

Міністерство освіти і науки України
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет – Експертизи, біотехнології, харчової інженерії, підприємництва та торгівлі

Кафедра – Торговельного підприємництва, товарознавства та управління бізнесом

Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)

Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма – «Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі»



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему: «Бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції»

КРБ. ТПТтаУБ. 1.481-03.5.5.1

Здобувачка _____ Бондар Олена Миколаївна
Підпис

Керівник: _____ PhD, ст. викладач Богданов О.О.
Підпис

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 30 травня 2024 р., протокол № 16

Завідувач кафедри

_____ ТПТтаУБ _____ Наталія БАСЮРКІНА
Підпис

Одеса – 2024 р.

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ
І МЕНЕДЖМЕНТУ ім. Г. Е. Вейнштейна

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри ТПТтаУБ

_____ д.е.н., проф. Басюркіна Н.Й.

30 травня 2024 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

здобувачки *Олени БОНДАР*

(ім'я, ПРИЗВИЩЕ)

1. Тема роботи: «Бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції»
затвердженою наказом ОНТУ від 31.08.2023 р. № 481-03.
2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 27.05.2024 р.
3. Вихідні дані роботи: дані Державної служби статистики України, методичні вказівки кафедри ТПТтаУБ ОНТУ, підручники і посібники, монографічний матеріал, аналітичні дані спеціалізованих Інтернет-видань, ЗМІ, дані підприємств, установ і організацій України.
4. Зміст кваліфікаційної роботи бакалавра: Анотація. Зміст. Вступ. Розділ 1 Теоретичні аспекти бізнес-планування випуску інноваційної продукції, Розділ 2 Аналітичний аналіз підприємства АТ «Житомирський маслозавод, Розділ 3 Проєкт бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції на АТ «Житомирський маслозавод», Розділ 4 Охорона праці, Висновки. Список використаної літератури. Додатки.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): таблиць – 8, рисунків – 2.
6. Дата видачі завдання 4.09.2023 р.

Керівник: _____ PhD, ст. викладач Богданов О.О.

Підпис

Завдання прийняв до виконання _____ Бондар О.М.

Підпис

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Аналіз літератури. Збір статистичних і аналітичних даних стосовно аспектів бізнес-планування випуску інноваційної продукції	04.09.2023 – 29.09.2023 рр.	Виконано
2.	Теоретичне обґрунтування розробки бізнес-планування на підприємстві	02.10.2023 – 21.11.2023 рр.	Виконано
3.	Загальна характеристика підприємства АТ «Житомирський маслозавод». Аналіз фінансово-економічного стану підприємства. Передумови випуску інноваційної молочної продукції АТ «Житомирський маслозавод»	22.11.2023 – 26.01.2024 рр.	Виконано
4.	Характеристика бізнес-планування випуску інноваційної продукції. Обґрунтування економічного ефекту від запропонованого проєкту	27.01.2024 - 07.04.2024 рр.	Виконано
5.	Охорона праці	08.04.2024 – 08.05.2024 рр.	Виконано
6.	Оформлення роботи та її рецензування	09.05.2024 – 17.05.2024 рр.	Виконано
7.	Перевірка роботи на плагіат, рецензування та розгляд на випускаючій кафедрі	18.05.2024 – 10.06.2024 рр.	Виконано
8.	Захист роботи	19.06.2024 р.	Виконано

Керівник _____ PhD, ст. викладач Богданов О.О.

Підпис

Здобувач-дипломник _____ Бондар О.М.

Підпис

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

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

Здобувач-дипломник _____ Бондар О.М.

Підпис

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота містить 91 сторінку, 8 таблиць, 2 рисунка, 38 літературних джерел.

Метою роботи є обґрунтування теоретичних аспектів бізнес-планування випуску інноваційної продукції та розроблення бізнес-проєкту.

Об'єктом дослідження є процес бізнес-планування випуску інноваційної продукції.

В умовах глобалізації та відкритості ринків, бізнес-планування інноваційної молочної продукції дозволяє не лише задовольнити внутрішній попит, але й вийти на міжнародні ринки, забезпечуючи високу конкурентоспроможність підприємства. Системний підхід до бізнес-планування сприяє залученню інвестицій, розширенню партнерських відносин і підвищенню ефективності управління компанією.

Таким чином, актуальність теми бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції полягає в необхідності адаптації підприємств до сучасних ринкових умов, задоволенні змінюваних потреб споживачів, впровадженні новітніх технологій та забезпеченні сталого розвитку бізнесу в довгостроковій перспективі.

За результатами роботи сформульовано висновки щодо теоретичних аспектів бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції, проведено аналіз ефективності діяльності АТ «Житомирський маслозавод» та запропоновано практичні рекомендації щодо впровадження інноваційної продукції.

Отримані результати рекомендовані до використання в діяльності АТ «Житомирський маслозавод» з вдосконалення управління ефективністю та забезпечення стійкого розвитку підприємства.

Ключові слова: інновації, бізнес-планування, молочна продукція, харчова промисловість, фактори ефективності, підприємство.

Рік виконання роботи-2023-2024.

Рік захисту роботи - 2024.

ABSTRACT

The qualification work contains 91 pages, 8 tables, 2 figures, 38 literary sources.

The purpose of the work is to substantiate the theoretical aspects of business planning for the release of innovative products and the development of a business project.

The object of the study is the process of business planning for the release of innovative products.

In the conditions of globalization and open markets, business planning of innovative dairy products allows not only to satisfy domestic demand, but also to enter international markets, ensuring high competitiveness of the enterprise. A systematic approach to business planning helps attract investments, expand partnership relations, and increase the efficiency of company management.

Thus, the relevance of the topic of business planning for the production of innovative dairy products lies in the need to adapt enterprises to modern market conditions, meet the changing needs of consumers, implement the latest technologies and ensure sustainable business development in the long term.

Based on the results of the work, conclusions were formulated regarding the theoretical aspects of business planning for the production of innovative dairy products, an analysis of the effectiveness of JSC "Zhytomyr Maslozavod" was carried out, and practical recommendations were offered for the introduction of innovative products.

The obtained results are recommended for use in the activities of JSC "Zhytomyr Oil Factory" to improve efficiency management and ensure the sustainable development of the enterprise.

Key words: innovations, business planning, dairy products, food industry, efficiency factors, enterprise.

The year of the work is 2023-2024.

The year of job protection is 2024.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ВИПУСКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ	9
1.1. Сутність, цілі та завдання бізнес-планування на підприємстві	9
1.2. Етапи розробки бізнес-планування випуску інновації молочної продукції	22
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВА АТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»	27
2.1. Характеристика підприємства АТ «Житомирський маслозавод»	27
2.2. Аналіз фінансово-економічного стану підприємства	32
2.3. Передумови випуску інноваційної молочної продукції АТ «Житомирський маслозавод»	38
Висновки до розділу 2	41
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ВИПУСКУ ІННОВАЦІЙНОЇ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА АТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»	42
3.1. Характеристика бізнес-планування випуску інноваційної продукції	42
3.2. Обґрунтування економічного ефекту від запропонованого проєкту	44
Висновок до розділу 3	48
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ	50
4.1. Вимоги до вентиляції, освітлення, вібрації в приміщенні під час виробництва безлактозної молочної продукції	50
4.2. Електробезпека у виробничому приміщенні та механічні травми	52
4.3. Пожежна безпека	53
4.4. Забезпечення санітарно-побутовими приміщеннями	55
4.5. Небезпечні чинники під час виробництва безлактозної молочної продукції	57
Висновки до розділу 4	59
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	66
ДОДАТКИ	71

ВСТУП

Актуальність теми. Бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції обумовлена сучасними тенденціями розвитку ринку харчової промисловості та зростаючими вимогами споживачів до якості та безпеки продуктів харчування. У світлі швидких змін економічних умов і підвищення рівня конкуренції, підприємства змушені постійно шукати нові способи утримання і розширення своїх ринкових позицій.

Інноваційні молочні продукти, що відповідають актуальним запитам споживачів на здорове харчування, екологічність і високу якість, стають ключовим елементом стратегії розвитку для багатьох компаній. Розробка бізнес-плану для випуску інноваційної молочної продукції є критично важливою, оскільки вона дозволяє систематично підійти до процесу впровадження нових продуктів, оцінити їх комерційну життєздатність, врахувати всі можливі ризики та забезпечити необхідні ресурси для успішної реалізації проекту.

Бізнес-планування включає в себе детальний аналіз ринку, оцінку конкурентного середовища, розробку маркетингової стратегії, фінансові розрахунки, планування виробничих потужностей та логістики.

Крім того, сучасні споживачі дедалі більше уваги приділяють екологічності та натуральності продуктів, що спонукає виробників до впровадження інноваційних рішень у виробництві молочної продукції. Використання біотехнологій, новітніх методів переробки молока, а також розробка функціональних і пробіотичних продуктів, які сприяють зміцненню здоров'я, є важливими напрямками, що визначають актуальність даної теми.

В умовах глобалізації та відкритості ринків, бізнес-планування інноваційної молочної продукції дозволяє не лише задовольнити внутрішній

попит, але й вийти на міжнародні ринки, забезпечуючи високу конкурентоспроможність підприємства. Системний підхід до бізнес-планування сприяє залученню інвестицій, розширенню партнерських відносин і підвищенню ефективності управління компанією.

Таким чином, актуальність теми бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції полягає в необхідності адаптації підприємств до сучасних ринкових умов, задоволенні змінюваних потреб споживачів, впровадженні новітніх технологій та забезпеченні сталого розвитку бізнесу в довгостроковій перспективі.

Мета і завдання: є обґрунтування теоретичних аспектів бізнес-планування випуску інноваційної продукції та розроблення бізнес-проєкту.

Для досягнення поставленої мети поставлено та вирішено наступні

завдання:

– розглянути сутність, цілі та завдання бізнес-планування на підприємстві;

– дослідити етапи розробки бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції;

– проаналізувати характеристику підприємства та його фінансовий стан;

– здійснити діагностику фінансово-економічну діяльність підприємства;

– розробити проєкт бізнес-планування випуску інноваційної продукції молочної продукції;

– обґрунтувати економічний ефект від запропонованого заходу.

Об’єкт дослідження – є процес бізнес-планування випуску інноваційної продукції.

Предмет дослідження є теоретичні та практичні засади бізнес-планування випуску інноваційної продукції на АТ «Житомирський маслозавод».

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у роботі був застосований системний підхід, який враховує динамічну функціональну взаємодію між станом системи в цілому та розвитком і збалансованістю її складових елементів. Для реалізації цього підходу використовувалася сукупність методів, зокрема: логічне узагальнення, аналіз і порівняння, що дозволило визначити сутність та змістові характеристики щодо бізнес-планування інноваційної продукції на підприємстві; економіко-статистичні методи, які використовувалися для обробки статистичних даних під час діагностування фінансово-економічної діяльності підприємства.

Інформаційною базою дослідження є фінансова звітність підприємства, чинна нормативно-законодавча база, зведені дані економічного аналізу. В процесі написання роботи використано матеріали навчальних посібників, монографій, аналітичних статей, статистичної звітності, балансу, маркетингових досліджень.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ВИПУСКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1. Сутність, цілі та завдання бізнес-планування на підприємстві

За умов ринкової економіки жодне підприємство не може успішно функціонувати без детально розробленого плану. Практика підприємницької діяльності показує, що планування набуває все більшої важливості через швидкі зміни в ринковому середовищі. Чим більш мінливим і невизначеним стає середовище, тим більше уваги слід приділяти розробці стратегій та оперативних дій для їх реалізації. Впровадження підприємницького проекту, незалежно від його масштабів, сфери діяльності або форми організації бізнесу, неможливе без чіткого уявлення про перспективи діяльності, без розробки надійних орієнтирів та реального плану. Будь-яка підприємницька ідея, будь то створення нового бізнесу або вдосконалення існуючого, ставить багато різноманітних запитань, і для отримання обґрунтованих відповідей складається бізнес-план.

В економічній літературі бізнес-план розглядається з кількох аспектів [2–12]:

- як інструмент стратегічного планування розвитку підприємства;
- як самостійний інструмент внутрішньофірмового планування;
- як інструмент планування взаємовідносин із зацікавленими сторонами організації, від яких залежить загальний обсяг фінансування (за рахунок кредиторів, інвесторів) та ресурсне забезпечення;
- як плановий документ, що розробляється на рівні структурного підрозділу підприємства.

На основі синтезу цих підходів бізнес-план є письмовим документом, у якому викладена підприємницька ідея, шляхи та засоби її реалізації, ресурсне забезпечення та інші аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління в конкурентному мінливому середовищі. Потрібно розрізняти метод бізнес-планування та його конкретний результат у вигляді планового документа. Бізнес-планування як метод базується на системі знань щодо перспектив розвитку підприємства і дозволяє реалізовувати комплексність як принцип планування. У бізнес-плані як результаті формулюються перспективи та поточні цілі реалізації ідеї, оцінюються сильні та слабкі сторони бізнесу, наводяться результати дослідження ринку, описуються особливості функціонування підприємства за цих умов та визначаються обсяги необхідних ресурсів для реалізації проекту.

Бізнес-план у ринковій системі господарювання виконує дві ключові функції [2, с. 12]:

Зовнішню – надання інформації користувачам ділового світу про практичні аспекти реалізації конкретної підприємницької ідеї або проекту.

Внутрішню (життєво важливу для діяльності самого підприємства) – розробка або вдосконалення механізму самоорганізації, тобто створення цілісної, комплексної системи управління реалізацією підприємницького проекту (ідеї).

У межах внутрішньої функції бізнес-плану виділяються аспекти його практичного використання [11, с. 149] як інструменту стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства. Це включає визначення стратегічних напрямків і цілей діяльності, а також оперативних дій для їх досягнення.

Бізнес-план є основою для поточного планування ключових аспектів діяльності підприємства, сприяючи детальному розумінню працівниками їхніх

особистих завдань, пов'язаних із загальним бізнесом. Він також служить механізмом для аналізу, оцінки, прогнозування і контролю діяльності підприємства. Бізнес-план дозволяє аналізувати, оцінювати, обґрунтовувати та контролювати успішність діяльності під час реалізації підприємницького проекту, виявляти відхилення від плану і своєчасно реагувати на зміни в середовищі підприємства.

У ринковій системі господарювання бізнес-план є активним робочим інструментом управління, який служить відправною точкою для всієї планово-виконавчої діяльності підприємства. Він визначає оптимальні за часом та найменш ризиковані шляхи реалізації підприємницького проекту. Бізнес-план є комплексним документом, що відображає всі основні аспекти підприємницького проекту, включаючи широкий спектр проблем, з якими може зіткнутися підприємець, та визначає способи їх розв'язання.

Варто зазначити, що принципи управління на основі бізнес-плану передбачають необхідність урахування впливу різних факторів у процесі розробки конкретного бізнес-плану. У таблиці 1.1 наведені основні критерії бізнес-плану та ключові аспекти, на які слід звернути особливу увагу під час розробки цього документа [7, с. 38].

Зміст бізнес-планів визначається специфікою конкретного бізнесу, що обумовлюється основними факторами взаємовпливу та взаємозалежності з бізнес-плануванням, а саме [14, с. 90]: станом зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства; масштабом бізнесу (малий, середній, великий); характеристиками продукції (споживчий або інвестиційний товар, традиційний або інноваційний продукт), наданням послуг та їх особливостями (нові чи вдосконалені), виконанням робіт; джерелами потенційного фінансування (власний, позиковий, пайовий (акціонерний) капітал, змішане фінансування); специфічними галузевими та регіональними чинниками. На

нашу думку, актуальним залишається питання щодо законодавчо-нормативного поля розробки бізнес-плану в Україні, оскільки часті зміни нормативних актів та нестабільність створюють певні труднощі.

Бізнес-планування здебільшого застосовується на мікроекономічному рівні, хоча його елементи можуть використовуватися і на інших рівнях економіки країни.

Таблиця 1.1

Фактори впливу на процес розробки бізнес-плану

Критерій	Бізнес-план (БП)	Ключові моменти
1	2	3
1. Аудиторія користувачів	1. БП для внутрішнього користування	Містить приватну інформацію щодо перспектив розвитку підприємства, з максимально реалістичними розрахунками
	2. БП для зовнішнього користування	Встановлення ділового партнерства та формування позитивного іміджу підприємства завдяки повній інформації
	3. БП для отримання кредиту	Обґрунтування платоспроможності позичальника та методів зниження кредитного ризику
	4. БП для залучення інвестицій	Економічна обґрунтованість ефективності інвестицій та гарантія безпеки вкладених інвестиційних ресурсів
2. Характер об'єкта	1. БП створюваного підприємства	Докладно обґрунтовується вибір бізнес-сфери, організаційно-правова форма підприємства, а також проектується оптимальна структура управління.
	2. БП діючого підприємства	Визначає напрями та цілі розвитку підприємства, приділяючи особливу увагу забезпеченню його конкурентоспроможності шляхом реалізації бізнес-проектів.
3. Масштаб проблеми, що розв'язується	1. Локальний БП	Розробляється для підприємницьких проектів (нової або удосконаленої продукції чи послуг), реалізація яких підвищує прибутковість підприємства.
	2. Концептуальний БП	Створюється для обґрунтування суттєвих стратегічних змін у діяльності підприємства.
4. Цільове призначення	1. БП інвестиційного проекту	Обґрунтування доцільності проведення реконструкції, модернізації, переоснащення, переобладнання, реорганізації, реструктуризації та інших видів

Продовження таблиці 1.1

1	2	3
		капіталовкладень, а також їх ефективності.
	2. Корпоративний БП	Призначений для регулювання поточної діяльності підприємства, узагальнює цілі використання існуючих стратегічних зон господарювання та забезпечує їх ефективність.
5. Документальне оформлення	1. Інвестиційна пропозиція	Планові документи відрізняються рівнем деталізації матеріалу та характером створеного підприємства у сфері послуг або виробництва.
	2. Сублімований БП	
	3. Розгорнутий БП	
6. Ситуаційні особливості обґрунтування	1. БП реорганізації підприємства	Визначає цілі та порядок здійснення організаційних змін, викликаних змінами у середовищі підприємства.
	2. БП фінансового оздоровлення підприємства	Обґрунтування антикризових заходів для відновлення фінансової стійкості підприємства
	3. БП інноваційного проекту	Обґрунтування реалістичності та ринкової життєздатності запропонованих інновацій, правовому захисту об'єктів інтелектуальної власності
	4. БП диверсифікації діяльності	Для обґрунтування доцільності освоєння нових сфер бізнесу

Джерело: [7, с. 38-40]

Найбільшу користь приносить окремий бізнес-план, включений в систему регулярного менеджменту підприємства. Такий бізнес-план потребує [19, с. 99]:

- визначення центрів фінансової відповідальності в організаційній структурі;
- запровадження системи бюджетування (регулювання та контролю руху грошових потоків);
- забезпечення ефективного обміну інформацією між підсистемами бюджетного управління та бізнес-планування;

- впровадження механізму актуалізації бізнес-плану (порівняння планових і фактичних показників) та схеми постійного коригування планових показників з урахуванням змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі;
- забезпечення регулювання та координації виконання запланованих заходів;
- здійснення контролю виконання та коригування управлінських рішень залежно від впливу факторів середовища підприємства.

Впровадження бізнес-плану в діяльність підприємства має на меті перетворити його на постійно діючий управлінський інструмент. Тому процес формування бізнес-плану слід розпочинати з внутрішнього користування, щоб він став основою для документу, призначеного для зовнішніх користувачів. Як комплексний багатофункціональний документ, бізнес-план підприємства має кілька цілей, які узагальнено представлені в таблиці 1.2.

Сьогодні бізнес-план, як системно-комплексний документ, стає необхідним елементом компетентного та якісного управління вітчизняними підприємствами та організаціями. Отже, складання бізнес-плану є нагальною потребою [23, с. 174].

Розробка бізнес-плану є специфічним процесом у кожному конкретному випадку, тому фахівцями не може бути надано універсальної (стандартної) схеми його формування. Найбільш складною є процедура створення бізнес-плану для започаткування нового бізнесу, але узагальнення підприємницького досвіду та думок вчених і фахівців дозволяє виділити в процесі розробки бізнес-плану три стадії: початкову, підготовчу та основну [22, с. 51]. Ці стадії, на нашу думку, слід дослідити на основі компонентів «чорної скриньки» та процесу підготовки й реалізації управлінських рішень [25, с. 56] на підприємстві.

Таблиця 1.2

Основні цілі розробки бізнес-плану

№	Ціль бізнес-плану	Характеристика
1	Інструмент для залучення зовнішніх інвестицій (чи кредиту)	Бізнес-план містить інформацію про виробничі, ринкові, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу. Фінансові розрахунки пояснюють, скільки необхідно стартового капіталу, на які цілі будуть витратитися кошти, як будуть повертатися борги, який рівень ризику бізнесу тощо. Це створює надійну основу для побудови взаємин з потенційними кредиторами.
2	Основний інструмент комунікації між підприємцем і майбутніми постачальниками, продавцями та робітниками	За допомогою бізнес-плану підприємець переконує своїх майбутніх ділових партнерів і найманих працівників у перспективності запропонованої ідеї та наявності реальної програми її успішної реалізації. Бізнес-план стандартизує процедуру ознайомлення з бізнесом, заощаджує час, упорядковує контакти і прискорює процес впровадження.
3	Спосіб моделювання системи управління майбутнім бізнесом	Успіх підприємницької діяльності визначають три фактори: правильне розуміння реальної ситуації, чітка постановка цілей, якісне планування процесів переходу з одного стану в інший. Бізнес-план вирішує ці проблеми, забезпечуючи бізнесу успіх.
4	Спосіб попереднього визначення перешкод і запобігання виникненню проблем на шляху до успіху	Формування бізнес-плану примушує моделювати ситуації, розробляти різні сценарії, визначати проблеми, які можуть завадити реалізації планів, і передбачати способи їх подолання. Це дає змогу уникнути ускладнень або належним чином до них підготуватися.
5	Спосіб саморозвитку та вдосконалення особистих управлінських якостей підприємця та його команди	У процесі розробки бізнес-плану підприємець та його команда набувають досвіду оцінки умов конкуренції, засобів просування товарів на ринок, використання переваг бізнесу, фінансового планування тощо. Навіть якщо ця інформація базується на припущеннях, процес її усвідомлення є корисним для набуття компетенцій.
6	Можливість перевірки реалістичності підприємницької ідеї до її практичної реалізації	Під час підготовки бізнес-плану може з'ясуватися, що за даних економічних умов здійснення проекту є нереальним або економічно недоцільним. Краще це виявити на етапі планування, ніж після витрат на його реалізацію.

Джерело: [25, с. 56].

Результативність діяльності підприємства та перспектива набуття конкурентних переваг значною мірою залежать від обґрунтованості, якості та

ефективності управлінських рішень. Система якості є інтегрованим процесом управління, спрямованим на реалізацію цілей підприємства при мінімізації витрат та забезпеченні узгодженого функціонування всіх елементів як єдиного цілого на основі постійного вдосконалення управління якістю у всіх сферах діяльності [22, с. 12]. Управління якістю гарантує задоволення вимог ринку (споживачів) відповідно до міжнародних та національних стандартів ISO серії 9000-9004, що передбачає поліпшення якості процесів в організації. Це стосується, зокрема, розробки всіх документів та управлінських рішень у діяльності підприємств. Дослідження значущості (стратегічних, тактичних та оперативних) та якості управлінських рішень показують, що кількість оперативних рішень значно перевищує кількість тактичних і стратегічних, проте найбільш ресурсоемними залишаються стратегічні рішення [22, с. 15].

При прийнятті управлінських рішень згідно з метою підприємства для успішного функціонування та перспективного розвитку здійснюється головна функція менеджменту – координація та регулювання всіх видів діяльності з урахуванням негативного й позитивного взаємовпливу факторів середовища. На основі проведених досліджень (понад 10 робіт) управлінське рішення визначається як конкретні та обґрунтовані дії осіб, спрямовані на об'єкт (суб'єкт). Управлінські рішення, перш за все [26, с. 81]: 1) аналізуються й оцінюються на варіативній основі за системою критеріїв та ефективністю вирішення проблеми; 2) прогнозуються на основі оптимізації та економічного обґрунтування; 3) вибирається оптимальна альтернатива на основі проблемної ситуації; 4) забезпечується реалізація найефективнішого варіанта.

Підприємство є відкритою складною соціально-економічною системою, яка функціонує у конкурентному середовищі й потребує своєчасного й оперативного реагування на зміни всіх рівнів (макро-, мезо-, мікро) та вирішення виникаючих проблемних ситуацій на основі економічного

обґрунтування та оцінки ефективності. Це обумовлює необхідність врахування впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на функціонування та розвиток підприємства під час підготовки, розробки та реалізації управлінських рішень. Усе це потребує визначення параметрів і умов забезпечення якості та ефективності управлінських рішень. На нашу думку, це можна здійснити на основі системного підходу, враховуючи компоненти «чорної скриньки» у поєднанні зі стадіями процесу підготовки та реалізації управлінських рішень.

Відповідно до основних взаємозалежних стадій (підготовка до розробки-прийняття-реалізація) управлінських рішень та компонентів «чорної скриньки» (вхід-процес у системі-вихід) формується інформаційний простір (вхід), на підставі якого створюється інформаційне поле для інформаційно-пошукової системи конкретного бізнес-плану (виробництво продукції, надання послуг, виконання робіт). Це надає можливість систематизувати, обробляти та узагальнювати інформаційні дані для кожного бізнес-плану та формувати бази даних, на основі яких будуть розроблені розділи бізнес-плану. Таким чином, здійснюється процес розробки документа на підприємстві, використовуючи арсенал інструментів, необхідних для цього процесу, з урахуванням особливостей та специфічності запропонованої підприємницької ідеї чи проекту. Формування розділів бізнес-плану як стандартного документа на виході «чорної скриньки» забезпечить розробку всіх його підрозділів. По кожному підрозділу бізнес-плану слід розробляти комплекс управлінських рішень (УР) за стадіями цього процесу (рис. 1).

Метою управлінської діяльності є досягнення економічної ефективності шляхом використання відповідного арсеналу (форм, методів, прийомів, способів, інструментів тощо) для обробки великого обсягу даних, визначення проблеми, виявлення найбільш впливових факторів і забезпечення якісного

виконання завдань відповідно до визначених цілей та шляхів їх вирішення. Фахівцями, практиками та вченими рекомендується [27, с. 49] близько 20 підходів до процесу розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень (системний, логічний, відтворювально-еволюційний, інноваційний, комплексний, глобальний, інтеграційний, віртуальний, маркетинговий, ексклюзивний, функціональний, процесний, структурний, ситуаційний (варіативний), нормативний, оптимізаційний, директивний (адміністративний), діловий). Ці підходи використовуються залежно від особливостей дослідження, орієнтованості, логічності, концентрованості, призначеності, спрямованості, визначеності, взаємозалежності, регламентованості, перспективності тощо.

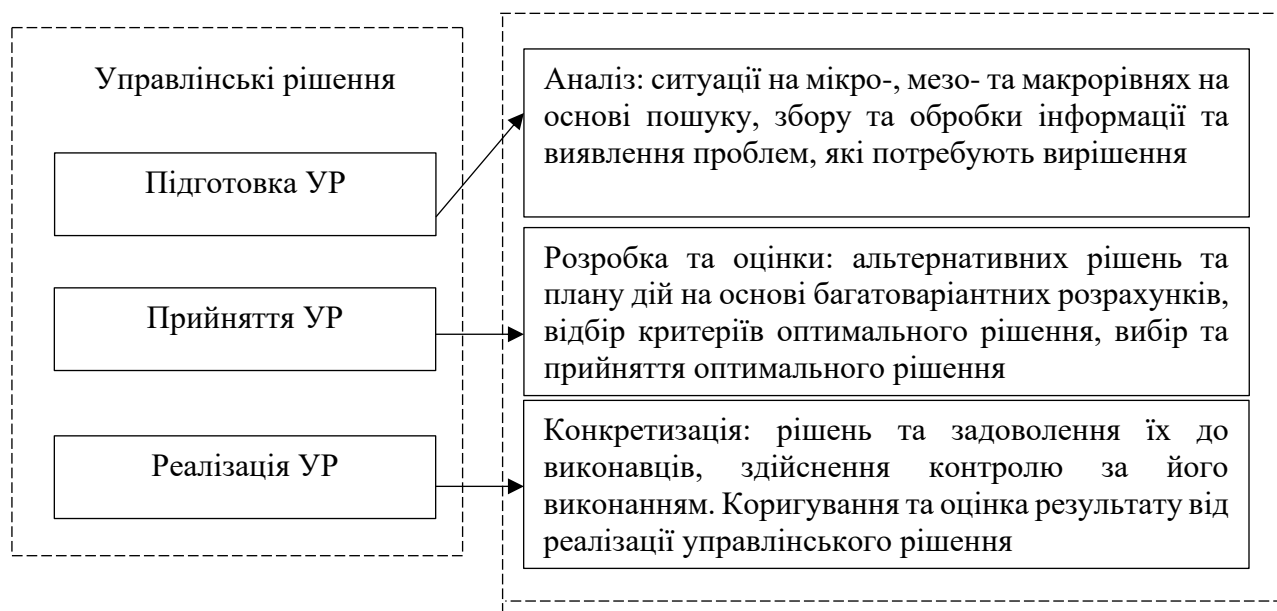


Рис. 1.1. Процес підготовки та реалізації управлінських рішень

Джерело: [25, с. 56].

Відповідно до принципів якості, які враховують взаємозв'язок, взаємобалансованість, повноту обліку всіх потреб, взаємодію факторів, взаємозалежність різних рівнів, єдність вимірювань, мотивацію інтересів

особистостей, облік зовнішньоекономічних аспектів, сумісність об'єктів і суб'єктів, оцінку поєднання внутрішнього та зовнішнього оцінювання тощо, буде максимально забезпечено розвиток та вдосконалення управління якістю на основі сформованого бізнес-плану.

На рис. 1.2 показані основні складові для розробки бізнес-плану підприємства (для нової або вдосконаленої продукції чи послуги, нового чи діючого підприємства, проекту тощо).



Рис. 1.2. Взаємозв'язок визначальних факторів зовнішнього і внутрішнього середовища для розробки бізнес-плану підприємства

Джерело: [12, с. 65]

Поведінка суб'єкта управління базується на принципах управління під час виконання функцій, що повинно забезпечувати повноту, об'єктивність, достовірність і логічність обґрунтування управлінських рішень у бізнес-плані. Як було раніше зазначено, технологія, тобто послідовність розробки бізнес-плану, включає три стадії, які, на нашу думку, потребують уточнення і

доопрацювання відповідно до запропонованого підходу до формування цього документа. Перша стадія пропонується як інформаційно-пошукова для розробки бізнес-плану, на якій здійснюється пошук перспективної підприємницької ідеї.

Розробка бізнес-плану для заснування нового бізнесу починається з прийняття основних рішень, що закладаються в його основу, а саме : 1) пошук підприємницької ідеї; 2) вибір сфери діяльності; 3) обґрунтування доцільної форми організації бізнесу; 4) прийняття рішення щодо способу започаткування бізнесу.

Найважливішим етапом, від якого залежить багато інших рішень щодо створення бізнесу, є пошук ідеї майбутнього бізнесу. Основними джерелами таких ідей є: вивчення та аналіз запитів і побажань споживачів; критичний аналіз товарів (послуг), що випускаються (або надаються); спілкування з продавцями торговельних закладів; вивчення технічної літератури та патентної інформації; результати власних досліджень і розробок. Для пошуку підприємницьких ідей використовуються різноманітні методи, такі як «мозковий штурм», конференції ідей, «колективний блокнот», контрольні запитання, фокальні об'єкти тощо [7, с. 41].

Вибір сфери підприємницької діяльності (виробництво, оптова торгівля, роздрібна торгівля, послуги, будівництво, фінансова діяльність тощо) здійснюється з урахуванням: 1) сутності та спрямованості ідеї майбутнього бізнесу; 2) особистих факторів (власний практичний досвід і потенціал, наявність відповідної освіти та знань, відповідність сфери бізнесу інтересам і вподобанням підприємця); 3) зовнішніх факторів (реальна економічна ситуація, заборонені законодавством сфери діяльності, необхідність ліцензування діяльності, державні пріоритети в розвитку окремих галузей, сучасні та майбутні потреби споживачів, ступінь конкуренції в галузі, стадії

життєвого циклу виробів, наявність необхідних ресурсів, інші специфічні зовнішні фактори).

Будь-яка підприємницька діяльність відбувається в межах певної організаційної форми. Процедура вибору організаційно-правової форми бізнесу передбачає: 1) визначення форм організації бізнесу, які відповідають законодавству України; 2) виокремлення особливостей, переваг і недоліків кожної з цих форм; 3) визначення критеріїв вибору форми організації бізнесу (ступінь відповідальності, податкова ситуація, обсяг фінансових потреб для започаткування бізнесу, ступінь контролю за фірмою, можливість залучення інших власників, наявність управлінських здібностей у підприємця, можливість зростання бізнесу в майбутньому або простота його ліквідації); 4) безпосередній вибір форми організації бізнесу.

Основними питаннями опрацювання концепції майбутнього бізнесу є також вибір способу започаткування бізнесу. Традиційно існують три основні способи започаткування бізнесу: 1) створення нового підприємства «з нуля»; 2) придбання існуючої фірми; 3) придбання франшизи, тобто ліцензії, що надає підприємцеві (фірмі) право на продаж (виробництво, здійснення певної діяльності) товарів чи послуг відомої великої фірми [8, с. 102].

Отже, можна зазначити, що розробка бізнес-плану для заснування нового бізнесу є складним і багатоступеневим процесом, який вимагає ретельного підходу до прийняття ключових рішень. Основні етапи цього процесу включають пошук перспективної підприємницької ідеї, вибір сфери діяльності, обґрунтування організаційно-правової форми бізнесу та визначення способу започаткування бізнесу. Кожен з цих етапів потребує врахування як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, аналізу можливостей та ризиків, а також застосування різноманітних методів і підходів для забезпечення економічної ефективності та успішного функціонування

підприємства. Це комплексний підхід, який дозволяє створити надійну основу для майбутнього бізнесу, забезпечуючи його конкурентні переваги та стабільний розвиток.

1.2. Етапи розробки бізнес-планування випуску інновації молочної продукції

Розробка бізнес-плану для випуску інноваційної молочної продукції є складним і багатоступеневим процесом, який вимагає ретельного планування та аналізу. Основна мета цього процесу – забезпечити успішний запуск нового продукту на ринок, мінімізуючи ризики та максимізуючи прибутковість. Кожен етап бізнес-планування відіграє ключову роль у досягненні цієї мети, забезпечуючи всебічне охоплення всіх аспектів проекту – від початкової ідеї до кінцевої реалізації [13, с. 127].

В таблиці 1.3 наведено основні етапи розробки бізнес-плану для випуску інноваційної молочної продукції. Кожен етап детально описаний, що допоможе зрозуміти, які кроки необхідно зробити для успішної реалізації проекту, які фактори врахувати та які результати очікувати.

Таблиця 1.3

Етапи розробки бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції

№	Етап	Опис
1	Ініціація проекту	Визначення основної ідеї інноваційної молочної продукції, включаючи вивчення ринку та формулювання ідеї.
2	Дослідження та аналіз	Глибоке дослідження всіх аспектів майбутнього продукту: аналіз попиту і пропозиції, технологічний аналіз, фінансовий аналіз.

Продовження таблиці 1.3

3	Розробка концепції	Формулювання концепції продукту і розробка його базової структури: розробка рецептури, пілотне виробництво, планування виробництва.
4	Маркетингова стратегія	Розробка плану виходу на ринок та просування продукту: визначення цільового ринку, брендинг і упаковка, вибір маркетингових каналів.
5	Фінансове планування	Складання детального бюджету проекту, розробка фінансових прогнозів, пошук джерел фінансування.
6	Управління ризиками	Ідентифікація потенційних ризиків та розробка стратегій їх мінімізації: аналіз ризиків, план управління ризиками.
7	Реалізація бізнес-плану	Втілення плану в життя: запуск виробництва, налагодження процесів, контроль якості, реалізація маркетингових активностей, моніторинг і контроль за виконанням плану.
8	Оцінка результатів та коригування	Оцінка досягнутих результатів: аналіз фінансових показників, збір зворотного зв'язку від споживачів, коригування стратегії на основі отриманих даних.

Джерело: [19, с. 99].

Дана таблиця окреслює основні етапи розробки бізнес-плану для випуску інноваційної молочної продукції, забезпечуючи структурований підхід до планування та реалізації проекту.

Розробка бізнес-плану для випуску інноваційної молочної продукції включає кілька ключових етапів, кожен з яких є важливим для забезпечення успіху проекту. Цей процес є комплексним і вимагає системного підходу для досягнення бажаних результатів. Зробимо аналіз кожного з етапів:

1. Ініціація проекту

Першим кроком є визначення основної ідеї інноваційної молочної продукції. На цьому етапі важливо провести ретельне вивчення ринку, щоб

зрозуміти потреби споживачів, ринкові тренди та конкурентну ситуацію. Формулювання ідеї повинно базуватися на виявлених можливостях та інноваціях, які можуть виділити продукт серед конкурентів.

2. Дослідження та аналіз

Наступний етап включає глибоке дослідження всіх аспектів майбутнього продукту. Аналіз попиту і пропозиції дозволяє зрозуміти потенційну ринкову нішу для продукту. Технологічний аналіз допомагає визначити можливості виробництва і необхідні ресурси, а фінансовий аналіз — оцінити економічну доцільність проекту. Цей етап є критично важливим для формування основи подальших рішень.

3. Розробка концепції

На цьому етапі формулюється концепція продукту і розробляється його базова структура. Це включає розробку рецептури інноваційної молочної продукції, проведення пілотного виробництва для тестування якості та сприйняття споживачами, а також планування виробничих процесів. Важливо забезпечити, щоб концепція продукту була чітко визначена і мала реальні перспективи для втілення.

4. Маркетингова стратегія

Розробка плану виходу на ринок та просування продукту є наступним ключовим етапом. Визначення цільового ринку дозволяє сфокусувати зусилля на найбільш перспективних сегментах. Брендинг і упаковка повинні відображати інноваційність і привабливість продукту. Вибір маркетингових каналів є критичним для ефективного просування продукту і досягнення широкого охоплення аудиторії.

5. Фінансове планування

Складання детального бюджету проекту та розробка фінансових прогнозів допомагають оцінити необхідні інвестиції та передбачити майбутні

витрати і доходи. Пошук джерел фінансування є важливим завданням, яке може включати власні кошти, кредити, інвестиції тощо. Фінансове планування забезпечує економічну обґрунтованість проекту і його життєздатність.

6. Управління ризиками

Ідентифікація потенційних ризиків та розробка стратегій їх мінімізації є невід'ємною частиною бізнес-планування. Аналіз ризиків дозволяє виявити можливі загрози для проекту і розробити план дій у разі їх виникнення. Це допомагає підготуватися до непередбачуваних обставин і забезпечити стійкість проекту.

7. Реалізація бізнес-плану

На цьому етапі відбувається втілення всіх попередніх планів у життя. Це включає запуск виробництва, налагодження процесів, контроль якості продукції, а також реалізацію маркетингових активностей. Моніторинг і контроль за виконанням плану є критичними для забезпечення відповідності реальних дій до запланованих цілей і завдань.

8. Оцінка результатів та коригування

Останній етап передбачає оцінку досягнутих результатів, що включає аналіз фінансових показників, збір зворотного зв'язку від споживачів та внесення необхідних коректив у стратегію. Оцінка результатів дозволяє виявити сильні і слабкі сторони проекту, а також визначити напрями для подальшого вдосконалення. [15, с. 56]

Таким чином, кожен з етапів розробки бізнес-плану є важливим для успішної реалізації проекту з випуску інноваційної молочної продукції. Цей процес забезпечує всебічний підхід до планування та управління, що дозволяє мінімізувати ризики та максимізувати шанси на успіх.

Висновки до розділу 1

Бізнес-планування є ключовим процесом для будь-якого підприємства, що прагне досягти успіху та стабільного розвитку. Сутність бізнес-планування полягає у створенні детального документа, який окреслює стратегію розвитку підприємства, шляхи досягнення поставлених цілей, оцінює потенційні ризики та можливості. Цей документ слугує основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, залучення інвестицій та встановлення ділових контактів. Бізнес-планування допомагає підприємцю бачити чітку картину майбутнього бізнесу, а також надає інструменти для контролю та коригування процесу реалізації ідей.

Розробка бізнес-плану для випуску інноваційної молочної продукції є складним і багатоступеневим процесом, який вимагає ретельного аналізу та планування на кожному етапі. Від початкової ідеї до остаточної реалізації, кожен етап – ініціація проекту, дослідження та аналіз, розробка концепції, маркетингова стратегія, фінансове планування, управління ризиками, реалізація бізнес-плану та оцінка результатів з коригуванням – відіграє важливу роль у забезпеченні успіху проекту.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВА АТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»

2.1. Характеристика підприємства АТ «Житомирський маслозавод»

У 1981 році було створено Житомирський маслозавод, який розміщувався на місці колишнього Житомирського м'ясокомбінату, що діяв до 1976 року. Протягом періоду з 1976 по 1981 роки пройшла комплексна реконструкція приміщень заводу. Починаючи з 1981 року, поетапно були введені в експлуатацію виробничі цехи, які займалися виготовленням тваринного масла, сухого знежиреного молока та морозива.

У 1996 році завод був приватизований і перетворений на ПАТ «Житомирський маслозавод». З 1 квітня 1998 року, ПАТ «Житомирський маслозавод» почав випускати свою продукцію під торговою маркою «Рудь».

Вибір цієї назви був зроблений на загальних зборах трудового колективу як вияв визнання для їхнього керівника, оцінки його знань і організаторських здібностей. Було розглянуто понад 60 варіантів назв для торгової марки, проте в результаті було вирішено надати бренду ім'я директора заводу. Таке рішення не було зумовлене особистими амбіціями, але його метою було забезпечити споживачам конкретну особу, яка відповідає за дії компанії та виконання обіцянок, пов'язаних з продукцією.

АТ «Житомирський маслозавод» здійснив стратегічний крок у розвитку, який виявився вирішальним для розширення його впливу за межі регіону. У середині 90-х років український ринок морозива став свідком сильної конкуренції з боку польських виробників, що зайняли значну частину внутрішнього ринку. Проте, введення нових митних правил призвело до

миттєвого припинення поставок польського імпорту, відкривши великий сегмент ринку для українських виробників. На той момент українські виробники морозива, зазвичай, не мали достатньої потужності, щоб конкурувати на загальнодержавному рівні. Однак АТ «Житомирський маслозавод» вже був лідером у своєму регіоні, і почав активно розширювати свою діяльність на всі території України, а пізніше - і за її межами, включаючи країни Європи, Ізраїль, Японію та США.

АТ «Житомирський маслозавод» виступає провідним переробним підприємством у своєму регіоні, спеціалізуючись на виробництві широкого асортименту молочної продукції. Його продукція є популярною не лише на внутрішньому ринку України, а й у багатьох інших країнах, включаючи Ізраїль, Молдову, Голландію, Болгарію, країни Східної Європи та інші. Компанія активно розвиває свою мережу торгових представництв і дилерських мереж, акцентуючи увагу на їхньому розвитку. Особливу увагу приділяється розширенню асортименту продукції та її успішному популяризації на ринках збуту.

Основною продукцією заводу є морозиво, виробництво якого становить понад 100 тонн на добу. Компанія активно працює над створенням та розвитком преміум-сегменту морозива, що вважається перспективним напрямком розвитку галузі, проте при цьому не збирається відмовлятися від виробництва морозива середнього та низького сегментів.

Крім морозива, АТ «Житомирський маслозавод» виробляє різноманітні продукти, такі як вершкове масло, сухе знежирене молоко, вершки, сметана, пастеризоване та пряжене молоко, кефір, ряжанка, фруктові йогурти, глазуровані сирки під торговими марками «Пустунчик», заморожені суміші, гриби, овочі та ягоди під торговою маркою «Шеф-Кухар».

В молочній галузі, де працює дане підприємство, економічні умови складні, оскільки основні постачальники, такі як сільськогосподарські підприємства та приватні селянські господарства, не завжди відповідають технологічним стандартам для переробки молока.

Продукція компанії продається за допомогою дистриб'юторських договорів. Найбільшими покупцями, які становлять не менше 5% від загального обсягу продажів, є ТОВ «Айс Тім» (9%), ТОВ ТФ «Рудь» (9%), ТОВ «АТБ Маркет» (8%) та ФОП Дячун В.Г. (7%). Угоди з цими покупцями стосуються молочної продукції та заморожених овочів.

Основними ризиками в діяльності компанії є значна залежність від банківських кредитів, скорочення сировинної бази, якість сировини з певними недоліками та висока собівартість продукції.

Для захисту своєї діяльності та розширення виробничих потужностей і ринків збуту, АТ «Житомирський маслозавод» співпрацює з компанією «Рудь», яка є лідером серед українських виробників морозива. Компанія «Морозиво № 1» не просто є рекламним гаслом, але є основною метою існування компанії.

Навіть найвимогливіші споживачі можуть знайти свій смак у широкому асортименті продукції. Компанія має команду висококваліфікованих менеджерів з великим досвідом роботи та професійною освітою.

АТ «Житомирський маслозавод» визнає важливість забезпечення високої якості та безпеки своєї продукції, а також збереження екологічного балансу. Для досягнення цих цілей вони вживають ряд заходів: планують розвиток та модернізацію виробництва з використанням передових технологій, спрямованих на енерго- та ресурсозбереження; постійно вдосконалюють систему управління якістю, безпекою продукції та екологічним менеджментом, відповідно до стандартів ISO 9001:2008, ISO

22000:2005, ISO 14001:2004; розробляють та впроваджують систему управління безпечністю харчових продуктів у виробництві молока та морозива, відповідно до стандартів ISO 22000:2005, що передбачає постійну ідентифікацію, оцінку та контроль ризиків.

Метою компанії є збільшення обсягів виробництва, привертання нових клієнтів та покращення якості продукції. Вони активно вивчають потреби та вимоги споживачів, розробляють програми зворотного зв'язку через «гарячу» лінію, ведуть маркетингові дослідження та організовують дегустації продукції. Місія АТ «Житомирський маслозавод» полягає у наданні тепла та задоволення кожному споживачеві. Вони прагнуть стати провідним виробником морозива в Україні, застосовуючи передові технології та досягаючи максимальної продуктивності.

Цінності компанії включають відповідальність перед споживачами за якість та безпеку продукції, перед працівниками за підвищення соціальних стандартів, перед суспільством за поліпшення екологічного стану та дотримання законодавчих норм у сфері корпоративного управління.

АТ «Житомирський маслозавод» відчуває повну відповідальність за якість і безпеку своєї продукції, а також за вплив на екологію. Для досягнення цих цілей вони вживають наступні заходи: планують розвиток та модернізацію виробництва, використовуючи ефективні технології з мінімізацією відходів; постійно вдосконалюють систему управління якістю, безпекою продукції та екологічним менеджментом за міжнародними стандартами ISO; розробляють та впроваджують систему управління безпечністю харчових продуктів у виробництві молока та морозива згідно з вимогами стандартів ISO 22000.

Мета компанії полягає у збільшенні обсягів виробництва, привертанні нових клієнтів та покращенні якості продукції. Вони активно реагують на

потреби споживачів, проводять маркетингові дослідження та забезпечують можливість зворотного зв'язку через «гарячу» лінію та інші канали.

Місія АТ «Житомирський маслозавод» полягає в наданні задоволення кожному споживачеві за допомогою високоякісного морозива. Вони прагнуть стати провідним виробником морозива в Україні, застосовуючи передові технології та досягаючи максимальної продуктивності.

Основні цінності компанії включають відповідальність перед споживачами за якість та безпеку продукції, перед працівниками за підвищення соціальних стандартів, перед суспільством за покращення екологічного стану та дотримання законодавчих норм.

Структура управління АТ «Житомирський маслозавод» включає різноманітні служби та відділи, які співпрацюють між собою для забезпечення ефективного функціонування підприємства. Така організаційна структура розподіляє відповідальності та повноваження між різними підрозділами з метою оптимізації управління та забезпечення координації діяльності (Додаток А).

Управління підприємством базується на лінійно-функціональному підході, де кожен функціональний підрозділ підпорядковується головному керівнику. Керівники цих підрозділів приймають рішення, які потім втілюються через головного керівника або через відповідних виконавчих керівників.

Організаційна структура включає такі служби та відділи:

1. Комерційний департамент, який включає в себе відділи збуту, маркетингу, закупівель молока, транспорту та комерційного управління.

2. Виробничий сектор, що охоплює виробничі, технологічні, технічні, капітально будівельні, енергетичні та механічні відділи, а також ключові цехи підприємства.

3. Фінансовий відділ, що включає бухгалтерію, планово-економічний відділ і фінансове управління.

4. Прямі підпорядковані голові правління підрозділи включають відділ якості та безпеки продукції та екологічного управління, відділ кадрів, юридичний відділ, відділ охорони праці, службу охорони, їдальню та виробничу лабораторію.

Така структура дозволяє ефективно координувати роботу різних функціональних підрозділів для досягнення стратегічних цілей підприємства.

2.2. Аналіз фінансово-економічного стану підприємства

Аналіз таблиці 2.1 вказує на те, що середньорічна вартість необоротних активів АТ «Житомирський маслозавод» зменшилася протягом періоду 2020-2022 років на 251479 тис. грн, а вартість оборотних активів також скоротилася на 1083 тис. грн. Зменшення середньорічної вартості оборотних активів свідчить про тенденцію до зменшення інвестицій у оборотні засоби для розвитку підприємства АТ «Житомирський маслозавод».

Таблиця 2.1

Основні економічні показники господарської діяльності підприємства 2020–2022

рр.*

Показники	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р.	
	2020	2021	2022	+,-	%
1. Чистий дохід (виручка), тис. грн.	926736	1003350	1186576	259840	128,04
2. Валовий прибуток, тис. грн.	242760	257128	285185	42425	117,48
3. Операційний прибуток, тис. грн.	96281	80164	98245	1964	102,04
4. Чистий прибуток, тис. грн.	65180	48571	71578	6398	109,82
5. Середньооблікова чисельність працівників, осіб.	135	136	148	12	109,63

Продовження таблиці 2.1

6. Середньорічна вартість:					
• необоротних активів, тис. грн.	251821	306254	337629,2	85808,2	134,08
• в т.ч. основних засобів, тис. грн.	223322,5	280455,5	298225,5	74903	133,54
• оборотних активів, тис. грн.	251821	177950	204526	-47295	81,22
7. Фондовіддача	0,69	0,61	0,80	0,11	115,94
8. Фондоозброєність, тис. грн./особу.	2444,6	2764,4	1843,9	-600,7	75,43
9. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,35	1,41	5,80	4,45	у 4,2 п.б.
10. Продуктивність праці, тис. грн./особу.	6814,2	6779,4	8017,41	1203,21	117,66
11. Середньомісячна заробітна плата одного працівника, грн.	7,36	8,22	11,2	3,84	152,17
12. Рентабельність господарської діяльності, %	10,18	6,68	7,46	-2,76	х
13. Рентабельність активів підприємства, %	3,86	2,51	3,69	-0,17	х
14. Рентабельність власного капіталу, %	5,59	3,26	4,80	-0,79	х

*Розраховано згідно даних підприємства

Середньооблікова кількість працівників виявила тенденцію до зростання на 12 осіб. Однак, через більше значне збільшення вартості необоротних активів порівняно з ростом чисельності персоналу, фондоозброєність скоротилася на 600,7.

Фондовіддача вказує на те, скільки валового доходу генерує підприємство за кожен гривню, вкладену в основні засоби. За цим показником можна помітити, що АТ «Житомирський маслозавод» зменшило свої доходи в 2020 році порівняно з 2022 роком на 0,11 гривні, становлячи 0,80 гривні доходу на кожен гривню вкладених коштів у 2022 році.

Продуктивності праці – це показник трудової діяльності працівників. Продуктивність праці за чисельністю працівників збільшилася на 1203,21 грн. на особу.

Коефіцієнт оборотності оборотних засобів показав збільшення у 2022 році на 4,45 у порівнянні з 2020 роком, що свідчить про стале покращення управління запасами, дебіторською заборгованістю, грошовими коштами та іншими оборотними активами на підприємстві. Це позитивний сигнал і вказує на ефективну політику управління ресурсами компанії протягом періоду аналізу.

Середньорічна заробітна плата на підприємстві виявила тенденцію до зростання в 2022 році порівняно з 2020 роком на 3,84 тис. грн, що свідчить про збільшення оплати праці працівників, що сприяло цьому зростанню.

Рентабельність господарської діяльності спостерігала тенденцію до зменшення в 2022 році у порівнянні з 2020 роком на 2,76 пунктів. Це вказує на те, на скільки зменшився прибуток від господарської діяльності на 1 гривню загальних витрат у підприємства АТ «Житомирський маслозавод».

Рентабельність активів зменшилася на 0,17 пункти у 2022 році в порівнянні з 2020 роком. Таке зменшення вплинуло оптимізація структури оборотних активів та збільшення суми чистого прибутку на підприємстві.

Рентабельність власного капіталу в 2022 році зменшилася на 0,79 пункти порівняно з 2020 роком, що вказує на зниження прибутку, що припадає на кожен гривню власного капіталу, і свідчить про меншу ефективність використання цього капіталу.

В таблиці 2.15 проведемо характеристику витрат та доходів АТ «Житомирський маслозавод» за 2020-2022 рр.

За результатами таблиці 2.15 можна зробити висновок, що загальний чистий дохід на кінець періоду зрос на 9,82 пункти, а інші операційні витрати зросли на 59,12 пункти.

Загальні доходи підприємства мали тенденцію до зменшення, що свідчить на підприємстві зменшилася реалізація продукції (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Динаміка показників формування фінансових результатів підприємства
2020-2022 рр.*

Показники	Роки			Відхилення 2022 р. до -2020 рр.	
	2020	2021	2022	+	%
				-	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	926736	1003350	1186576	259840	128,04
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	926736	746222	901391	-25345	97,27
Валовий: прибуток (збиток)	242760	257128	285185	42425	117,48
Інші операційні доходи	2464	1976	1965	-499	79,75
Адміністративні витрати	23475	31295	30729	7254	130,90
Витрати на збут	120206	143731	149803	29597	124,22
Інші операційні витрати	5262	3914	8373	3111	159,12
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)	96281	80164	98245	1964	102,04
Інші фінансові доходи	2326	2523	53	-2273	2,28
Фінансові витрати	12443	15983	8848	-3595	71,11
Інші витрати	1738	5282	8499	6761	у 4,8 р.б.
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	84819	61815	81344	-3475	95,90
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	65180	48571	71578	6398	109,82

*Розраховано згідно даних підприємства

Загальна сума витрат мала тенденцію до збільшення, як бачимо з таблиці, яке також спричинене зі зростанням цін на сировину та енергоносії АТ «Житомирський маслозавод» (табл. 2.3).

Розмір матеріальних витрат у 2022 році збільшився на 25,5% в порівнянні з 2020 роком, однак їх структура зменшилася на 2,78 пункти. Обсяг витрат на оплату праці також зрос на 18,3% у 2022 році порівняно з 2020 роком. Проте, даними з таблиці 2.6, рівень заробітної плати на підприємстві вважається низьким, тому таких витрат є недостатньо. Незважаючи на це,

динаміка збільшення цієї категорії витрат є позитивною. Інші операційні витрати підприємства також зросли на 16,2% у 2022 році.

Таблиця 2.3

Динаміка та структура операційних витрат підприємства*

Показники	Роки						Відхилення 2022 р. до 2020 р.		
	2020		2021		2022		+, -	%	п.с.
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%			
Матеріальні затрати	514237	71,73	513110	66,0 6	645843	68,95	131606	125,5	-2,78
Витрати на оплату праці	63984	8,93	67142	8,64	75715	8,08	11731	118,3	-0,85
Відрахуванн я на соціальні заходи	22348	3,11	22951	2,96	25730	2,75	3382	115,1	-0,36
Амортизація	38111	5,32	46242	5,95	59433	6,34	21322	155,9	1,02
Інші операційні витрати	78226	10,91	127330	16,3 9	130008	13,88	51782	116,2	2,97
Разом	716906	100	776775	100	936729	100	219823	130,7	x

*Розраховано згідно даних підприємства

Показники оцінки ефективності господарської діяльності АТ «Житомирський маслозавод» представимо в таблиці 2.4.

Коефіцієнт рентабельності активів зазнав зниження на 0,17 пункти у 2022 році порівняно з 2020 роком. Таке зменшення може бути зумовлене можливим зниженням оптимізації структури оборотних активів, а також зменшенням суми чистого прибутку на підприємстві.

У 2022 році спостерігалася тенденція до зниження коефіцієнта рентабельності власного капіталу на 0,79 пункти у порівнянні з 2020 роком. Зазначений показник вказує на обсяг прибутку, що генерується з кожного гривні власного капіталу, і свідчить про зменшення ефективності використання цього капіталу.

Таблиця 2.4

Показники рентабельності (прибутковості) АТ «Житомирський маслозавод»*

Показники	Оптимальні значення	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р., +/-
		2020	2021	2022	
Коефіцієнт рентабельності активів	> 0 (збільшення)	3,86	2,51	3,69	-0,17
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	> 0 (збільшення)	5,59	3,26	4,80	-0,79
Коефіцієнт рентабельності реалізації	> 0 (збільшення)	0,07	0,05	0,08	0,01
Коефіцієнт рентабельності виробництва продукції	> 0 (збільшення)	0,09	0,07	0,11	0,02

*Розраховано згідно даних підприємства

Коефіцієнт рентабельності реалізації відзначається тенденцією до зростання, що свідчить про підвищення прибутковості підприємства від продажу продукції. Також зауважується збільшення коефіцієнта рентабельності виробництва продукції, що свідчить про прибутковість діяльності АТ «Житомирський маслозавод».

Аналіз проведених розрахунків дозволяє підприємству виявити його слабкі сторони, визначити негативні фактори, що призвели до них, і прийняти належні управлінські рішення для підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності.

Виробнича діяльність підприємства АТ «Житомирський маслозавод» є ключовим елементом для забезпечення його фінансової стабільності та

успішності. Чим ефективніше підприємство виробляє продукцію, тим більше прибутку воно може отримати. Але важливо враховувати, що фінансовий успіх підприємства також залежить від його соціальної політики та соціального розвитку.

Завдяки стабільному виробництву та збільшенню продуктивності, підприємство може забезпечити стійкий дохід для своїх працівників, що в свою чергу сприяє поліпшенню життєвого рівня працівників та їхніх сімей, що має позитивний вплив на соціальну сферу. Успішна виробнича діяльність приносить достатні прибутки, що АТ «Житомирський маслозавод» інвестує у соціальну інфраструктуру свого регіону, таку як будівництво скверів та дитячих майданчиків тощо та сприяє покращенню якості життя мешканців.

Отже, виробнича діяльність АТ «Житомирський маслозавод» має прямий вплив на його фінансові показники, а також на його соціальну політику та соціальний розвиток. Чим ефективніше вона здійснюється, тим більше можливостей для соціальної відповідальності та розвитку відкривається для підприємства.

2.3. Передумови випуску інноваційної молочної продукції АТ «Житомирський маслозавод»

Передумови випуску інноваційної безлактозної молочної продукції АТ «Житомирський маслозавод» базуються на декількох ключових факторах, які визначають необхідність та перспективність такого кроку, що включає зміни в споживчих уподобаннях, технологічні можливості заводу, конкурентне середовище, нормативно-правові вимоги та економічні обставини. Розглянемо кожен з цих аспектів детальніше.

1. Зміни в споживчих уподобаннях

Сучасні споживачі все більше приділяють увагу своєму здоров'ю і харчуванню, що сприяє зростанню попиту на спеціалізовані продукти, такі як безлактозна молочна продукція. За даними численних досліджень, значна частина населення має непереносимість лактози, що змушує їх шукати альтернативні продукти. Випуск безлактозної продукції дозволить задовольнити потреби цієї групи споживачів і розширити ринкову нішу підприємства.

2. Технологічні можливості

АТ «Житомирський маслозавод» має сучасне виробниче обладнання та висококваліфікованих фахівців, що дозволяє впроваджувати новітні технології у виробництво. Зокрема, завод може використовувати технологію ферментативного розщеплення лактози або ультрафільтрації для виробництва безлактозної продукції. Це забезпечить високу якість продукту та відповідність стандартам безпеки харчових продуктів.

3. Конкурентне середовище

Аналіз ринку показує, що безлактозна продукція все ще є відносно новим сегментом, який не повністю заповнений конкурентами. Це відкриває можливості для АТ «Житомирський маслозавод» зайняти лідерські позиції в цій ніші. Випуск інноваційної продукції допоможе заводу виділитися серед інших виробників молочної продукції та зміцнити свій бренд.

4. Нормативно-правові вимоги

Розвиток законодавства у сфері харчової промисловості в Україні також сприяє впровадженню нових продуктів. Випуск безлактозної продукції повністю відповідає вимогам сучасного законодавства, що стосується виробництва спеціалізованих харчових продуктів. Завод має можливість отримати відповідні сертифікати якості та безпеки, що підтвердить відповідність продукції високим стандартам.

5. Економічні обставини

Економічна ситуація на ринку також є сприятливою для випуску нової продукції. Зростання купівельної спроможності населення та підвищення інтересу до здорового харчування створюють умови для успішного впровадження безлактозної продукції на ринок. Крім того, диверсифікація продуктового портфеля дозволить знизити ризики і підвищити стабільність фінансових показників підприємства.

6. Підтримка інновацій та розвитку

АТ «Житомирський маслозавод» має стратегію підтримки інновацій та постійного розвитку. Впровадження нових продуктів, таких як безлактозна молочна продукція, є частиною цієї стратегії. Завод активно співпрацює з науково-дослідними установами та технологічними партнерами, що дозволяє впроваджувати передові технології та залишатися конкурентоспроможним на ринку.

7. Соціальна відповідальність

Випуск безлактозної продукції також відповідає принципам соціальної відповідальності підприємства. Забезпечення доступу до спеціалізованих продуктів для людей з непереносимістю лактози сприяє покращенню якості їхнього життя. Це підвищує імідж заводу як соціально відповідального підприємства, що піклується про здоров'я своїх споживачів.

Таким чином, передумови для випуску інноваційної безлактозної молочної продукції АТ «Житомирський маслозавод» є багатогранними і охоплюють як внутрішні ресурси та можливості заводу, так і зовнішні ринкові та соціальні фактори. Враховуючи всі ці аспекти, завод має всі шанси на успішну реалізацію проекту та досягнення нових висот у своєму розвитку.

Висновки до розділу 2

АТ «Житомирський маслозавод» є провідним виробником молочної продукції в Україні, зокрема морозива, з потужністю виробництва понад 100 тонн на добу. Засноване в 1981 році, підприємство пройшло через значну реконструкцію і приватизацію, після чого продукція випускається під відомою торговою маркою «Рудь». Компанія постійно розширює свій асортимент, включаючи вершкове масло, сухе молоко, кефір, йогурти та інші молочні продукти, а також заморожені овочі та ягоди. Основні ринки збуту охоплюють не лише Україну, а й багато інших країн світу.

Аналіз фінансового стану АТ «Житомирський маслозавод» за період 2020-2022 років свідчить про кілька важливих тенденцій. Незважаючи на зменшення середньорічної вартості необоротних і оборотних активів, підприємству вдалося досягти збільшення чистого доходу та валового прибутку, що свідчить про ефективне управління ресурсами та покращення операційної діяльності. Позитивним сигналом є збільшення коефіцієнта оборотності оборотних активів, що свідчить про покращення управління запасами та дебіторською заборгованістю. Однак рентабельність господарської діяльності та активів зменшилася, що вказує на необхідність подальшої оптимізації витрат та підвищення ефективності використання активів. Рентабельність власного капіталу також знизилася, що потребує уваги до підвищення ефективності використання власних коштів. Загалом, фінансовий стан АТ «Житомирський маслозавод» є стабільним з позитивними тенденціями у зростанні доходів та продуктивності праці, але потребує подальшої роботи над підвищенням рентабельності та ефективності використання ресурсів.

РОЗДІЛ 3

ПРОЄКТ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ВИПУСКУ ІННОВАЦІЙНОЇ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА АТ «ЖИТОМИРСЬКІЙ МАСЛОЗАВОД»

3.1. Характеристика бізнес-планування випуску інноваційної продукції

Бізнес-планування випуску інноваційної безлактозної молочної продукції є складним і багатограним процесом, який вимагає ретельного аналізу ринку, технологічних можливостей, фінансових показників та багатьох інших факторів. Нижче наведено основні аспекти, що характеризують цей процес.

1. Аналіз ринку та споживчих уподобань

Першим етапом бізнес-планування є глибокий аналіз ринку та вивчення споживчих уподобань. Зростання попиту на безлактозні продукти пов'язане зі збільшенням кількості людей, які страждають від непереносимості лактози. Цей сегмент ринку є перспективним і швидко зростаючим, що робить випуск безлактозної продукції актуальним та необхідним.

2. Технологічні можливості

АТ «Житомирський маслозавод» володіє сучасним виробничим обладнанням та технологіями, які дозволяють виробляти безлактозну продукцію. Використання технології ферментативного розщеплення лактози або ультрафільтрації забезпечує високу якість продукції та відповідність міжнародним стандартам безпеки харчових продуктів.

3. Конку rentне середовище

Аналіз конкурентного середовища показує, що ринок безлактозних продуктів все ще є відносно новим та не повністю заповненим конкурентами.

Це створює можливості для АТ «Житомирський маслозавод» зайняти лідерські позиції в цій ніші, зміцнити свій бренд та розширити ринкову частку.

4. Нормативно-правові вимоги

Випуск безлактозної продукції відповідає сучасним законодавчим вимогам України щодо виробництва спеціалізованих харчових продуктів. Завод має можливість отримати необхідні сертифікати якості та безпеки, що забезпечить довіру споживачів і відповідність продукції високим стандартам.

5. Фінансове планування

Фінансовий аспект бізнес-планування включає оцінку необхідних інвестицій, прогнозування витрат і доходів, розробку бюджету та пошук джерел фінансування. Важливо передбачити всі можливі витрати, включаючи закупівлю сировини, виробництво, маркетинг і розповсюдження продукції.

6. Маркетингова стратегія

Розробка маркетингової стратегії є критично важливою для успішного запуску безлактозної продукції. Вона включає визначення цільового ринку, позиціонування продукції, розробку бренду, рекламу, просування та розповсюдження. Ефективна маркетингова стратегія сприятиме підвищенню впізнаваності бренду та залученню нових споживачів.

7. Управління ризиками

Ідентифікація та управління ризиками є важливою частиною бізнес-планування. Це включає аналіз можливих ризиків, таких як коливання цін на сировину, зміни в нормативно-правовій базі, конкуренція та інші фактори, що можуть вплинути на успіх проекту. Розробка стратегій мінімізації ризиків допоможе забезпечити стабільність та ефективність бізнесу.

8. Соціальна відповідальність

Випуск безлактозної продукції відповідає принципам соціальної відповідальності підприємства, сприяючи покращенню якості життя людей з

непереносимістю лактози. Це підвищує імідж АТ «Житомирський маслозавод» як соціально відповідального підприємства, що піклується про здоров'я своїх споживачів.

Бізнес-планування випуску інноваційної безлактозної молочної продукції є багатограним процесом, що включає аналіз ринку, оцінку технологічних можливостей, фінансове планування, розробку маркетингової стратегії та управління ризиками. Усі ці аспекти мають бути ретельно враховані для забезпечення успіху проекту та досягнення стратегічних цілей АТ «Житомирський маслозавод». Впровадження безлактозної продукції сприятиме зміцненню позицій заводу на ринку, розширенню асортименту продукції та підвищенню задоволеності споживачів.

3.2. Обґрунтування економічного ефекту від запропонованого проєкту

Впровадження нового продукту на ринок завжди потребує детального економічного обґрунтування. Проєкт випуску інноваційної безлактозної молочної продукції для АТ «Житомирський маслозавод» має низку економічних переваг, які можуть суттєво вплинути на фінансові показники підприємства. Нижче наведено основні аспекти, що визначають економічний ефект від запропонованого проєкту.

1. Збільшення ринкової частки

Випуск безлактозної продукції дозволить підприємству зайняти нову ринкову нішу, яка швидко зростає через збільшення кількості споживачів з непереносимістю лактози. Це призведе до зростання обсягів продажу та підвищення ринкової частки підприємства.

2. Підвищення виручки та прибутку

Завдяки високому попиту на безлактозну продукцію, підприємство може очікувати значне зростання виручки. Вища ціна на спеціалізовані продукти у порівнянні з традиційними також сприятиме збільшенню прибутку. Згідно з прогнозами, введення нової лінії продукції може підвищити загальну виручку на 15-20%.

3. Диверсифікація продуктового портфеля

Розширення асортименту продукції за рахунок безлактозних молочних продуктів знижує ризики, пов'язані зі змінами споживчого попиту та конкуренції. Диверсифікація дозволяє підприємству залишатися стабільним навіть у разі зниження попиту на інші продукти.

4. Збільшення маржинальності продукції

Безлактозна продукція зазвичай має вищу маржинальність порівняно з традиційними молочними продуктами. Це зумовлено більшою доданою вартістю спеціалізованих продуктів, які орієнтовані на споживачів з особливими потребами.

5. Оптимізація виробничих процесів

Впровадження нових технологій для виробництва безлактозної продукції сприятиме загальній модернізації виробництва. Це дозволить знизити витрати на енергію та сировину, підвищити ефективність виробничих процесів та покращити якість продукції.

6. Підвищення конкурентоспроможності

Запуск безлактозної продукції зміцнить позиції АТ «Житомирський маслозавод» на ринку та зробить його більш конкурентоспроможним. Підприємство зможе виділитися серед інших виробників молочної продукції та залучити нових споживачів.

7. Зростання зайнятості та соціальна відповідальність

Розширення виробництва призведе до створення нових робочих місць, що позитивно вплине на економічний розвиток регіону. Випуск безлактозної продукції також відповідатиме принципам соціальної відповідальності, покращуючи якість життя людей з непереносимістю лактози.

8. Довгострокова фінансова стабільність

Завдяки збільшенню доходів від продажу безлактозної продукції, підприємство зможе забезпечити довгострокову фінансову стабільність. Додаткові прибутки можна буде інвестувати у подальший розвиток виробничих потужностей, дослідження та розробки нових продуктів.

Для проведення розрахунків економічного ефекту від впровадження інноваційної безлактозної молочної продукції АТ «Житомирський маслозавод», нам потрібно врахувати кілька ключових показників: прогнозовані обсяги продажу, виручка, витрати на виробництво, прибуток та інші фінансові показники. Для цього наведемо прогнозні дані та проведемо розрахунки на їх основі. В табл. 3.1 наведемо вихідні дані.

Таблиця 3.1

Вихідні дані впровадження інноваційної безлактозної молочної продукції АТ
«Житомирський маслозавод»

Дані	Значення
Прогнозовані обсяги продажу безлактозної продукції	500 тонн на рік
Середня ціна безлактозної молочної продукції	40 грн за кг
Собівартість виробництва 1 кг безлактозної продукції	25 грн
Загальні витрати на впровадження нової лінії (інвестиції в обладнання та технології)	25 млн. грн
Поточні витрати на маркетинг та просування	2 млн грн на рік
Очікуваний приріст доходів від нової продукції	15%

Розрахуємо економічну ефективність від запропонованого заходу:

1. Виручка від продажу безлактозної продукції:

Виручка = Обсяги продажу × Середня ціна

Виручка = 500 тонн × 1000 кг/тонну × 40 грн/кг = 20 000 000 грн.

2. Собівартість виробництва:

Собівартість = Обсяги продажу × Собівартість виробництва 1 кг

Собівартість = 500 тонн × 1000 кг/тонну × 25 грн/кг = 12 500 000 грн.

3. Валовий прибуток:

Валовий прибуток = Виручка – Собівартість

Валовий прибуток = 20 000 000 грн – 12 500 000 грн = 7 500 000 грн

4. Витрати на маркетинг та просування:

Витрати на маркетинг = 2 000 000 грн

5. Чистий прибуток:

Чистий прибуток = Валовий прибуток – Витрати на маркетинг

Чистий прибуток = 7 500 000 грн – 2 000 000 грн = 5 500 000 грн

6. Рентабельність інвестицій (ROI):

ROI = Чистий прибуток / Інвестиції × 100%

ROI = 5 500 000 грн / 10 000 000 грн × 100% = 55%

7. Загальна виручка від реалізації нової продукції з урахуванням приросту доходів:

Приріст доходів = Приріст доходів / 100 × Прогнозована попередня виручка

Приріст доходів = 0,15 × Виручка = 0,15 × 20 000 000 грн = 3 000 000 грн

Загальна виручка = Виручка + Приріст доходів = 20 000 000 грн + 3 000 000 грн = 23 000 000 грн

Розрахунки показують, що випуск інноваційної безлактозної молочної продукції дозволить АТ «Житомирський маслозавод» отримати значний економічний ефект. Зокрема, очікується чистий прибуток у розмірі 5,5 млн грн та рентабельність інвестицій (ROI) на рівні 55%. Крім того, завдяки введенню нової продукції, підприємство може збільшити загальну виручку на 15%, що в

абсолютних значеннях становитиме 3 млн грн. Ці показники свідчать про високу ефективність запропонованого проекту та його позитивний вплив на фінансові результати підприємства.

Висновок до розділу 3

Проект випуску інноваційної безлактозної молочної продукції має значний економічний потенціал для АТ «Житомирський маслозавод». Він сприятиме збільшенню ринкової частки, виручки та прибутку, оптимізації виробничих процесів, підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню фінансової стабільності підприємства. Диверсифікація продуктового портфеля та зростання соціальної відповідальності також є важливими аспектами, що підвищують загальну цінність проекту.

Економічна ефективність випуску інноваційної безлактозної молочної продукції АТ «Житомирський маслозавод» є суттєвою і багатогранною. Перш за все, впровадження цієї продукції дозволить підприємству зайняти нову ринкову нішу, задовольняючи зростаючий попит серед споживачів з непереносимістю лактози, що сприятиме збільшенню обсягів продажу та підвищенню виручки. Використання сучасних технологій та обладнання дозволяє забезпечити високу якість продукції, що відповідає міжнародним стандартам. Це підвищить конкурентоспроможність заводу, зміцнить його бренд і дозволить розширити ринкову частку. Фінансовий аналіз показує, що проект є економічно вигідним. Очікуване зростання виручки на 15-20% і висока маржинальність безлактозної продукції сприятимуть значному збільшенню прибутку. Диверсифікація продуктового портфеля знижує ризики, пов'язані зі змінами споживчого попиту, і забезпечує фінансову стабільність підприємства. Ефективна маркетингова стратегія та управління

ризиками додатково підсилюють економічну ефективність проекту. Випуск безлактозної продукції також відповідає принципам соціальної відповідальності, що підвищує імідж заводу і сприяє покращенню якості життя споживачів.

Таким чином, впровадження інноваційної безлактозної молочної продукції є стратегічно обґрунтованим кроком, який забезпечить довгострокову економічну ефективність, підвищить конкурентоспроможність і фінансову стабільність АТ «Житомирський маслозавод».

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Вимоги до вентиляції, освітлення, вібрації в приміщенні під час виробництва безлактозної молочної продукції

Під час виробництва безлактозної молочної продукції важливо забезпечити належні умови вентиляції, освітлення та контролю вібрацій, щоб забезпечити безпечне та ефективне виробництво. Вимоги до цих аспектів у виробничих приміщеннях:

1. Вимоги до вентиляції:

– загальні вимоги. Вентиляція повинна забезпечувати підтримання комфортної температури та вологості в приміщенні, а також видалення надлишків тепла, вологості та запахів. Система вентиляції повинна бути спроектована таким чином, щоб уникати забруднення продукту.

– механічна вентиляція. Використання механічної вентиляції, яка може включати припливно-витяжні системи, вентилятори та фільтри. Вентиляційні системи повинні бути легко очищуваними та обслуговуваними.

– повітрообмін. Забезпечення достатнього повітрообміну для видалення тепла, що виділяється від обладнання, та підтримки чистоти повітря. Рекомендоване мінімальне кратність повітрообміну повинна становити не менше 8-10 разів за годину для виробничих приміщень.

– контроль забруднення. Встановлення витяжних систем над джерелами забруднення (машинами, що виробляють морозиво), щоб запобігти розповсюдженню забруднюючих речовин.

2. Вимоги до освітлення:

– рівень освітленості. Забезпечення адекватного рівня освітленості для

всіх зон виробництва, зокрема, для робочих місць, зон зберігання сировини та готової продукції. Рекомендований рівень освітленості для виробничих приміщень – не менше 500 люкс.

– якість світла. Використання джерел світла, які не спотворюють кольори (індекс передачі кольору Ra не менше 80). Уникнення мерехтіння світла, яке може впливати на робочий процес та викликати втоми очей у працівників.

– розташування світильників. Світильники повинні бути встановлені так, щоб уникнути утворення тіней на робочих місцях. Використання захисних кожухів та герметичних світильників у зонах, де можливе забруднення або вологість.

3. Вимоги до вібрації:

– допустимі рівні вібрації. Вібрації, що виникають під час роботи обладнання, не повинні перевищувати встановлені санітарні норми для робочих місць. Допустимий рівень вібрацій залежить від частоти та інтенсивності, але загалом не повинен перевищувати 2-3 мм/с для виробничих приміщень.

– зменшення вібрацій. Використання амортизуючих матеріалів та антивібраційних підставок для обладнання. Регулярне технічне обслуговування та налаштування обладнання для мінімізації вібрацій.

– моніторинг та контроль. Проведення регулярних вимірювань рівнів вібрацій на робочих місцях. Встановлення датчиків вібрацій для постійного моніторингу стану обладнання та своєчасного виявлення відхилень [33, 37].

Таким чином, забезпечення належних умов вентиляції, освітлення та контролю вібрацій у виробничих приміщеннях під час виробництва морозива є ключовими факторами для підтримання високих стандартів якості продукції та безпеки працівників.

4.2. Електробезпека у виробничому приміщенні та механічні травми

1. Загальні вимоги. Всі електроустановки повинні мати заземлення для запобігання ураження електричним струмом. Використання електропроводки та обладнання з належною ізоляцією. Регулярні перевірки стану ізоляції для запобігання аварійним ситуаціям. Встановлення пристроїв захисту від перенапруг для запобігання пошкодженню обладнання. У виробничих приміщеннях, де можливий контакт з водою або іншими рідинами, використовувати вологозахищені електричні розетки та обладнання.

2. Організаційні заходи. Проведення регулярних інструктажів та навчання працівників з електробезпеки. Забезпечення їх знаннями про правила користування електроприладами та дії у разі аварійної ситуації. Заборона працівникам виконувати самовільні роботи з електроустановками. Всі роботи повинні виконуватись тільки кваліфікованим персоналом. Встановлення попереджувальних знаків та маркування електроустановок для попередження небезпеки.

3. Технічні засоби захисту. Встановлення автоматичних вимикачів та захисних пристроїв для відключення електроустановок у разі короткого замикання або перевантаження. Використання ПЗВ для захисту від ураження електричним струмом у разі несправностей в ізоляції. Регулярне технічне обслуговування та перевірка стану електрообладнання.

Запобігання механічним травмам необхідно, щоб всі рухомі частини машин та механізмів повинні мати захисні огороження для запобігання контакту з працівниками. Встановлення систем автоматичної зупинки обладнання у разі аварійної ситуації. Обладнання повинно бути оснащене світловими та звуковими сигнальними пристроями для попередження про

початок роботи або небезпеку. Проведення регулярних інструктажів та навчання працівників правилам безпечної роботи з обладнанням. Забезпечення знаннями про дії у разі аварійних ситуацій. Розподіл виробничих зон на безпечні та небезпечні зони з відповідним маркуванням. Забезпечення доступу до небезпечних зон тільки для кваліфікованого персоналу. Використання спеціального захисного одягу та взуття для захисту від механічних травм. Використання захисних окулярів для захисту очей та рукавичок для захисту рук під час роботи з механізмами.

Регулярне технічне обслуговування та перевірка стану обладнання для виявлення та усунення несправностей. Заміна зношених деталей та своєчасний ремонт обладнання для запобігання аваріям [35].

Проведення регулярних інспекцій та аудитів виробничих приміщень на предмет дотримання вимог електробезпеки та запобігання механічним травмам. Впровадження міжнародних та національних стандартів безпеки у виробничому процесі для забезпечення високого рівня захисту працівників. Аналіз випадків травматизму та вжиття коригувальних заходів для запобігання повторенню таких ситуацій у майбутньому.

4.3. Пожежна безпека

Забезпечення пожежної безпеки на виробництві безлактозної молочної продукції є надзвичайно важливим завданням, що вимагає комплексного підходу та постійної уваги. Враховуючи специфічні технологічні процеси та використання різних хімічних речовин і добавок, пожежна безпека стає ключовим фактором, що впливає на безперервність та безпечність виробництва.

Перше, що необхідно зробити, це розробити та впровадити систему

пожежної безпеки. Регулярний пожежний аудит дозволить виявити потенційні ризики та недоліки у системі безпеки. План евакуації має бути розроблений та розміщений у видимих місцях на виробництві, а персонал повинен регулярно проходити тренування з евакуації. Встановлення сучасних систем пожежної сигналізації та оповіщення забезпечить швидке виявлення загрози та попередження персоналу.

Контроль за використанням та зберіганням легкозаймистих матеріалів є другим важливим аспектом. Всі легкозаймі матеріали повинні зберігатися у спеціально відведених місцях з належною вентиляцією та захистом від займання. Маркування матеріалів та їх правильне розташування відповідно до норм безпеки є обов'язковими.

Використання та обслуговування технологічного обладнання потребує особливої уваги. Регулярне технічне обслуговування виробничих агрегатів включає перевірку на наявність пошкоджень, зносів та потенційних джерел займання. В конструкції обладнання повинні використовуватися матеріали з високими показниками вогнестійкості. Персонал повинен проходити регулярний інструктаж щодо правил безпеки при експлуатації обладнання.

Організація системи пожежогасіння є ще одним важливим елементом. Встановлення автоматичних систем пожежогасіння, таких як спринклери або газові системи, особливо у місцях з високим ризиком займання, є необхідним. Пожежні щити та вогнегасники повинні бути розміщені у доступних місцях, а їх регулярне обслуговування та перевірка повинні бути забезпечені.

Підготовка та навчання персоналу є невід'ємною частиною забезпечення пожежної безпеки. Організація регулярних навчань та тренінгів з пожежної безпеки для всього персоналу, включаючи практичні заняття з використання вогнегасників та евакуації, сприяє підвищенню готовності персоналу до дій у разі пожежі. Проведення рольових ігор та симуляційних вправ допоможе

підвищити рівень підготовки та усвідомлення важливості пожежної безпеки [34, 38].

Отже, забезпечення пожежної безпеки на виробництві безлактозної молочної продукції є комплексним завданням, що включає регулярний аудит, контроль за матеріалами, технічне обслуговування обладнання, організацію системи пожежогасіння, підготовку та навчання персоналу. Всі ці заходи сприяють зменшенню ризиків виникнення пожеж та забезпечують безпеку працівників і споживачів.

4.4. Забезпечення санітарно-побутовими приміщеннями

Забезпечення санітарно-побутовими приміщеннями є невід'ємною частиною створення комфортних та безпечних умов праці для співробітників на підприємстві. Ці приміщення включають у себе різноманітні функціональні зони, такі як роздягальні, душові, туалетні кімнати, кімнати для відпочинку, їдальні та медичні пункти. Кожна з цих зон виконує важливу роль у забезпеченні гігієнічних та побутових потреб працівників.

Роздягальні повинні бути просторими, добре вентильованими та забезпеченими необхідною кількістю індивідуальних шафок для зберігання особистих речей працівників. Важливо, щоб роздягальні були розділені за статтю, що сприяє дотриманню приватності та комфортним умовам для всіх співробітників. Крім того, приміщення роздягалень мають бути оснащені зручними лавками та достатньою кількістю вішалок.

Душові приміщення є обов'язковими на підприємствах, де працівники займаються фізичною роботою або працюють у умовах підвищеної запиленості та забрудненості. Душові повинні бути обладнані гарячою та холодною водою, індивідуальними кабінками або перегородками для

забезпечення приватності. Регулярне прибирання та дезінфекція душових приміщень є необхідними для підтримки високого рівня гігієни.

Туалетні кімнати повинні розташовуватись на всіх виробничих ділянках підприємства, забезпечуючи легкий доступ для працівників. Важливо, щоб ці приміщення були розділені за статтю та оснащені достатньою кількістю унітазів, умивальників з гарячою і холодною водою, дозаторами з милом, сушарками для рук або паперовими рушниками. Регулярне прибирання туалетних кімнат та їх своєчасне забезпечення гігієнічними засобами є обов'язковими.

Кімнати для відпочинку призначені для короточасного відпочинку працівників під час перерви. Вони повинні бути обладнані зручними меблями, столами, стільцями та, за можливості, телевізором або іншими засобами для розваг. Важливо, щоб ці приміщення були добре освітленими та вентиляльованими, а також мали приємний інтер'єр, що сприяє релаксації.

Їдальні або кімнати для прийому їжі повинні бути облаштовані таким чином, щоб працівники могли комфортно споживати їжу під час обідньої перерви. Їдальні повинні бути оснащені необхідними меблями, холодильниками, мікрохвильовими печами, електрочайниками та іншими засобами для приготування та зберігання їжі. Важливо також забезпечити регулярне прибирання та дезінфекцію цих приміщень.

Медичні пункти на підприємстві повинні бути забезпечені всім необхідним для надання першої медичної допомоги. Вони повинні включати медичні аптечки, засоби для обробки ран, медичні прилади та обладнання. Наявність кваліфікованого медичного персоналу є обов'язковою умовою для оперативного реагування на можливі нещасні випадки або раптові захворювання працівників.

Усі санітарно-побутові приміщення повинні відповідати санітарним

нормам та вимогам безпеки. Це включає регулярне прибирання, дезінфекцію, забезпечення належної вентиляції та освітлення. Крім того, важливо проводити регулярний моніторинг стану цих приміщень та своєчасно усувати будь-які недоліки або пошкодження [36].

Забезпечення працівників комфортними та безпечними санітарно-побутовими умовами є важливим аспектом створення сприятливого робочого середовища. Це не лише сприяє підвищенню продуктивності праці, але й зменшує ризики професійних захворювань та травм, підвищує задоволеність працівників та покращує загальний моральний клімат на підприємстві.

4.5. Небезпечні чинники під час виробництва безлактозної молочної продукції

Під час виробництва безлактозної молочної продукції існує низка небезпечних чинників, які можуть впливати на здоров'я та безпеку працівників. Такі чинники можна поділити на фізичні, хімічні, біологічні та організаційні. Ось детальний опис основних небезпечних чинників:

1. Фізичні небезпечні чинники:

1) Механічні травми. Використання обладнання для обробки молока, таке як пастеризатори, сепаратори, фільтри та інші машини, може призвести до механічних травм (порізи, удари, переломи) у разі порушення правил безпеки. Обробка та переміщення важких вантажів, таких як контейнери з молоком або готовою продукцією, може спричинити травми опорно-рухового апарату.

2) Температурні ризики. Робота з гарячими та холодними середовищами (пастеризація, охолодження) може спричинити опіки або обмороження.

Погане управління температурним режимом може призвести до теплового удару або переохолодження.

3) Шум та вібрація. Робота обладнання часто супроводжується підвищеним рівнем шуму та вібрації, що може спричинити погіршення слуху та проблеми з нервовою системою. Тривале перебування у середовищі з високим рівнем шуму без належного захисту (наприклад, навушників) може призвести до втрати слуху.

2. Хімічні небезпечні чинники:

1) Хімічні реактиви. Використання миючих та дезінфікуючих засобів може спричинити хімічні опіки або алергічні реакції. Випаровування деяких хімічних речовин може бути токсичним при вдиханні.

2) Алергени. Деякі компоненти молочної продукції, навіть безлактозної, можуть бути алергенними для працівників, що призводить до алергічних реакцій.

3. Біологічні небезпечні чинники:

1) Мікроорганізми. Під час обробки молока можливе забруднення патогенними мікроорганізмами (бактеріями, вірусами), що може спричинити інфекційні захворювання. Недотримання санітарно-гігієнічних норм може призвести до розмноження небезпечних мікроорганізмів у виробничих приміщеннях.

4. Організаційні небезпечні чинники:

1) Порушення режиму праці та відпочинку. Перенавантаження працівників, надмірно довгий робочий день без належних перерв може призвести до фізичного та психологічного виснаження.

2) Недостатня підготовка та інструктаж. Відсутність належного навчання щодо безпеки та гігієни праці може збільшити ризик нещасних

випадків. Недостатній контроль за дотриманням правил безпеки на робочих місцях.

Запобіжні заходи:

1. Проведення регулярного інструктажу з техніки безпеки.
2. Забезпечення працівників індивідуальними засобами захисту (рукавички, навушники, захисні окуляри).
3. Контроль за станом виробничого обладнання та його регулярне обслуговування.
4. Дотримання санітарно-гігієнічних норм та регулярна дезінфекція приміщень.
5. Впровадження заходів щодо зниження шуму та вібрації на робочих місцях.
6. Забезпечення належних умов праці, включаючи оптимальний температурний режим та достатню кількість перерв [36].

Забезпечення безпеки праці під час виробництва безлактозної молочної продукції є важливим аспектом, який вимагає комплексного підходу та постійного контролю за дотриманням встановлених норм і правил.

Висновки до розділу 4

Охорона праці є критично важливим аспектом у виробництві безлактозної молочної продукції. Забезпечення безпечних умов праці не тільки зберігає здоров'я і життя працівників, але й підвищує ефективність виробництва та якість продукції. Важливо використовувати сучасне обладнання, проводити регулярне технічне обслуговування та забезпечувати працівників засобами індивідуального захисту, такими як рукавички, захисні окуляри та спецодяг. Особливу увагу слід приділяти безпечному поведженню

з хімічними речовинами, які використовуються для очищення та дезінфекції, щоб уникнути опіків та отруєнь.

Крім того, дотримання високих стандартів санітарії та гігієни є необхідним для запобігання зараженню продукції шкідливими мікроорганізмами. Важливо також проводити регулярні санітарно-гігієнічні заходи і стежити за станом здоров'я працівників. Організаційні заходи, такі як розробка політик і процедур з охорони праці, регулярні інструктажі та тренінги, допомагають створити культуру безпеки на підприємстві.

Забезпечення охорони праці вимагає системного підходу та постійного моніторингу. Інвестиції в безпеку, навчання персоналу та впровадження сучасних технологій сприяють зниженню ризиків нещасних випадків і підвищенню продуктивності. Таким чином, охорона праці є запорукою успішної та безперебійної роботи підприємства, що виробляє безлактозну молочну продукцію.

ВИСНОВКИ

Бізнес-планування є ключовим процесом для будь-якого підприємства, що прагне досягти успіху та стабільного розвитку. Сутність бізнес-планування полягає у створенні детального документа, який окреслює стратегію розвитку підприємства, шляхи досягнення поставлених цілей, оцінює потенційні ризики та можливості. Такий документ слугує основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, залучення інвестицій та встановлення ділових контактів. Бізнес-планування допомагає підприємцю бачити чітку картину майбутнього бізнесу, а також надає інструменти для контролю та коригування процесу реалізації ідей. Цілі бізнес-планування різноманітні. Перш за все, це залучення інвестицій та фінансування. Бізнес-план містить всю необхідну інформацію для інвесторів та кредиторів, пояснює, скільки необхідно стартового капіталу, на які цілі будуть витратитися кошти, як будуть повертатися борги та який рівень ризику бізнесу. Другою важливою ціллю є комунікація. Бізнес-план слугує основним інструментом для ефективної комунікації між підприємцем, постачальниками, працівниками та іншими зацікавленими сторонами, стандартизує процедуру ознайомлення з бізнесом, заощаджує час і упорядковує контакти. Завдання бізнес-планування включають пошук та обґрунтування бізнес-ідеї, вибір сфери діяльності, обґрунтування організаційно-правової форми бізнесу та визначення способу започаткування бізнесу. Кожен з цих етапів потребує врахування як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, аналізу можливостей та ризиків, а також застосування різноманітних методів і підходів для забезпечення економічної ефективності та успішного функціонування підприємства. Бізнес-планування є критично важливим процесом для успішного функціонування та розвитку підприємства. Воно допомагає структуровано підходити до реалізації бізнес-

ідеї, забезпечує основу для прийняття обґрунтованих рішень та сприяє досягненню довгострокових цілей, роблячи підприємство більш стійким до зовнішніх і внутрішніх викликів.

Розробка бізнес-плану для випуску інноваційної молочної продукції є складним і багатоступеневим процесом, який вимагає ретельного аналізу та планування на кожному етапі. Від початкової ідеї до остаточної реалізації, кожен етап – ініціація проекту, дослідження та аналіз, розробка концепції, маркетингова стратегія, фінансове планування, управління ризиками, реалізація бізнес-плану та оцінка результатів з коригуванням – відіграє важливу роль у забезпеченні успіху проекту. Кожен етап має свої специфічні завдання та виклики, які потребують комплексного підходу та використання сучасних методів і інструментів управління. Ініціація проекту допомагає сформулювати базову ідею і оцінити її перспективи. Дослідження та аналіз забезпечують глибоке розуміння ринку та технічних можливостей. Розробка концепції дозволяє створити чітку структуру майбутнього продукту. Маркетингова стратегія сприяє ефективному виходу на ринок і просуванню продукції. Фінансове планування визначає економічну доцільність і фінансову життєздатність проекту. Управління ризиками мінімізує потенційні загрози. Реалізація бізнес-плану забезпечує втілення задумів у життя, а оцінка результатів та коригування дозволяють адаптувати стратегію відповідно до реальних умов і досягнутих результатів. В цілому, успішна розробка бізнес-плану для інноваційної молочної продукції не тільки забезпечує економічну ефективність і конкурентоспроможність, але й сприяє стійкому розвитку підприємства, дозволяючи йому гнучко реагувати на ринкові виклики та потреби споживачів.

АТ «Житомирський маслозавод» є провідним виробником молочної продукції в Україні, зокрема морозива, з потужністю виробництва понад 100

тонн на добу. Засноване в 1981 році, підприємство пройшло через значну реконструкцію і приватизацію, після чого продукція випускається під відомою торговою маркою «Рудь». Компанія постійно розширює свій асортимент, включаючи вершкове масло, сухе молоко, кефір, йогурти та інші молочні продукти, а також заморожені овочі та ягоди. Основні ринки збуту охоплюють не лише Україну, а й багато інших країн світу.

Аналіз фінансового стану АТ «Житомирський маслозавод» за період 2020-2022 років свідчить про кілька важливих тенденцій. Незважаючи на зменшення середньорічної вартості необоротних і оборотних активів, підприємству вдалося досягти збільшення чистого доходу та валового прибутку, що свідчить про ефективне управління ресурсами та покращення операційної діяльності. Позитивним сигналом є збільшення коефіцієнта оборотності оборотних активів, що свідчить про покращення управління запасами та дебіторською заборгованістю. Однак рентабельність господарської діяльності та активів зменшилася, що вказує на необхідність подальшої оптимізації витрат та підвищення ефективності використання активів. Рентабельність власного капіталу також знизилася, що потребує уваги до підвищення ефективності використання власних коштів. Загалом, фінансовий стан АТ «Житомирський маслозавод» є стабільним з позитивними тенденціями у зростанні доходів та продуктивності праці, але потребує подальшої роботи над підвищенням рентабельності та ефективності використання ресурсів.

Бізнес-планування випуску інноваційної безлактозної молочної продукції є комплексним процесом, що вимагає ретельного аналізу ринку, технологічних можливостей, фінансового планування, розробки маркетингової стратегії та управління ризиками. Виконання цих аспектів забезпечить успіх проекту та досягнення стратегічних цілей АТ

«Житомирський маслозавод». Впровадження безлактозної продукції сприятиме зміцненню позицій заводу на ринку, розширенню асортименту продукції та підвищенню задоволеності споживачів, забезпечуючи довгостроковий економічний ефект і соціальну відповідальність.

Проект випуску інноваційної безлактозної молочної продукції має значний економічний потенціал для АТ «Житомирський маслозавод». Він сприятиме збільшенню ринкової частки, виручки та прибутку, оптимізації виробничих процесів, підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню фінансової стабільності підприємства. Диверсифікація продуктового портфеля та зростання соціальної відповідальності також є важливими аспектами, що підвищують загальну цінність проекту.

Економічна ефективність випуску інноваційної безлактозної молочної продукції АТ «Житомирський маслозавод» є суттєвою і багатогранною. Перш за все, впровадження цієї продукції дозволить підприємству зайняти нову ринкову нішу, задовольняючи зростаючий попит серед споживачів з непереносимістю лактози, що сприятиме збільшенню обсягів продажу та підвищенню виручки. Використання сучасних технологій та обладнання дозволяє забезпечити високу якість продукції, що відповідає міжнародним стандартам. Це підвищить конкурентоспроможність заводу, зміцнить його бренд і дозволить розширити ринкову частку. Фінансовий аналіз показує, що проект є економічно вигідним. Очікуване зростання виручки на 15-20% і висока маржинальність безлактозної продукції сприятимуть значному збільшенню прибутку. Диверсифікація продуктового портфеля знижує ризики, пов'язані зі змінами споживчого попиту, і забезпечує фінансову стабільність підприємства. Ефективна маркетингова стратегія та управління ризиками додатково підсилюють економічну ефективність проекту. Випуск безлактозної продукції також відповідає принципам соціальної

відповідальності, що підвищує імідж заводу і сприяє покращенню якості життя споживачів.

Таким чином, впровадження інноваційної безлактозної молочної продукції є стратегічно обґрунтованим кроком, який забезпечить довгострокову економічну ефективність, підвищить конкурентоспроможність і фінансову стабільність АТ «Житомирський маслозавод».

Охорона праці є критично важливим аспектом у виробництві безлактозної молочної продукції. Забезпечення безпечних умов праці не тільки зберігає здоров'я і життя працівників, але й підвищує ефективність виробництва та якість продукції. Важливо використовувати сучасне обладнання, проводити регулярне технічне обслуговування та забезпечувати працівників засобами індивідуального захисту, такими як рукавички, захисні окуляри та спецодяг. Особливу увагу слід приділяти безпечному поводженню з хімічними речовинами, які використовуються для очищення та дезінфекції, щоб уникнути опіків та отруєнь.

Крім того, дотримання високих стандартів санітарії та гігієни є необхідним для запобігання зараженню продукції шкідливими мікроорганізмами. Важливо також проводити регулярні санітарно-гігієнічні заходи і стежити за станом здоров'я працівників. Організаційні заходи, такі як розробка політик і процедур з охорони праці, регулярні інструктажі та тренінги, допомагають створити культуру безпеки на підприємстві.

Забезпечення охорони праці вимагає системного підходу та постійного моніторингу. Інвестиції в безпеку, навчання персоналу та впровадження сучасних технологій сприяють зниженню ризиків нещасних випадків і підвищенню продуктивності. Таким чином, охорона праці є запорукою успішної та безперебійної роботи підприємства, що виробляє безлактозну молочну продукцію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій. Під редакцією К. Ковальчук. Центр навчальної літератури, 2019. 328 с.
2. Ареф'єва О.В., Побережна З.М. Стратегічне управління інноваційністю бізнес-процесів підприємства на конкурентних ринках. Економіка. Інноваційні процеси. Бізнесінформ, 2019. № 11. С. 108-116.
3. Баглаєва Н. С., Суховєєва Ю. А. Теоретична сутність поняття економічна ефективність діяльності підприємства. Вісник СНТ ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ. 2020. Вип. 2. С. 98-101.
4. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264с.
5. В Україні покращилась якість молока, в якому стані сама галузь. Міністерство аграрної політики та продовольства України: URL: <https://minagro.gov.ua/news/v-ukrayini-pokrashchilas-yakist-moloka-v-yakomu-stani-sama-galuz> (дата звернення: 01.05.2024).
6. Галько Л. Р. Бізнес-планування розвитку компанії: організаційні та методологічні аспекти реалізації. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 44. URL: doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-63> (дата звернення: 01.05.2024).
7. Демиденко В. Методологічні проблеми бізнес-планування підприємницької діяльності в сучасних умовах. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2015. Вип. 40(1). С. 38–46.
8. Древаль О. Ю. Планування діяльності підприємства : конспект

лекцій. Суми : СумДУ, 2018. 146 с.

9. Дроздова В.А., Векшина А.П Розвиток молокопереробної галузі: сьогодення та перспективи. Науковий вісник Ужгородського національного університету 2018. Випуск 22, частина 1. URL: http://www.visnyk-ekonom.uzhnu.uz.ua/archive/22_1_2018ua/23.pd

10. Єпіфанова І. Ю., Джеджула В.В. Фінансовий аналіз та звітність: практикум. Вінниц. нац. техн. ун-т. Вінниця : ВНТУ, 2017. 142 с.

11. Жуков В. В. Сутність та особливості формування процесу бізнес-планування. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 26(1). С. 149–153.

12. Жучик В. М. Адаптація підприємства до зовнішнього середовища. Актуальні проблеми менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки: збірник матеріалів доповідей науково-практичної конференції з міжнародною участю (17 квітня 2019 року). Тернопіль: ТНЕУ, 2019. С. 65-68.

13. Кіпень С.С., Дунська А.Р. Інновації як передумова підвищення ефективності діяльності підприємства. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: зб. Тез доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 20 квіт. 2023 р. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2023. С. 127–128.

14. Кондратюк О. М., Пшеничний В. І. Бізнес-планування в підприємницькому середовищі: теоретичний аспект // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 26(1). С. 90–94.

15. Копитко М. І. Управління інноваціями: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 292 с.

16. Крисько Ж.Л. Сучасні підходи до управління організаціями. Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах війни та

післявоєнної відбудови України: матеріали доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю [Тернопіль, 31 травня 2022 року]. Тернопіль: ЗУНУ. 2022. С. 136-138.

17. Лаврів Л. А. Бізнес-планування у діяльності організації: базові процедури та основні методичні підходи // Інноваційна економіка. 2013. № 10. С. 104–111.

18. Манойленко О.В., Строков Є.М., Ткаченко М.О. Управління інноваційними процесами: формування методичного підходу до подолання бар'єрів розвитку. Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики, 2018. С. 139-158.

19. Марченко О.І., Пустіва В.О. Розвиток інноваційних бізнес-процесів на підприємстві . Економіка та управління підприємствами. Інфраструктура ринку, 2022. Випуск 69. С. 99-103.

20. Олійник Л.В. Управління інноваційним розвитком підприємства на основі формування інноваційних програм. Економіка і організація управління, 2017. № 3(27). С. 51-59.

21. Перерва П. Г., Кравчук А. В. Ефективність як економічна категорія. Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Економічні науки. 2018. № 15 (1291). С. 137-143.

22. Пробоїв О. А. Концептуальні підходи до процесу розроблення бізнес- плану розвитку вітчизняних підприємств. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 39(2). С. 12–16.

23. Свідерський В. П., Матвеєнко М. М. Бізнес-планування в сучасному підприємницькому середовищі: теоретико-прикладний аспект. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 34. С. 174–179.

24. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз: навч. посібник. Київ: Каравела, 2006. 275 с.

25. Телетов О.С. Бізнес-планування: навч. посіб. з дисципліни «Бізнес-план» для студентів. Суми: СумДУ, 2008. 206 с.
26. Устенко М. О., Курочка А. Ю., Максимова О. В. Бізнес-планування як інструмент досягнення стратегічних цілей підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 64. С. 81–87.
27. Федулова Л. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств торгівлі. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2017. № 3. С. 48–64.
28. Шиян Н.І. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник. Харк. Нац. Аграр. Ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків, 2019. 245 с.
29. Юринець З.В. Управління інноваційним розвитком: навч. посібн. Львів: СПОЛОМ, 2021. 132с.
30. Янченко Н.В., Беліченко А.О., Коваленко Ю.І. Управління інноваційними процесами. Економіка та управління підприємствами. Глобальні та національні проблеми економіки, 2018. Випуск 23. С. 356-360.
31. Закон України «Про охорону праці». Відомості Верховної Ради України, 1992, № 49, ст. 668. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text>.
32. Державні санітарні норми і правила (ДСанПіН), затверджені наказом Міністерства охорони здоров'я України № 173 від 19.06.1996 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0379-96#Text>.
33. Державні будівельні норми України (ДБН), В.2.5-28-2006 «Природне та штучне освітлення». URL: https://ledeffect.com.ua/images/__branding/dbn2018.pdf.
34. Пожежна безпека в Україні: нормативно-правова база. ДСНС України, 2020. URL: <https://dp.dsns.gov.ua/genderna-politika/normativno-pravova-baza>.

35. Інструкція з електробезпеки для працівників виробничих підприємств. Затверджено наказом Міністерства енергетики та вугільної промисловості України № 159 від 06.06.2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0959-17#Text>.

36. Санітарні правила і норми для підприємств молочної промисловості. Затверджено наказом Міністерства охорони здоров'я України № 282 від 01.12.1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va011488-98#Text>.

37. Рекомендації з організації вентиляції виробничих приміщень. Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики, 2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0988-09#Text>.

38. Пожежна безпека та системи автоматичного пожежогасіння. ДСНС України, 2021. URL: <https://dsns.gov.ua/upload/1/9/2/4/3/5/9/diyi-dsns-objednana-kniga-compressed.pdf>.

ДОДАТКИ

Міністерство освіти і науки України ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет – Експертизи, біотехнології, харчової інженерії, підприємництва та торгівлі

Кафедра – Торговельного підприємництва, товарознавства та управління бізнесом

Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)

Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма – «Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі»



ГРАФІЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

на тему: «Бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції»

КРБ. ТПТтаУБ. 1.481-03.5.5.1

Здобувачка _____ Бондар Олена Миколаївна
Підпис

Керівник: _____ PhD, ст. викладач Богданов О.О.
Підпис

Одеса – 2024 р.

Слайд №2

Актуальність теми бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції полягає в необхідності адаптації підприємств до сучасних ринкових умов, задоволенні змінюваних потреб споживачів, впровадженні новітніх технологій та забезпеченні сталого розвитку бізнесу в довгостроковій перспективі.

➤ **Метою** є обґрунтування теоретичних аспектів бізнес-планування випуску інноваційної продукції та розроблення бізнес-проєкту.

➤ **Об'єкт дослідження** є процес бізнес-планування випуску інноваційної продукції.

➤ **Предмет дослідження** є теоретичні та практичні засади бізнес-планування випуску інноваційної продукції на АТ «Житомирський маслозавод».

Слайд №3

Завданнями дослідження є:

розглянути сутність, цілі та завдання бізнес-планування на підприємстві;

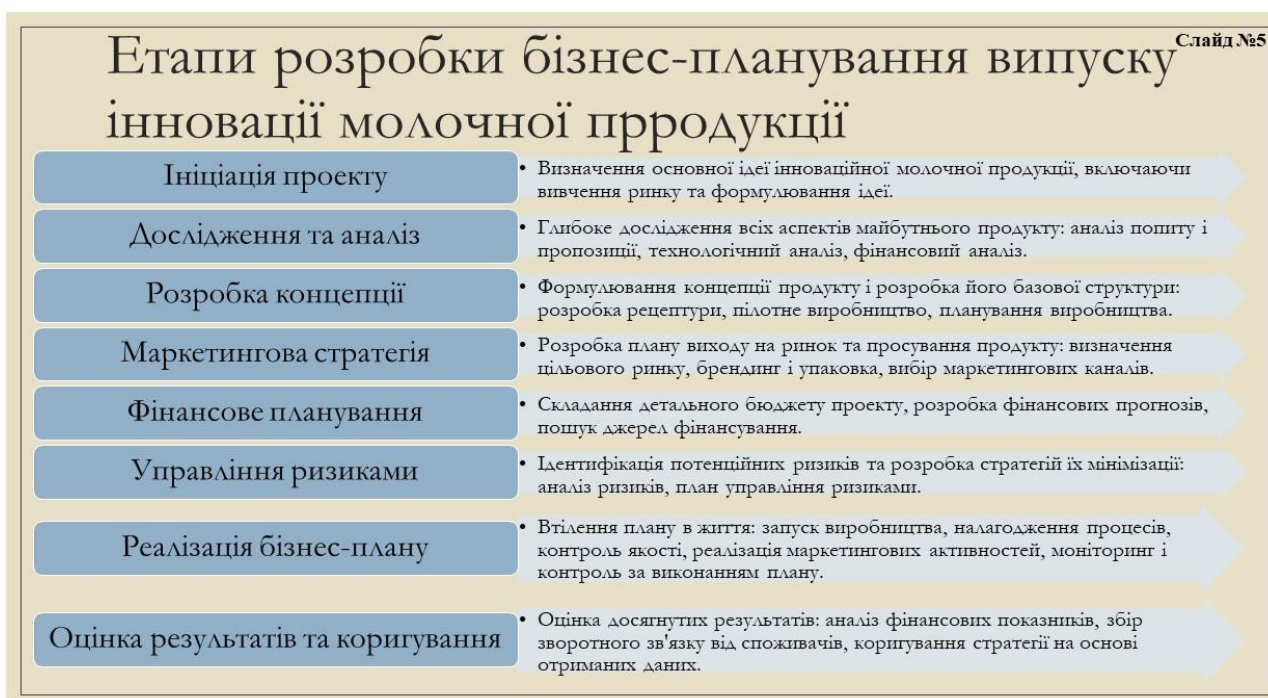
дослідити етапи розробки бізнес-планування випуску інноваційної молочної продукції;

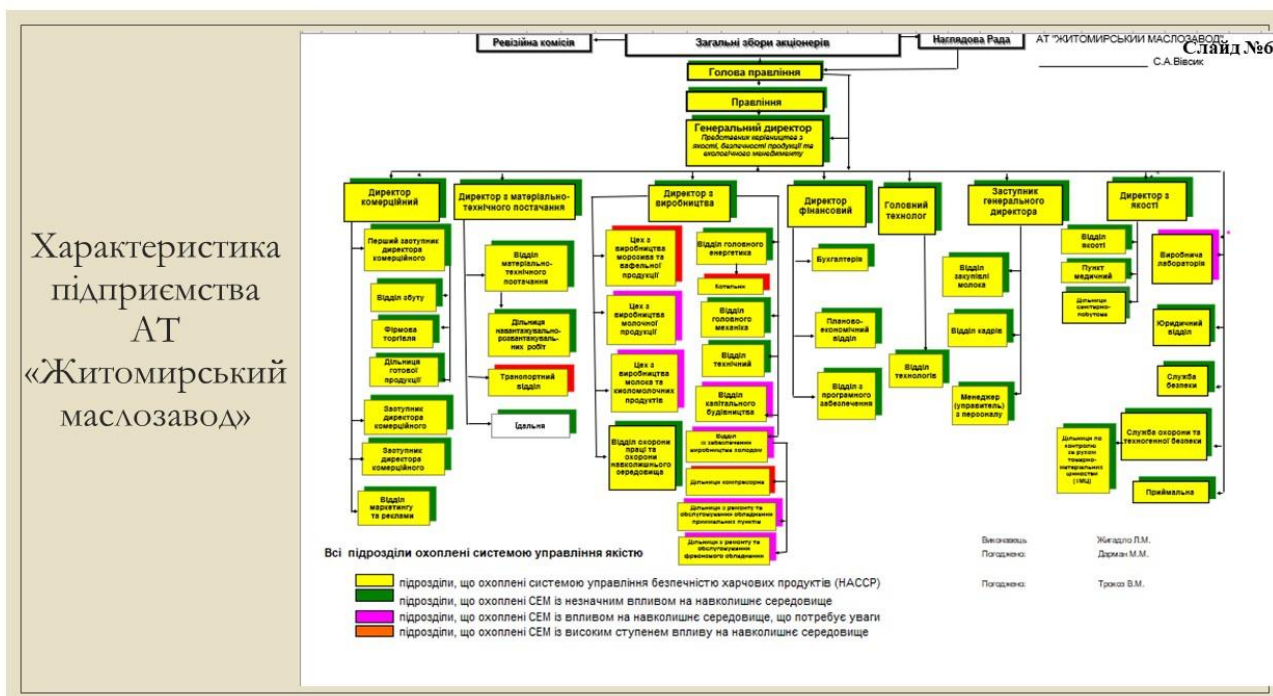
проаналізувати характеристику підприємства та його фінансовий стан;

здійснити діагностику фінансово-економічну діяльність підприємства;

розробити проєкт бізнес-планування випуску інноваційної продукції молочної продукції;

обґрунтувати економічний ефект від запропонованого заходу.





Аналіз фінансово-економічного стану підприємства

Слайд №7

Показники	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р.	
	2020	2021	2022	+,-	%
1. Чистий дохід (виручка), тис. грн.	926736	1003350	1186576	259840	128,04
2. Валовий прибуток, тис. грн.	242760	257128	285185	42425	117,48
3. Операційний прибуток, тис. грн.	96281	80164	98245	1964	102,04
4. Чистий прибуток, тис. грн.	65180	48571	71578	6398	109,82
5. Середньорічна вартість:					
• необоротних активів, тис. грн.	251821	306254	337629,2	85808,2	134,08
• в т.ч. основних засобів, тис. грн.	223322,5	280455,5	298225,5	74903	133,54
• оборотних активів, тис. грн.	251821	177950	204526	-47295	81,22
6. Фондовіддача	0,69	0,61	0,80	0,11	115,94
7. Фондоозброєність, тис. грн./особу.	2444,6	2764,4	1843,9	-600,7	75,43
8. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,35	1,41	5,80	4,45	у 4,2 р.б.
9. Продуктивність праці, тис. грн./особу.	6814,2	6779,4	8017,41	1203,21	117,66
10. Середньомісячна заробітна плата одного працівника, грн.	7,36	8,22	11,2	3,84	152,17
11. Рентабельність господарської діяльності, %	10,18	6,68	7,46	-2,76	x
12. Рентабельність власного капіталу, %	5,59	3,26	4,80	-0,79	x

Передумови випуску інноваційної молочної продукції АТ «Житомирський маслозавод» Слайд №8

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Зміни в споживчих уподобаннях | <ul style="list-style-type: none"> Сучасні споживачі все більше приділяють увагу своєму здоров'ю і харчуванню, що сприяє зростанню попиту на спеціалізовані продукти, такі як безлактозна молочна продукція. |
| 2. Технологічні можливості | <ul style="list-style-type: none"> АТ «Житомирський маслозавод» має сучасне виробниче обладнання та висококваліфікованих фахівців, що дозволяє впроваджувати новітні технології у виробництво. |
| 3. Конкурентне середовище | <ul style="list-style-type: none"> Аналіз ринку показує, що безлактозна продукція все ще є відносно новим сегментом, який не повністю заповнений конкурентами. |
| 4. Нормативно-правові вимоги | <ul style="list-style-type: none"> Розвиток законодавства у сфері харчової промисловості в Україні також сприяє впровадженню нових продуктів. |
| 5. Економічні обставини | <ul style="list-style-type: none"> Економічна ситуація на ринку також є сприятливою для випуску нової продукції. |
| 6. Підтримка інновацій та розвитку | <ul style="list-style-type: none"> АТ «Житомирський маслозавод» має стратегію підтримки інновацій та постійного розвитку. |
| 7. Соціальна відповідальність | <ul style="list-style-type: none"> Випуск безлактозної продукції також відповідає принципам соціальної відповідальності підприємства. |

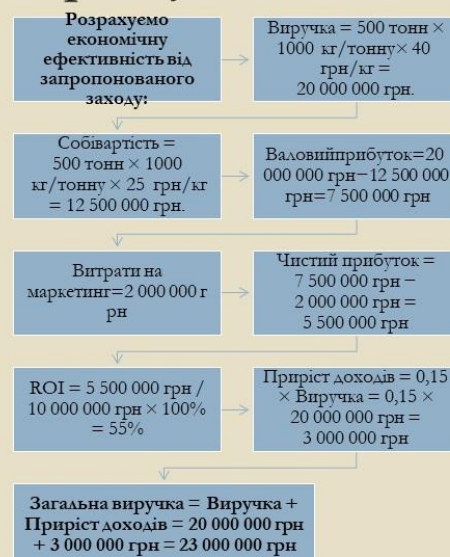
Характеристика бізнес-планування випуску інноваційної продукції Слайд №9

1. Аналіз ринку та споживчих уподобань	2. Технологічні можливості	3. Конкурентне середовище	4. Нормативно-правові вимоги	5. Фінансове планування	6. Маркетингова стратегія	7. Управління ризиками	8. Соціальна відповідальність
<ul style="list-style-type: none"> Зростання попиту на безлактозні продукти пов'язане зі збільшенням кількості людей, які страждають від непереносимості лактози. 	<ul style="list-style-type: none"> АТ «Житомирський маслозавод» володіє сучасним виробничим обладнанням та технологіями, які дозволяють виробляти безлактозну продукцію. 	<ul style="list-style-type: none"> Аналіз конкурентного середовища показує, що ринок безлактозних продуктів все ще є відносно новим та не повністю заповненим конкурентами. 	<ul style="list-style-type: none"> Випуск безлактозної продукції відповідає сучасним законодавчим вимогам України щодо виробництва спеціалізованих харчових продуктів. 	<ul style="list-style-type: none"> Фінансовий аспект бізнес-планування включає оцінку необхідних інвестицій, прогнозування витрат і доходів, розробку бюджету та пошук джерел фінансування. 	<ul style="list-style-type: none"> Розробка маркетингової стратегії є критично важливою для успішного запуску безлактозної продукції. 	<ul style="list-style-type: none"> Ідентифікація та управління ризиками є важливою частиною бізнес-планування. 	<ul style="list-style-type: none"> Випуск безлактозної продукції відповідає принципам соціальної відповідальності підприємства.

Обґрунтування економічного ефекту від запропонованого проекту

Слайд №10

Дані	Значення
Прогнозовані обсяги продажу безлактозної продукції	500 тонн на рік
Середня ціна безлактозної молочної продукції	40 грн за кг
Собівартість виробництва 1 кг безлактозної продукції	25 грн
Загальні витрати на впровадження нової лінії (інвестиції в обладнання та технології)	25 млн. грн
Поточні витрати на маркетинг та просування	2 млн грн на рік
Очікуваний приріст доходів від нової продукції	15%



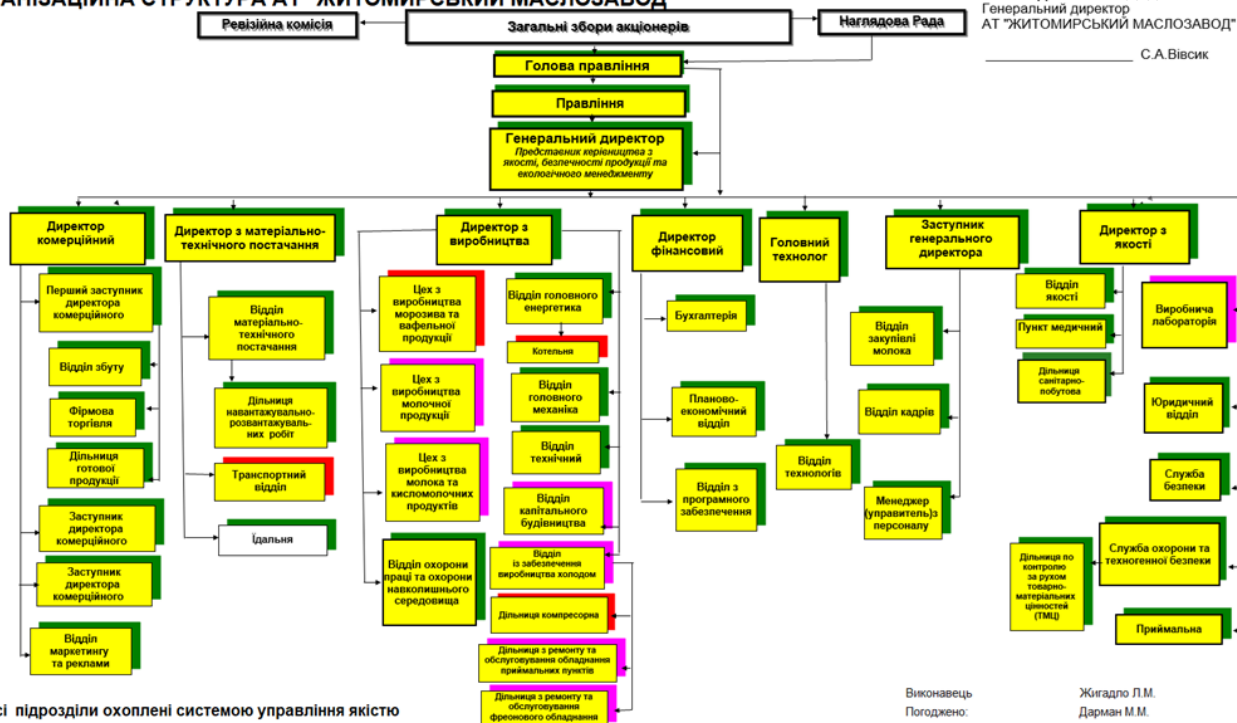
Слайд №11

Висновки

Впровадження інноваційної безлактозної молочної продукції є стратегічно обґрунтованим кроком, який забезпечить довгострокову економічну ефективність, підвищить конкурентоспроможність і фінансову стабільність АТ «Житомирський маслозавод».

Інтегрована система управління
ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА АТ "ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД"

ЗАТВЕРДЖУЮ Додаток Б
Генеральний директор
АТ "ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД"
С.А.Вісик



Всі підрозділи охоплені системою управління якістю

- підрозділи, що охоплені системою управління безпечністю харчових продуктів (НАССР)
- підрозділи, що охоплені СЕМ із незначним впливом на навколишнє середовище
- підрозділи, що охоплені СЕМ із впливом на навколишнє середовище, що потребує уваги
- підрозділи, що охоплені СЕМ із високим ступенем впливу на навколишнє середовище

Додаток В

Підприємство АТ "Житомирський маслозавод"Територія УкраїнаОрганізаційно-правова форма господарювання акціонерне товариствоВид економічної діяльності Перероблення молока, виробництво масла та сируСередня кількість працівників¹ _____Адреса, телефон Україна, 10002, місто Житомир, вул. І. Гонти, 4,

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого

наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ		
		01
00182863		
1810136600		
230		
10.51		

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 2020 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	560	602
первісна вартість	1001	2232	2451
накопичена амортизація	1002	1672	1849
Незавершені капітальні інвестиції	1005	13878	10902
Основні засоби	1010	181998	264647
первісна вартість	1011	291585	373343
знос	1012	109587	108696
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035	549	47
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090	3016	31741
Усього за розділом I	1095	198608	305034
II. Оборотні активи			
Запаси	1100		
Виробничі запаси	1101	40908	25743
Незавершене виробництво	1102		
Товари	1103	9735	9846
Готова продукція	1104	24666	36816
Поточні біологічні активи	1110	10940	

Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	66662	69626
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	14972	4963
з бюджетом	1135	1590	7845
у тому числі з податку на прибуток	1136		
із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	154	74
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	3730	23007
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190	5	2
Усього за розділом II	1195	163627	177922
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	362235	482956
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5341	5341
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	16555	
Резервний капітал	1415	4406	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	214699	344806
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495		
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515	60364	73246
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595		
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	23890	13339
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	24076	22745
з одержаних авансів	1616	601	1608
розрахунками з бюджетом	1620	1016	328
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	610	616
розрахунками з оплати праці	1630	1482	2104
із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	7997	8387
Усього за розділом III	1695		

IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	362235	482956

Керівник Вівсик С.А.

Головний бухгалтер Ісакова С.Ю.

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство АТ "Житомирський маслозавод"

Територія Україна

Організаційно-правова форма господарювання акціонерне товариство

Вид економічної діяльності Перероблення молока, виробництво масла та сиру

Середня кількість працівників¹

Адреса, телефон Україна, 10002, місто Житомир, вул. І. Гонти, 4.

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого

наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ		
		01
		00182863
		1810136600
		230
		10.51

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 2021 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	602	521
первісна вартість	1001	2451	2560
накопичена амортизація	1002	1849	2039
Незавершені капітальні інвестиції	1005	10902	7795
Основні засоби	1010	264647	296264
первісна вартість	1011	373343	444926
знос	1012	108696	148662
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035	47	47
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090	31741	2847

Усього за розділом I	1095	305034	307474
II. Оборотні активи			
Запаси	1100		79304
Виробничі запаси	1101	25743	29699
Незавершене виробництво	1102		
Товари	1103	9846	37895
Готова продукція	1104	36816	11710
Поточні біологічні активи	1110		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	69626	74981
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	4963	4182
з бюджетом	1135	7845	10853
у тому числі з податку на прибуток	1136		8041
із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	74	56
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	23007	7782
Витрати майбутніх періодів	1170	300	228
Інші оборотні активи	1190	2	592
Усього за розділом II	1195	177922	177978
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	482956	485452
Пасив	Код рядка	На кінець звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	4	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5341	5341
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	344806	393377
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495	346199	398718
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		5265
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515	73246	
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		2038
Усього за розділом II	1595		7303
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	13339	31130
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	22745	28188
з одержаних авансів	1616	1608	917
розрахунками з бюджетом	1620	328	5

у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	616	740
розрахунками з оплати праці	1630	2104	2043
із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	8387	7188
Усього за розділом III	1695		
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	482956	485452

Керівник Вівсик С.А.

Головний бухгалтер Ісакова С.Ю.

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство АТ "Житомирський маслозавод" Дата (рік, місяць, число) _____ за ЄДРПОУ _____
 Територія Україна за КОАТУУ _____
 Організаційно-правова форма господарювання акціонерне товариство за КОПФГ _____
 Вид економічної діяльності Перероблення молока, виробництво масла та сиру за КВЕД _____
 Середня кількість працівників¹ _____
 Адреса, телефон Україна, 10002, місто Житомир, вул. І. Гонти, 4, _____
 Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого

КОДИ	
	01
	00182863
	1810136600
	230
	10.51

наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 2022 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	521	526
первісна вартість	1001	2560	2853
накопичена амортизація	1002	2039	2327
Незавершені капітальні інвестиції	1005	7795	57598
Основні засоби	1010	296264	300187
первісна вартість	1011	444926	498040
знос	1012	148662	197853
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035	47	47
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		2214
Інші необоротні активи	1090	2847	7213
Усього за розділом I	1095	307474	367785
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	79304	110371
Виробничі запаси	1101	29699	44041
Незавершене виробництво	1102		
Товари	1103	37895	45473
Готова продукція	1104	11710	20857
Поточні біологічні активи	1110		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	74981	99253
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	4182	4871
з бюджетом	1135	10853	12445

у тому числі з податку на прибуток	1136	8041	
із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	56	143
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	7782	2580
Витрати майбутніх періодів	1170	228	255
Інші оборотні активи	1190	592	1156
Усього за розділом II	1195	177978	231074
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	485452	598859
	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
Пасив			
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5341	5341
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	393377	464955
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495	398718	470296
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	5265	
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525	2038	1646
Усього за розділом II	1595	7303	1646
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	31130	72793
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	28188	35570
з одержаних авансів	1616	917	
розрахунками з бюджетом	1620	5	3325
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	740	993
розрахунками з оплати праці	1630	2043	2302
із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточні забезпечення	1660		8931
Доходи майбутніх періодів	1665		393
Інші поточні зобов'язання	1690	7188	962
Усього за розділом III	1695	79431	126917
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	485452	598859

Керівник

Вівсик С.А.

Головний бухгалтер

Ісакова С.Ю.

Підприємство АТ «Житомирський маслозавод»

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ	
	01
00182863	

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2020 р.**

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	926736	859806
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(683976)	(672400)
Валовий:			
прибуток	2090	242760	187406
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	2464	69350
Адміністративні витрати	2130	(23475)	(21857)
Витрати на збут	2150	(120206)	(102664)
Інші операційні витрати	2180	(5262)	(71364)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	96281	60871
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200	2326	14
Інші фінансові доходи	2220	393	734
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	(12443)	(16181)
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	(1738)	(793)
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	84819	44645
збиток	2295		

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(19639)	(10495)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	65180	34150
збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	65180	34150
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	65180	34150

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	514237	479011
Витрати на оплату праці	2505	63984	58044
Відрахування на соціальні заходи	2510	22348	21699
Амортизація	2515	38111	19069
Інші операційні витрати	2520	78226	91279
Разом	2550	716906	669102

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		

Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Керівник Вівсик С.А.

Головний бухгалтер Ісакова С.Ю.

Підприємство АТ «Житомирський маслозавод»

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ	
	01
00182863	

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2021 р.**

Форма № 2 Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1003350	926736
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(746222)	(683976)
Валовий:			
прибуток	2090	257128	242760
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	1976	2464
Адміністративні витрати	2130	(31295)	(23475)
Витрати на збут	2150	(143731)	(120206)
Інші операційні витрати	2180	(3914)	(5262)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	80164	96281
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	2523	2326
Інші доходи	2240	393	393
Фінансові витрати	2250	(15983)	(12443)
Втрати від участі в капіталі	2255		

Інші витрати	2270	(5282)	(1738)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	61815	84819
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	13244	(19639)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	48571	65180
збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	48571	65180
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	48571	65180

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	513110	514237
Витрати на оплату праці	2505	67142	63984
Відрахування на соціальні заходи	2510	22951	22348
Амортизація	2515	46242	38111
Інші операційні витрати	2520	127330	78226
Разом	2550	776775	716906

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Керівник

Вівсик С.А.

Головний бухгалтер

Ісакова С.Ю.

Підприємство АТ «Житомирський маслозавод»
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
		01
00182863		

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2022 р.**

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1186576	1003350
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(901391)	(746222)
Валовий:			
прибуток	2090	285185	257128
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	1965	1976
Адміністративні витрати	2130	(30729)	(31295)
Витрати на збут	2150	(149803)	(143731)
Інші операційні витрати	2180	(8373)	(3914)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	98245	80164
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	53	2523
Інші доходи	2240	393	393
Фінансові витрати	2250	(8848)	(15983)
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	(8499)	(5282)
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	81344	61815
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	9766	13244
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	71578	48571
збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	71578	48571

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	645843	513110
Витрати на оплату праці	2505	75715	67142
Відрахування на соціальні заходи	2510	25730	22951
Амортизація	2515	59433	46242
Інші операційні витрати	2520	130008	127330
Разом	2550	936729	776775

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Керівник
Головний бухгалтер

Вівсик С.А.
Ісакова С.Ю.