

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

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



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему: «Основні напрями підвищення прибутку
ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»»**

ШИФР КРБ.ЕП.1. 584А-03.1.7

Здобувача _____ Олійника В.О.

Керівник _____ проф. Павлов О.І.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від «12» червня 2024 р., протокол № 15.

Завідувач кафедри економіки промисловості _____ Олександр ПАВЛОВ

Одеса – 2024 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

«_____» _____ 202__ р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА****Олійник Владислав Олегович**

1. Тема роботи: **«Основні напрями підвищення прибутку ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»**
Затверджена наказом ОНТУ від 09.10.2023 р. № 584А.03.
2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 05 червня 2024 р.
3. Вихідні дані роботи: звітність роботи підприємства; історія підприємства, статистична інформація, періодичні видання, монографії, наукові посібники, підручники, сайти Інтернет, аналітичні данні кондитерської галузі України.
4. Перелік питань, які потрібно розробити: 1. Теоретичні засади підвищення прибутку підприємства. 2. Техніко-економічна характеристика та стан виробничо-господарської діяльності ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен». 3. Аналіз та оцінка ефективності заходу з впровадження нової лінії та розширення обсягу виробництва продукції на ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»».
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) таблиць 6, рисунків 5.
6. Дата видачі завдання 15.03.2024 р.

Керівник _____ Павлов О.І.

Завдання прийняв до виконання _____ Олійник В.О.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Обробка даних практики	16.03-20.03.2024	
2.	Теоретичні засади підвищення прибутку підприємства	21.03-18.04.2024	
3.	Техніко-економічна характеристика та стан виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»	19.04-05.05.2024	
4.	Аналіз та оцінка ефективності заходу з впровадження нової лінії та розширення обсягу виробництва продукції на ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»»	05.05-25.05.2024	
5.	Анотація, вступ, висновки, список використаних джерел, додаток	26.05-03.06.2024	
6.	Оформлення кваліфікаційної роботи	04.06.2024	

Здобувач-дипломник _____ Олійник В.О.

Керівник роботи _____ Павлов О.І.

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 веб-ресурсах ОНТУ.

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

Здобувач-дипломник Олійник В.О. _____
підпис

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра

Кваліфікаційна робота бакалавра містить 86 сторінок, 24 таблиці, 7 рисунків, список використаних джерел з 28 найменувань, 1 додаток.

Метою дипломної роботи є вивчення шляхів підвищення прибутку на ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен», розробка заходу та розрахунок його економічної ефективності.

Відповідно до мети в роботі поставлені наступні завдання, що потрібно вирішити: визначити теоретичні питання сутності поняття прибуток та його класифікацію; розглянути основні методи та показники розрахунку прибутку; розкрити основні напрями підвищення прибутку підприємства; проаналізувати стан зовнішнього середовища підприємства; охарактеризувати внутрішній стан та здійснити техніко-економічний аналіз виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»; розробити захід щодо підвищення прибутку підприємства та розрахувати його економічну ефективність; визначити вплив запропонованого заходу на основні техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен».

Об'єктом дослідження є показники прибутковості підприємства ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен».

Предметом дослідження є теоретичні, методичні і практичні аспекти підвищення прибутку підприємства.

За результатами виконаної роботи сформульовані висновки щодо впливу запропонованого заходу на основні техніко-економічні показники роботи підприємства.

Одержані результати можуть бути використані на підприємстві як заходи щодо вдосконалення його роботи.

Рік виконання роботи 2024.

Рік захисту роботи 2024.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Сутність поняття «прибуток» та його класифікація	8
1.2. Основні методи розрахунку прибутку	16
1.3. Основні напрями підвищення прибутку підприємства	19
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА СТАН ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ КРЕМЕНЧУЦЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН»	25
2.1. Характеристика та аналіз стану зовнішнього середовища підприємства	25
2.2. Характеристика та аналіз стану внутрішнього середовища ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»	36
2.3. Техніко-економічний аналіз виробничо-господарської діяльності підприємства	38
Висновки до розділу 2	53
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДУ З ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОЇ ЛІНІЇ ТА РОЗШИРЕННЯ ОБСЯГУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ НА ПРАТ «КРЕМЕНЧУЦЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН»	55
3.1. Техніко-економічне обґрунтування доцільності впровадження заходу	55
3.2. Розрахунок економічної ефективності виробництва	58

	5
3.3. Соціально-економічні наслідки впливу заходу на основні техніко-економічні показники діяльності підприємства	63
Висновки до розділу 3	69
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	77
ДОДАТОК	

ВСТУП

Сьогодні в Україні в умовах війни відбувається значне зниження доходів підприємств, що віддзеркалюється на їх прибутковості, а в багатьох ситуаціях приводить навіть до збитковості підприємств.

Основними причинами цього є: війна, багато підприємств було окуповано або зруйновано, недостатня кількість оборотних активів, податкове навантаження на бізнес, нестабільна економічна ситуація в країні, що впливає на становлення непривабливого інвестиційного клімату для потенційних інвесторів, підвищення вартості сировини та енергоносіїв, застаріле обладнання та ін.

Основним важливим фінансовим показником, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва, обсяг і якість виробленої та реалізованої продукції, стан продуктивності праці – це прибуток.

Прибуток – це кінцевий показник діяльності будь-якого підприємства, мета, к чому воно прагне. Сьогодні, в умовах ринку підприємство бажає не лише отримувати прибуток, а максимізувати його.

Розмір прибутку підприємства впливає на формування фінансових ресурсів підприємства, ефективність його виробничої діяльності, збільшення ринкової вартості, економічний розвиток держави шляхом поповнення державного бюджету сплатою податків, зборів, обов'язкових платежів та ін.

Значна роль прибутку в розвитку підприємства, а також держави визначають необхідність дослідження питань ефективного управління прибутком підприємств.

Метою дипломної роботи є вивчення шляхів підвищення прибутку на ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен», розробка заходу та розрахунок його економічної ефективності.

Відповідно до мети в роботі поставлені наступні завдання, що потрібно вирішити:

- визначити теоретичні питання сутності поняття прибуток та його класифікацію;

- розглянути основні методи та показники розрахунку прибутку;

- розкрити основні напрями підвищення прибутку підприємства;

- проаналізувати стан зовнішнього середовища підприємства;

- охарактеризувати внутрішній стан та здійснити техніко-економічний аналіз виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»;

- розробити захід щодо підвищення прибутку підприємства та розрахувати його економічну ефективність;

- визначити вплив запропонованого заходу на основні техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен».

Об'єктом дослідження є показники прибутковості підприємства ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен».

Предметом дослідження є теоретичні, методичні і практичні аспекти підвищення прибутку підприємства.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність поняття «прибуток» та його класифікація

Поняття «прибуток» з'явилося у економічній теорії у зв'язку з товарно-грошовими відносинами та появою і розвитком інституту власності. Перші визначення прибутку збігалися зі значенням валового доходу, який за індивідуальною системою розподілу поділявся на три категорії: доходи від капіталу, землі та праці. Кожен із видів доходів вважався обов'язковою винагородою для одержувача за надані ним послуги у народному господарстві [19].

Згідно з Законом України «Про оподаткування прибутку підприємств» [2], прибуток – це сума валових доходів, тобто по суті доходів від усіх видів діяльності, скоригована певним чином для цілей оподаткування, зменшена на суму валових витрат підприємства і на вартість зносу (амортизації) основних засобів і нематеріальних активів.

Аналіз складу валових доходів і валових витрат свідчить про те, що прибуток як об'єкт оподаткування – це умовна величина, що відображає співвідношення між доходами і витратами підприємства за певний, законодавчо встановлений період оподаткування. Головна особливість прибутку в тому, що він безпосередньо не залежить від собівартості продукції, від різниці між виручкою від реалізації продукції і витратами на виробництво цієї продукції. Прибуток як об'єкт оподаткування визначається за даними спеціального податкового обліку, який не співпадає з його бухгалтерським обліком.

Прибуток у класичному розумінні це різниця між ціною продукції і витратами на її виробництво (собівартістю). Саме таке розуміння прибутку закладене в усіх законодавчих актах України, крім законодавства про оподаткування прибутку. Такий показник, безумовно, в більшій мірі характеризує якість господарювання підприємства, саме він реальний і з точки зору спроможності підприємства відраховувати частину прибутку до

бюджету.

Прибуток синтезує в собі всі найважливіші сторони роботи підприємства.

Прибуток – це частина валового доходу, що залишається у підприємства після віднімання усіх витрат на виробничу і комерційну діяльність. Характеризуючи перевищення надходжень над витратами, прибуток виражає мету підприємницької діяльності і є головним показником її ефективності [3].

Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Діяльність будь якого підприємства спрямована на отримання та підвищення прибутку.

Прибуток – це узагальнюючий фінансовий показник діяльності підприємства. Загальна сума отриманого підприємством прибутку – це балансовий прибуток.

Отримання прибутку пов'язане з наступними напрямками діяльності підприємства.

1. Це основна діяльність, результатом якої є прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

2. Це діяльність, яка не є основною для даного підприємства, але пов'язана з реалізацією матеріальних і нематеріальних цінностей, послуг.

3. Це діяльність, що пов'язана зі здійсненням фінансових інвестицій, в результаті якої підприємства одержують прибуток у вигляді дивідендів на акції, від вкладання коштів у статутні фонди інших підприємств, у вигляді відсотків за державними цінними паперами, облігаціями підприємств, за депозитними рахунками в банках.

4. Це діяльність, що пов'язана з отриманням позареалізаційних прибутків і виникненням позареалізаційних витрат підприємства.

Отримання прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) залежить від здійснення основної діяльності суб'єктів господарювання. Складовою частиною виручки від реалізації продукції є прибуток. Однак на

відміну від виручки, надходження якої на поточний рахунок підприємства фіксується регулярно, обсяг отриманого прибутку визначається тільки за певний період (квартал, рік) на підставі даних бухгалтерського обліку.

Формування прибутку на підприємстві відбувається в залежності від реалізації продукції. Згідно із законодавчими актами України момент реалізації визначається за датою відвантаження продукції, а для робіт (послуг) – за датою фактичного їх виконання, або за датою зарахування коштів покупця на банківський рахунок постачальника.

Однак незалежно від визначення моменту реалізації в законодавчих актах реальне формування на підприємстві прибутку від реалізації продукції має місце тільки за умови, коли така відбувається насправді, тобто коли кошти від покупця надходять на банківський рахунок постачальника.

Визначення моменту реалізації за датою відвантаження товарів і встановлення податкових зобов'язань підприємств згідно з цією датою може призводити до використання оборотних активів підприємств на сплату податків, погіршення їхнього фінансового стану.

Прибуток від реалізації продукції безпосередньо залежить від двох основних показників: обсягу реалізації продукції та її собівартості. На зміну обсягу реалізації продукції впливає зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції, частки прибутку в вартості продукції (рентабельність продукції).

Можна відмітити, що зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції справляють вплив не тільки на обсяг реалізації продукції, а й на її собівартість, оскільки змінюються умовно-постійні витрати (за зміни обсягу виробництва продукції); витрати на зберігання продукції, інші витрати (за зміни залишків нереалізованої продукції).

На обсяг реалізації продукції, а також і на прибуток від реалізації істотно впливає розмір прибутку, що включається в вартість виробів. В умовах ринкової економіки державного регулювання рентабельності продукції вже немає, тому є можливість збільшення прибутку підприємства за рахунок

збільшення частки прибутку в ціні окремої продукції. Цьому сприяє брак належної конкуренції, монопольне становище деяких підприємств у виробництві та реалізації багатьох видів продукції.

Основні характеристики сутності поняття прибуток наступні [21]:

- вартісний показник, що виражається у грошовій формі;
- форма доходу підприємця, що здійснює будь-яку діяльність;
- форма доходу підприємця, що вклав свій капітал з метою досягнення певного комерційного успіху;
- не є гарантованим доходом підприємця, що вклав свій капітал у підприємство;
- характеризує не весь дохід, що отриманий у процесі підприємницької діяльності, а тільки ту частину доходу, за відрахуванням понесених витрат на здійснення цієї діяльності та ін.

Класифікацію прибутку підприємства запропонуємо на рисунку 1.1.

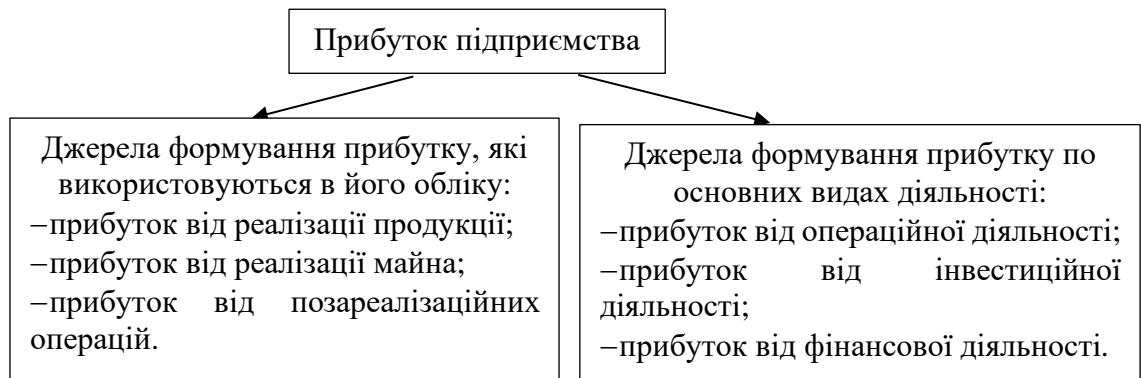


Рис. 1.1. Класифікація прибутку підприємства

Джерело: розроблено автором за [5].

При плануванні прибутку варто враховувати наступні основні аспекти:

- собівартість реалізованої продукції збігається з виробничою собівартістю;
- у витратах від фінансової діяльності необхідно врахувати статтю калькуляції «Відсотки за кредит»;

– надзвичайні доходи як і надзвичайні витрати не можуть бути очікуваними і тому їх можна не планувати.

Оскільки питома вага прибутку від іншої операційної діяльності і фінансової діяльності підприємства займають невелику питому вагу в складі чистого прибутку, то їх можна планувати як середньостатистичні величини на основі даних за минулий період.

Останніми стандартами бухгалтерського обліку не передбачено розподілу прибутку за напрямками майбутнього цільового використання.

Створення цільових фондів є внутрішньою справою підприємства і, відповідно, не розкривається у фінансовій звітності. Однак мало отримати прибуток, його необхідно ефективно використовувати, тому доцільно планувати наступні фонди:

- резервний – призначений для внутрішнього страхування господарської діяльності підприємства (на покриття непередбачених витрат);
- виробничий – призначений для фінансування витрат з технічного переозброєння, реконструкції і розширення діючих виробництв та освоєння нових; на природоохоронні міри, на будівництво або придбання будинків, споруджень й іншого майна виробничо-технічного призначення;
- дивідендних виплат (якщо підприємство є акціонерним);
- матеріального заохочення – призначений для преміювання й інших видів матеріального заохочення персоналу, відповідно до підсумків роботи за звітний період;
- соціального забезпечення – призначений для додаткових соціальних виплат працівникам.

Найбільша увага при плануванні приділяється прибутку від основної діяльності, який можна планувати двома способами:

- як різницю між чистим доходом від реалізації продукції і її повної собівартості;

– на основі взаємозв'язку: витрати – обсяг реалізації – прибуток (CVP-аналіз).

Задачі, що вирішує підприємство у процесі планування прибутку представлено на рисунку 1.2.

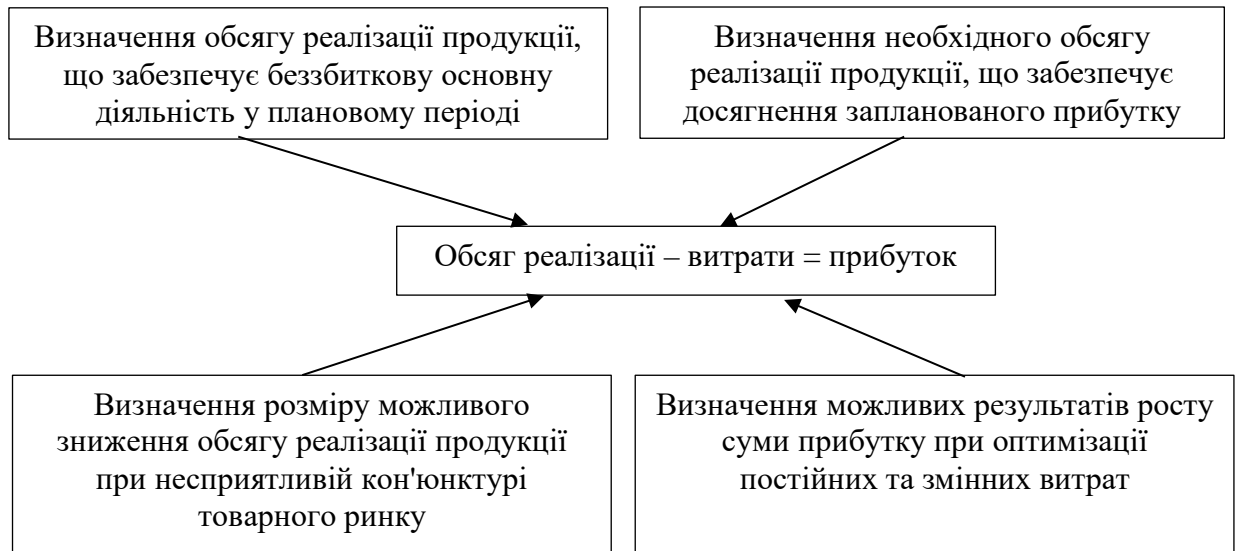


Рис. 1.2. Задачі, що вирішує підприємство у процесі планування прибутку

Джерело: розроблено автором за [6].

Згідно НП(С)БО 1, прибуток являє собою суму, на яку доходи перевищують витрати, що з ним пов'язані.

Підприємство може отримати прибуток від:

- основної діяльності;
- іншої операційної діяльності;
- фінансової діяльності;
- інвестиційної діяльності;
- інноваційної діяльності;
- надзвичайної діяльності та ін.

На рисунку 1.3 подано основну роль прибутку в суспільстві.

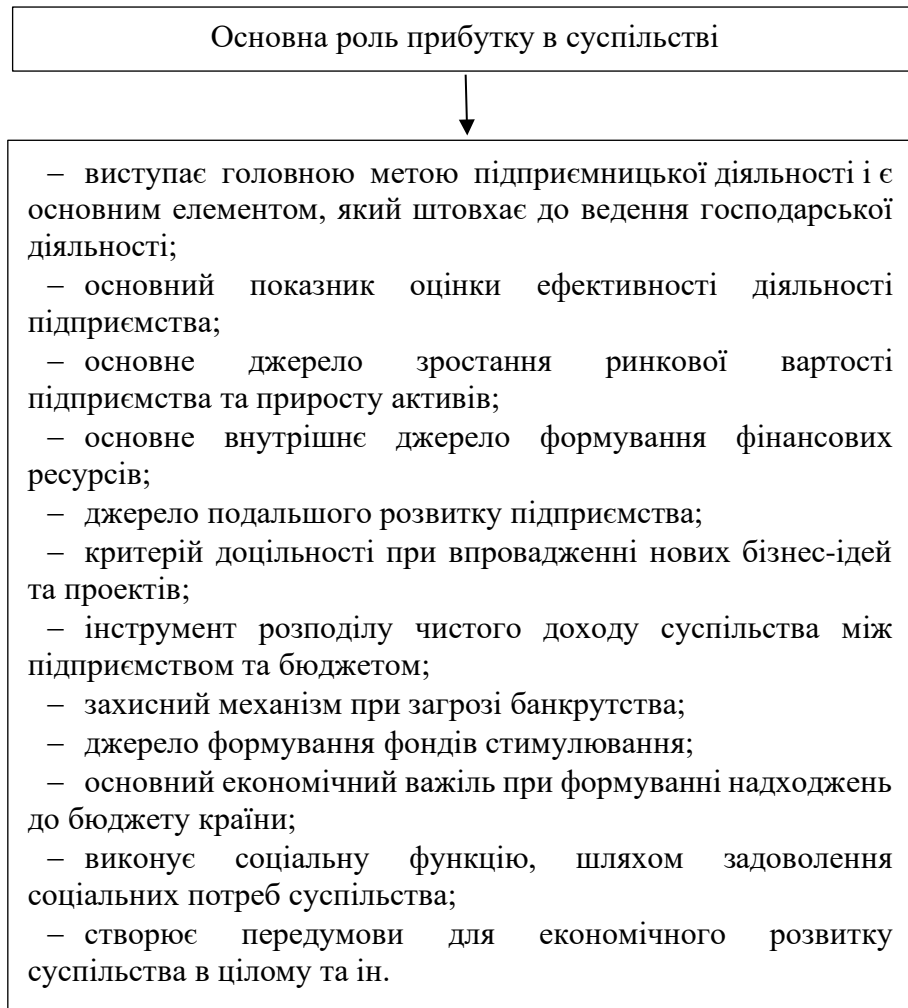


Рис. 1.3. Основна роль прибутку в суспільстві

Джерело: розроблено автором за [6].

Прибутковість розглядається не тільки як основна мета, а і як головна умова, результат діяльності підприємства з виробництва та забезпечення споживачів необхідними товарами відповідно до наявного попиту на них.

Залежно від місця підприємства на ринку, наявності у нього ресурсів, тривалості періоду діяльності основна мета повинна бути конкретизована.

У довгостроковому періоді це буде досягнення максимального прибутку, у короткостроковому – необхідного прибутку за певних обсягах виробництва, і в усі періоди – забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Основна мета діяльності підприємства знаходиться в тісному зв'язку з життєвим циклом підприємства [7].

На стадії його «народження» головною метою є боротьба за виживання, а основним завданням – вихід на ринок; на стадії «дитинства» – відповідно прибуток короткочасний при зміцненні положення на ринку; в «юності» – прискорене зростання прибутків на основі зростання реалізації та завоювання своєї частини ринку; на стадії «ранньої зрілості» – постійне зростання обсягів і освоєння нових напрямків діяльності; на стадії «зрілості» підприємство дбає про свій імідж і збалансованому зростанні всіх показників, на стадії «старіння» – забезпечення збереження завойованих позицій і стабільності роботи; на стадії «виживання» – пошук нових ідей, що сприяють омолодженню підприємства.

Оцінка життєвих циклів підприємства з позиції прибутковості показує, що воно має за період від народження до зрілості забезпечити досягнення максимального прибутку, а це в свою чергу створить передумови для його відродження на новому витку розвитку.

Максимальний прибуток є основною метою діяльності підприємства, орієнтованого на досягнення певного припливу грошових коштів у певні періоди. В економічній реальності прибуток у більшості випадків одночасно є отриманий, зароблений і допустимий .

Обґрунтування цільового розміру прибутку підприємства передбачає [9]:

- визначення обсягу товарообігу, при якому можливе отримання запланованого прибутку;
- розробка цінової політики та стратегії діяльності підприємства;
- формування асортиментної політики, що має відповідати попиту споживачів і забезпечувати досягнення мети діяльності підприємства;
- формування ресурсної політики (сировинні, трудові, матеріальні та фінансові ресурси);

- управління валовими доходами;
- використання можливостей ефективного розміщення грошей;
- управління витратами обігу;
- оцінка відповідності можливостей отримання прибутку з її цільовою величиною.

1.2. Основні методи розрахунку прибутку

Розглянемо основні види прибутку підприємства та його розрахунок в залежності від джерел [14].

1. За джерелами формування прибутку, які використовуються у його обліку, виділяють прибуток від реалізації продукції, прибуток від реалізації майна і прибуток від позареалізаційних операцій.

Прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг) є основним джерелом загального прибутку – це прибуток від основної операційної діяльності підприємства. Він розраховується як різниця між виручкою від продажу продукції (без обліку податку на додаткову вартість і акцизний збір) і її повною собівартістю.

У випадку калькулювання за неповними витратами ту частину витрат, що не є у собівартості продукції, відносять на певний період і при розрахунку прибутку (П) віднімають від виручки від реалізації (ВР), тобто:

$$\text{П} = \text{ВР} - \text{Снеп} - \text{В}, \quad (1.1)$$

де: ВР – виручка від реалізації продукції;

Снеп – собівартість реалізованої продукції по неповних витратах;

В – витрати, що не включені в собівартість продукції, а віднесені на визначений період.

Це метод прямого обчислення прибутку, що вважається основним. Поряд з ним існує ще аналітичний метод, згідно з яким прогнозований прибуток визначається коригуванням його базової величини з урахуванням впливу різних факторів у розрахунковому періоді. Такий вплив може

здійснюватися через зміну обсягу виробництва і продажу, його структури, собівартості продукції і цін. Цей метод орієнтований на велику частку щодо однотипної продукції в загальному її обсязі.

Прибуток від реалізації майна включає прибуток від продажу основних засобів (матеріальних активів), нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств. Його розраховують як різницю між ціною продажу і балансовою (залишковою) вартістю об'єкта, що продається, з урахуванням витрат на продаж (демонтаж, транспортування, оплату агентських послуг).

Прибуток від позареалізаційних операцій – це прибуток від пайової участі в спільних підприємствах, здачі майна в оренду (лізинг), дивіденди і цінні папери, дохід від володіння борговими зобов'язаннями, роялті, надходження від економічних санкцій.

Відповідно до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» [2] оподаткований прибуток (П) обчислюється за формулою:

$$П = ВД - (ВВ + АВ), \quad (1.2)$$

де: ВД – валовий дохід за визначений період;

ВВ – валові витрати за той же період;

АВ – сума амортизаційних відрахувань від балансової вартості основних засобів і нематеріальних активів.

2. За джерелами формування прибутку в розрізі основних видів діяльності підприємства виділяють прибуток від операційної, інвестиційної і фінансової діяльності.

Кінцева мета будь-якої підприємницької діяльності – прибуток, і щоб його генерувати, підприємець повинен стежити за динамікою ключових бізнес-показників. Аналіз основних фінансових показників підприємства дозволяє оцінити його фінансовий стан, майновий стан, результативність економічної діяльності, ділову активність, рух коштів, прибутковість і перспективні точки зростання.

3. Валовий прибуток – різниця між виручкою та собівартістю збутої продукції (послуг), що показує ефективність реалізації. Валовий прибуток

відрізняється від чистого прибутку тим, що він не включає витрати на сплату податків та інших встановлених виплат. Чим більше валовий прибуток, тим ефективніше працює підприємство, тому необхідно розраховувати цей показник регулярно за формулою:

$$\text{ПВ} = \text{В} - \text{С}, \quad (1.3)$$

де ПВ – валовий прибуток;

В – виручка;

С – собівартість.

Також, для оцінки ефективності роботи підприємства важливо аналізувати різні показники у сукупності. На підставі валового прибутку можна робити інші розрахунки та обчислити валову маржу.

Валова маржа – це відсоток від загального обсягу виручки, що підприємство зберігає після відрахування витрат на виробництво. Чим вища маржа, тим краще діяльність підприємства.

$$\text{ВМ} = \text{ПВ} / \text{ВР} * 100 \%, \quad (1.4)$$

де ВМ – валова маржа;

ПВ – валовий прибуток;

ВР – виручка від реалізації продукції (послуг, робіт).

Виручка від реалізації – це всі гроші, які підприємство отримало від господарської діяльності: продаж продукції, надання послуг, виконання робіт.

4. Маржинальний прибуток (маржинальний дохід) – різниця між виручкою від реалізації та змінними витратами.

$$\text{ПМ} = \text{ВР} - \text{Вз}; \quad (1.4)$$

ПМ – маржинальний прибуток;

ВР – виручка від реалізації;

Вз – витрати змінні.

Змінні витрати – це витрати, розмір яких залежить від обсягу виробництва продукції.

5. Операційний прибуток – це різниця між валовим прибутком та операційними витратами, що показує, наскільки ефективно підприємство працює як бізнес, коли здійснює свою звичайну діяльність.

$$\text{ПО} = \text{ПВ} - \text{Во}; \quad (1.5)$$

ПО – операційний прибуток;

ПВ – валовий прибуток;

Во – витрати операційні.

До операційних витрат належать адміністративні витрати, витрати на збут продукції та інші операційні витрати.

6. Чистий прибуток – це частина балансового прибутку підприємства, що залишається в його розпорядженні після сплати податків, зборів та інших обов’язкових платежів до бюджету, та розраховується за формулою:

$$\text{ПЧ} = \text{ПО} - (\text{ФД} / \text{ФВ}) - \text{Пп}; \quad (1.6)$$

ПЧ – чистий прибуток;

ФД – фінансові доходи;

ФВ – фінансові витрати;

Пп – податок на прибуток.

До фінансових доходів відносять дивіденди, доходи за депозитами та позитивні курсові різниці, а до фінансових витрат – виплату відсотків за позиками, витрати за фінансовими гарантіями та негативну курсову різницю.

1.3. Основні напрями підвищення прибутку підприємства

Для підвищення прибутку на підприємстві необхідно розробляти та приймати раціональні рішення з різних аспектів його діяльності.

Для прийняття цінових та інших фінансових рішень підприємству необхідна в першу чергу інформація про існуючий попит на його продукцію (послуги). Переконатися в ефективності цієї інформації можна, зіставляючи різні варіанти можливої додаткової виручки від нарощування виробництва і збуту з додатковими витратами на маркетинг.

Для того, щоб ефективно мобілізувати кошти і розподіляти їх,

фінансові керівники підприємств повинні ретельно планувати ці процеси [12]. Перш за все, вони повинні прогнозувати рух готівкових грошей і оцінювати його вплив на фінансовий стан підприємства. На підставі цього прогнозу вони повинні передбачити в плані достатню кількість ліквідних коштів для своєчасної оплати рахунків та інших зобов'язань, що може вимагати залучення додаткових коштів. Для того, щоб тримати під контролем стан справ на підприємстві, фінансовий керівник повинен встановити певні нормативи, які у майбутньому має використовувати для порівняння дійсних результатів і запланованих.

На рисунку 1.4 запропонуємо основні напрями підвищення прибутку підприємства з точки зору основних аспектів: виробничого, маркетингового, організаційного, фінансового.

Розглянемо можливість ефективності реалізації деяких основних з цих заходів.

По-перше, це розширення номенклатури реалізованої продукції. Стосовно до підприємства, яке вже функціонує, розширення номенклатури продукції, можливо тільки за двома напрямками: за рахунок виробництва нової для підприємства продукції або за рахунок вдосконалення існуючої продукції (послуг, робіт). Цій напрям, забезпечує розширення номенклатури виробляємої продукції та веде до збільшення прибутку.

По-друге, максимізація ціни реалізації продукції, що прямо залежить від попиту і пропозиції продукції підприємства на ринку.

По-третє, мінімізація витрат на виробництво та реалізацію одиниці продукції (послуг, робіт) можливе тільки двома шляхами: або за рахунок мобілізації резервів технології, що використовується, або за рахунок освоєння нового технологічного ланцюга та нових елементів в старому технологічному ланцюзі.

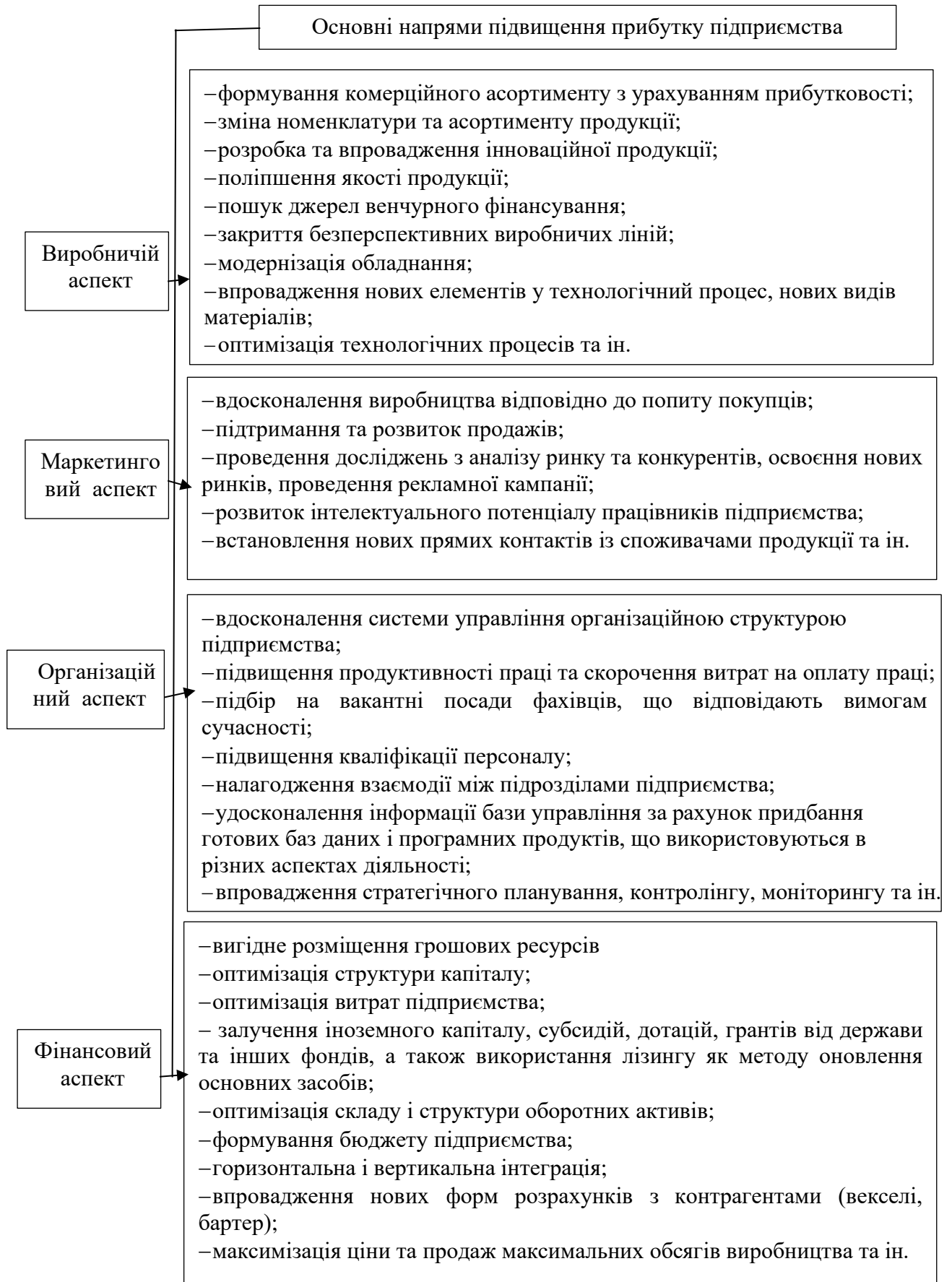


Рис. 1.4. Основні напрями підвищення прибутку підприємства

Джерело: розроблено автором за [18].

По-четверте, максимізація обсягів реалізації продукції (послуг, робіт) виділяється через два напрями: збільшення обсягів реалізації вже виробляємої на підприємстві продукції та нової продукції. Тому збільшення обсягів реалізації вже існуючої продукції можливе за рахунок проведення комплексу маркетингових заходів, спрямованих на стимулювання збуту, вихід на нові ринки зі старою продукцією, а також за рахунок підвищення привабливості продукції для споживача.

Тому пошук шляхів підвищення прибутковості підприємств є важливим інструментом формування довгострокових перспектив їхньої діяльності.

Економічна сутність прибутковості підприємств пов'язана з отриманням прибутку та оцінюється різноманітними його зв'язками з показниками капіталу, доходу, витрат, які є головними критеріями стану та ефективності виробництва [8].

Об'єктом розподілу на підвищення є загальна сума прибутку, отриманого підприємством у звітному періоді від звичайної і надзвичайної діяльності. Під розподілом прибутку потрібно розуміти спрямування прибутку до бюджету у вигляді податків і визначення чистого прибутку, який залишається у розпорядженні підприємства (рисунк 1.5).

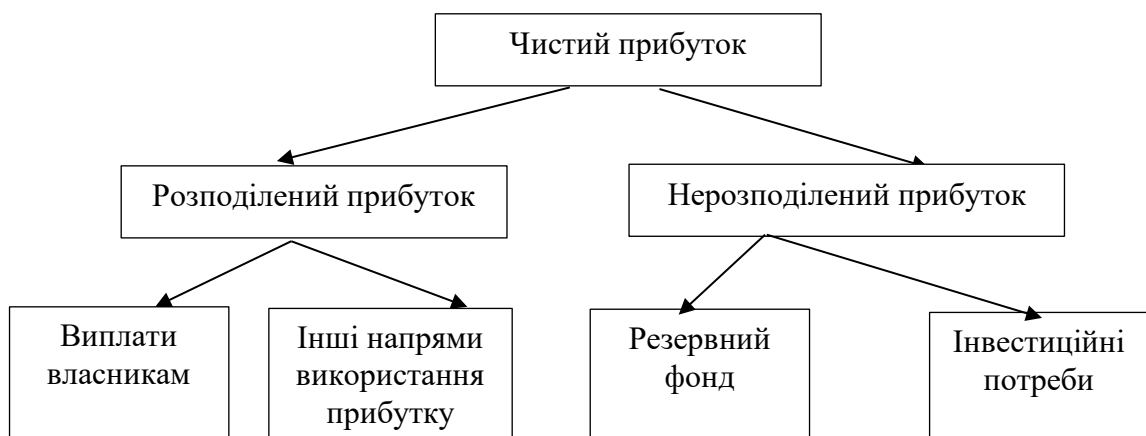


Рис. 1.5. Схема використання прибутку підприємства

Джерело: розроблено автором за [20].

В умовах ринкових відносин велике значення має обґрунтування

співвідношень у спрямуванні прибутку на цілі виробничо-технічного розвитку, соціального розвитку, формування фінансового резерву, на виплату власникам. дивіденди акціонерам тощо. Водночас, прибуток є джерелом сплати підприємством штрафних санкцій, здійснення відрахувань на благодійні заходи, а також використовується для погашення кредитів, отриманих на інвестиційні цілі [6].

Висновки до розділу 1

В будь-яких умовах, навіть в умовах війни та економічної кризи основною метою підприємства залишається отримання прибутку.

Прибуток – це основне джерело фінансування діяльності і розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення усіх форм інвестування. Будь яка діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити підвищення прибутку, або стабілізацію його на визначеному рівні.

Підприємство, незалежно від форми власності, виду діяльності зацікавлене у отриманні прибутку, який є джерелом його подальшого розвитку.

Групування витрат за економічними елементами дає можливість встановити потребу в оборотних та необоротних активах, показує скільки яких активів витрачено, незалежно де вони вироблені, на які цілі використані, а також характеризує структуру витрат.

Для підприємства більш важливим є підвищення прибутковості у довгостроковій перспективі, чим у короткостроковій, так як це підкреслює стабільність не лише його функціонування, але й розвитку також.

Підвищення прибутку дозволяє постійно оновлювати техніко-технологічну базу виробництва, мотивувати персонал підприємства працювати більш ефективно, розширяти сфери впливу та ін.

Прибуток є об'єктивною економічною категорією, на формування якого впливають об'єктивні процеси, які відбуваються у суспільстві, у сферах

виробництва й розподілу суспільного продукту та національного доходу.

Сучасні реалії повномасштабного вторгнення росії на територію України потребують від підприємств не тільки до адаптації, але і розробки та активізації стратегії розвитку у довгостроковій перспективі.

Тому сьогодні дуже актуальним є розробка та провадження на підприємствах напрямів підвищення їх прибутковості через впровадження інновацій та розробки інвестиційних проектів.

РОЗДІЛ 2

ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА СТАН ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КРЕМЕНЧУЦЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН»

2.1. Характеристика та аналіз стану зовнішнього середовища підприємства

Кондитерська галузь – одна з розвинутих у харчової промисловості України, підприємства якої виробляють кондитерські вироби. Сировиною для неї є продукція борошномельно-круп'яної, цукрової, молочної та інших галузей.

Продукцію кондитерського ринку України поділяють на три види [10]:

- цукрові вироби;
- шоколадні вироби;
- борошняні вироби.

Основними видами кондитерських виробів в Україні за КВЕД ДК 009:2010 [10] є:

- 10.71 – Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання;
- 10.72 – Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання;
- 10.82 – Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів.

Виробничі потужності країни дозволяють забезпечити не лише внутрішній попит країни на кондитерську продукцію, а й виробляти продукцію на експорт.

Війна в Україні вплинула на всі аспекти життя в країні, змінилося усе: настрої, цілі, бажання, мрії тощо [23]. Великий вплив має війна на виробництво, бізнес, також значно змінилося функціонування національного ринку харчових продуктів, а саме і кондитерських виробів. Але, все ж можна казати, що не дивлячись на негативні тенденції щодо ринку продуктів

харчування, кондитерські вироби користуються попитом серед покупців.

Війна в Україні не зупиняє національних виробників кондитерської продукції виробляти, а навпаки, всі наявні ризики власного виробництва вони перетворили в сильні можливості для свого зростання, що значно проявляється в їхньому поверненні на вже освоєні та виході на нові зовнішні ринки збуту.

За статистичними даними Міністерства економіки України [15], вітчизняні виробники кондитерської галузі експортували на протязі 2022 року кондитерських виробів з шоколаду приблизно 151 млн. дол. США, тобто на 34,20 % більше, ніж у 2021 році.

Протягом 2022 року в кондитерській галузі України близько 20 % підприємств [23] постраждали чи були закриті через повномасштабне російське вторгнення. Обсяги виробленої продукції знизилися на 10–12% через зменшення внутрішнього ринку, виїзду значної частини населення за кордон та зниження його купівельної спроможності, але це не спричинило дисбаланс чи дефіцит продукції на ринку, так як у відсотковому співвідношенні через міграцію населення та зниження купівельної спроможності обсяги споживання теж скоротилися.

Однак, така продукція як солодоці та кондитерські вироби за час тривалості війни в країні характеризується позитивною динамікою щодо попиту на них і на внутрішньому ринку. Попит на солодоці та кондитерські вироби за 2022 рік в порівнянні з 2021 роком зріс на 1,20 % та складає 6,50 %.

Одним з найвідоміших виробників шоколаду в Україні є «Рошен». На початку повномасштабного вторгнення «Рошен» довелось зупинити роботу фабрик у Києві та Борисполі, а виробництва у Вінниці та Кременчуці працювали лише частково [26], тоді компанія виготовляла переважно печиво та карамель, адже на шоколад попиту не було.

Згодом справи почали налагоджуватись і у 2023 році виторг «Рошен» склав 31,85 мільярда гривень при собівартості реалізованої продукції 21,46 млрд грн – продажі компанії зросли завдяки експорту, у 2022 році виторг

компанії становив 22,13 млрд грн, собівартість реалізованої продукції – 15,32 млрд грн. Чистий прибуток у 2023 році зріс до 5,64 мільярдів гривень, порівняно з 3,93 мільярдами у 2022 році (43,5 %) [26].

Всього у світі експорт кондитерської галузі зріс приблизно у півтора рази, але частка України в структурі реалізації продукції впала.

Львівська компанія «Світоч», контрольний пакет акцій якої має найбільший у світі виробник харчових продуктів Nestle, мала дохід у 2022 році 253 мільйони гривень, у 2021 році – 243 мільйони грн, у 2023 – 400 мільйонів гривень.

Окрім крупних виробників шоколаду, в Україні є й крафтові – попри війну та підвищення цін на сировину, вони продовжують працювати та підтримувати високі стандарти своєї продукції. Деякі з них виготовляють шоколад з перетертих какао-бобів, інші роблять свої вироби з готового шоколаду, а деякі бренди забезпечують повний процес виробництва – він має назву «від боба до плитки».

Одним з українських крафтових брендів з виробництва шоколаду є Інео – він виник як справа кількох друзів, що робили сиродні солодоці на замовлення, але вже через рік один з засновників розпочав власну справу зі створення «здорових» солодоців.

Ще одним виробником на ринку крафтового шоколаду є луцький бренд Sisters A. Chocolate, унікальний тим, що виготовлений за принципом «від боба до плитки» – всі процеси від обсмаження бобів до виготовлення шоколаду відбуваються безпосередньо на виробництві.

Серед крафтових виробників шоколаду в Україні також Львівська майстерня шоколаду, що існує близько 15 років та має мережу у багатьох містах України і за її межами – зокрема в Азербайджані. З початком повномасштабного вторгнення деякі заклади тимчасово припинили свою роботу через окупацію або небезпечні умови для працівників – у тому числі в Мелітополі та Херсоні. Натомість у Миколаєві вдалось відновити роботу Майстерні, а в Харкові заклад навіть оновили та відкрили за новою адресою.

Всі солодощі у Майстерні досі виготовляють вручну – як і на початку існування бренду. У Львівській майстерні шоколаду є одне централізоване виробництво, розташоване у Львові, яке покриває потреби усієї мережі як в Україні, так і в Азербайджані. Зараз потужностей вистачає, щоб виготовляти 720 тонн виробів щороку.

Львівська майстерня шоколаду з 2022 року перераховує кошти на ЗСУ, а у 2023 році створила благодійну колекцію шоколаду «Сильна Україна». Зараз 20% від продажів виробів з цієї колекції перераховують на збір «Рій помсти 24/7». Окрім цього, Майстерня долучається до різноманітних благодійних ініціатив – компанія безкоштовно надає свою продукцію на запити різних фондів та організацій.

Проте, не дивлячись на деякі наявні позитивні зміни на національному ринку кондитерських виробів, війна в країні значно змінила смаки, попит та фінансові можливості споживачів.

Основними проблемами для галузей економіки країни сьогодні є:

- значне скорочення фінансових можливостей населення;
- населення обмежує себе в деяких речах як побуту, так і харчування, для «переведення» фінансової допомоги для потреб військових (ЗСУ).
- З початком війни зменшилася кількість населення країни за рахунок міграції громадян України закордон та ін.

Виробництво кондитерської галузі України має великий асортимент.

В таблиці 2.1 запропоновано динаміку виробництва вітчизняної кондитерської галузі України за 2011 – 2022 роки, що було складено за цифрами Державної служби статистики України [10].

Сьогодні, з-за війни галузь не може замінити втрату споживачів всередині країни, тому єдиним додатковим джерелом отримання прибутку є експорт. Експорт кондитерської галузі за кордон є основним напрямом завантажити виробничі потужності підприємств, зберегти їхню рентабельність та планові економічні показники.

Виробництво кондитерської галузі за 2011–2022 роки, тис. тонн

Найменування продукції	Обсяг виробленої промислової продукції						
	2011	2013	2014 ¹	2016 ¹	2020 ¹	2021 ¹	2022 ¹
1	2	3	4	5	6	7	8
Шоколад у брикетах, пластинах чи плитках (крім шоколаду з начинкою, шоколаду з додаванням зерен зернових культур, фруктів чи горіхів та шоколадного печива)	19,1	27,5	21,8	16,5	24,1	22,5	24,1
Шоколад у брикетах, пластинах чи плитках з додаванням зерен зернових культур, фруктів чи горіхів (крім шоколаду з начинкою та шоколадного печива)	19,9	18,9	13,4	9,1	19	17,8	16,7
Цукерки шоколадні (крім цукерок із вмістом алкоголю, шоколаду в брикетах, пластинах чи плитках)	147	130	86,4	52,3	70,7	76,3	65,6
Карамелі, тофі (ірис) та солодощі аналогічні	87,8	74,4	70,5	75,6	к / с	к / с	к / с
Цукерки варені	36,7	34,3	26,6	29,3	к / с	к / с	к / с
Вироби кондитерські з цукру чи його замінників, з вмістом какао (уключаючи шоколадну нугу; крім білого шоколаду)	123	105	83,5	70,3	28,4	26,6	20,2
Вироби кондитерські з цукру у вигляді пресованих таблеток (уключаючи таблетки для освіження подиху)	6,2	5,1	2,9	2,1	0,6	2,3	2,5
Вироби кондитерські з цукру інші	38,2	36,6	41,5	37,7	35,7	35,04	36,9
Гумки, фруктові желе та фруктові пасти у вигляді кондитерських виробів з цукру (крім жувальної гумки)	46,6	43,8	39,1	39,7	46,5	50,21	42,9
Продукти пастоподібні з вмістом какао	2,9	2,7	2,5	1,4	0,1	0,06	0,1

¹Примітка. Дані за 2016–2021 рр. наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя, частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях, за 2022р. – без урахування тимчасово окупованих рф територій та частини територій, на яких ведуться (велися) бойові дії.

Джерело: розроблено автором за [10].

Блокада автомобільної торгівлі з боку Польщі стала серйозним «ножем в спину» для кондитерів, забравши у них експортну «рятівну паличку» і залишивши їх в Україні з запасами виробленої продукції [16].

Географія експорту української продукції змінилася протягом 2022 року: обсяги експорту в 2022 році знизилися на 10%, за рахунок припинення

постачання до РФ і Білорусі, але відбулося збільшення реалізації до країн ЄС.

На рисунку 2.1 запропоновано зміна обсягів виручки від експорту кондитерської галузі України за 2020 – 2023 роки.

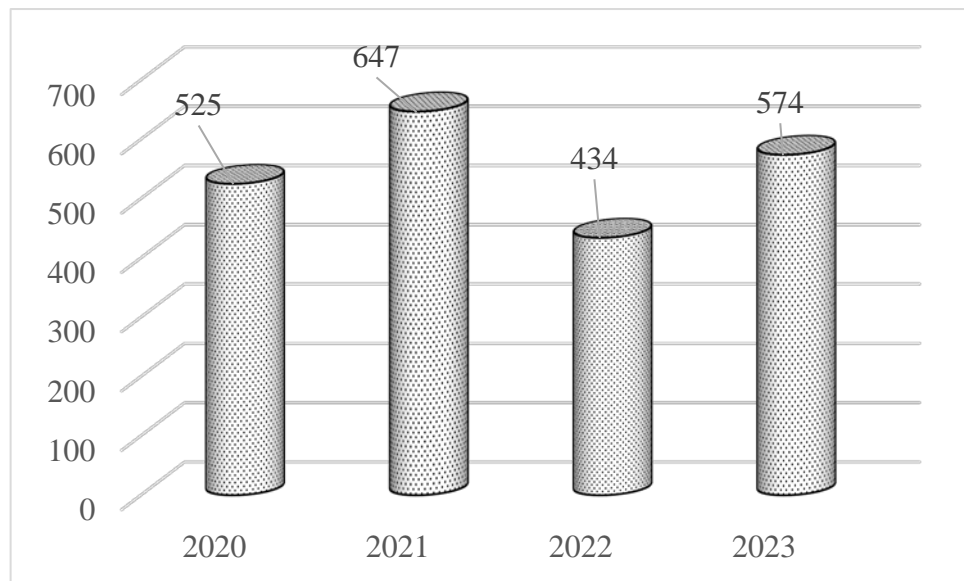


Рис. 2.1. Виручка від експорту кондитерської галузі України за 2020 – 2023 роки, млн дол США

Джерело: розроблено автором за [10].

Українські цукерки, такі як «ірис» та інші з вареного цукру, карамель та білий шоколад, мають великий попит на зовнішніх ринках, за даними Української асоціації аграрного експорту [20], протягом першого півріччя 2023 року Україна експортувала понад 40 тисяч тонн цукрових кондитерських виробів на суму близько \$85 мільйонів. Основними споживачами є Польща, Румунія і Казахстан, які забезпечуючи третину всієї купівлі.

У 2022 році глобальний експорт цукрових солодоців перевищив \$14 мільярдів [20] та зріс на 6% порівняно з 2021 роком. Німеччина, Китай, Туреччина, Іспанія, Бельгія та інші країни є основними виробниками на світовому ринку кондитерських виробів.

Попит в 2023 році зберігається приблизно на рівні 2022 року, але ні кількість, ні структуру споживання в Україні неможливо замінити через від'їзд понад 14,5 млн її жителів [20]. Більше того, частина території України залишається тимчасово окупованою, і будь-які поставки для цих споживачів

поки що неможливі.

За даними «Укркондпром» [4] у 2022 році було вироблено 208,5 тонн шоколадної та цукристої продукції, а у 2023 році лише 197,5 тис. тонн, так як при виборі харчових продуктів покупець обирає як їх дешевше купити, так як солодощі є продуктом насолоди, а не продукцією першої необхідності для людини. Шоколад важливий в раціоні, але коли не вистачає грошей на базові речі, споживач може відмовитися від нього.

Але слід зазначити, що зростає споживання кондитерських виробів в Збройних Силах України, але там мова йде про визначені Міністерством оборони галетні і не преміальні групи печива [4]. Через це виробники солодощів борються більше за середню і преміальну групу ринку, одночасно намагаючись зробити такі продукти максимально доступними.

Виробництво борошняної кондитерської продукції у 2022 році склало 105,2 тис. тонн, у 2023 році 97,6 тис. тонн, найбільші обсяги припадали на період вересень – грудень [10].

Блокування вантажівок з імпортом на українському кордоні погіршує стан діяльності вітчизняних підприємств, хоча в Україну в'їжджає менше іноземних солодощів, але протести польських автоперевізників блокують і постачання сировини для українських виробників. Найбільше це стосується виробництва шоколаду, оскільки Україна не виробляє какао і какао-масло, та це сильно впливає навіть і на продукти з 5%-м вмістом шоколаду чи какао-масла – поки вантажівка стоїть на кордоні, простоює лінія з виробництва всієї групи кондитерських виробів.

Тому розумним рішенням влади стало обмеження імпорту деяких видів товарів в перші місяці повномасштабної війни [16], інакше б український ринок «завалили» імпортом шоколадом, тим самим поставивши національних виробників на межу закриття.

Вітчизняні виробники забезпечують 90% кондитерської продукції, і лише 10% припадає на імпорт.

Великим виробникам було легше справитися з викликами у 2022 році, й

за цей час лідери галузі не змінилися.

Топ-5 виробників України з кондитерських виробів [18]:

1. Корпорація «Рошен»;
2. Кондитерська фабрика «АВК»;
3. Виробниче об'єднання «Конті»;
4. Корпорація «Бісквіт-шоколад»;
5. Кондитерська фабрика «Житомирські ласощі».

Також українські виробники солодошів традиційно входять до світових визнаних топ-рейтингів кондитерів, один з них Global Top 100 Candy Companies – рейтинг видання Candy Industry Magazine, котрий базується на оцінці таких факторів як чистий обсяг продажів підприємств, кількість заводів та кількість працівників.

Позиції українських кондитерських підприємств у рейтингу Global Top 100 Candy Companies [28] за період 2016–2023 роки представлено у таблиці 2.2, з якої видно, що у світових рейтингах були присутні від двох до чотирьох українських кондитерських підприємств, що каже о достатньої конкурентоспроможності вітчизняної кондитерської галузі та що її продукція користується попитом на ринку Західної Європи.

Таблиця 2.2

Позиції українських кондитерських підприємств у рейтингу Global Top 100 Candy Companies

Підприємство	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Roshen Confectionery Corp.	22	24	25	27	27	29	28	23
Konti Group	38	43	43	44	80	89	93	-
AVK Confectionery	-	67	64	-	65	-	-	-
Millennium Chocolate Factory	-	-	-	-	74	73	75	77

Джерело: розроблено автором за [28].

У лідерах рейтингу Global Top 100 Candy Companies практично у всі роки корпорації Mondelez International (2-ге місце) і Nestle (5-те місце), які володіють вітчизняними брендами «Світоч» і «Корона».

В останні часи на вибір продукту споживача впливає ціна, якість, зовнішній вигляд, а також у останні за потребою споживачів продукція

повинна бути не тільки смачною, а й такою, що можна показати у соціальних мережах Інтернету та повинна мати національну ідентичність – «Зроблено в Україні» [18].

Відповідно до статистичних даних [10], споживання кондитерських виробів складає приблизно 0,5 кг на одного українця на місяць.

Також сьогодні є основні тренди в оформленні чи подачі кондитерських виробів, які розвивалися протягом останніх двох років: торт на боці або верхом наперед, бенто-торти або як аналог Cake to go (тортик на одного в паперовому стаканчику), японські моти на основі рисового тіста та дзеркальні торти – покриті глянцевою глазур'ю.

За даними Української асоціації аграрного експорту [20], Україна за підсумками 2023 року зафіксувала позитивні тенденції у сфері експорту кондитерських виробів, тому ще у літку 2023 року підприємствам було запропоновано сфокусуватися на виробництві новітніх продуктів зі зміненими характеристиками, смаками та упаковкою. Також важливо звернути увагу на нішеві продукти для окремих географічних регіонів, щоб розширити можливості отримання преміальної виручки в умовах конкурентного глобального ринку кондитерських виробів.

Для багатьох людей відмова від улюблених солодоців при переході на здоровий спосіб харчування є викликом. Проте, за даними Міністерства охорони здоров'я України [18], можливо поєднувати задоволення від печива та цукерок зі здоровим харчуванням, дотримуючись певних правил.

Ринок виробництва кондитерської продукції України можна охарактеризувати присутністю зовнішніх та внутрішніх конкурентів. Після підписання угоди про асоціацію між Україною та ЄС конкурентами українського кондитерського ринку автоматично стають європейські транснаціональні компанії. Проте, наразі для того, щоб увійти на ринок кондитерської продукції України новим підприємствам потрібно зіштовхнутися з багатьма проблемами, тому що на цьому ринку переважає олігополія. Також зараз склалася така ситуація на ринку кондитерських

виробів з боку товаро-замінників, що кондитерські виробники почали використовувати у своїй діяльності метод урізноманітнення (більш широкий асортимент) продукції.

Наприклад, кондитерська фабрика «АВК» у своїй діяльності спеціалізувалася на виробництві товарів із шоколаду, проте підприємство почало розширювати асортимент та ввели зефір, вафлі, тістечка, мармелад [4].

Для споживачів характерно обирати кондитерську продукцію за ціною, смаком, вагою та зовнішнім виглядом, але загрозою для підприємства є втрата споживача внаслідок подібності продукції за схожістю, тому вартість плитки шоколаду може варіюється від 14 до 45 грн за 100 грам, що є доступним для покупця. Тому сьогодні вибір продукції для виробництва базується на відношенні споживача до кондитерського виробу.

Для виробників кондитерської продукції характерним є закупівля какао-бобів у країн-постачальників з Африки, так як не має альтернативних варіантів щодо постачання сировини, звідси формується ціна продукції. Найбільші постачальники з Африки (Гана) займають друге місце по транспортуванню какао-бобів, та мають намір диверсифікувати постачання сировини на ринки Китаю та Азії [24].

Співпраця Китаю та Гани можуть перешкодити постачанню сировини в Україну, після чого може статися підвищення вартості сировини та як наслідок підвищення цін на товари кондитерського ринку.

Основними проблемами ринку кондитерської галузі України за 2022 рік є зростання собівартості продукції, зниження загальної купівельної спроможності, зниження обсягів виробництва у всіх сегментах, серйозне скорочення споживання продуктів категорії «преміум».

Українським виробникам потрібно шукати шляхи виходу на міжнародний ринок, в тому числі Азійський для підвищення рівня продажів, оскільки економіка цих країн має високі темпи до зростання, що в свою чергу підвищить виробництво кондитерської галузі, попиту та споживання.

Основними напрямками підвищення конкурентоспроможності

української продукції для підприємств є:

- розширення асортименту продукції;
- виробництво якісної продукції;
- пакування продукції в сучасну, креативну та екологічну упаковку;
- підвищення кваліфікації та підготовки працівників;
- підтримка репутації виробника на ринку;
- розширення внутрішнього та зовнішнього ринку збуту та ін.

Сьогодні у кондитерській галузі розповсюджені наступні основні тренди, що змінюються так само швидко, як і в інших галузях, відображаючи зміни в смаках та перевагах споживачів. Аналітики ринку виділяють наступні топ десерти, які будуть популярними у 2023–2024 роках [11].

В кондитерській галузі сформувалися певні тренди.

1. Здорова випічка – здорове харчування стає все популярнішим, і кондитерська галузь не стала винятком. Десерти без борошна та цукру здобувають все більшу популярність. Також набувають популярності безлактозні та безглютенні десерти та веганська випічка. Остання вже давненько ввійшла в моду, але за останні роки її популярність зростає і, скоріше за все, продовжить зростати в 2024 [11].

2. Реалістичні десерти, що копіюють предмети побуту – гіперреалістичні торти у вигляді парфуму, праски чи якогось звичайного предмету побуту та ін. У 2023-2024 роках цей тренд стає все більш популярним, зазвичай упаковка для десертів такого типу має віконця, щоб демонструвати незвичний дизайн. Кондитери творять шедеври, використовуючи різні техніки та інгредієнти, щоб перетворити звичайні предмети побуту на солодкі десерти.

3. Моті – популярний традиційний японський десерт, який готується зі спеціального рисового тіста, яке має неймовірну м'якість та текстуру. Цей десерт вже підкорив серця гурманів по всьому світу, і він продовжує набирати популярність в Україні. Чим моті так підкупляє – простором для креативу. Ви можете експериментувати і додавати найрізноманітніші начинки та смаки.

4. Міні-десерти: бенто-торти з різними начинками та дизайнами.

Бенто-торти вже надійно закріпились на нашому ринку і безперечно не втрачатимуть популярності ще довго. Бенто-торти можуть мати різні шари начинок, глазури, фруктів та декору, дозволяючи насолоджуватися кожним шматочком і пробувати щось нове частіше. Через свій формат десерту, який можна з'їсти за один раз упаковка для бенто торта зазвичай компактна та навіть має столові прибори.

5. Кейк-попси: класика, що не втрачає популярності, також залишаються у тренді в 2023-2024 роках. Це зручний формат десерту, який можна легко брати з собою та поділитися з друзями. Коробка для десертів такого типу може бути найрізноманітнішою. Наприклад, можна використати нашу упаковку для зефіру чи макаронсів.

6. Sake to go – солодкий формат на виніс є одним з трендів, що зберігає популярність у 2023–2024 роках. Це десерт, який можна взяти з собою та насолоджуватися ним будь-де. Він ідеально підходить для людей, що постійно в дорозі або бажають мати можливість насолоджуватися десертом в будь-який час. Упаковка для тістечок та інших десертів в форматі to go має бути зручною для транспортування і споживання не вдома.

2.2. Характеристика та аналіз стану внутрішнього середовища ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»

У 1898 році підприємець П.Н.Поддерегін заснував фабрику [17].

У 1925 році було створення державного підприємства з обсягом виробництва до 140 тонн продукції на рік.

У 2000 році встановлено три перші німецькі високопродуктивні карамельні лінії, які не мали аналогів в Україні.

У 2002 було побудовано новий чотирьохповерховий виробничий корпус, де введено в дію три поточно-автоматизовані лінії з виробництва карамелі та льодяників з різноманітними начинками.

У 2003 році на підприємстві було розпочато виробництво відливної

молочної льодяникової карамелі: «Капрі молоко» та «Малібу» вершкове зі смаком апельсину, малини та полуниці. На сьогодні аналогів відливної молочної льодяникової карамелі типу «Малібу» в Україні немає, в склад карамелі входить більше ніж 10% натуральних вершків.

У 2004 році було вироблено новий вид молочної карамелі з шоколадною начинкою «Еклер» та у 2005 році з молочною начинкою «Молочна крапля», до складу якої входить більше ніж 30 % молокопродуктів.

У 2006 році вироблено карамель «Цитрусовий мікс» у трьох смаках у вигляді цитрусової дольки і оздоровча карамель «Фітоактив» чотирьох найменувань, в склад якої входять екстракти рослин: алое, ехінацея, женьшень та імбир.

У 2011 році встановлено лінію по виробництву помадних неглазурованих цукерок на основі дрібнокристалічної помади та розпочалося виробництво цукерок «Помадка Рошен» з трьома смаками з використанням натуральних концентрованих соків із журавлини, абрикоса та полуниці.

Сьогодні підприємство ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» розташовано за адресою: Україна, Полтавська область, м. Кременчук, вулиця Ігоря Сердюка, 57 [17].

Підприємство займається наступними видами діяльності:

- основна діяльність – 10.82 – виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів;
- 46.36 – оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами;
- 46.90 – неспеціалізована оптова торгівля;
- 52.10 – складське господарство;
- 52.21 – допоміжне обслуговування наземного транспорту;
- 68.20 – надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна.

Сьогодні на підприємстві працює приблизно 500 осіб, а виробничі

потужності можуть досягати 300 тонн на добу.

ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» характеризується масово-поточним виробництвом та має сучасне високоякісне німецьке, голландське та чеське обладнання, яке не має аналогів в Україні.

Виробництво у Кременчузі орієнтоване на карамельну продукцію, яка в асортименті має більше ніж 35 найменувань: карамель льодяникова, молочна льодяникова та карамель з різноманітними начинками: фруктово-ягідною, молочною, шоколадною та є єдиним українським виробником льодяникової карамелі з порошковою шипучою начинкою. Аналогів в Україні немає й у молочної льодяникової карамелі «Lazy Cow».

Вироби мають неперевершений смак і оригінальне пакування, за що неодноразово удостоювалися престижних нагород на різних продуктових виставках. Всі ці досягнення та успіхи фабрики обумовлені поєднанням сучасних технологій, цікавих рецептів та натуральних інгредієнтів, що дозволяє створювати дивовижні ласощі.

ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» має постійних постачальників сировини зі стабільними показниками якості, перевага надається сировині з екологічних районів та областей України, вся сировина супроводжується необхідними документами.

Виробництво продукції підприємство здійснює згідно нормативної документації на неї, сертифікована відповідно до міжнародних стандартів якості ISO 9001: 2008 і безпеки продуктів харчування ISO 22000: 2005, IFS.

ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» постійно працює над розширенням асортименту та підвищенням якості продукції, яку виробляє, впроваджує нові технології та удосконалює ті, що вже є на підприємстві.

2.3. Техніко-економічний аналіз виробничо-господарської діяльності підприємства

Аналіз обсягу виробництва продукції в вартісному та натуральному виразі представимо у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Аналіз виробництва продукції в натуральному та вартісному виразі

Показники	Попередній рік	Звітний рік	Відхилення	
			Абс	Відн
1. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ та акцизного податку): у діючих оптових цінах тис. грн	378246	382375	4129	1,09
у порівняних цінах, тис. грн	378246	328944	-49302	-13,03
2. Фактично вироблено продукції, тонн	2854	2482	-372	-13,03

Джерело: розроблено автором за [22].

У звітному році обсяг продукції у натуральному виразі зменшився на 372 тонни (13,03%), що є негативним, але в діючих цінах обсяг виробництва збільшився зріс на 4129 тис. грн (1,09%), а у порівняних зменшився на 49302 тис. грн (13,03%).

Аналіз використання виробничої потужності представимо у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Аналіз використання виробничої потужності підприємства

Показники	Попередній рік	Звітний рік	Відхилення
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн	7200	7200	-
2. Фактично вироблено продукції, тонн	2854	2482	-372
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,396	0,345	-0,051

Джерело: розроблено автором за [22].

За два роки не відбулася зміна середньорічної виробничої потужності, але змінився коефіцієнт використання виробничої потужності, він впав на 0,051 пункт за рахунок зменшення обсягу виробленої продукції на 372 тонни, що є негативно в діяльності підприємства та також рівень коефіцієнту свідчить про низьке використання підприємством наявної виробничої потужності.

Аналіз структури виробництва продукції зробимо у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Структура виробництва продукції

Найменування продукції	Фактично вироблено продукції, (тонн)		Структура, %		Відхилення	
	Попередній рік	Звітний рік	Попередній рік	Звітний рік	тонн	%
1. Карамельні вироби	2434	2117	85,28	85,29	-317	0,01
2. Шоколадні вироби	220	160	7,71	6,45	-60	-1,26
3. Печиво	200	205	7,01	8,26	5	1,25
Усього	2854	2482	100	100	-372	-

Джерело: розроблено автором за [22].

Виробництво у Кременчузі орієнтоване на випуск карамельних виробів – льодяникової, молочної та із різними начинками карамелі, що складає більше ніж 85 % з загального обсягу виробництва. Біля 7 % складають шоколадні вироби, та така ж величина є у печива. Але ми бачимо, що відбувається зниження обсягів виробництва, структура виробництва приблизно зберігається.

Фабрика є єдиним українським виробником льодяникової карамелі з порошковою шипучою начинкою. Аналогів в Україні немає й у молочної льодяникової карамелі «Lazy Cow». Останньою новинкою фабрики стала льодяникова карамель на паличці «LolliPops». Усього в асортименті підприємства налічується більше 35 найменувань.

Важливий кінцевий етап кругообігу коштів підприємства це реалізація продукції, аналіз стану якої представимо у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Співвідношення обсягу реалізованої й виробленої продукції

Показники	Попередній рік	Звітний рік	Відхилення	
			абс	%
1. Обсяг виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства (без ПДВ й акцизного податку), тис. грн	378246	382375	4129	1,09
2. Обсяг реалізованої продукції в діючих цінах (без ПДВ й акцизного податку), тис. грн	411322	415790	4468	1,09
3. Відхилення обсягу реалізації від обсягу виробництва, тис. грн	33076	33415	339	1,02

Джерело: розроблено автором за [22].

Обсяг виробленої продукції у звітному році зріс на 4129 тис. грн (1,09%), а обсяг реалізованої продукції зріс на 4468 тис. грн, на підприємстві є нереалізована продукція 339 тис. грн, що є негативним у діяльності підприємства, але продукція має довгий строк придатності, то це не є дуже критичним.

Для аналізу структури основних засобів складемо таблицю 2.7.

Таблиця 2.7

Зміна наявності основних засобів й їх динаміки

Основні засоби	Наявність на початок року	Надійшло у звітному році		Вибуло у звітному році		Наявність на кінець року	відхилення	
		Усього	У т.ч. веден о в дію нових ОЗ	Усього	у т.ч. ліквідовано		абс	%
Попередній рік								
Усього ОЗ	338962	21999	21999	-	-	360961	21999	6,49
ОЗ основного виду діяльності	338962	21999	21999	-	-	360961	21999	6,49
ОЗ інших галузей	-	-	-	-	-	-	-	-
Невиробничі ОЗ	-	-	-	-	-	-	-	-
Звітний рік								
Усього ОЗ	360961	-	-	39377	-	321584	-39377	-10,91
ОЗ основного виду діяльності	360961	-	-	39377	-	321584	-39377	-10,91
ОЗ інших галузей	-	-	-	-	-	-	-	-
Невиробничі ОЗ	-	-	-	-	-	-	-	-

Джерело: розроблено автором за [22].

На початок попереднього року величина основних засобів складала 338962 тис. грн, протягом року на підприємство надійшло основних засобів на суму 21999 тис. грн, які обуло введено в дію. В порівнянні з початком року, величини основних засобів на кінець року зросла на 21999 тис. грн, що є позитивним моментом використання основних засобів.

На початок звітнього року величина основних засобів складала 360961 тис. грн, протягом звітнього року з підприємства вибуло основних засобів на суму 39377 тис. грн. На кінець року величина основних засобів порівняно з

величиною на початок року знизилась на 39377 тис. грн (або 10,91 %).

Зміна технічного стану основних засобів розрахована у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Зміна технічного стану основних засобів

Показники	На кінець попереднього року	На кінець звітнього року	Відхилення
1. Первісна вартість ОЗ, тис. грн	689901	738583	48682
2. Знос, тис. грн	350070	395869	45799
3. Залишкова вартість ОЗ, тис. грн	339831	342714	2883
4. Коефіцієнт придатності	0,49	0,46	-0,03
5. Коефіцієнт зношування	0,51	0,54	0,03

Джерело: розроблено автором за [22].

Коефіцієнт придатності знизився на 0,03, а коефіцієнт зношування збільшився на 0,03.

Для аналізу показників ефективності використання основних засобів основного виду діяльності складемо таблицю 2.9.

Таблиця 2.9

Показники ефективності використання основних засобів основного виду діяльності

Показник	Попередній рік	Звітний рік	Абсолютне відхилення
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівняних цінах (без ПДВ й акцизного податку), тис. грн	378246	328944	-49302
2. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн	349961,5	341272,5	-8689
3. Фондовіддача, грн/грн	1,08	0,96	-0,12
4. Фондоємність, грн/грн	0,93	1,04	0,11

Джерело: розроблено автором за [22].

Середньорічна вартість основних засобів у звітному році знизилася на 8689 тис. грн. З таблиці бачимо, що фондовіддача основних засобів знизилась на 0,12 пунктів, а фондоємність зросла на 0,11 пунктів, що є негативним.

Для аналізу складу, структури і динаміки оборотних активів складемо таблицю 2.10.

Склад, структура й динаміка оборотних активів

Показник	На початок року		На кінець року		Відхилення	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
1	2	3	4	5	6	7
Попередній рік						
Обігові активи	80681	100	103097	100	22416	-
Виробничі запаси	26848	33,279	35574	34,505	8726	1,226
Незавершене виробництво	1	0,001	-	-	-1	-0,001
Товари	-	-	1	0,001	1	0,001
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	51101	63,34	50881	49,35	-220	-13,99
Інша поточна дебіторська заборгованість	2588	3,21	16523	16,03	13935	12,82
Гроші та їх еквіваленти	143	0,17	118	0,114	-25	-0,056
Інші оборотні активи			-	-		
Звітний рік						
Обігові активи	103097	100	96565	100	-6532	-
Виробничі запаси	35574	34,505	39500	40,9	3926	
Незавершене виробництво	-	-	9	0,01	9	0,01
Товари	1	0,001	-	-	-1	-0,001
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	50881	49,35	52183	54,04	1302	4,69
Інша поточна дебіторська заборгованість	16523	16,03	3552	3,68	-12971	-12,35
Гроші та їх еквіваленти	118	0,114	39	0,04	-79	-0,074
Інші оборотні активи	-	-	1282	1,33	1282	1,33

Джерело: розроблено автором за [22].

На початок попереднього року величина обігових активів складала 80681 тис. грн, але на кінець попереднього року величина оборотних активів зросла на 22417 тис. грн, та склала 103097 тис. грн.

У звітному році величина обігових активів знизилася на 6532 тис. грн, в основному за рахунок зниження іншої поточної дебіторської заборгованості.

Ефективність використання обігових активів характеризується показниками оборотності обігових активів, аналіз зміни оборотності обігових активів представимо у таблиці 2.11.

Показники оборотності обігових активів

Показник	Попередній рік	Звітний рік	Абсолютне відхилення
1. Обсяг реалізованої продукції (без ПДВ та акцизного податку), тис. грн	411322	415790	4468
2. Середній залишок обігових активів, тис. грн	91889	99831	7942
3. Коефіцієнт оборотності обігових активів, обороти	4,476	4,165	-0,311
4. Тривалість одного обороту обігових активів, днів	80,43	86,43	6
5. Коефіцієнт закріплення обігових активів, грн/грн	0,22	0,24	0,02

Джерело: розроблено автором за [22].

Можна побачити, що у звітному році оборотність обігових активів зменшилась на 0,311 обертів, а тривалість одного обороту зросла на 6 днів, що негативно характеризує діяльність підприємства.

Значення показників ефективності використання сировини й матеріалів представимо у вигляді таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Показники ефективності використання сировини й матеріалів

Показники	Попередній рік	Звітний рік	Відхилення
1. Обсяг виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства (без ПДВ й акцизного податку), тис. грн	378246	382375	4129
2. Матеріальні витрати, тис. грн	82897	103814	20917
3. Матеріаловіддача, грн/грн	4,563	3,683	-0,88
4. Матеріалоємність, грн/грн	0,219	0,271	0,052

Джерело: розроблено автором за [22].

Зростання показника матеріалоємність на 0,052, та зниження показника матеріаловіддача на 0,88 грн свідчить про погіршення ефективності використання матеріальних ресурсів на підприємстві.

Обсяг виробництва продукції, перш за все, залежить від забезпеченості підприємства трудовими ресурсами і ефективності їх використання. Аналіз впливу трудових факторів на обсяг виробництва продукції представимо у

таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Вплив трудових факторів на обсяг виробництва продукції

Показники	Відхилення		
	Попередній рік	Звітний рік	
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівняних цінах (без ПДВ й акцизного податку), тис. грн	378246	328944	-49302
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	500	489	-11
3. Середньорічний виробіток одного працівника, тис. грн /особа	756,49	672,69	-83,8

Джерело: розроблено автором за [22].

У звітному році кількість працівників на підприємстві знизилася на 11 людей, але середньорічний виробіток кожного збільшився на 672,69 тис. грн, не зважаючи на зниження обсягу виробництва на 328944 тис. грн.

Для аналізу витрат на виробництво за елементами складемо таблицю 2.14.

Таблиця 2.14

Структура витрат на виробництво

Елементи витрат	Абсолютне значення, тис. грн		Структура, %		Відхилення	
	Попередній рік	Звітний рік	Попередній рік	Звітний рік	Абс. значення	Структури
1. Матеріальні витрати	82897	103814	24,62	29,83	20917	5,21
2. Витрати на оплату праці	151896	146441	45,12	42,09	-5455	-3,03
3. Відрахування на соціальні заходи	33131	31738	9,84	9,12	-1393	-0,72
4. Амортизація	46985	46299	13,96	13,31	-686	-0,65
5. Інші операційні витрати	21730	19669	6,46	5,65	-2061	-0,81
Усього	336639	347961	100	100	11322	-

Джерело: розроблено автором за [22].

У звітному році витрати на виробництво продукції зросли на 20917 тис. грн, більший відсоток складають витрати на оплату праці 45,12 % та 42,09 %, але вони за два роки знижуються, так як знизилася чисельність працівників. Частка всіх елементів витрат за два роки знаходиться приблизно на однаковому рівні.

Прямий зв'язок між собівартістю й прибутком показує показник витрати

на 1 гривню продукції, який розраховується відношенням загальної суми витрат на виробництво продукції на обсяг виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства. Аналіз змін витрат на одну гривню продукції представимо у таблиці 2.15.

Таблиця 2.15

Оцінка витрат на одну гривню продукції

Показник	Попередній рік	Звітний рік	відхилення	
			абс	відн
1. Обсяг виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства (без ПДВ й акцизного податку), тис. грн	378246	382375	4129	1,09
2. Витрати на виробництво продукції, тис. грн	336639	347961	11322	3,36
3. Витрати на 1 гривню виробленої продукції, грн/грн	0,89	0,91	0,02	2,25

Джерело: розроблено автором за [22].

Для аналізу рівня і динаміки фінансових результатів представимо дані форми № 2 у вигляді таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

Оцінка фінансових результатів підприємства

Найменування статей	Абсолютне значення		Відхилення	
	Попередній рік	Звітний рік	Абс	Відн
1	2	3	4	5
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	342530	347394	4864	1,42
Собівартість реалізованої продукції	303114	295980	-7134	-2,35
Валовий прибуток (збиток)	39114	51414	12300	31,45
Інші операційні доходи	931	1003	72	7,73
Адміністративні витрати	27750	28232	482	1,74
Інші операційні витрати	5775	23749	17974	311,24
Фінансові результати від операційної діяльності (прибуток або збиток)	6822	436	-6386	-93,61
Інші фінансові доходи	26	13	-13	-50
Інші доходи	-	7	7	100
Інші витрати	-	80	80	100
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування (прибуток або збиток)	6768	458	-6310	-93,23
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-1218	-82	1136	93,27
Чистий фінансовий результат: прибуток (прибуток або збиток)	5550	374	-5176	-93,26

Джерело: розроблено автором за [22].

У попередньому році на підприємстві отримано чистий прибуток у розмірі 5550 тис. грн, але у наступному році його розмір знижується до 374 тис. грн.

Фінансовий результат від операційної діяльності у звітному році також знижується на 6386 тис. грн до 436 тис. грн, це відбулося в основному за рахунок зростання інших операційних витрат.

Для аналізу показників рентабельності складемо таблицю 2.17.

Таблиця 2.17

Розрахунок коефіцієнтів рентабельності

Показник	Попередній рік	Звітний рік	Абсолютне відхилення
Рентабельність виробництва	1,26	0,08	-1,18
Рентабельність власного капіталу	1,79	0,12	-1,67
Рентабельність продажу	1,62	0,11	-1,51

Джерело: розроблено автором за [22].

Дані таблиці 2.16 показали, що на підприємстві обидва роки показники рентабельності дуже низькі, та ще у звітному році всі коефіцієнти рентабельності знижуються, що є негативним у діяльності підприємства.

Аналіз балансу підприємства представимо у таблиці 2.18.

Таблиця 2.18

Аналіз балансу підприємства

Назва показника	Код	Абсолютне значення		Відхилення	
		Попередній рік	Звітний рік	Абс	Відн
1	2	3	4	5	6
Актив					
I. Необоротні активи					
Нематеріальні активи	1000	2	2	-	-
первісна вартість	1001	2	2	-	-
накопичена амортизація	1002	-	-	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-	-	-
Основні засоби	1010	339831	342714	2883	0,85
первісна вартість	1011	689901	738583	48682	7,06
знос	1012	350070	395869	45799	13,08
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-	-	-
первісна вартість	1016	-	-	-	-
знос	1017	-	-	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	-	-
первісна вартість	1021	-	-	-	-

Продовження табл. 2.18

1	2	3	4	5	6
накопичена амортизація	1022	-	-	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	19	-	-19	-100
Відстрочені податкові активи	1045	-	-	-	-
Гудвіл	1050	-	-	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-	-	-
Усього за розділом I	1095	339852	342716	2864	0,84
II. Оборотні активи Запаси	1100	35575	39509	3934	11,06
Виробничі запаси	1101	35574	39500	3926	11,04
Незавершене виробництво	1102	-	9	9	100
Готова продукція	1103	-	-	-	-
Товари	1104	1	-	-1	-100
Поточні біологічні активи	1110	-	-	-	-
Депозити перестраховання	1115	-	-	-	-
Векселі одержані	1120	-	-	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	50881	52183	1302	2,56
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	-	-	-	-
з бюджетом	1135	-	-	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	-	-
з нарахованих доходів	1140	-	-	-	-
із внутрішніх розрахунків	1145	-	-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	16523	3552	-12971	-78,5
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	118	39	-79	-66,95
Готівка	1166	-	-	-	-
Рахунки в банках	1167	-	-	-	-
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-	-	-
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-	-	-

Продовження табл. 2.18

1	2	3	4	5	6
резервах незароблених премій	1183	-	-	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	1282	1282	100
Усього за розділом II	1195	103097	96565	-6532	-6,34
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	-	-
Баланс	1300	442949	439281	-3668	-0,83
Пасив					
I. Власний капітал					
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	310229	310229	-	-
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-	-	-
Емісійний дохід	1411	-	-	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-	-	-
Резервний капітал	1415	1457	1734	277	19,01
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	87954	88051	97	0,11
Неоплачений капітал	1425	-	-	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-	-	-
Інші резерви	1435	-	-	-	-
Усього за розділом I	1495	399640	400014	374	0,09
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення					
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	2807	2234	-573	-20,4
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-	-	-
Страхові резерви	1530	-	-	-	-
у тому числі:					
резерв довгострокових зобов'язань	1531	-	-	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-	-	-
Призовий фонд	1540	-	-	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-	-	-
Усього за розділом II	1595	2807	2234	-573	-20,4

Закінчення табл. 2.18

1	2	3	4	5	6
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	-	-	-	-
Векселі видані	1605	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:					
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-	-	-
товари, роботи, послуги	1615	18178	14475	-3703	-20,37
розрахунками з бюджетом	1620	5024	7157	2133	42,46
у тому числі з податку на прибуток	1621	431	656	225	52,2
розрахунками зі страхування	1625	2193	2186	-7	-0,32
розрахунками з оплати праці	1630	7904	7969	65	0,82
за одержаними авансами	1635	-	-	-	-
за розрахунками з учасниками	1640	-	-	-	-
із внутрішніх розрахунків	1645	-	-	-	-
за страховою діяльністю	1650	-	-	-	-
Поточні забезпечення	1660	3824	4462	638	16,68
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	3379	784	-2595	-76,8
Усього за розділом III	1695	40502	37033	-3469	-8,57
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-	-	-
Баланс	1900	442949	439281	-3668	-0,83

Джерело: розроблено автором за [22].

Сума балансу підприємства за два роки зменшується на 3668 тис. грн, але сума власного капіталу остається незмінною.

Зменшення загальної суми зобов'язань призводить до зниження залежності від зовнішніх постачальників фінансових ресурсів.

Для аналізу коефіцієнтів фінансової стабільності підприємства складемо таблицю 2.19.

Значення коефіцієнтів ліквідності

Показник	На початок року	На кінець року	Абсолютне відхилення
Попередній рік			
Коефіцієнт загальної ліквідності	2,21	2,56	0,35
Коефіцієнт поточної ліквідності	2,6	2,65	0,05
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,55	1,75	0,2
Звітний рік			
Коефіцієнт загальної ліквідності	2,55	2,61	0,06
Коефіцієнт поточної ліквідності	2,7	2,2	-0,5
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,96	2,06	0,1

Джерело: розроблено автором за [22].

Значення всіх коефіцієнтів ліквідності не відповідають встановленим нормам, що свідчить про негарний фінансовий стан підприємства, але деякі показники мають позитивну тенденцію до покращення.

Показники, що було розраховано, занесемо у таблицю 2.20.

Таблиця 2.20

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності підприємства

Показник	Попередній рік	Звітний рік	Відхилення	
			Абс.	Відн.
1	2	3	4	5
1. Середньорічна виробнича потужність, тис. тонн	7200	7200	-	-
2. Фактично вироблено продукції, тис. тонн	2854	2482	-372	-13,03
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,396	0,345	-0,051	-
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ та акцизного податку):				
- у діючих оптових цінах підприємства, тис. грн	378246	382375	4129	1,09
- у порівнянних цінах, тис. грн	378246	328944	-49302	-13,03
5. Обсяг реалізованої продукції в діючих цінах (без ПДВ та акцизного податку), тис. грн	411322	415790	4468	1,09
6. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн	349961,5	341272,5	-8689	-2,48
7. Фондовіддача, грн/грн	1,08	0,96	-0,12	-11,11
8. Середній залишок обігових активів, тис. грн	91889	99831	7942	8,64
9. Коефіцієнт оборотності обігових активів, частки	4,476	4,165	-0,311	-6,95
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	500	489	-11	-2,2
11. Середньорічний виробіток одного працівника, тис. грн /осіб	756,49	672,69	-83,8	-11,08
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн, у тому числі:	336639	347961	11322	3,36

Продовження табл. 2.20

1	2	3	4	5
- матеріальні витрати	82897	103814	20917	25,23
- витрати на оплату праці	151896	146441	-5455	-3,59
- відрахування на соціальні заходи	33131	31738	-1393	-4,2
- амортизація	46985	46299	-686	-1,46
- інші операційні витрати	21730	19669	-2061	-9,48
13. Витрати на 1 гривню виробленої продукції, грн/грн	0,89	0,91	0,02	2,25
14. Матеріалоемність, грн/грн	0,219	0,271	0,052	23,74
15. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	342530	347394	4864	1,42
16. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	303114	295980	-7134	-2,35
17. Чистий прибуток (збиток), тис. грн	5550	374	-5176	-93,26
18. Рентабельність виробництва, %	1,26	0,08	-1,18	-
19. Рентабельність продажу, %	1,62	0,11	-1,51	-

Джерело: розроблено автором за [22].

Середньорічна виробнича потужність за період два роки не змінюється, та дорівнює 7200 тонн. У попередньому році вироблено 2854 тонн продукції, що складає 39,6 %, а у звітному році вироблено 2482 тонн, що складає 34,5 %. Можна побачити, що коефіцієнт використання виробничої потужності зменшується за рахунок зниження обсягу виробництва на 372 тонн.

Обсяг продукції у діючих цінах зріс на 4129 тис. грн, а у порівняних зменшився на 49302 тис. грн.

Всі основні засоби на підприємстві є основними засобами основного виду діяльності, але за два роки їх вартість знизилася на 8689 тис. грн.

У звітному році фондвіддача підвищилася на 0,04 пунктів, що свідчить про збільшення ефективності використання основних засобів підприємства.

У звітному році коефіцієнт оборотності обігових активів знизився на 0,311 часток. Зниження коефіцієнту оборотності свідчить про погіршення ефективності використання обігових активів.

У звітному році обсяг продукції виробленої у діючих цінах зріс на 4129 тис. грн, матеріальні витрати зросли на 20917 тис. грн. Коефіцієнт матеріаловіддачі збільшився на 0,052, що свідчить про покращення ефективності використання матеріальних ресурсів на підприємстві.

У звітному році середньооблікова чисельність працівників знизилася на 11 осіб, а середньорічний виробіток одного працівника впав на 83,8 тис. грн.

У звітному році величина витрат на виробництво зросла на 11322 тис. грн, це зростання відбулось за рахунок росту матеріальних витрат на 20917 тис. грн, інші види витрат знизилися.

Показник витрат на 1 гривню продукції вказує на прямий зв'язок між собівартістю й прибутком. Витрати на 1 гривню продукції у звітному році зросли на 0,02 тис. грн, на цю зміну вплинуло зростання обсягу продукції в діючих цінах на 4129 тис. грн та зростання витрат на виробництво на 11322 тис. грн.

У попередньому році на підприємстві отримано прибуток у розмірі 5550 тис. грн, але у звітному році його сума склала лише 374 тис. грн.

Рентабельність виробництва знизилася на 1,18 %, рентабельність продажу знизилася на 1,51 %.

Висновки до розділу 2

Аналіз стану ринку кондитерської галузі України показав, що та якість вітчизняних виробів знаходиться на досить високому рівні, але для нових виробників велика кількість підприємств на ринку кондитерської галузі є перешкодою для виходу на ринок.

В останній рік є тенденція до зростання обсягів виробництва продукції та підвищення її експорту, але не дивлячись на деякі наявні позитивні зміни на національному ринку кондитерських виробів, війна в країні значно змінила смаки, попит та фінансові можливості споживачів.

Сьогодні для збільшення продажів, підвищення економічної ефективності, функціональності і конкурентоспроможності українських кондитерських підприємств на світовому ринку потрібно впроваджувати інновації, заходи та такі основні напрями як: розширення асортименту продукції, впровадження топ десертів, розробка шляхів входу на ринок Азії, який завдяки щільності населення не достатньо задовольняє попит споживача,

підвищувати якість продукції, удосконалювати упаковку продукції, яка б відповідала би сучасному ринку та була б креативною, підвищувати кваліфікацію персоналу та ін.

Було проведено техніко-економічний аналіз одного з відомих підприємства кондитерської галузі України ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен».

Підприємство має середню ефективність діяльності. Середньорічна виробнича потужність дорівнює 7200 тонн, але має не високі коефіцієнти використання 0,396 та 0,345 за два роки, та також коефіцієнт зменшується за рахунок зниження обсягу виробництва.

В останні роки відбувається виробництво більш дешевої продукції та зниження виробництва дорогої продукції про що свідчать показники обсягу продукції у порівняних цінах.

Всі основні засоби на підприємстві є основними засобами основного виду діяльності та за два роки їх вартість знижується.

У звітному році фондівдача чуть підвищилася, що свідчить про збільшення ефективності використання основних засобів підприємства.

У звітному році коефіцієнт оборотності обігових активів знизився, що свідчить про погіршення ефективності використання обігових активів.

Коефіцієнт матеріаловіддачі збільшився, що свідчить про покращення ефективності використання матеріальних ресурсів на підприємстві.

Основні показники прибутковості такі як рентабельність виробництва та рентабельність продажу знизилися, що є негативним.

Розрахунок та аналіз основних показників показав, що багато з них потрібно вдосконалювати, а для цього потрібно на підприємстві впроваджувати новітні заходи.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДУ З ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОЇ ЛІНІЇ ТА РОЗШИРЕННЯ ОБСЯГУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ НА ПРАТ «КРЕМЕНЧУЦЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН»

3.1. Техніко-економічне обґрунтування доцільності впровадження заходу

Виробництво ROSHEN у Кременчузі орієнтоване на випуск карамельної продукції – льодяникової, молочної, із різними начинками. Фабрика є єдиним українським виробником льодяникової карамелі з порошковою шипучою начинкою. Аналогів в Україні немає й у молочної льодяникової карамелі “Lazy Cow”. Останньою новинкою фабрики є льодяникова карамель на паличці “LolliPops”. Усього в асортименті підприємства налічується більше 35 найменувань.

Тому основна ідея проекту впровадження нової лінії для виробництва карамелі на паличці та розширення обсягу виробництва карамелі різних смаків.

Для прийняття рішення про впровадження проекту проведемо його маркетинговий аналіз.

Ринок кондитерських виробів України за насиченістю та асортиментом наближається до європейських країн. Кондитерські вироби включають близько дві тисячі найменувань, з яких понад 90 % ринку солодоців належить вітчизняній продукції.

Україна у 2022 р. зменшила обсяги експорту кондитерських виробів з цукру до 70 тис. т, зайнявши на глобальному ринку 13-е місце [20].

Найбільшим попитом закордоном користуються українські цукерки «ірис» та інші з вареного цукру, карамель, желе, білий шоколад.

У 2023 року Україна експортувала понад 40 тис. т цукрових кондитерських виробів вартістю близько \$85 млн. Зараз головними споживачами наших солодоців з цукру є Польща, Румунія і Казахстан, які

спільно забезпечують третину закупівель, основним попитом є карамель.

Сьогодні кондитерським підприємствам потрібно виробляти не лише традиційну продукцію, а й приділити увагу впровадженню новинок зі зміненими найменуваннями, смаками, упаковкою тощо. Доречним також буде просування продуктів в окремих географічних регіонах (Близький Схід, Тихоокеанська частина Азії, Африка, Латинська Америка), адже глобальний ринок кондитерських виробів з цукру є сформованим і достатнім за обсягами пропозиції, тому диверсифікація товарного асортименту підвищує можливості отримання преміальної виручки.

З цього можна зробити висновок, що розширення обсягу виробництва карамелі на підприємстві, на яку є попит на ринку буде дуже прибутковим та ефективним.

Наступним етапом необхідно зробити технічний аналіз проекту.

Лінія призначена для напівавтоматичного виробництва карамелі на паличці, продуктивністю до 150 кг/год, максимальна виробнича потужність лінії складає 360 тис. тонн карамелі у рік.

Технологічна лінію складається з наступних ділянок (рисунок 3.1) [13], які виконують технологічний процес виробництва карамелі на паличці в повному циклі: починаючи від приготування карамельної маси, і закінчуючи пакуванням готової продукції.

Розглянемо технічні характеристики обладнання, що пропонується для купівлі.

1. Котел для плавлення цукру. Виробнича потужність: 60 кг/20 – 25мин, потужність: 40кВт, зовнішні розміри (мм): 800 × 800 × 2000, вага: 300 кг.

2. Стіл для охолодження карамельної маси. Зовнішні розміри (мм): 1800×1000×600, вага: 450 кг.

3. Автоматична ділянка виготовлення карамельного джгута и формування льодяника (виробнича потужність 100 – 150 кг/год):

– ділянка виробництва карамельного джгута: потужність 4,75 кВт, вага 450 кг, розміри 2200×800×1150 мм;



Котел для плавлення цукру Стіл для охолодження карамельної маси



Автоматична ділянка виготовлення карамельного джгута и формування льодяника



Пакувальна машина

Рис. 3.1. Лінія виробництва карамелі на паличці

Джерело: [13]

- вирівнювач карамельного джгута: потужність 3,3 кВт, вага 430 кг, розміри 1400×800×1300 мм;
- машина для формування льодяника: потужність 2,2 кВт, вага 800 кг, розміри 1200×780×1360 мм;
- охолоджуючий транспортер: потужність 0,75 кВт, вага 120 кг, розміри 2600×500×700 мм.

4. Пакувальна машина льодяників на паличці. Потужність: 3,5 кВт, зовнішні розміри (мм): 3800×900×1600, вага: 1100 кг.

Необхідна площа для розміщення всієї лінії 100м², лінія буде встановлена у цеху з виробництва карамелі, та є порожнє місце.

Основне, що передбачає проект – впровадження нового обладнання більш енергоефективного та автоматизованого. Замінюють механічне, технологічне, електричне обладнання та автоматику на сучасне устаткування з високими техніко-економічними показниками, що дозволяє економити на використанні електроенергії, газу, води та ін., що має гарний вплив на збереження екології світу.

Загальний соціальний вплив проекту в тому, що додатково на підприємство будуть потрібні робітники, що дозволить збільшити кількість робочих місць, працевлаштувати людей, чим самим знизити рівень безробіття.

3.2. Розрахунок економічної ефективності виробництва

Для оцінки ефективності проекту з точки зору економіки необхідно по-перше розрахувати його інвестиційні витрати.

Для впровадження заходу нам потрібні гроші у купівлю нової лінії, а також на додатковий обсяг обігових активів для виробництва карамелі.

Інвестиції у устаткування розрахуємо за формулою:

$$IЗ = I_0 + I_{0a}, \quad (3.1)$$

де $IЗ$ – інвестиційні засоби;

I_0 – інвестиції в обладнання;

I_{0a} – інвестиції у обігові активи.

Обсяг інвестиційних засобів у устаткування визначається за формулою:

$$I_y = Vп + ТР + МО + Iв + Д_0 + Д - Л, \quad (3.2)$$

де $Vп$ – вартість придбання устаткування (закупівельні, контрактні ціни);

$ТР$ – транспортно-заготівельні витрати на устаткування (5% від вартості придбання устаткування);

$МО$ – вартість монтажу устаткування (10 % від вартості придбання устаткування);

$Iв$ – інші витрати (5 % від вартості придбання устаткування);

До – залишкова вартість устаткування, що демонтується;

Д – вартість демонтажу (5 % від первинної вартості устаткування, демонтаж).

Л – ліквідаційна вартість устаткування.

За даними підприємства, що продає лінію [13], вартість лінії складає 2012 тис. грн.

Транспортно-заготівельні витрати на устаткування складають:

$$TP = 2012 * 0,05 = 100,6 \text{ тис. грн.}$$

Вартість монтажу дорівнює:

$$MO = 2012 * 0,1 = 201,2 \text{ тис. грн.}$$

Інші витрати складають:

$$Ib = 2012 * 0,02 = 40,24 \text{ тис. грн.}$$

Встановлюється нова лінія, тому немає залишкової вартості та демонтажу.

$$Io = 2012 + 100,6 + 201,2 + 40,24 = 2354,04 \text{ тис. грн.}$$

Інвестиції у обігові активи плануємо 20 % від собівартості продукції.

$$Ioa = 12760 * 0,2 = 2552 \text{ тис. грн.}$$

Загальний обсяг інвестицій у захід складає:

$$I = 2354,04 + 2552 = 4906,04 \text{ тис. грн.}$$

Річна виробнича потужність підприємства за звітний період складала 7200 тис. тонн, але використовується лише на 34,5 % (2482 тис. тонн виробленої продукції).

Як показав аналіз стану кондитерської галузі України в останні роки на ринку більше споживання має карамельна продукція, так як вона за ціною більш дешева, а доходи населення зменшуються.

Аналіз стану основних виробничих засобів підприємства показав, що багато устаткування має високий рівень зносу, тому для зниження витрат виробництва та підвищення прибутковості підприємства було запропоновано впровадження нової лінії для напівавтоматичного виробництва льодяників на паличці та підвищення виробництва карамелі на 200 тонн у рік.

Розрахуємо додаткові витрати та прибуток у виробництво 200 тис. тонн карамелі.

Калькуляцію собівартості (за відсотками підприємства) представимо у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Калькуляція собівартості однієї тонни карамелі

Найменування статей калькуляції	тис. грн
1. Матеріали (49%)	31,26
2. Паливо (10%)	6,38
3. Електроенергія (10%)	6,38
4. Оплата праці (20 %)	12,76
5. Відрахування (4 %)	2,55
6. Амортизаційні відрахування (3,7 %)	2,35
7. Інші витрати (3,3 %)	2,12
8. Виробнича собівартість	63,8
9. Адміністративні витрати (3 %)	1,92
10. Витрати на збут (2 %)	1,28
Повна собівартість	67
Оптова ціна підприємства	13,4
Прибуток (20 %)	80,4

Повна собівартість одного кілограму карамелі складає 67 грн. Рентабельність продукції складає 20 %, розрахуємо прибуток від виробництва продукції.

$$\text{Прибуток 1 кг} = 67 * 0,2 = 13,4 \text{ грн.}$$

$$\text{Оптова ціна 1 кг з заводу} = 67 + 13,4 = 80,4 \text{ грн.}$$

Обсяг виробленої додаткової нової промислової продукції складає:

$$BP = 200 * 80,4 = 16080 \text{ тис. грн.}$$

Собівартість додаткового обсягу нової продукції складає:

$$C = 200 * 63,8 = 12760 \text{ тис. грн.}$$

Прибуток додаткового обсягу нової продукції складає:

$$П = 16080 - 12760 = 3320 \text{ тис. грн.}$$

Чистий прибуток додаткового обсягу нової продукції складає:

$$ЧП = 3320 * 0,82 = 2722,4 \text{ тис. грн.}$$

Потрібно додатково 20 робітників для виробництва нової продукції.

Для прийняття рішення про прибутковість проекту необхідно провести

оцінку його інвестиційної привабливості за трьома основними показниками [27]:

1. Чистий приведений дохід (NPV);
2. Індекс прибутковості (IP);
3. Термін окупності інвестицій (Ток).

Чистий приведений дохід (Net Present Value (NPV) – метод оцінки інвестицій, за яким розраховується дисконтована вартість прогнозованих в майбутньому прибутків від основної діяльності підприємства і відповідних інвестицій з застосуванням вибраного коефіцієнту дисконтування.

NPV розраховується за формулою:

$$NPV = \sum_1^n ПЧГП_t - ІЗ, \quad (3.3)$$

де $ІЗ$ – інвестиційні засоби у проект;

$ПЧГП_t$ – приведений чистий грошовий потік підприємства в t -році від проекту, та розраховується за формулою:

$$ПЧГП = \frac{ГП_t}{(1+i)^t}, \quad (3.4)$$

де i – ставка дисконтування грошових потоків

$ГП_t$ – грошовий потік підприємства в t -році від проекту, та розраховується за формулою:

$$ГП_t = ЧП_t + A_t, \quad (3.5)$$

де $ЧП_t$ – чистий прибуток підприємства в t -році від проекту;

A_t – амортизаційні відрахування в t -році від проекту.

$NPV > 0$ – проект приймаємо до реалізації;

$NPV < 0$ – проект відхиляємо, бо він збитковий;

$NPV = 0$ – проект не прибутковий і не збитковий.

Індекс прибутковості інвестицій (ІП) – це показник ефективності запропонованих інвестиційних проектів, розраховується за формулою:

$$ІП = \frac{\sum_1^t ПЧГП_t}{ІЗ}, \quad (3.6)$$

$ІП > 1$ – проект прибутковий;

$ІП < 1$ – проект збитковий;

ІІІ = 1 – прибутковість інвестицій точно відповідає нормативу.

Термін окупності інвестицій (Ток) – період часу, за який окупляться інвестиційні засоби у проект, розраховується за формулою:

$$\text{Ток} = \frac{I}{\sum \text{ПГП}}, \quad (3.7)$$

де $\sum \text{ПГП}$ – середній річний приведений (дисконтований) грошовий потік за t-років.

Ставка дисконтування відповідає середньозваженій вартості грошей, що залучаються для здійснення проекту. Середню вартість грошей в проекті плануємо 22 %.

Розрахуємо показники оцінки інвестиційної привабливості проекту впровадження нової лінії та додаткового виробництва карамелі у таблиці 3.2.

$$\text{NPV} = 6520,76 - 4906,04 = 1614,72 \text{ тис. грн.}$$

$$\text{ІІІ} = 6520,76 / 4906,04 = 1,33.$$

$$\text{Ток} = 2 + (4906,04 - 4762,46) / 1758,3 = 2,08 \text{ року.}$$

Максимальну окупність інвестицій в проект заплановано у межах до п'яти років.

Таблиця 3.2

Розрахунок інвестиційної привабливості проекту

Показники	Періоди реалізації проекту				
	Передінвестиційний	1	2	3	всього
1	2	3	4	5	6
Інвестиційні засоби у проект, тис. грн:					
- всього;	4906,04				
- інвестиції в обігові активи;	2552				
- інвестиції в основні засоби.	2354,04				
Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ та акцизного податку), тис. грн		16080	16080	16080	
Собівартість продукції, тис. грн		12760	12760	12760	
Оподаткований прибуток, тис. грн		3320	3320	3320	
Чистий прибуток, тис. грн		2722,4	2722,4	2722,4	
Амортизація обладнання, тис. грн		470,81	470,81	470,81	
Чистий грошовий потік, тис. грн		3192,85	3192,85	3192,85	
Середньозважена вартість капіталу, %	22				
Дисконтний множник		0,8197	0,6719	0,5507	

Продовження табл. 3.2

1	2	3	4	5	6
Приведений чистий грошовий потік, тис. грн		2617,18	2145,28	1758,3	
Сумарний приведений чистий грошовий потік, тис. грн		2617,18	4762,46	6520,76	
Чистий приведений дохід, тис. грн					1614,72
Індекс прибутковості інвестицій					1,33
Термін окупності інвестицій					2,08

Проведені розрахунки в таблиці 3.2 свідчать про інвестиційну привабливість запропонованого проекту, оскільки чистий приведений дохід проекту складає 1614,72 тис. грн, що > 0 , індекс прибутковості проекту > 1 , та складає 1,33, термін окупності інвестицій 2,08 року < 5 .

3.3. Соціально-економічні наслідки впливу заходу на основні техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»

Вплив запропонованих заходів на основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності підприємства наведемо у таблицях 3.3 та 3.4.

Таблиця 3.3

**Вплив запропонованого заходу на основні техніко-економічні показники діяльності
ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»**

Найменування заходу	Інвестиції, тис. грн			Зміни показників діяльності підприємства (±)								
	Всього	у тому числі у		Реалізована продукція, тис. грн	Собівартість, тис. грн				Чистий прибуток, тис. грн.	Чисельність зайнятих, люд	Строк окупності інвестицій, років	
		основні засоби	обігові активи		Всього	у тому числі:						
						матеріальні витрати	витрати на оплату праці	відрахування на соціальні заходи				амортизація основних засобів та інші витрати
Впровадження нової лінії виробництва карамелі на паличці та розширення обсягу виробництва	4906,4	2354,04	2552	16080	12760	8804	2552	510	894	2722,4	20	2,08

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» після впровадження заходу

Показник	Попередній рік	Плановий рік	Відхилення	
			Абс.	Відн.
1	2	3	4	5
1. Середньорічна виробнича потужність, тис. тонн	7200	7560	360	5
2. Фактично вироблено продукції, тис. тонн	2482	2682	200	8,06
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,345	0,355	0,01	-
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ та акцизного податку):				
- у діючих оптових цінах підприємства, тис. грн	382375	398455	16080	4,2
- у порівнянних цінах, тис. грн	328944	355450,37	26506,37	8,06
5. Обсяг реалізованої продукції в діючих цінах (без ПДВ та акцизного податку), тис. грн	415790	431870	16080	3,87
6. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн	341272,5	343626,54	2354,04	0,69
7. Фондовіддача, грн/грн	1,12	1,03	-0,09	8,04
8. Середній залишок обігових активів, тис. грн	99831	102383	2552	2,56
9. Коефіцієнт оборотності обігових активів, частки	4,165	4,218	0,053	1,27
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	489	509	20	4,09
11. Середньорічний виробіток одного працівника, тис. грн /осіб	672,69	698,33	25,64	3,81
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн, у тому числі:	347961	360721	12760	3,67
матеріальні витрати	103814	112618	8804	8,48
витрати на оплату праці	146441	148993	2552	1,74
відрахування на соціальні заходи	31738	32248	510	1,61
амортизація	46299	466769,81	470,81	1,02
інші операційні витрати	19669	20092,19	423,19	2,15
13. Витрати на 1 гривню виробленої продукції, грн/грн	0,91	0,905	-0,005	-0,55
14. Матеріалоемність, грн/грн	0,271	0,283	0,012	4,43
15. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	347394	363474	16080	4,63
16. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	295980	308740	12760	4,31
17. Чистий прибуток (збиток), тис. грн	374	3096,4	2722,4	727,91
18. Рентабельність виробництва, %	0,08	0,85	0,77	-
19. Рентабельність продажу, %	0,11	0,69	0,58	-

Аналіз таблиці 3.3 показав, що підвищення обсягу виробленої продукції на 200 тонн карамелі у плановому році дозволить підвищити коефіцієнт

використання виробничої потужності на 8,06 %, що в діючих цінах підприємства складе підвищення на 16080 тис. грн та у порівнянних цінах підвищення на 26506,37 тис. грн.

Обсяг реалізованої продукції також зросте на 16080 тис. грн, тобто це обсяг виробництва додаткової карамелі на паличці.

Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності зросте на суму інвестицій у нове обладнання – 2354,04 тис. грн, та складе 343626,54 тис. грн. Фондовіддача знизиться на 0,09 грн на кожен грн виробленої продукції.

Для здійснення заходів підприємству необхідно додатково 2552 тис. грн обігових активів, коефіцієнт оборотності обігових активів підвищився на 0,053 оберта.

На підприємство додатково буде наймано двадцять робітників та середньорічний виробіток кожного робітника підвищиться на 25,64 тис. грн.

На здійснення заходу необхідно додатково 12760 тис. грн операційних витрат, з яких 8804 тис. грн в матеріальні витрати, 2552 тис. грн – витрати на оплату праці, 510 тис. грн – відрахування на соціальні заходи, 470,81 тис. грн – додаткова амортизація та 423,19 тис. грн інші операційні витрати.

Витрати на 1 грн виробленої продукції знизиться на 0,005 грн, матеріалоємність знизиться на 0,012 грн.

Чистий дохід від реалізації продукції зросте на 16080 тис. грн, собівартість реалізованої продукції збільшиться на 12760 тис. грн. Значення показнику рентабельність виробництва зросте на 0,77 % та рентабельність продажу зросте на 0,58 %.

Висновки до розділу 3

Аналіз техніко-економічної діяльності підприємства дозволив виявити його негативні моменти діяльності та запропонувати на ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» впровадження нової лінії з виробництва карамелі на паличці та розширення обсягу виробництва продукції.

Розрахунок основних показників показав, що необхідно додатково виробництво 200 тонн.

Було проведено оцінку інвестиційної привабливості проекту, яка показала його необхідність та прибутковість, так як: чистий приведений дохід проекту складає 1614,72 тис. грн, що > 0 , індекс прибутковості проекту > 1 , та складає 1,33, термін окупності інвестицій 2,08 року < 5 .

Також проект додатково принесе підприємству 16080 тис. грн обсягу виробленої промислової продукції, що дозволить отримати чистий прибуток у розмірі 2722,4 тис. грн, підвищити рентабельність виробництва на 0,77 % та рентабельність продажу на 0,58 %.

Для впровадження заходу підприємству необхідно 4906,04 тис. грн інвестицій, з яких 2354,04 тис. грн у основні засоби підприємства та 2552 тис. грн у обігові активи підприємства.

Підвищення обсягу виробленої продукції на 200 тонн карамелі у плановому році дозволить підвищити коефіцієнт використання виробничої потужності на 8,06 %, що в діючих цінах підприємства складе підвищення на 16080 тис. грн та у порівнянних цінах підвищення на 26506,37 тис. грн.

Обсяг реалізованої продукції також зросте на 16080 тис. грн, тобто це обсяг виробництва додаткової карамелі на паличці.

Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності зросте на суму інвестицій у нове обладнання – 2354,04 тис. грн, та складе 343626,54 тис. грн. Фондовіддача знизиться на 0,09 грн на кожну грн виробленої продукції.

Для здійснення заходів підприємству необхідно додатково 2552 тис. грн обігових активів, коефіцієнт оборотності обігових активів підвищився на 0,053 оберта.

На підприємство додатково буде наймано двадцять робітників та середньорічний виробіток кожного робітника підвищиться на 25,64 тис. грн.

На здійснення заходу необхідно додатково 12760 тис. грн операційних витрат, з яких 8804 тис. грн в матеріальні витрати, 2552 тис. грн – витрати на

оплату праці, 510 тис. грн – відрахування на соціальні заходи, 470,81 тис. грн – додаткова амортизація та 423,19 тис. грн інші операційні витрати.

Витрати на 1 грн виробленої продукції знизяться на 0,005 грн, матеріалоемність знизиться на 0,012 грн.

Чистий дохід від реалізації продукції зросте на 16080 тис. грн, собівартість реалізованої продукції збільшиться на 12760 тис. грн. Значення показнику рентабельність виробництва зросте на 0,77 % та рентабельність продажу зросте на 0,58 %.

Всі показники, що було отримано після розрахунку запропонованого заходу, кажуть про його ефективність та дозволить підвищити прибуток на підприємстві та збільшити показники рентабельності, тому захід потрібно прийняти до реалізації на підприємстві.

ВИСНОВКИ

Розвиток економіки будь-якої країни базується на реалізації інвестиційних проектів, які забезпечують процес розширеного відтворення, створюють нові вартості, робочі місця, новий виробничий і споживчий потенціал.

В будь-яких умовах, навіть в умовах війни та економічної кризи основною метою підприємства залишається отримання прибутку.

Прибуток – це основне джерело фінансування діяльності і розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення усіх форм інвестування. Будь яка діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити підвищення прибутку, або стабілізацію його на визначеному рівні.

Підприємство, незалежно від форми власності, виду діяльності зацікавлене у отриманні прибутку, який є джерелом його подальшого розвитку.

Для підприємства більш важливим є підвищення прибутковості у довгостроковій перспективі, чим у короткостроковій, так як це підкреслює стабільність не лише його функціонування, але й розвитку також.

Підвищення прибутку дозволяє постійно оновлювати техніко-технологічну базу виробництва, мотивувати персонал підприємства працювати більш ефективно, розширяти сфери впливу та ін.

Можна казати, що прибуток є об'єктивною економічною категорією, на формування якого впливають об'єктивні процеси, які відбуваються у суспільстві, у сферах виробництва й розподілу суспільного продукту та національного доходу.

Сучасні реалії повномасштабного вторгнення росії на територію України потребують від підприємств не тільки до адаптації, але і до розробки та активізації стратегії розвитку у довгостроковій перспективі.

Стратегія розвитку підприємства – це чітко продумані цілі та завдання,

досягнення яких забезпечать сформовані обсяги ресурсного потенціалу за умови врахування конкурентних позицій суб'єкта господарювання на ринку продукції чи послуг.

Тому сьогодні дуже актуальним є розробка та провадження на підприємствах заходів з підвищення їх прибутковості через впровадження інновацій та розробки інвестиційних проектів.

Аналіз стану ринку кондитерської галузі України показав, що якість вітчизняних виробів знаходиться на досить високому рівні, але для нових виробників велика кількість підприємств на ринку кондитерської галузі є перешкодою для виходу на ринок.

В останній рік є тенденція до зростання обсягів виробництва продукції та підвищення її експорту, але не дивлячись на деякі наявні позитивні зміни на національному ринку кондитерських виробів, війна в країні значно змінила смаки, попит та фінансові можливості споживачів.

Сьогодні для збільшення продажів, підвищення економічної ефективності, функціональності і конкурентоспроможності українських кондитерських підприємств на світовому ринку потрібно впроваджувати інновації, заходи та такі основні напрями як: розширення асортименту продукції, впровадження топ десертів, розробка шляхів входу на ринок Азії, який завдяки щільності населення не достатньо задовольняє попит споживача, підвищувати якість продукції, удосконалювати упаковку продукції, яка б відповідала би сучасному ринку та була б креативною, підвищувати кваліфікацію персоналу та ін.

Було проведено техніко-економічний аналіз одного з відомих підприємства кондитерської галузі України ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен».

Можна казати, що підприємство має середню ефективність діяльності. Середньорічна виробнича потужність дорівнює 7200 тонн, але має не високі коефіцієнти використання 0,396 та 0,345 за два роки, та також коефіцієнт зменшується за рахунок зниження обсягу виробництва на 372 тонн.

Обсяг продукції у діючих цінах зріс на 4129 тис. грн, а у порівняних зменшився на 49302 тис. грн, що каже про виробництво більш дешевої продукції та зниження виробництва дорогої продукції.

Всі основні засоби на підприємстві є основними засобами основного виду діяльності, але за два роки їх вартість знизилася на 8689 тис. грн.

У звітному році фондвіддача підвищилася на 0,04 пунктів, що свідчить про збільшення ефективності використання основних засобів підприємства.

У звітному році коефіцієнт оборотності обігових активів знизився на 0,311 часток, що свідчить про погіршення ефективності використання обігових активів.

У звітному році обсяг продукції виробленої у діючих цінах зріс на 4129 тис. грн, матеріальні витрати зросли на 20917 тис. грн. Коефіцієнт матеріаловіддачі збільшився на 0,052, що свідчить про покращення ефективності використання матеріальних ресурсів на підприємстві.

У звітному році середньооблікова чисельність працівників знизилася на 11 людей, а середньорічний виробіток одного працівника впав на 83,8 тис. грн.

У звітному році величина витрат на виробництво зросла на 11322 тис. грн, це зростання відбулось за рахунок росту матеріальних витрат на 20917 тис. грн, інші види витрат знизилися.

Витрати на 1 гривню продукції у звітному році зросли на 0,02 тис. грн, на цю зміну вплинуло зростання обсягу продукції в діючих цінах на 4129 тис. грн та зростання витрат на виробництво на 11322 тис. грн.

У попередньому році на підприємстві отримано прибуток у розмірі 5550 тис. грн, але у звітному році його сума склала лише 374 тис. грн.

Рентабельність виробництва знизилася на 1,18 %, рентабельність продажу знизилася на 1,51 %.

Можна казати, що багато показників потрібно вдосконалювати, а для цього потрібно на підприємстві впроваджувати новітні заходи.

Сьогодні для підвищення прибутковості та ефективності діяльності підприємств необхідна розробка та впровадження на них інвестиційних

проектів.

Аналіз техніко-економічних показників виробничо-господарської діяльності підприємства показав, що на ньому недостатньо використовується виробнича потужність, але зараз на ринку є попит на карамельну продукцію, тому було запропоновано та обґрунтовано проект з виробництва додаткового обсягу карамелі.

Також на підприємстві обладнання для виробництва карамелі на паличці є вже зношеним та застарілим, що є економічно невигідним у розмірі витрат на обслуговування та виробництво.

Маркетингові дослідження показали про необхідність та реальність до реалізації такого проекту та необхідності збільшення обсягу виробництва карамелі на паличці різних смаків.

Тому щоб впровадити та обґрунтувати прибутковість такого проекту необхідно розрахувати основні економічні показники проекту, необхідні інвестиції в нього та основні інвестиційні показники його привабливості.

Було запропоновано на ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» впровадження нової лінії з виробництва карамелі на паличці та розширення обсягу виробництва продукції.

Розрахунок основних показників показав, що необхідно виробництво 200 тонн.

Було проведено оцінку інвестиційної привабливості проекту, яка показала його необхідність та прибутковість, так як: чистий приведений дохід проекту складає 1614,72 тис. грн, що > 0 , індекс прибутковості проекту > 1 , та складає 1,33, термін окупності інвестицій 2,08 року < 5 .

Також проект додатково принесе підприємству 16080 тис. грн обсягу виробленої промислової продукції, що дозволить отримати чистий прибуток у розмірі 2722,4 тис. грн, підвищити рентабельність виробництва на 0,77 % та рентабельність продажу на 0,58 %.

Для впровадження заходу підприємству необхідно 4906,04 тис. грн інвестицій, з яких 2354,04 тис. грн у основні засоби підприємства та 2552 тис.

грн у обігові активи підприємства.

Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності зросте на суму інвестицій у нове обладнання – 2354,04 тис. грн, та складе 343626,54 тис. грн. Фондовіддача знизиться на 0,09 грн на кожен грн виробленої продукції.

Для здійснення заходів підприємству необхідно додатково 2552 тис. грн обігових активів, коефіцієнт оборотності обігових активів підвищився на 0,053 оберта.

На підприємство додатково буде наймано двадцять робітників та середньорічний виробіток кожного робітника підвищиться на 25,64 тис. грн.

На здійснення заходу необхідно додатково 12760 тис. грн операційних витрат, з яких 8804 тис. грн в матеріальні витрати, 2552 тис. грн – витрати на оплату праці, 510 тис. грн – відрахування на соціальні заходи, 470,81 тис. грн – додаткова амортизація та 423,19 тис. грн інші операційні витрати.

Витрати на 1 грн виробленої продукції знизиться на 0,005 грн, матеріалоємність знизиться на 0,012 грн.

Чистий дохід від реалізації продукції зросте на 16080 тис. грн, собівартість реалізованої продукції збільшиться на 12760 тис. грн. Значення показнику рентабельність виробництва зросте на 0,77 % та рентабельність продажу зросте на 0,58 %.

Всі показники, що було отримано після розрахунку запропонованого заходу, кажуть про його ефективність та дозволить підвищити прибуток на підприємстві та збільшити показники рентабельності, тому захід потрібно прийняти до реалізації на підприємстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>. (дата звернення: 25.03.2024).
2. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/334/94-вр#Text> (дата звернення: 22.03.2024).
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (дата звернення: 25.03.2024).
4. «Укркондпром». URL: <https://ukrkondprom.com.ua>. (дата звернення: 10.05.2024).
5. Банщикова, А. О., Штефан, Н. М. Механізм формування прибутку в умовах воєнного стану і після війни в Україні. URL: <http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/160919>. (дата звернення: 05.04.2024).
6. Богацька Н. М. Прибуток підприємства: його роль, формування та резерви збільшення в умовах ринкової економіки. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7253>. (дата звернення: 25.03.2024).
7. В. Кравченко Життєвий цикл підприємства. Фінанси 2022. URL: <https://livingfo.com/zhyttievuj-tsykl-pidpryemstva>. (дата звернення: 25.03.2024).
8. Гайбура Ю.А. Управління прибутковістю підприємства та шляхи її підвищення. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». Випуск 8. Частина 1. 2021. С. 127–130.
9. Гаркушенко О.М., Кувалдіна О.О. Перспективи ПДВ та податку на прибуток підприємств в умовах цифровізації економіки: наукова доповідь; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2021. 59 с.
10. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 30.04.2024).
11. Кондитерські тренди в 2023–2024 році. URL: <https://vals-pack.com/konditerski-trendi>. (дата звернення: 10.05.2024).

12. Курочкіна О. Рентабельність підприємства як основний показник ефективності його діяльності. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.16.43.html>. (дата звернення: 27.03.2024).

13. Лінія для виробництва льодяників на паличці. URL: <https://www.waiz.com.ua/ua/kharchovi-liniji-pid-klyuch/258-liniya-dlya-virobnitstva-lodyanikiv-na-palichtsi>. (дата звернення: 19.05.2024).

14. М. М. Марченко, Л. В. Ширяєва, С. В. Онешко, Л. П. Чиж, Н. В. Хотєєва Аналіз фінансової звітності підприємства (практикум): навчальний посібник». Київ: Інтернаука, 2021. 176 с.

15. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>. (дата звернення: 29.04.2024).

16. О. Козаченко Проблеми з імпортом, внутрішнім попитом та декомунізацією. Що відбувається на українському ринку кондитерських виробів. URL: <https://delo.ua/agro/problemi-z-importom-vnutrisnim-popitom-ta-dekomunizacijeyu-shho-vidbuvajetsya-na-ukrayinskomu-rinku-konditerskih-virobiv-427683>. (дата звернення: 25.04.2024).

17. ПрАТ Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен». URL: <https://roshen.com/ua/ua/pro-roshen/fabryky-i-zavody/prat-kremenchuc-ka-kondyters-ka-fabryka-roshen>. (дата звернення: 29.04.2024).

18. Ринок кондитерських виробів: продукція повинна бути не тільки смачною, а й достойною Instagram. URL: <https://agroportal.ua/agrocheck/made-in-ukraine/rinok-konditerskih-virobiv-produkciya-povinna-buti-ne-tilki-smachnoyu-a-y-dostoynoyu-instagram>. (дата звернення: 05.05.2024).

19. Сміт А. Багатство народів. Дослідження про природу та причини добробуту націй / пер. Олександра Васильєва. Київ: Наш Формат. 2021. 722 с.

20. Українська асоціація аграрного експорту. URL: <https://uaexport.org>. (дата звернення: 30.04.2024).

21. Філімоненков О. С. Фінанси підприємств: навчальний посібник. Київ: Кондор. 2021. 400 с.

22. Фінансова звітність ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен». URL: <https://clarity-project.info> (дата звернення: 09.05.2024).
23. Химич І., Смачило Л. Функціонування ринку кондитерських виробів в умовах війни. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39262/2/FMNECPS_2022_Smachylo_L-The_working_process_of_the_86-89.pdf. (дата звернення: 12.04.2024).
24. Ціна на какао-боби продовжує бити рекорди. Пояснюємо, як це вплине на Європу і чи може шоколад взагалі зникнути. URL: <https://ursamedia.com.ua/novyny/czina-na-kakao-boby-rekordy-yevropu-mozhe-shokolad-vzagali-znyknuty>. (дата звернення: 10.05.2024).
25. Юхименко П. І., Леоненко П. М. Історія економічних учень: навчальний посібник. Київ: Знання-Прес, 2021. 514 с.
26. Як живе українська індустрія шоколаду: знищені фабрики та нові бренди. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2024/04/29/yak-zhyve-ukrayinska-industriya-shokoladu-znyshheni-fabryky-ta-novi-brendy>. (дата звернення: 09.05.2024).
27. Яковенко О.І. Управління проектами та ризиками: навчальний посібник. Ніжен: ПП Лисенко М.М., 2019. 196 с.
28. Global Top 100 Candy Companies. URL: <https://www.snackandbakery.com/candy-industry/2023/global-top-100-candy-companies>. (дата звернення: 30.04.2024).

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

ННІ прикладної економіки і менеджменту 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: «Основні напрями підвищення прибутку ПрАТ
Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»»

Здобувача _____ Олійника В.О.

Керівник _____ проф. Павлов О.І.

Одеса – 2024 рік

ЛИСТ 1

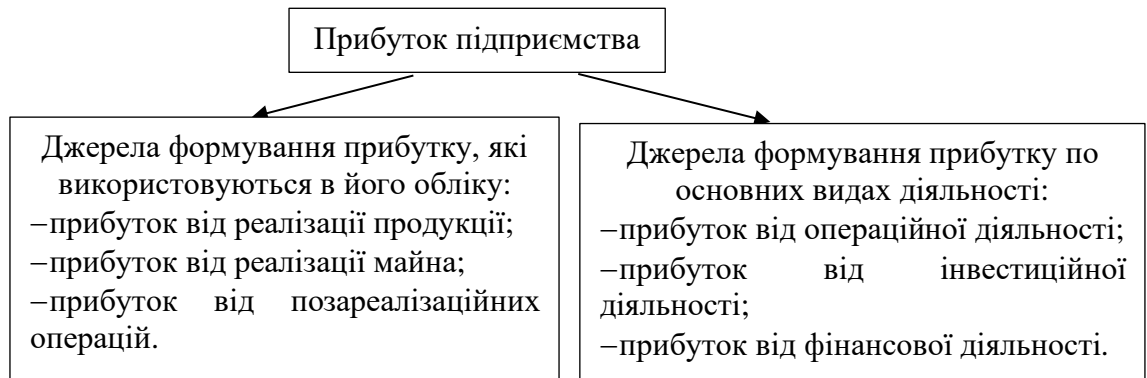


Рис. 1. Класифікація прибутку підприємства

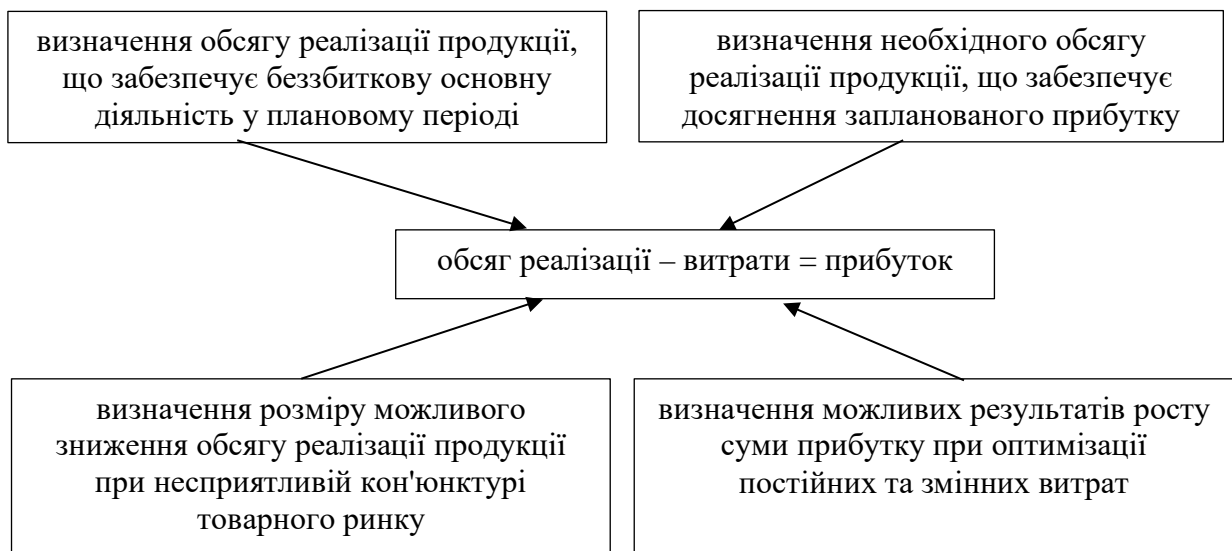


Рис. 2. Задачі, що вирішує підприємство у процесі планування прибутку

ЛИСТ 2



Рис. 3. Основна роль прибутку в суспільстві

ЛИСТ 3

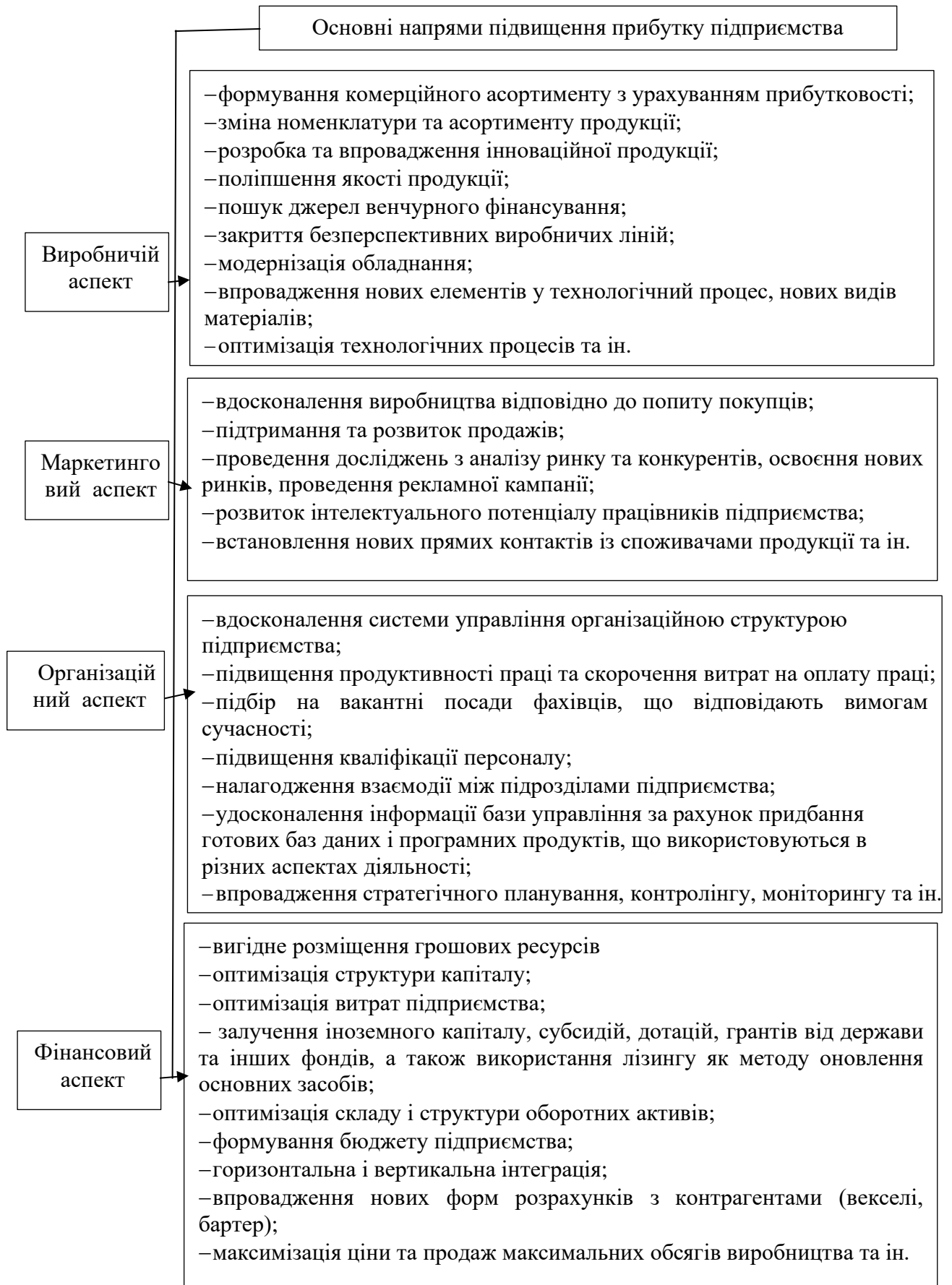


Рис. 4. Основні напрями підвищення прибутку підприємства

ЛИСТ 4

Таблиця 1

Виробництво кондитерської галузі за 2011–2022 роки, тис. тонн

Найменування продукції	Обсяг виробленої промислової продукції						
	2011	2013	2014 ¹	2016 ¹	2020 ¹	2021 ¹	2022 ¹
1	2	3	4	5	6	7	8
Шоколад у брикетах, пластинах чи плитках (крім шоколаду з начинкою, шоколаду з додаванням зерен зернових культур, фруктів чи горіхів та шоколадного печива)	19,1	27,5	21,8	16,5	24,1	22,5	24,1
Шоколад у брикетах, пластинах чи плитках з додаванням зерен зернових культур, фруктів чи горіхів (крім шоколаду з начинкою та шоколадного печива)	19,9	18,9	13,4	9,1	19	17,8	16,7
Цукерки шоколадні (крім цукерок із вмістом алкоголю, шоколаду в брикетах, пластинах чи плитках)	147	130	86,4	52,3	70,7	76,3	65,6
Карамелі, тофі (ірис) та солодощі аналогічні	87,8	74,4	70,5	75,6	к / с	к / с	к / с
Цукерки варені	36,7	34,3	26,6	29,3	к / с	к / с	к / с
Вироби кондитерські з цукру чи його замінників, з вмістом какао (уключаючи шоколадну нугу; крім білого шоколаду)	123	105	83,5	70,3	28,4	26,6	20,2
Вироби кондитерські з цукру у вигляді пресованих таблеток (уключаючи таблетки для освіження подиху)	6,2	5,1	2,9	2,1	0,6	2,3	2,5
Вироби кондитерські з цукру інші	38,2	36,6	41,5	37,7	35,7	35,04	36,9
Гумки, фруктові желе та фруктові пасти у вигляді кондитерських виробів з цукру (крім жувальної гумки)	46,6	43,8	39,1	39,7	46,5	50,21	42,9
Продукти пастоподібні з вмістом какао	2,9	2,7	2,5	1,4	0,1	0,06	0,1

¹Примітка. Дані за 2016-2021 рр. наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя, частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях, за 2022р. – без урахування тимчасово окупованих рф територій та частини територій, на яких ведуться (велися) бойові дії.

ЛИСТ 5

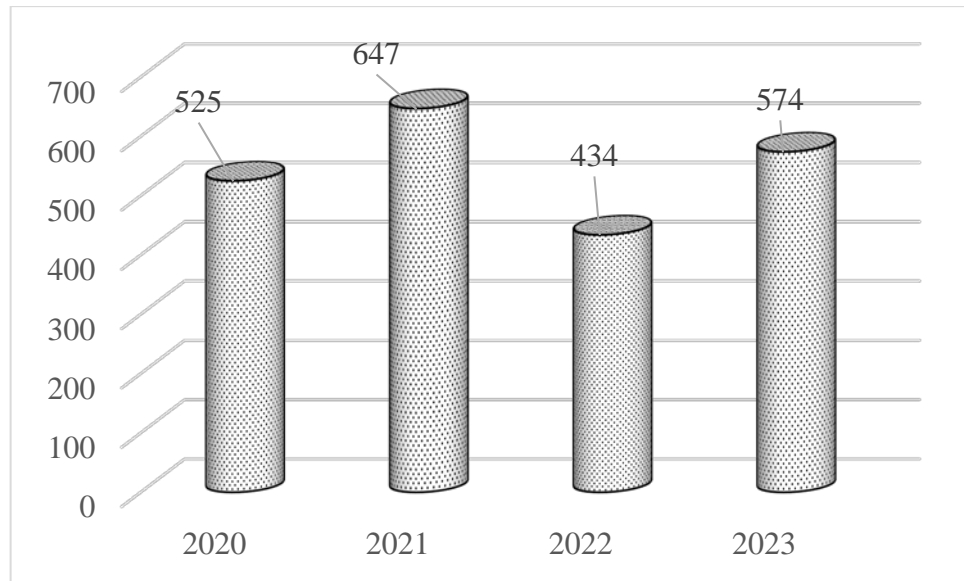


Рис. 5. Виручка від експорту кондитерської галузі України за 2020 – 2023 роки, млн дол США

Таблиця 2

Позиції українських кондитерських підприємств у рейтингу Global Top 100 Candy Companies

Підприємство	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Roshen Confectionery Corp.	22	24	25	27	27	29	28	23
Konti Group	38	43	43	44	80	89	93	-
AVK Confectionery	-	67	64	-	65	-	-	-
Millennium Chocolate Factory	-	-	-	-	74	73	75	77

ЛИСТ 6

Таблиця 3

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності підприємства

Показник	Попередній рік	Звітний рік	Відхилення	
			Абс.	Відн.
1	2	3	4	5
1. Середньорічна виробнича потужність, тис. тонн	7200	7200	-	-
2. Фактично вироблено продукції, тис. тонн	2854	2482	-372	-13,03
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,396	0,345	-0,051	-
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ та акцизного податку):				
- у діючих оптових цінах підприємства, тис. грн	378246	382375	4129	1,09
- у порівнянних цінах, тис. грн	378246	328944	-49302	-13,03
5. Обсяг реалізованої продукції в діючих цінах (без ПДВ та акцизного податку), тис. грн	411322	415790	4468	1,09
6. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн	349961,5	341272,5	-8689	-2,48
7. Фондовіддача, грн/грн	1,08	0,96	-0,12	-11,11
8. Середній залишок обігових активів, тис. грн	91889	99831	7942	8,64
9. Коефіцієнт оборотності обігових активів, частки	4,476	4,165	-0,311	-6,95
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	500	489	-11	-2,2
11. Середньорічний виробіток одного працівника, тис. грн /осіб	756,49	672,69	-83,8	-11,08
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн, у тому числі:	336639	347961	11322	3,36
- матеріальні витрати	82897	103814	20917	25,23
- витрати на оплату праці	151896	146441	-5455	-3,59
- відрахування на соціальні заходи	33131	31738	-1393	-4,2
- амортизація	46985	46299	-686	-1,46
- інші операційні витрати	21730	19669	-2061	-9,48
13. Витрати на 1 гривню виробленої продукції, грн/грн	0,89	0,91	0,02	2,25
14. Матеріалоемність, грн/грн	0,219	0,271	0,052	23,74
15. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	342530	347394	4864	1,42
16. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	303114	295980	-7134	-2,35
17. Чистий прибуток (збиток), тис. грн	5550	374	-5176	-93,26
18. Рентабельність виробництва, %	1,26	0,08	-1,18	-
19. Рентабельність продажу, %	1,62	0,11	-1,51	-

ЛИСТ 7

Таблиця 4

Розрахунок інвестиційної привабливості проекту

Показники	Періоди реалізації проекту				всього
	Передінвестиційний	1	2	3	
1	2	3	4	5	6
Інвестиційні засоби у проект, тис. грн:					
- всього;	4906,04				
- інвестиції в обігові активи;	2552				
- інвестиції в основні засоби.	2354,04				
Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ та акцизного податку), тис. грн		16080	16080	16080	
Собівартість продукції, тис. грн		12760	12760	12760	
Оподаткований прибуток, тис. грн		3320	3320	3320	
Чистий прибуток, тис. грн		2722,4	2722,4	2722,4	
Амортизація обладнання, тис. грн		470,81	470,81	470,81	
Чистий грошовий потік, тис. грн		3192,85	3192,85	3192,85	
Середньозважена вартість капіталу, %	22				
Дисконтний множник		0,8197	0,6719	0,5507	
Приведений чистий грошовий потік, тис. грн		2617,18	2145,28	1758,3	
Сумарний приведений чистий грошовий потік, тис. грн		2617,18	4762,46	6520,76	
Чистий приведений дохід, тис. грн					1614,72
Індекс прибутковості інвестицій					1,33
Термін окупності інвестицій					2,08

ЛИСТ 8

Таблиця 5

**Вплив запропонованого заходу на основні техніко-економічні показники діяльності
ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен»**

Найменування заходу	Інвестиції, тис. грн			Зміни показників діяльності підприємства (±)								
	Всього	у тому числі у		Реалізована продукція, тис. грн	Собівартість, тис. грн					Чистий прибуток, тис. грн.	Чисельність зайнятих, люд	Строк окупності інвестицій, років
		основні засоби	обігові активи		Всього	у тому числі:						
						матеріальні витрати	витрати на оплату праці	відрахування на соціальні заходи	амортизація основних засобів та інші витрати			
Впровадження нової лінії виробництва карамелі на паличці та розширення обсягу виробництва	4906,4	2354,04	2552	16080	12760	8804	2552	510	894	2722,4	20	2,08

ЛИСТ 9

Таблиця 6

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика «Рошен» після впровадження заходу

Показник	Попередній рік	Плановий рік	Відхилення	
			Абс.	Відн.
1	2	3	4	5
1. Середньорічна виробнича потужність, тис. тонн	7200	7560	360	5
2. Фактично вироблено продукції, тис. тонн	2482	2682	200	8,06
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,345	0,355	0,01	-
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ та акцизного податку):				
- у діючих оптових цінах підприємства, тис. грн	382375	398455	16080	4,2
- у порівнянних цінах, тис. грн	328944	355450,37	26506,37	8,06
5. Обсяг реалізованої продукції в діючих цінах (без ПДВ та акцизного податку), тис. грн	415790	431870	16080	3,87
6. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн	341272,5	343626,54	2354,04	0,69
7. Фондовіддача, грн/грн	1,12	1,03	-0,09	8,04
8. Середній залишок обігових активів, тис. грн	99831	102383	2552	2,56
9. Коефіцієнт оборотності обігових активів, частки	4,165	4,218	0,053	1,27
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	489	509	20	4,09
11. Середньорічний виробіток одного працівника, тис. грн /осіб	672,69	698,33	25,64	3,81
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн, у тому числі:	347961	360721	12760	3,67
матеріальні витрати	103814	112618	8804	8,48
витрати на оплату праці	146441	148993	2552	1,74
відрахування на соціальні заходи	31738	32248	510	1,61
амортизація	46299	466769,81	470,81	1,02
інші операційні витрати	19669	20092,19	423,19	2,15
13. Витрати на 1 гривню виробленої продукції, грн/грн	0,91	0,905	-0,005	-0,55
14. Матеріалоемність, грн/грн	0,271	0,283	0,012	4,43
15. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	347394	363474	16080	4,63
16. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	295980	308740	12760	4,31
17. Чистий прибуток (збиток), тис. грн	374	3096,4	2722,4	727,91
18. Рентабельність виробництва, %	0,08	0,85	0,77	-
19. Рентабельність продажу, %	0,11	0,69	0,58	-