурт з ягодами годжі та насінням чіа» позитивно вплинуло на показники діяльності та конкурентоспроможність підприємства. Зокрема, спостерігається зростання загального обсягу виробництва, розширення асортименту продукції, розширення ринків збуту. Крім того, впровадження нового продукту сприяє підвищенню внутрішнього потенціалу підприємства, так як ліквідуються внутрішньозмінні простой за рахунок більшого навантаження лінії.

Фінансово-економічне становище підприємства в результаті реалізації запропонованих заходів покращилося.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного аналізу встановлено, що прибуток є багатогранною економічною категорією, яка впродовж історичного розвитку зазнавала суттєвих трансформацій. Від уявлень класичної політичної економії, де прибуток трактувався як винагорода за використання капіталу, до сучасних підходів, що розглядають його як результат інноваційної, ризикованої та підприємницької діяльності, еволюція цього поняття відображає динаміку змін у господарському середовищі.

Прибуток виконує низку ключових функцій: оціночну, розподільну, стимулюючу, інформаційну, регулюючу та фінансову, що зумовлює його значення як головного джерела самофінансування та стратегічного розвитку підприємства. Різноманітні форми прибутку – операційний, валовий, чистий, маржинальний тощо – дозволяють детально оцінювати ефективність фінансово-господарської діяльності підприємства залежно від етапу та напряму аналізу.

Визначено, що рентабельність є відносним показником ефективності, який співвідносить прибуток із витратами або ресурсною базою підприємства. Залежно від об'єкта аналізу, розраховується рентабельність продукції, власного капіталу, сукупних активів, продажів, окремих інвестицій тощо. На відміну від абсолютного показника прибутку, рентабельність дозволяє проводити міжперіодні та міжгосподарські порівняння ефективності діяльності.

У документі виокремлено та класифіковано шляхи підвищення прибутку та рентабельності підприємства за джерелом формування, напрямом зниження витрат, рівнем інноваційності, маркетинговою, фінансовою, організаційно-кадровою, інвестиційною та інституційною ознаками. Це свідчить про необхідність комплексного та системного підходу до управління прибутковістю, орієнтованого як на внутрішні резерви (технології, персонал, ресурси), так і на зовнішнє середовище (ринок, конкуренція, державна підтримка).

Окрему увагу приділено особливостям функціонування підприємств молокопереробної галузі України, в якій формування прибутку ускладнюється нестабільністю зовнішнього середовища, зростанням вартості енергоносіїв, логістичними труднощами та дефіцитом сировини. Серед ключових резервів рентабельності виокремлено оптимізацію витрат, асортиментну політику, інновації, автоматизацію виробництва, управління якістю та активне використання цифрових каналів збуту.

Таким чином, прибуток як результативний і стратегічний індикатор діяльності підприємства потребує не лише обліку та аналізу, а й постійного вдосконалення системи його формування, використання та розподілу в контексті ринкової адаптації, сталого розвитку та економічної ефективності.

Ринок молокопродуктів має доволі стійкі позиції, його стан суттєво впливає на інші ринки продуктів харчування. Ринок молочної продукції є соціально важливим, адже він у певній мірі заміщує для окремих малозабезпечених верств населення інші продукти харчування тваринного білкового походження (м'ясо і м'ясопродукти) і водночас не захищений від конкуренції з імпортом, у більшості випадків сумнівної якості.

Упродовж 1990-2024 років кількість молокопереробних підприємств в Україні зменшилася майже у шість разів – зі 643 до 110 одиниць. Така динаміка свідчить про глибоку структурну трансформацію галузі, зумовлену низкою факторів: ринковою перебудовою, економічними кризами, втратою частини територій та потужностей у результаті воєнних дій. Найбільше скорочення спостерігалось у період 2020-2022 років.

За період з 1990 по 2024 рік виробництво сирого молока скоротилося з 24,5 млн тонн до 7,25 млн тонн. Водночас у 2023–2024 роках зафіксовано зростання обсягів переробки — з 2,8 до понад 3,2 млн тонн, що свідчить про ефективну адаптацію промислового сектору до нових умов і переорієнтацію на організоване виробництво.

Попри загальне скорочення обсягів виробництва вершкового масла, сиру, сухого і згущеного молока, в останні роки простежується тенденція до

стабілізації виробництва та активного оновлення асортименту. Впроваджуються нові продукти – безлактозні, функціональні, з додаванням фруктових і злакових компонентів, що відповідає світовим харчовим трендам.

У 2024 році загальний обсяг експорту молочних продуктів зріс на 8 %, а валютна виручка – на 14 %. Найбільшу питому вагу в експорті займають сири, згущене молоко, масло та сироватка. Позитивне зовнішньоторговельне сальдо в розмірі 4,7 млн доларів США свідчить про посилення конкурентних позицій української молочної продукції на зовнішніх ринках.

Споживання молока на душу населення, яке знижувалося протягом тривалого часу, у 2024 році демонструє зростання до 209,3 кг. Це є ознакою часткового відновлення купівельної спроможності та зростання довіри до продукції промислового виробництва, що відповідає сучасним вимогам до якості та безпечності.

Виробництво концентрується у кількох регіонах із потужним агропромисловим потенціалом (Полтавська, Хмельницька, Вінницька області тощо). Основну частку ринку формують великі вітчизняні компанії, які мають високі виробничі потужності, впроваджують сучасні технології та активно розвивають експортні канали збуту. Ринок орієнтується на нецінову конкуренцію, акцентуючи на якості, інноваціях та гнучкій продуктивній політиці.

Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина» показав, що у 2024 році в порівнянні з 2023 роком при зростанні фактичного випуску продукції на 4950 тонн (10,7 %), обсяг виробленої продукції у діючих оптових цінах підприємства та чистий дохід від реалізації продукції у 2024 році збільшився на 27,59 %. Це свідчить про значне зростання цін на продукцію.

Знизилася ефективність використання основних засобів підприємства та оборотних активів підприємства. Підприємство підвищує заробітну плату працівникам, але у короткостроковій перспективі це не здійснює позитивного впливу на продуктивність праці.

Підприємство має високий рівень витрат на 1 грн виробленої продукції, що є негативним моментом у діяльності підприємства. І хоча, діяльність підприємства як у 2023, так і у 2024 році була прибутковою, фінансове становище підприємства викликає занепокоєння. У балансі підприємства відбуваються структурні зміни у бік збільшення необоротних активів. Основним джерелом формування майна підприємства є поточні зобов'язання і забезпечення.

Підприємство є дуже залежним від позикового капіталу. Коефіцієнт фінансового ризику знаходиться на дуже високому рівні.

Враховуючи значення показників ліквідності та платоспроможності слід зазначити загрозове становище фінансового стану підприємства у 2023 році, з покращенням стану на кінець 2024 року. У підприємства досить нестабільне, але контрольоване фінансове становище, оскільки воно дотримується відповідної ліквідності залежно від очікуваних термінів виконання зобов'язань за відповідними інструментами.

Згідно з проведеними дослідженнями і аналізом споживчих вимог, впровадження нової продукції «йогурт з суперфудами (ягодами годжі та насінням чіа)» є доцільним.

Проведений розрахунок економічної ефективності впровадження нової продукції показав позитивні результати. За допомогою аналізу ключових показників, було встановлено, що впровадження нового продукту «йогурту з ягодами годжі та насінням чіа» приведе до збільшення обсягів продажу на 150 т, підвищення чистого прибутку на 3694,5 тис. грн та збільшення рентабельності підприємства. Також було виявлено, що інвестиції в виробництво нового продукту повернуться протягом 1 року, що підтверджує його економічну ефективність.

Впровадження нової продукції «Йогурт з ягодами годжі та насінням чіа» позитивно вплинуло на показники діяльності та конкурентоспроможність підприємства. Зокрема, спостерігається зростання загального обсягу виробництва, розширення асортименту продукції,

розширення ринків збуту. Крім того, впровадження нового продукту сприяє підвищенню внутрішнього потенціалу підприємства, так як ліквідуються внутрішньозмінні простоти за рахунок більшого навантаження лінії.

Фінансово-економічне становище підприємства в результаті реалізації запропонованих заходів покращилося.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів. Київ: Наукова думка, 2001. 568 с.
2. Мілль Дж. Ст. Основи політичної економії. Київ: Основи, 1995. 471 с.
3. Рікардо Д. Початки політичної економії та оподаткування. Харків: Видавництво ХНУ, 2002. 380 с.
4. Donald J. Harris. The classical theory of economic growth. *Forthcoming in The New Palgrave Dictionary of Economics*. 2nd edition, London: Macmillan, 2007. 11 p. URL: https://web.stanford.edu/~dharris/papers/The%20Classical%20Theory%20of%20Economic%20Growth%20%5Bpre-print%5D.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 16.03.2025)
5. Децаї М. Теорія прибутку і прибутку. В: Новий економічний словник Палгрейва. Палгрейв Макміллан, Лондон. 2008. URL: https://doi.org/10.1057/978-1-349-95121-5_1319-2https://link.springer.com/rwe/10.1057/978-1-349-95121-5_1319-2?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 16.03.2025)
6. Кейнс Дж. М. Загальна теорія зайнятості, процента і грошей. К.: Основи, 1999. 455 с.
7. Schumpeter J.A. The Theory of Economic Development. Harvard University Press, 1934. 255 p.
8. Knight F. Risk, Uncertainty and Profit. Boston: Houghton Mifflin, 1921. 381 p.
9. Маркс К. Капітал. Т. 1. К.: Політвидав, 1986. 564 с.
10. Коробів М. Економіка підприємства. К.: Центр учбової літератури, 2021. 392 с.
11. Покровська Н., Катрич Д. Прибуток підприємства як ключовий індикатор його ефективності. *Економіка та суспільство*. 2024. № 43. С. 56-62.
12. Покровська Н., Катрич Д. Дефініція терміну «прибуток» в економічній науці. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59.

13. Бабушкіна І., Синькевич Н. Прибуток як економічна категорія: функції та основні характеристики. Матеріали науково-практичної конференції «Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки» (м. Тернопіль, 18 травня 2011 р.). Тернопіль : ТНТУ ім. Івана Пулюя, 2011. С. 9-10
14. Foldvary F. The Concept of Profit. *The Progress Report*, 2018. URL: <https://www.progress.org/articles/the-concept-of-profit> (дата звернення 24.03.2025)
15. Walker F.A. Теорія прибутку: прибуток як «рента здібностей» підприємця. *Theories of Profit and Management*.
16. Böhm-Bawerk, E. von. *Capital and Interest: A Critical History of Economic Theory*. Translated by William Smart. London: Macmillan, 1890.
17. Gatovsky, L. *Profit in Socialist Economy*. М.: Progress Publishers. 1965.
18. Кулаковська Т.А. Економіка підприємства (практикум). О.: Астропринт, 2014. 362 с.
19. Економіка підприємства (в питаннях і відповідях). Цигилик І.І., Биби́к Я.Р., Ємбрик М. Я., Паращич В.Ф. К.: ЦУЛ, 2007. 212 с.
20. Економіка підприємства: теорія і практикум: навч. посібник. Блонська В.І., Васильців Т.Г., Гринкевич С.С. та ін.; за ред. доц. Міценко Н.Г., доц. Ященко О.І. Львів: Магнолія 2006, 2008. 688 с.
21. Іванілов О.С. Економіка підприємства. К.: ЦУЛ, 2009. 728 с.
22. Данилюк В. Енергетична ефективність як чинник прибутковості підприємств харчової промисловості. *Вісник АПК*. 2022. № 6. С. 23–27.
23. Онищенко І. Асортиментна політика в молокопереробній промисловості: сучасні тренди. *Економіка і прогнозування*. 2021. № 2. С. 41–48.
24. Бублик М. Управління витратами на підприємстві: центри відповідальності як основа контролю. *Фінанси України*. 2021. № 9. С. 17–25.

25. Закон України «Про фінансову реструктуризацію» від 14.06.2016 № 1414-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-19>. (дата звернення 10.04.2025)

26. This report contains assessments of commodity and trade issues made by USDA staff and not necessarily statements of official U.S. government policy. URL: https://www.susta.org/resources/marketresearch/gainreports/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 11.04.2025)

27. Козаченко О. Формула стабілізації: для чого «Молокія» і «Молочний альянс» пропонують зафіксувати ціни на сире молоко. URL: [Ціни на молоко в Україні 2025: чому вони зростають і що буде далі — Latifundist.com](#) (дата звернення 18.04.2025)

28. У 2024 році на переробку надійшло на 10,4% більше молока. URL: [У 2024 році на переробку надійшло на 10,4% більше молока](#) (дата звернення 19.04.2025)

29. UPF. URL: [export.gov.ua+15ukrainian-food.com.ua+15avm-ua.org+15](#) (дата звернення 20.04.2025)

30. Ukraine Open for Business. URL: [open4business.com.ua+3open4business.com.ua+3en.wikipedia.org+3](#) (дата звернення 20.04.2025)

31. UPF. URL: [en.wikipedia.org+3ukrainian-food.com.ua+3dairyglobal.net+3](#) (дата звернення 21.04.2025)

32. Ukraine dairy represented at SIAL Paris 2024. URL: [infagro.com.ua+2dairyglobal.net+2export.gov.ua+2](#) (дата звернення 21.04.2025)

33. UPF. URL: [dairyglobal.net+2ukrainian-food.com.ua+2ru.wikipedia.org+2](#) (дата звернення 21.04.2025)

34. Зміни у молочній галузі за рік війни: результати першої експертної зустрічі. URL: https://export.gov.ua/news/4644zmini_u_molochnii_galuzi_za_rik_viini_rezultati_pershoi_ekspertnoi_zustrichi (дата звернення 07.04.2025)

35. Офіційний сайт ТОВ «Молочна компанія «Галичина». URL: <https://galychyna.com.ua/> (дата звернення 17.05.2025)

36. Підсумки молочної галузі за 2024 рік: приріст у промисловому секторі та в експорті. URL: <https://agroportal.ua/news/ukraina/pidsumki-molochnoji-galuzi-za-2024-rik-pririst-u-promislovomu-sektori-ta-v-eksporti> (дата звернення 08.05.2025)

37. Молочна карта України – 2024 (інфографіка). URL: https://infoindustria.com.ua/molochna-karta-ukrayiny-2024-infografika/#google_vignette (дата звернення 11.05.2025)

38. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Методика економічного аналізу діяльності підприємства» для здобувачів вищої освіти ступеню «Бакалавр» спеціальності 051 «Економіка», ОПП «Економіка підприємства» / Укл. Н.М. Купріна, О.П. Антонюк, Т.М. Ступницька, Х.О. Баранюк, Т.А. Кулаковська. Одеса, ОНТУ, 2023. 38 с.

39. Звіт незалежного аудитора щодо фінансової звітності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2023 рік.

40. Звіт незалежних аудиторів та фінансова звітність ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2024 рік.

41. Форма №1. Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2023 року. ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

42. Форма №1. Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2024 року. ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

43. Форма №2. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2023 рік. ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

44. Форма №2. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2024 рік. ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

45. Statista. Global yogurt market size and forecast. URL: <https://www.statista.com>, (дата звернення 15.05.2025)

46. Mordor Intelligence. Functional yogurt market – growth, trends, COVID-19 impact, and forecasts (2023–2028). URL: <https://www.mordorintelligence.com>, (дата звернення 14.05.2025)

47. UkrAgroConsult. Ukrainian dairy market overview. URL: <https://www.ukragroconsult.com> (дата звернення 16.05.2025)
48. & Branding Group. Consumer behavior survey on functional foods in Ukraine. URL: <https://www.rbg.ua> (дата звернення 18.05.2025)
49. MarketReportUA. Pricing analysis of dairy products in Ukraine. URL: <https://www.marketreport.ua> (дата звернення 20.05.2025)
50. Euromonitor International. Dairy products market report. URL: <https://www.euromonitor.com> (дата звернення 21.05.2025)
51. Внутрішні дані підприємства ТОВ МК «Галичина». 2024. Інвестиції в нові продукти та маркетинг. WEB-сайт Галичина. URL: <https://galychyna.com.ua/production/kefirs/> (дата звернення 22.05.2025)
52. Аналітичний звіт ТОВ МК «Галичина». 2024. Оцінка потенціалу преміального сегменту йогуртів. WEB-сайт Галичина. URL: <https://galychyna.com.ua/production/kefirs/> (дата звернення 22.05.2025)
53. Green Market Trends. Consumer preferences towards natural and organic food products. URL: <https://www.greenmarkettrends.org>, (дата звернення 25.05.2025)
54. Retail Ukraine. Channels of distribution for healthy food products in Ukraine. URL: <https://www.retail-ua.com> (дата звернення 25.05.2025)
55. Nieman, D.C. et al. Chia seed supplementation and disease risk factors in overweight women: a metabolomics approach. *Journal of Nutrition and Metabolism*. 2012. 708–732.
56. Ulbricht, C. et al. An evidence-based systematic review of chia seed (*Salvia hispanica*) by the Natural Standard Research Collaboration. *Journal of Dietary Supplements*. 2009. 6(4). 437–475.
57. Ixtaina, V.Y. et al. Chemical composition and antioxidant capacity of Argentinean chia seeds. *LWT – Food Science and Technology*. 2011. 44(8). 1686–1691.
58. Ayerza, R., Coates, W. (2005). Chia: Rediscovering a Forgotten Crop of the Aztecs. *University of Arizona Press*. 2005

59. Amagase H., Nance D.M. A randomized, double-blind, placebo-controlled, clinical study of the general effects of a standardized *Lycium barbarum* (Goji) juice. *Journal of Alternative and Complementary Medicine*. 2008. 14(4). 403–412.

60. Gan L. et al. Immunomodulation and antitumor activity by a polysaccharide-protein complex from *Lycium barbarum*. *International Immunopharmacology*. 2003. 3(4). 563–569.

61. Cheng, J. et al. Hypoglycemic effects of goji berries in diabetic animal models. *Journal of Functional Foods*. 2015. 19. 472–478.

62. Bucheli P. et al. Goji berries increase plasma zeaxanthin levels and protect from oxidative stress in humans. *Nutrition Research*. 2011. 31(5). 329–336.

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

ННІ економіки, управління і бізнесу ім. Г.Е. Вейнштейна
Кафедра економіки промисловості
Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітня програма «Економіка підприємства»



ДОДАТКИ
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
БАКАЛАВРА

**на тему «Фактори та резерви зростання прибутку та
рентабельності ТОВ «МК Галичина» в сучасних умовах»**

Здобувачки _____ Стратулат Т.А.

Керівник _____ проф. Кулаковська Т.А.

Одеса – 2025 рік

Додаток А

Таблиця 1

Трактування прибутку як економічної категорії різними українськими та зарубіжними науковцями

Автор(и)	Трактування прибутку
Покровська Н. та Катрич Д.	Розглядають прибуток підприємства як різницю між доходами та витратами, акцентуючи на його ролі як індикатора успішності, засобу захисту від банкрутства та основи стабільного розвитку. Наголошують на різноманітних функціональних інтерпретаціях: як чистий дохід, створена додана вартість, грошова форма результату виробничої та фінансової діяльності.
Бабушкіна І. – Синькевич Н.	Визначають прибуток як економічну категорію, що характеризується ефективністю ресурсів, фондівіддачею, продуктивністю праці; підкреслюють його функції як координатора виробничого процесу та показника результативності.
Ткачук Д.	Визначає прибуток як «грошову форму чистого доходу підприємця на вкладений капітал», що є винагородою за ризик; додає, що прибуток забезпечує фінансовий результат та потенціал розвитку підприємства.
Fred Foldvary	Розрізняє бухгалтерський та економічний прибуток; економічний прибуток – це прибуток з урахуванням неявних витрат, включаючи альтернативні витрати на капітал, компенсовані ризиками та інфлюенційною складовою.
Francis A. Walker	Теорія «рентадиференційної здатності» – прибуток є нагородою підприємцю за його здібності й спрямовані на відмінні результати в порівнянні з менш ефективними підприємцями.
К. Маркс	В межах марксизму прибуток пояснюється як реалізація додаткової вартості, створеної працею та привласненої капіталістом; розглядається як форма експлуатації праці.
Frank Knight	У праці «Risk, Uncertainty and Profit» підкреслює, що прибуток – це винагорода підприємцю за прийняті ним рішення в умовах невизначеності та ризику.
Eugen von Böhm-Bawerk	Аналізує час і капітал, стверджуючи, що фактор часу та очікувані доходи визначають «часовий» прибуток у ліберальній теорії капіталу.
Lev Gatovsky	У контексті соціалістичної економіки трактував прибуток як залишковий дохід після покриття витрат; служить стимулом для підвищення ефективності підприємства.

Додаток Б

Таблиця 2

Класифікації видів прибутку

Класифікаційна ознака	Види прибутку
Види діяльності	1. Прибуток від звичайної діяльності: прибуток від операційної діяльності; прибуток від фінансової діяльності; прибуток від інвестиційної діяльності. 2. Прибуток від надзвичайної діяльності.
Порядок розрахунку	1. Валовий прибуток. 2. Прибуток від операційної діяльності. 3. Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування. 4. Прибуток від звичайної діяльності. 5. Чистий прибуток.
Зміст складових прибутку	1. Валовий прибуток. 2. Операційний прибуток. 3. Маржинальний прибуток.
Період формування	1. Прибуток попереднього періоду. 2. Прибуток звітного періоду. 3. Прибуток планового періоду.
Характер використання чистого прибутку	1. Капіталізований прибуток. 2. Спожитий прибуток.
Ступінь використання	1. Розподілений прибуток. 2. Нерозподілений прибуток.

Таблиця 3

Резерви зростання прибутку в молокопереробній галузі

№	Напрямок резерву	Суть заходів	Очікуваний ефект
1	Оптимізація виробничих витрат	Енергозбереження, автоматизація процесів, зменшення витрат сировини	Зниження витрат на 10–15%
2	Раціоналізація асортименту	Збільшення частки продукції з високою доданою вартістю (йогурти, сири, десерти)	Підвищення маржинального прибутку
3	Підвищення якості продукції	Сертифікація за стандартами ISO, НАССР	Доступ до нових ринків, формування бренду
4	Зменшення витрат у логістиці	Холодовий ланцюг, сучасна логістика	Зменшення витрат продукції при транспортуванні
5	Інтенсифікація цифрового збуту	Е-комерція, платформи доставки, прямий продаж	Скорочення посередників, зростання прибутку

Додаток В

Таблиця 4

Резерви зростання рентабельності підприємств галузі

№	Напрямок резерву	Суть заходів	Очікуваний ефект
1	Стратегічні альянси	Спільне використання потужностей, закупівель, логістики	Ефект масштабу, зниження витрат
2	Фінансова реструктуризація	Оптимізація капіталу, зменшення боргового навантаження	Зниження фінансових витрат, зростання рентабельності активів
3	Інвестиції в інновації	Біотехнології, нові види ферментованих або функціональних продуктів	Виведення нових конкурентоспроможних продуктів
4	Управління по центрах витрат	Облік за центрами відповідальності	Виявлення неефективних ділянок витрат
5	Активне ціноутворення	Динамічне ціноутворення, система знижок на основі ринкової аналітики	Максимізація доходу з одиниці продукції

Таблиця 5

Класифікація шляхів підвищення прибутку та рентабельності підприємства

Класифікаційна ознака	Конкретні шляхи	Очікуваний ефект
1. За джерелом формування	- Збільшення обсягів реалізації продукції - Залучення нових ринків - Розширення асортименту	Зростання виручки, зменшення впливу сезонності
2. За напрямом зниження витрат	- Раціоналізація виробничих процесів - Зменшення витрат сировини - Аутсорсинг допоміжних функцій	Зниження собівартості, зростання маржі
3. За інноваційністю підходу	- Автоматизація виробництва - Впровадження енергозберігаючих технологій - Цифрова трансформація	Підвищення продуктивності, зменшення витрат
4. За маркетинговою стратегією	- Оптимізація цінової політики - Підвищення якості обслуговування - Ребрендинг або переформатування	Підвищення лояльності споживачів, зростання попиту
5. За фінансовим управлінням	- Оптимізація структури капіталу - Управління дебіторською заборгованістю - Податкове планування	Підвищення ефективності використання фінансових ресурсів
6. За організаційно-кадровим чинником	- Підвищення кваліфікації персоналу - Мотивація до результату - Оптимізація управлінської структури	Підвищення ефективності управління та продуктивності праці
7. За інвестиційною діяльністю	- Реінвестування прибутку - Вкладення у стратегічні проекти - Диверсифікація бізнесу	Стале зростання, зниження ризиків, довгострокова рентабельність
8. За інституційно-зовнішнім середовищем	- Участь у програмах держпідтримки - Пошук партнерств і грантів - Оптимізація юридичних форм	Доступ до нових джерел ресурсів та ринків, зниження зовнішніх загроз

Додаток Г

Таблиця 6

Показники стану та розвитку молокопереробної галузі України

Показники	1990	2003	2020	2021	2022	2023	2024
Кількість молокопереробних підприємств, од.	643	441	192	178	120	112	110
Виробництво молока, млн т	24,5	13,67	9,8	8,7	7,66	7,43	7,25
Перероблено молока, млн т	18	4,5	3,5	3,2	2,74	2,8	3,22
Продукція з незбираного молока, тис. т	6430	1230	1010	1046	780	770	780
Вершкове масло, тис. т	441,1	145,3	87,5	64,4	60	68,3	70,6
Сир, тис. т	183,8	167,8	115,8	106,5	89	88,4	89
Сухе молоко, тис. т	61,1	19,8	35,3	34,1	34	29,7	34
Згущене молоко, тис. т	166	101,4	74,5	74	60	62	60
Споживання молока на душу населення, кг	373	220	221	198	197	196	209,3

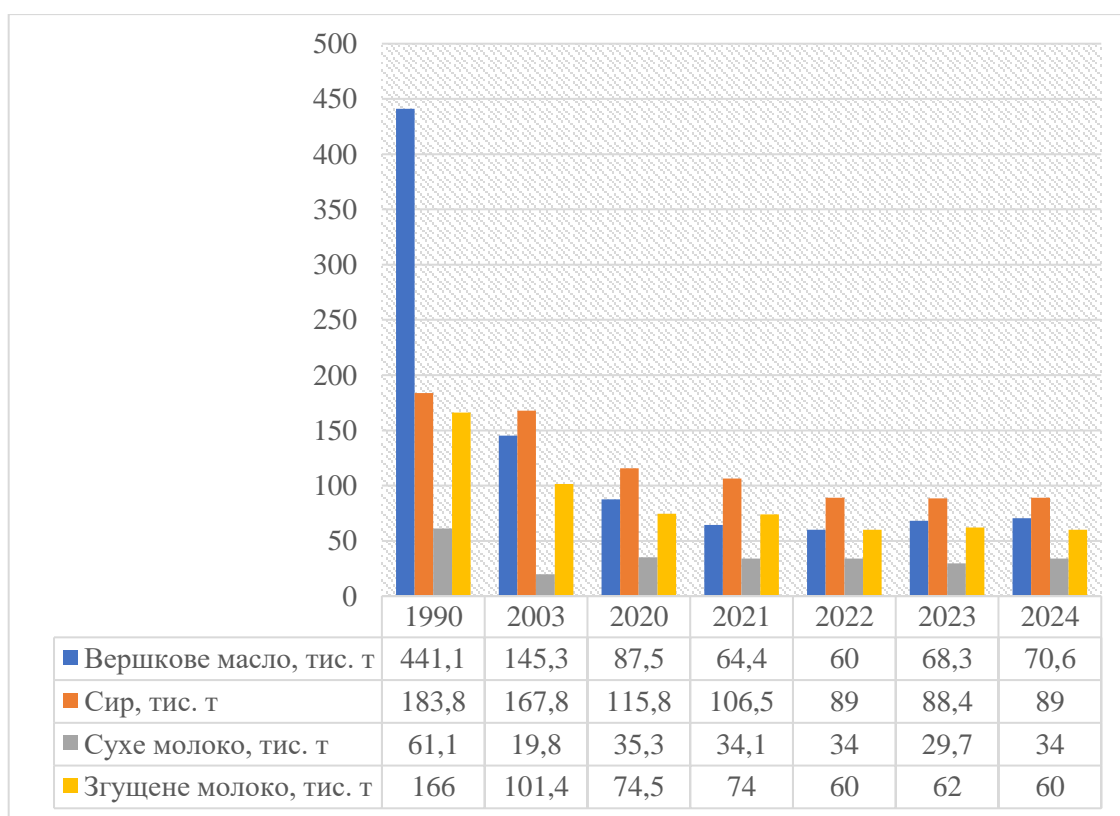


Рис. 1. Динаміка обсягів виробництва молочної продукції, тис. тонн

Додаток Д

Таблиця 7

ТОП-5 виробників молочної продукції у 2024 році

Місце	Компанія	Основна продукція	Коментар
1	Milkiland / Milk Alliance Group	молоко, сири, масло (маркети Пірятин, Яготинське і т.д.)	Один із трьох лідерів в Україні
2	Galychyna, LLC	ферментовані продукти (йогурти, кефір, масло)	Топ-5, 113 000 т потужність, сильні позиції в експорті
3	Astarta-Kyiv	сировина — сировате молоко	~115 000 т молока/рік; лідер у сировинному сегменті
4	Pervomaisk Milk Canning Plant (Ichnya)	згущене молоко, молочні консерви	Експортер у 55+ країн, провідний у своєму сегменті
5	Khorol Infant Nutrition Factory	сухі молочні суміші для дітей	Унікальна спеціалізація, активна участь в SIAL 2024

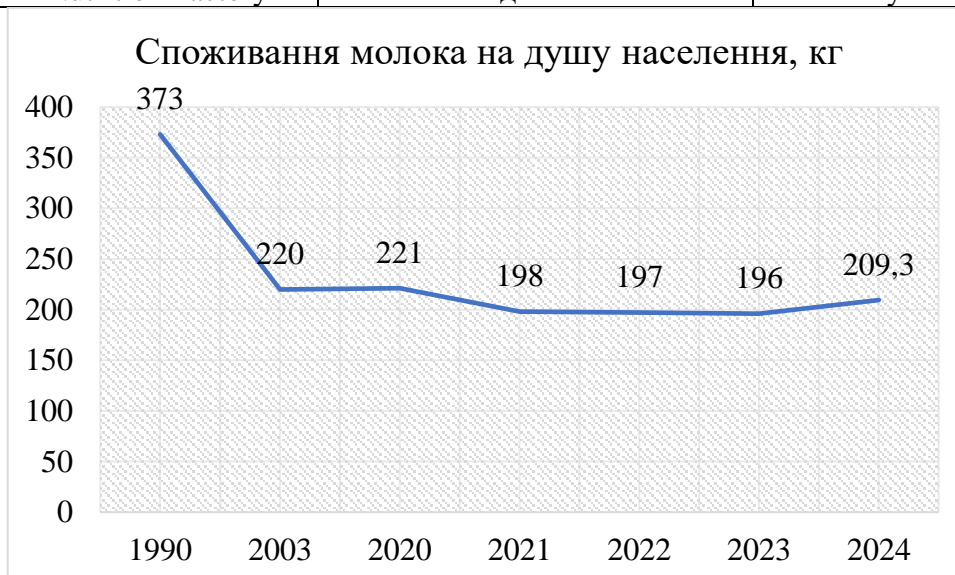


Рис. 2. Динаміка споживання молока на душу населення, кг

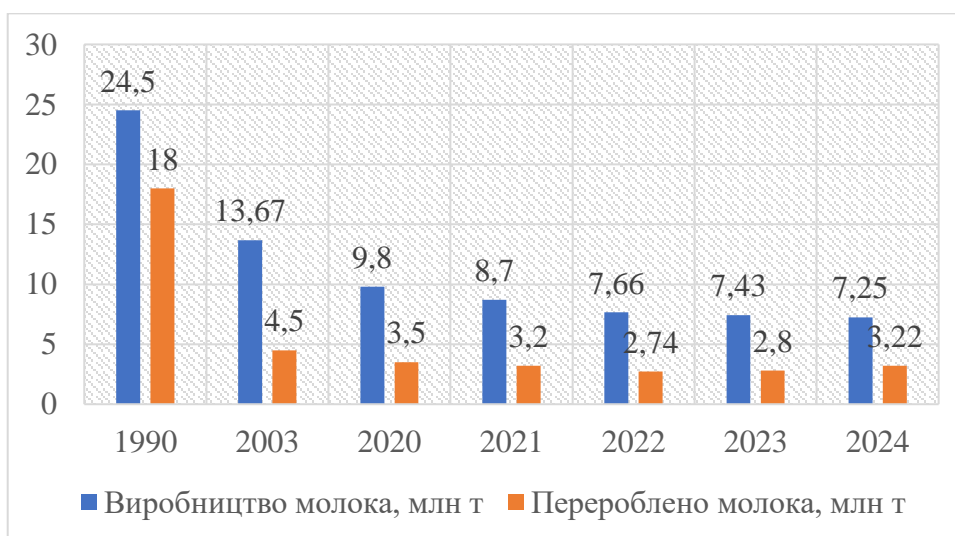


Рис. 3. Динаміка виробництва та перероблення молока за 1990-2024 рр., млн т

Додаток Е

Таблиця 8

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2023-2024 роки

Показник	2023 рік	2024 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн	113000	113000	0	0
2. Фактично вироблено продукції, тонн	46250	51200	4950	10,70
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частка	0,409	0,453	0,0438	10,70
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ й акцизного податку), тис. грн: – у діючих оптових цінах підприємства	3690164	4708241	1018077	27,59
– у порівняних цінах	3690164	4085111,3	394947,3	10,70
5. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	3690164	4708241	1018077,0	27,59
6. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн	448561,5	673375,5	224814,0	50,12
7. Фондовіддача, грн/грн	8,227	6,067	-2,2	-26,26
8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн	858233,5	1126106,5	267873,0	31,21
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, оборотів	4,300	4,181	-0,12	-2,76
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	1483	1589	106,0	7,15
11. Продуктивність праці, тис. грн /особу	2488,3	2570,9	82,6	3,32
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн, у тому числі:	3569921	4506321	936400	26,23
– матеріальні витрати	2791091	3460306	669215	23,98
– витрати на оплату праці	196375	302865	106490	54,23
– відрахування на соціальні заходи	42971	63447	20476	47,65
– амортизація	78151	99145	20994	26,86
– інші операційні витрати	461333	580558	119225	25,84
13. Витрати на 1 гривню виробленої продукції, грн	0,967	0,957	-0,010	-1,06
14. Матеріалоємність, грн	0,756	0,735	-0,021	-2,83
15. Повна собівартість реалізованої продукції (собівартість реалізованої продукції, адміністративні витрати, витрати на збут), тис. грн	3667214	4620163	952949	25,99
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	78904	134165	55261	70,04
17. Чистий прибуток, тис. грн	53938	82291	28353	52,57
18. Рентабельність продажів, %	1,46	1,75	0,29	x
19. Рентабельність продукції, %	2,15	2,90	0,75	x

SWOT-аналіз ТОВ МК «Галичина»

	Внутрішні фактори	Зовнішні фактори
	Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Внутрішні фактори	<ul style="list-style-type: none"> - Великий асортимент продукції – охоплення різних категорій молочних продуктів (йогурти, кефіри, сири, масло), що дозволяє залучати широку аудиторію споживачів. - Висока якість продукції – дотримання міжнародних стандартів якості та безпеки, що підвищує довіру споживачів і лояльність. - Відомий бренд з високою впізнаваністю – бренд «Галичина» має позитивний імідж на ринку, що сприяє кращим продажам і виходу на нові ринки. - Наявність виробничих потужностей – достатній технічний ресурс для запуску нових продуктів, зокрема інноваційних йогуртів із суперфудами. - Досвідчені кадри і налагоджені логістичні канали – професійний персонал і ефективна система постачання забезпечують стабільність і якість процесів. 	<ul style="list-style-type: none"> - Відносно висока собівартість окремих продуктів – висока ціна на сировину, енергоносії та логістику впливає на маржинальність продукції. - Обмежений асортимент інноваційних продуктів – недостатня кількість трендових позицій (наприклад, йогурти з суперфудами), що може знижувати привабливість для молодих споживачів. - Залежність від внутрішнього ринку – велика частка продажів припадає на внутрішній ринок, що робить компанію вразливою до коливань економіки України. - Недостатня маркетингова підтримка нових продуктів – обмежене просування нових лінійок, що уповільнює швидкість їх виходу на ринок і росту продажів.
	Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Зовнішні фактори	<ul style="list-style-type: none"> - Зростання попиту на здорове харчування і суперфуди – тренд на продукти з додатковою функціональністю (йогурти з ягодами годжі, спіруліною, насінням чіа) відкриває нові ніші для розвитку. - Розширення експорту до сусідніх країн — географічне збільшення ринків збуту, особливо в країни з подібними смаковими вподобаннями та вимогами. - Впровадження інноваційних технологій у виробництво – автоматизація, енергоефективність, нові методи консервації, які знизять собівартість та покращать якість. - Партнерство з великими мережами супермаркетів і онлайн-ритейлерами – можливість збільшення каналів збуту та охоплення кінцевих споживачів. - Підвищення екологічності та використання натуральних інгредієнтів – збільшення цінності продукції в очах сучасних споживачів, які цінують натуральність і екологічність. 	<ul style="list-style-type: none"> - Жорстка конкуренція з боку великих виробників та імпортерів – агресивні маркетингові стратегії конкурентів можуть відтягувати частку ринку. - Коливання цін на сировину (молоко, суперфуди) – вплив економічних та кліматичних факторів на собівартість продукції. - Зміни регуляторних вимог і стандартів якості – можливі додаткові витрати на приведення виробництва у відповідність. - Економічна нестабільність в Україні – зниження купівельної спроможності населення та ризику для стабільності продажів. - Зростання популярності альтернативних молочних продуктів (рослинні аналоги) – зміна уподобань споживачів може знизити попит на традиційну молочну продукцію.

Додаток 3

Таблиця 10

Розрахунок вартості сировини й основних матеріалів на виробництво 1 т йогурту з ягодами годжі та насінням чіа

Найменування сировини	Витрати на 1 т, кг	Ціна 1од. сировини, грн кг	Вартість на 1 тонну, грн
Молоко нормалізоване, 2,5 %	880	21	18480
Сухе знежирене молоко	25	70	1750
Закваска термофільна	0,5	600	300
Мед	60	200	12000
Ягоди годжі	20	450	9000
Насіння чіа	5	220	1100
Пектин	3	700	2100
Вода (для гідратації ягід)	10	4	40
1. Усього	x	x	44770
2. Транспортно-заготівельні витрати на сировину	2%	x	895,4
Усього	x	x	45665,4

Таблиця 11

Калькуляція витрат на виробництво та реалізацію йогурту з ягодами годжі та насінням чіа та розрахунок повної собівартості за проєктом

Найменування калькуляційних витрат	Витрати на 1 тонну, грн	Витрати на весь обсяг продукції (150 т), тис. грн
Вартість сировини й основних матеріалів з урахуванням транспортних витрат	45665,4	6849,8
Тара, упакування й допоміжні матеріали	18200	2730
Паливо й електроенергія на технологічні цілі	6180	927
Матеріальні витрати всього	70045,4	10506,81
Основна й додаткова заробітна плата виробничих робітників	1147,9	172,2
Відрахування на соціальні заходи	252,5	37,9
Підготовка та освоєння виробництва	19,1	2,9
Утримання та експлуатація обладнання	191,3	28,7
Загальновиробничі витрати	765,2	114,8
Виробнича собівартість	72421,5	10863,2
Адміністративні витрати	2534,8	380,2
Витрати на збут	7242,1	1086,3
Інші операційні витрати	3621,1	543,2
Повна собівартість	85819,4	12872,9
Прибуток (рентабельність 35 %)	30036,8	4505,5
Оптова ціна	115856,2	17378,4
Оптова ціна 1 стаканчика (250 г) йогурту, грн	28,96	

Додаток К

Таблиця 12

Розрахунок показників економічної ефективності проєкту з виробництва нового продукту

Показники	Період реалізації проєкту, років			усього
	0	1	2	
ІС, сума інвестованих у проєкт коштів, тис. грн	3300			3300
ЧІ, чиста (приведена) вартість інвестованих у проєкт коштів, тис. грн	3300			3300
Грошовий потік від проєкту, тис. грн		3694,5	3694,5	7389,1
Середньозважена вартість капіталу (СВК), %	32			
Коефіцієнт дисконтування	1	0,758	0,574	
Дисконтований грошовий потік у році, тис. грн		2800,5	2120,7	4921,1
Дисконтований грошовий потік наростаючим підсумком, тис. грн		2800,5	4921,1	
Приріст дисконтованого чистого прибутку від проєкту, тис. грн		2800,5	2120,7	4921,1
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн				1621,1
Внутрішня норма доходності (IRR), %				33,13%
Індекс доходності (ІД)				1,5
Період окупності (ПО), роки				0,89
Період окупності з врахуванням дисконтування (ПОдис.), років				1,3
Рентабельність інвестицій (Ri) за весь період реалізації проєкту, %				74,56

Таблиця 13

Вплив запропонованого заходу на основні техніко-економічні показники ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Найменування заходів	Інвестиції, тис. грн			Зміни показників діяльності підприємства (±)										
	Усього	У тому числі в		Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	Собівартість, тис. грн						Чисельність, осіб	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	Чистий прибуток, тис. грн	Строк окупності інвестицій, років
		основні засоби	оборотні кошти		Усього	у тому числі:								
						Матеріальні витрати	Витрати на оплату праці	Відрахування на соціальні заходи	Амортизація основних засобів	Інші витрати				
Виробництво нового продукту «Йогурт з ягодами годжі та насінням чіа»	3300	0	3300	17378,4	12872,9	10506,8	172,2	37,9	0	2156	3	4505,5	3694,5	0,89

Додаток Л

Таблиця 14

Основні техніко-економічні показники виробничо- господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» до й після впровадження заходу

Показники	2024 рік	Проект	Відхилення (±)	
			абс.	відн.
1. Середньорічна виробнича потужність, т	113000	113000	0	0
2. Фактично вироблено продукції, т	51200	51350	150	0,29
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,453	0,454	0,001	0,29
4. Обсяг виробленої промислової продукції(без ПДВ й акцизного збору): – у діючих оптових цінах підприємства, тис. грн	4708241	4725619	17378	0,37
– у порівнянних цінах, тис. грн	4085111,3	4102490	17378,4	0,43
5. Чистий дохід від реалізації продукції(товарів, робіт, послуг), тис. грн	4708241	4725619	17378,4	0,37
6. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності, тис. грн	673375,5	673376	0	0
7. Фондовіддача, грн/грн	6,1	6,092	0,026	0,43
8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн	1126106,5	1129406,5	3300,0	0,29
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, оборотів	4,181	4,184	0	0,08
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	1589	1592,0	3,0	0,19
11. Продуктивність праці, тис. грн /особу	2570,9	2576,9	6,1	0,24
12. Операційні витрати на виробництвопродукції, тис. грн., у тому числі:	4506321	4519194	12873	0,29
– матеріальні витрати	3460306	3470813	10507	0,30
– витрати на оплату праці	302865	303037	172	0,06
– відрахування на соціальні заходи	63447	63485	38	0,06
– амортизація	99145	99145	0	0
– інші операційні витрати	580558	582714	2156	0,37
13. Витрати на 1 гривню виробленої / реалізованої продукції, грн	0,96	0,96	0	0
14. Матеріалоемність, грн	0,735	0,734	-0,001	-0,07
15. Повна собівартість реалізованої продукції (собівартість реалізованої продукції, тис. грн	4620163	4633036	12873	0,28
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	134165	138671	4506	3,36
17. Чистий прибуток, тис. грн.	82291	85986	3695	4,49
18. Рентабельність продажів, %	1,75	1,82	0,07	x
19. Рентабельність продукції, %	2,90	2,99	0,09	x

Додаток М

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Студент СВО «Бакалавр» ННІЕУіБ ім. Г.Е. Вейнштейна Стратулат Т.А.
Науковий керівник – проф. Кулаковська Т.А.
Кафедра економіки промисловості,
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Молокопереробна галузь є важливим сектором економіки України. Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2023 році в Україні було вироблено близько 8,5 млн тонн молока, з яких близько 70% використовувалося для переробки. Загальна вартість молочної продукції у 2023 році становила понад 100 млрд грн. Однак незважаючи на значні обсяги виробництва, молокопереробна галузь стикається з проблемами низької прибутковості, пов'язаними з низькою ціною на продукцію, високими витратами на сировину та застарілим обладнанням. Для підвищення прибутковості підприємств молокопереробної галузі необхідно впроваджувати комплексні заходи.

Модернізація виробництва є необхідною умовою для підвищення ефективності молокопереробних підприємств. В Україні кількість молокопереробних підприємств, які використовують сучасні технології, поки що обмежена. За даними Українського інституту молока, лише 30% підприємств у галузі використовують високотехнологічне обладнання для переробки молока.

Впровадження новітніх технологій дозволить зменшити витрати на виробництво та збільшити якість продукції. Наприклад, автоматизація виробничих процесів може знизити витрати на енергію до 15-20%, а також зменшити частку браку на 10-12%.

Якість молока безпосередньо впливає на якість кінцевої продукції та прибутковість підприємства. В Україні проблема низької якості молока є однією з основних причин збитковості молокопереробних підприємств. Згідно з дослідженнями, лише 20% молока, яке надходить на переробку, відповідає високим стандартам якості.

Покращення якості молока дозволить збільшити частку молока, яке можна переробити на високоякісні продукти, що, в свою чергу, дозволить збільшити маржинальність виробництва. Підвищення якості молока через співпрацю з фермами та впровадження сучасних технологій може дозволити збільшити ефективність виробництва на 25-30%.

Оптимізація логістики та збуту може допомогти суттєво знизити витрати. Згідно з оцінками, витрати на логістику та транспортування молочних продуктів в Україні становлять до 15% від загальних витрат підприємства. Покращення

логістичних процесів, впровадження нових технологій для зберігання продукції та скорочення термінів доставки можуть знизити ці витрати на 10-12%.

Наразі в Україні близько 40% молочної продукції продається через супермаркети, що дає можливість досягати значних обсягів збуту. Водночас, розвитку альтернативних каналів збуту, таких як онлайн-платформи, сприятиме збільшенню прибутковості. За даними компанії Nielsen, зростання попиту на онлайн-торгівлю в Україні у 2023 році склало 25%, і цей тренд продовжує набирати популярності.

Для підвищення прибутковості підприємств молокопереробної галузі в Україні важливо розширювати асортимент продукції. За оцінками ринку, споживання молочних продуктів в Україні збільшилося на 5-7% за останні кілька років, що створює можливості для диверсифікації продукції.

Згідно з даними Асоціації виробників молока, українці активно споживають нові види продукції, такі як йогурти, сири та інші ферментовані продукти. Запуск нових видів молочних продуктів може призвести до зростання обсягів продажів на 10-15%.

Зростаюча конкуренція на ринку молочної продукції в Україні вимагає постійного вдосконалення маркетингових стратегій. За даними компанії Euromonitor International, ринок молочних продуктів в Україні зростає на 4-5% щорічно, однак конкуренція серед виробників постійно зростає.

Завдяки створенню потужних брендів, які підкреслюють високу якість та натуральність продукції, підприємства можуть залучити більше споживачів. В Україні вже є приклади успішних брендів, таких як «Рудь», «Молочний Альянс», які займають стабільну позицію на ринку, завдяки грамотній маркетинговій стратегії.

Для покращення ситуації у молокопереробній галузі важливо створювати умови для залучення інвестицій. За оцінками Національного банку України, обсяг інвестицій у молокопереробну галузь за останні п'ять років становить менше 1% від загального обсягу інвестицій в аграрний сектор. Уряд України має можливість стимулювати інвесторів через податкові пільги, субсидії та фінансову підтримку.

Отже, підвищення прибутковості підприємств молокопереробної галузі України вимагає впровадження комплексних заходів, які включають удосконалення технологічних процесів, поліпшення якості сировини, оптимізацію логістики, диверсифікацію асортименту, розвиток бренду, підвищення кваліфікації кадрів та залучення інвестицій. Враховуючи ці фактори та актуальну статистику, можна спрогнозувати позитивні зміни в молокопереробній галузі України, що дозволять підвищити її прибутковість і конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Література

1. Державна служба статистики України. Офіційні дані щодо обсягів виробництва молока та молочної продукції в Україні. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Український інститут молока. URL: <http://www.moloko.org.ua/>.
3. Асоціація виробників молока (АПМ). URL: <https://www.apm-ukraine.com/>.
4. Euromonitor International. URL: <https://www.euromonitor.com/>.