

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Факультет технології зерна і зернового бізнесу**  
**Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова**  
**діяльність»**  
**Освітня програма «Міжнародна торгівля зерном»**  
**Кафедра управління бізнесом**

**ДО ЗАХИСТУ:**

Завідувач кафедри  
управління бізнесом  
д.е.н., проф. Басюркіна Н.Й.

---

1 червня 2023 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

**Тема «Економічне обґрунтування будівництва кондитерського підприємства в м. Дрогобич»**

Керівник \_\_\_\_\_ к.е.н., доц. Карпінська Г.В.

Студент \_\_\_\_\_ Гергель З.Д.

**Одеса 2023р.**

Міністерство освіти і науки України  
Одеський національний технологічний університет

Кафедра ТЗПХ і КВ  
Кафедра УБ

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

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

3.1. Чорний Родіон Романович – Будівництво карамельного цеху кондитерського підприємства в м. Дрогобич

**Керівник: проф. Коркач Г.В.**

3.2. Тимовська Мар'я Русланівна – Будівництво пастило-мармеладного цеху кондитерського підприємства в м. Дрогобич

**Керівник: проф. Коркач Г.В.**

3.3. Гергель Захар Дмитрович – Економічне обґрунтування будівництва кондитерського підприємства в м. Дрогобич

**Керівник: к.е.н., доцент кафедри УБ Карпінська Г.В**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
**Наказ Міністерства освіти і науки,**  
**молоді та спорту України**  
**29 березня 2012 року № 384**

**Форма № Н-9.01**

**Одеський національний технологічний університет**

Навчально-науковий інститут прикладної економіки та менеджменту  
ім. Г.Е. Вейнштейна  
Факультет технології зерна і зернового бізнесу  
Кафедра управління бізнесом  
Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр  
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
Освітня програма «Міжнародна торгівля зерном»

ЗАТВЕРДЖУЮ:  
Завідувач кафедри  
управління бізнесом  
д.е.н., проф. Басюркіна Н.Й.

30 жовтня 2022 р.

**ЗАВДАННЯ**  
**на дипломну роботу студентіві**

**Гергелю Захару Дмитровичу**

1. Тема роботи: «Економічне обґрунтування будівництва кондитерського підприємства в м.Дрогобич» і керівник роботи к.е.н., доц. Карпінська Г.В. затверджені наказом по академії від 30.10.2022 р. № 689-03.
2. Строк подання студентом закінченої роботи 25 травня 2023 р.
3. Вихідні дані до роботи: законодавчі акти, наукові видання зарубіжних та українських авторів, методичні вказівки кафедри управління бізнесом ОНАХТ, аналітичні дослідження ринку кондитерських виробів України тощо.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які необхідно розробити):
  - 4.1. Вступ
  - 4.2. Теоретична частина
  - 4.3. Аналітична частина
  - 4.4. Розрахункова частина
  - 4.5. Висновки
5. Перелік графічного та ілюстративного матеріалу: Рис. 1.1. – 2.7., Табл. 2.1. – 3.3.9.
6. Дата видачі завдання – 30 жовтня 2022 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи
1.	Робота з літературними джерелами та розробка теоретичної частини дипломної роботи	1.11.2022 – 30.11.2022
2.	Написання теоретичної частини кваліфікаційної дипломної роботи	1.12.2022 – 3.01.2023
3.	Написання аналітичної частини кваліфікаційної дипломної роботи	3.01.2023 – 3.02.2023
4.	Написання розрахункової частини кваліфікаційної дипломної роботи	4.02.2023 - 31.03.2023
5.	Оформлення кваліфікаційної дипломної роботи відповідно до вимог, передбачених методичними вказівками	1.04.2023 – 12.05.2023
6.	Підготовка доповіді та презентації до кваліфікаційної дипломної роботи	12.05.2023 – 25.05.2023

Керівник

к.е.н., доц. Карпінська Г.В.

Студент

Гергель З.Д.

## АНОТАЦІЯ

Дипломна робота містить 112 сторінок, 28 таблиць, бібліографія з 47 найменувань, 1 додаток.

**Метою роботи** є дослідження теоретичних та практичних засад економічного обґрунтування проектів будівництва пастило-мармеладного та карамельного цехів кондитерського підприємства в м.Дрогобич

Об'єктом дослідження є тенденції розвитку підприємств кондитерської галузі та соціально-економічні процеси розвитку м.Дрогобич задля обґрунтування доцільності та економічної ефективності будівництва там кондитерського підприємства.

Відповідно до мети в роботі вирішуються такі **завдання**:

- досліджено теоретичні та методичні засади оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів;
- досліджено сучасні тенденції та проблеми розвитку світової та вітчизняної кондитерської галузі в аспекті виявлення основних трендів та перспектив їх розвитку;
- здійснено техніко-економічне обґрунтування та техніко-економічні розрахунки альтернативних проектів будівництва пастило-мармеладного та карамельного цехів кондитерського підприємства в м.Дрогобич.

За результатами роботи сформульовано висновки щодо економічної доцільності пропонуємих проектів.

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

Рік виконання роботи – 2022-2023.

Рік захисту роботи – 2023.

## SUMMARY

The bachelor's contains 112 pages, 28 tables, a bibliography of 47 titles, 1 appendix. The purpose of the work is to study the theoretical and practical foundations of the economic justification of projects for the construction of pasty-marmalade and caramel workshops of a confectionery enterprise in Drohobych. The object of the study is the trends in the development of enterprises in the confectionery industry and the socio-economic processes of the development of the city of Drohobych in order to substantiate the feasibility and economic efficiency of the construction of a confectionery enterprise there. According to the goal, the following tasks are solved in the work: - the theoretical and methodological principles of assessing the economic efficiency of investment projects were investigated; - modern trends and development problems of the global and domestic confectionery industry were investigated in terms of identifying the main trends and prospects for their development; - technical and economic substantiation and technical and economic calculations of alternative projects for the construction of pasty-marmalade and caramel shops of a confectionery enterprise in Drohobych were carried out. Based on the results of the work, conclusions were formulated regarding the economic feasibility of the proposed projects. The obtained results can be used both at enterprises of the confectionery industry, as measures for their development, increasing competitiveness, expanding market share and strengthening their image.

Year of performance 2023

Year of defense 2023

## ЗМІСТ

<b>ВСУП</b>	8
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ</b>	10
1.1. Сутність проектної діяльності: поняття, основні характеристики, класифікація проектів	10
1.2. Теоретико-методчні засади щодо оцінювання економічної ефективності проектів	16
1.3. Матеріально-технічне забезпечення та джерела формування ресурсів інвестиційного проекту	23
<b>РОЗДІЛ 2 СВІТОВІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ТЕНЕДЕНЦІЇ ТА ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ</b>	45
2.1. Світові тренди розвитку ринку кондитерських виробів з цукру	45
2.2. Аналіз тенденцій розвитку ринку кондитерських виробів в Україні	51
2.3. Аналіз ринку пастило-мармеладних виробів в Україні	60
<b>РОЗДІЛ 3 ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ ПРОЕКТУ БУДІВНИЦТВА КОНДИТЕРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В М. ДРОГОБИЧ»</b>	68
3.1. Аналіз демографічного, соціального та економічного середовища м. Дрогобич в аспекті обґрунтування доцільності будівництва кондитерського підприємства	68
3.2. Техніко-економічні розрахунки проекту будівництва пастило-мармеладного цеху кондитерського підприємства в м. Дрогобич»	71
3.3. Техніко-економічні розрахунки проекту будівництва карамельного цеху кондитерського підприємства в м. Дрогобич»	81
<b>РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ</b>	91
<b>ВИСНОВКИ</b>	95
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b>	101
<b>ДОДАТКИ</b>	106

## ВСТУП

Один з найсуттєвіших аспектів для забезпечення стійкого розвитку національної економіки полягає у постійному зростанні інвестиційного потенціалу та привабливості для інвестицій. Результати господарської діяльності та конкурентоспроможності підприємств реального сектора економіки визначаються структурою і ефективністю використання інвестицій. Фактичне здійснення інвестицій відбувається через реалізацію інвестиційних проектів. Однак реалізація проектів пов'язана з різноманітними ризиками. Це пояснюється великою нестабільністю економічної та політичної ситуації в країні, непередбачуваністю у фінансовій сфері, а також появою нових типів реальних інвестиційних проектів та форм їх фінансування.

Відповідно до мети в роботі вирішуються такі завдання:

- досліджено теоретичні та методичні засади оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів;
- досліджено сучасні тенденції та проблеми розвитку світової та вітчизняної кондитерської галузі в аспекті виявлення основних трендів та перспектив їх розвитку;
- здійснено техніко-економічне обґрунтування та техніко-економічні розрахунки альтернативних проектів будівництва пастило-мармеландного та карамельного цехів кондитерського підприємства в м.Дрогобич.

Об'єктом дослідження є процеси виробничо-господарської діяльності підприємств кондитерської галузі в аспекті визначення їх інвестиційної привабливості та доцільності реалізації на них інноваційних проектів.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств.

Методи дослідження. Теоретичною основою дослідження є фундаментальні положення сучасної економічної науки, основні положення

теорії логістики, законодавчі та нормативно-правові акти Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України. При написанні даної роботи застосовувалися такі методи: порівняння – для зіставлення фактичних даних за окремі періоди і роки; графічний – для наочного відображення показників обсягу ринку підприємств галузі.

Інформаційну базу дослідження склали статистичні матеріали та інші наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених та практиків з проблем інвестиційно-інноваційної діяльності, а також дані системи фінансової та статистичної звітності ряду підприємств, результати опитувань економічних суб'єктів, електронні бази даних і знань

# РОЗДІЛ 1.

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ

### 1.1. Сутність проектної діяльності: поняття, основні характеристики, класифікація проектів

Розвиток сучасної економіки ставить перед управлінням проектами на підприємствах нові вимоги, які впливають із трансформаційних умов. Особливості впровадження та реалізації проектів створюють нові вимоги до процесів їх управління. Для всебічного аналізу цих процесів теоретичною основою є визначення об'єкта дослідження - проекту як економічної категорії. На сьогоднішній день не існує єдиного тлумачення економічної категорії "проект", оскільки його багатогранність викликає різні точки зору щодо його сутності.

У сучасному розумінні поняття "проект" тлумачать так: це діяльність, захід, що передбачає виконання комплексу певних дій для досягнення певних цілей (одержання певних результатів); близькі за змістом терміни — "господарська діяльність", "робота (комплекс робіт)"; це система організаційно-правових і розрахунково-фінансових документів, необхідних для виконання певних дій або таких, що описують ці дії.

Проект — це сукупність цілеспрямованих, послідовно орієнтованих у часі, одноразових, комплексних і нерегулярно повторюваних дій (заходів або робіт), орієнтованих на досягнення кінцевого результату в умовах обмеженості ресурсів і заданості термінів їх початку і завершення. Формулювання понять, особливо мультискладних (яким є зокрема поняття проекту), як правило, не претендують на єдиність і повноту охоплення всіх ознак поняття, що вводиться. Тому наведемо поняття "проект", як економічною категорією у табл.1.

Таблиця 1.1

## Поняття «проект», як економічна категорія

Автор, джерело	Визначення поняття
1	2
<i>Визначення поняття «проект», як діяльність / сукупність дій / послідовність</i>	
Андреева Т.Є., Петровська Г.Е., Титар Т.С. [3, с. 364]	сукупність дій, метою яких є досягнення певного неповторного за своїми характеристиками та особливостями результату, що здійснюється в заздалегідь визначений термін, в межах ліміту необхідних ресурсів (фінансових, кадрових, матеріальних, тощо)
Батенко Л.П., Загородніх О.А.[5, с. 10]	діяльність, за якої матеріальні, фінансові та людські ресурси організовано новаторським шляхом для виконання унікальної роботи при обмеженні у часі та витратах, щоб досягти позитивних змін, визначених кількісними та якісними параметрами
Бовін А.А., Чередникова Л.Є., Якимович В.А. [6, с.145]	діяльність, захід, які припускають здійснення комплексу будь-яких дій, що забезпечують досягнення певних цілей або як систему технічних, організаційно-правових та розрахунково-фінансових документів, необхідних для здійснення будь-яких дій
Бэгыюлі Ф.[7, с. 16]	послідовність взаємопов'язаних подій, які відбуваються протягом встановленого обмеженого періоду часу і спрямовані на досягнення неповторного, але в той же час певного результату
<i>Визначення поняття «проект», як комплекс заходів</i>	
Верба В.А., Загородніх О.А.[8, с. 13]	одноразовий комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямований на задоволення визначеної потреби шляхом досягнення конкретних результатів при встановленому матеріальному (ресурсному) забезпеченні з чітко визначеними цілями протягом заданого періоду часу
Гудзь О.Є., Глушенковою А.А. [11, с.3]	комплекс науково-дослідних, проектно-конструкторських, та інших заходів, пов'язаних ресурсами, виконавцями та термінами, відповідно оформлених і спрямованих на зміну об'єкта управління, що забезпечує ефективність вирішення основних бізнесових проблем та досягнення відповідних цілей за певний період
Грей К.Ф., Ларсон Е.У. [10, с. 16]	комплексний не повторюваний захід, що обмежений за часом, бюджетом, ресурсами, а також чіткими вказівками щодо виконання, які розроблені на вимогу замовника
Майорова Т.В. [17, с.58]	системно обмежений і закінчений комплекс заходів, документів і робіт з подальшим отриманням доходу чи соціального ефекту
<i>Визначення поняття «проект», як комплект документів</i>	
ЗУ «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» [22]	комплекту документів, що визначає процедуру і комплекс усіх необхідних заходів (у тому числі інвестиційних) щодо створення та реалізації інноваційного продукту і (або) інноваційної продукції

Автор, джерело	Визначення поняття
1	2
Савчук В.П. [23, с.260]	документально оформлена пропозиція щодо зміни діяльності підприємства, яка переслідує певну мету
Гарасюк Г.М.[24, с.131]	сукупність документів, які характеризують проєкт від його задуму до досягнення заданих показників ефективності й обсягу, що включають цілий ряд стадії його реалізації
<i>Визначення поняття «проєкт», як набір процесів</i>	
Мазур І.І., Шапіро В.Д., Ольдерогге Н.Г. [17, с. 9]	сукупність цілей на вході (проблеми) та результату на виході (розв'язання проблеми), пов'язаними засобами реалізації
Міжнародний стандарт з управління проєктами ISO 21500 [40]	унікальний набір процесів зі скоординованих і керованих завдань з датами початку та закінчення, розроблених для досягнення мети

Таким чином, як відображено у табл. 1.1, концепцію "проєкту" можна розглядати з різних перспектив,: як діяльність / послідовність дій / сукупність; як комплекс заходів; як набір документів; як сукупність процесів.

Реалізація будь-якого проєкту передбачає виконання певних процесів, визначення заходів на кожному етапі проєкту, створення різних документів тощо. Тому, на нашу думку, під проєктом слід розуміти комплекс взаємопов'язаних заходів, розроблених для досягнення поставленої цілі (проблеми) та отримання певного результату з врахуванням наявних ресурсів.

Проєкти відрізняються значною різноманітністю і можуть бути класифіковані за різними ознаками. Таблиця 1.2 містить типи та види проєктів.

В наш час управління проєктами стало об'єктом наукових досліджень, оскільки ефективність організацій неможлива без застосування проєктного підходу.

Таблиця 1.2

## Типи та види проєктів [15, 27]

Класифікаційна ознака	Вид проєкту	Характеристика
Тип проєкту	Технічний	будівництво будинку або спорудження, впровадження нової виробничої лінії, розробка програмного забезпечення і т.д.
	Організаційний	Реформування існуючих або створення нового підприємства, впровадження нової системи управління, проведення міжнародної конференції і т.д.
	Економічний	Приватизація підприємства, впровадження системи фінансового планування й бюджетування, введення нової системи оподаткування і т.д.
	Соціальний	Реформування системи соціального забезпечення, соціальний захист незабезпечених верств населення, подолання наслідків природних і соціальних потрясінь
	Змішаний	проєкт, реалізований відразу в декількох областях діяльності, приміром проєкт реформування підприємства, що включає впровадження системи фінансового планування й бюджетування, розробку і впровадження спеціального програмного забезпечення тощо
Клас проєкту	Монопроєкт	окремий проєкт різного типу й призначення, що має певну мету, чітко окреслений рамки щодо фінансів, ресурсів, часу, якості і припускають створення єдиної проєктної групи
	Мультипроєкт	Комплексний проєкт, що складається з ряду монопроєктів і потребує застосування багато проєктного управління
	Мегапроєкт	цільова програма розвитку регіонів, галузей та інших утворень, що включають ряд моно- і мультипроєктів
Масштабпроєкту	Малий проєкт	це невеликий за масштабом, простий й обмежений обсягами проєкти
	Великий проєкт	проєкт в яких присутня наявність технічних, організаційних або ресурсних завдань, рішення яких передбачає нетривіальні підходи й підвищенні витрати на їх вирішення
Вид проєкту	Інвестиційний	створення або реновація основних фондів організацій, що потребують вкладення інвестицій
	Інноваційний	розробка й застосування нових технологій, ноу-хау й інших нововведень, що забезпечують розвиток організацій
	Науково-дослідницький	розробка та впровадження нових наукових підходів та прийомів
	Навчально-освітній	розробка, впровадження та удосконалення навчальних програм, методичних матеріалів, підручників
	Змішаний	поєднує в собі всі види проєктів

## Продовження таблиці 1.2

За тривалістю	Короткостроковий	до трьох років
	Середньостроковий	від трьох до п'яти років
	Довгостроковий	понад п'ять років

У сучасних наукових дослідженнях розрізняють дев'ять шкіл проєктного менеджменту [31], опис характеристик яких представлений у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

## Наукові школи проєктного управління [29, 31]

Назва школи, представники	Характеристика школи
1	1
Школа оптимізації, Д. Кліланд, В. Кінг, Г. Керзнер	Основна ідея школи полягає в оптимізації результатів проєкту на основі застосування формальних методів. Основні положення полягають у формулюванні цілей проєкту, його компонентів, детальному плануванні і виконанні проєкту для досягнення ефективності використання часу і бюджету. Застосовуваний інструментарій для вирішення відповідних завдань: методи структуризації проєкту, ієрархічна структура робіт, календарне планування, технологія освоєння обсягу, методи оцінки проєкту та ін.
Школа моделювання, Т. Вільямс	Основна ідея полягає у використанні теорії систем для моделювання проєктів та проєктування створених систем з використанням декомпозиційного підходу. Здійснюється аналіз проєкту, взаємовплив його компонентів, обмеження проєкту та взаємодія із зовнішнім середовищем для отримання оптимальних результатів, управління часом, якістю, гнучкістю та задоволеністю учасників. Методичний інструментарій включає методи системного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовищ проєкту, ризиків, проєктування.
Школа управління, Р. Лундін, А. Содергольм	Представники цієї школи значну увагу приділяють побудові ефективної системи управління проєктом і відносинам між учасниками проєкту. У фокусі наукових робіт цієї школи знаходяться: оптимізація контрактних відносин з використанням теорій трансакційних витрат, теорій принципал – агент; побудова механізму управління проєктом [50]. Позиція у сфері інтересів представників цієї школи включала питання управління проєктами, програмами та портфелями, а також управління коаліційними проєктами [41, 52]. Інструментарій, що застосовується: схеми контрактних відносин, методи та моделі управління взаємозв'язками між учасниками проєкту, організаційні структури управління та проєктні офіси.

## Продовження таблиці 1.3

Школа прийняття рішень, Г. Вінч	Основна ідея полягає у побудові ефективної системи комунікацій і розробка оптимальних методів прийняття управлінських рішень. Проект розглядається як система потоків інформації та прийнятих рішень, а напрям досліджень пов'язаний з побудовою інформаційних систем управління проектами, забезпечення ІТ-підтримки проектного менеджменту для вдосконалення процесів прийняття рішення та функцій управління. Основний інструментарій – інформаційні системи проектного менеджменту, методи, моделі та технології прийняття проектних рішень [29].
Поведінкова школа, Р. Грем, Дж. Пінто, Дж. Тралі та ін.	Поведінкова школа взаємопов'язана зі школою управління. Загальна ідея школи полягає в управлінні між людьми та дослідженні соціально-психологічних аспектів. Відповідно до цього, школа зосереджується на кількох аспектах проектного менеджменту: організаційна поведінка, лідерство, формування команд, управління комунікаціями, управління людськими ресурсами [49]. Відповідно до позицій представників школи, проектно-орієнтованим організаціям слід адаптуватися та впроваджувати нові практики управління людськими ресурсами, спеціально для проектної діяльності. Нові напрями в рамках розглянутої школи пов'язані з дослідженням організаційної діяльності віртуальних проектних команд, крос культурними комунікаціями, потенційними синергетичними та антагоністичними ефектами у проектних командах, управління знаннями, актуалізованими у зв'язках із віковими різноманітними конструктивними командами та глобалізацією.
Школа успіху, Дж. Ягдев, Р. Мюллер, Дж. Пінто, Д. Слевін	Основна ідея полягає у виявленні двох ключових компонентів успішного проекту, а саме: фактори успішного проекту (елементи проекту, які можуть бути використані для збільшення ймовірності успіху; незалежні змінні, які роблять успіх більш ймовірним) та критерії успішного проекту (заходи, за якими оцінюється успішний результат проекту; залежні зміни, що роблять успіх більш ймовірним; бізнес-цілі, які необхідно досягти в результаті реалізації проекту) [42]. Представники шкіл здійснюють виявлення факторів та критеріїв успішності проекту на основі розкриття та аналізу даних за різними проектами, побудову системних показників успішного проекту, аналіз причин успіху та невдачі.
Процесна школа, Дж. Тернер, Р. Гарейс, М. Гюман	Основна ідея полягає у розбивці проекту на сукупність оптимізуючих процесів і алгоритмів. Дослідження школи представляють проект, як сукупність операцій і процесів, формалізацію діяльності та підвищенні зрілості процесів, в тому числі за рахунок стандартизації, створення і використання методологій управління проектами. Основний інструментальний апарат – моделі життєвого циклу, стандарти управління проектами, методології проектного менеджменту [31].

## Продовження таблиці 1.3

Ситуаційна школа, Д. Двір, А. Шенгар, Б. Тарілка	Основна ідея полягає у тому, що системи управління проектами мають враховувати унікальність самих проектів. Управління проектами повинно узгоджуватися зі стратегією господарюючого суб'єкта та впливати на фактори зовнішньої середовища. Методи та інструменти, що використовують представники шкіл – системи класифікації проектів, моделі узгодження системи проектного менеджменту з внутрішнім та зовнішнім середовищем.
Школа маркетингу, Б. Кова, Р. Салле, С. Форман	Основна ідея полягає у тому, що успіх проекту багато в чому залежить від вражень зацікавлених сторін. Увага в рамках цієї школи оприлюднює управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами проектів, управління іміджем, управління враженнями, організацію ефективного медійного супроводу проектної діяльності. Відповідно в рамках цієї школи застосовуються інструменти маркетингу, а в окремих засобах просування: системи взаємовідносин з клієнтами, реклама, зв'язки з громадськістю тощо [31].

На сьогоднішній день школи проектного менеджменту продовжують активно розвиватись і перетворюватись, з'являються нові наукові підходи до вивчення цієї сфери управлінської діяльності.

## 1.2. Теоретико-методчні засади щодо оцінювання економічної ефективності проектів

Аналіз наукової літератури свідчить про те, що економічна ефективність є складною та багатогранною категорією у сучасній економічній науці. Вона виникла одночасно з формуванням періоду матеріального виробництва і не має однозначного визначення та трактування. Економічна ефективність залежить від оптимального співвідношення витрат і результатів виробництва. У процесі наукового пошуку необхідно звернути увагу на оцінку ефективності роботи підприємств, яка є завершальним етапом фінансового та управлінського аналізу їх господарської діяльності.

Оцінка економічної ефективності виробничо-господарської діяльності підприємств здійснюється шляхом використання різних науково обґрунтованих і взаємопов'язаних показників. Це дозволяє порівняти витрати, які були зроблені на виробництво продукції, з кінцевими

результатами роботи. На сьогоднішній день не існує єдиної визначеної системи показників або їх класифікації, яка б дозволяла провести детальний аналіз економічної ефективності підприємств.

Невід’ємною частиною управління проектами підприємства є оцінка його ефективності. В комерційних організаціях прийняттям рішення щодо реалізації проекту є його прибутковість та доцільність.

Методи оцінки економічної ефективності проекту наведено у таблиці 1.4

Таблиця 1.4

## Методи оцінки економічної ефективності проекту\*

Метод	Характеристика
1	2
Термін окупності – мінімальний термін, необхідний для відшкодування витрат із чистих грошових потоків [9, с. 127]	<p>Для рівномірних грошових потоків: —</p> $PP = \frac{I_0}{CF}, \quad (1.1)$ <p>де <math>I_0</math> – величина початкових витрат;  <math>CF</math> – чистий грошовий потік від реалізації інноваційного проекту.</p> <p>Для нерівнозначних потоків з різними проміжками часу:</p> $PP_d = \frac{I_0 - (CF_1 + \dots + CF_j)}{CF_{j+1}} \quad (1.2)$ <p>Дисконтований методом окупності:</p> $DPP = \frac{I_0}{\sum_{t=1}^{T_k} CF_d}, \quad (1.3)$ <p>де <math>T_k</math> – кількість років, потрібних для того, щоб обсяг прибутку від інвестицій зрівнявся з обсягом <math>I_0</math> (термін окупності);  <math>CF_d</math> – дисконтований грошовий потік;  <math>t</math> – індекс (порядковий номер) кожного року експлуатації об’єкта.</p>
Чиста теперішня вартість – різниця між теперішньою вартістю надходжень і теперішньою вартістю витрат [9, с. 128]	$NPV = PV - I_0 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0, \quad (1.4)$ <p>де <math>PV</math> – загальна величина дисконтованих доходів;  <math>CF_t/(1+r)^t</math> – теперішня вартість результатів;  <math>CF_t</math> – чисті грошові потоки <math>t</math>-го року.</p> <p>Якщо <math>NPV &gt; 0</math> – проект варто прийняти; якщо <math>NPV &lt; 0</math> – проект не варто приймати; якщо <math>NPV = 0</math> – проект ні прибутковий, ні збитковий</p>

## Продовження таблиці 1.4

<p>Внутрішня норма доходності – ставка дисконтування за якої сума дисконтованих значень грошових потоків буде дорівнювати першочерговій вартості інвестицій [9, с. 130]</p>	$IRR = r_2 + \frac{(r_1 - r_2) \cdot NPV_2}{NPV_2 - NPV_1} \quad (1.5)$ <p>де <math>r_1</math> – значення коефіцієнта дисконтування, що мінімізує позитивне значення показника <math>NPV</math>;  <math>r_2</math> – значення коефіцієнта дисконтування, що максимізує негативне значення показника <math>NPV</math>.</p>
<p>Індекс рентабельності – дозволяє визначити в якій мірі зростає прибутковість проекту [9, с. 134]</p>	$PI_1 = \frac{NPV}{I_0} = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0}{I_0} \quad (1.6.)$ <p>Якщо <math>PI &gt; 1</math> – проект варто прийняти; _____  Якщо <math>PI &lt; 1</math> – проект не варто реалізовувати; _____  Якщо <math>PI = 1</math> – то проект ні прибутковий, ні збитковий.</p>

\* сформовано за [9, с. 127-134]

Усі з наведених методів у таблиці 1.4 мають певні переваги та недоліки, які більш докладно представлено у таблиці 1.5.

Окрім наведених оцінок ефективності (табл. 1.4., табл. 1.5), ефективність проекту може бути оцінена з точки зору соціальної складової, а саме яким чином задоволені потреби людей і суспільства, зокрема за якісними характеристиками: покращання здоров'я, підвищення коефіцієнту інтелектуальності людини, задоволенням естетичних потреб тощо. Окрім того, може проводитися вплив проекту на навколишнє природне середовище, так звання екологічна ефективність тощо.

Таблиця 1.5

Переваги та обмеження методів оцінки економічної ефективності  
проекту\*

Метод	Переваги методу	Обмеження методу
1	2	3
Термін окупності [9, с. 128]	<p>1. Дозволяє оцінити ліквідність і ризик проекту, оскільки тривала окупність означає тривалу іммобілізацію засобів та підвищену ризикованість.</p> <p>2. Простота застосування.</p> <p>3. При використанні дисконтованого терміну окупності розрахунок проводиться на підставі концепції грошових потоків і враховується можливість реінвестування доходів і часова вартість грошей.</p>	<p>1. Не розглядає інвестиційні доходи за межами терміну окупності.</p> <p>2. Ігнорує можливість реінвестування й тимчасову вартість грошей, тому проекти з рівними термінами, але з різною тимчасовою структурою приймаються як рівноцінні.</p> <p>3. При ізольованому використанні методу терміну окупності загальну рентабельність проекту виміряти неможливо.</p>
Чиста теперішня вартість [9, с. 130]	<p>1. Розрахунки ведуться за грошовими потоками, а не за чистими доходами. Грошові потоки враховують амортизацію як джерело фінансових ресурсів. Амортизація не є використаними грошовими коштами того року, коли нараховується знос.</p> <p>2. Враховує зміну вартості грошей учасі.</p> <p>3. Затверджуючи проект з позитивним значенням цього показника фірма буде нарощувати свій капітал за рахунок цього проекту.</p>	<p>1. Не є абсолютно правильним критерієм при виборі між проектами з більшими і меншими початковими інвестиційними витратами при однакових дисконтованих доходах; не визначає поріг рентабельності й запас фінансової міцності проекту.</p> <p>2. Не об'єктивізує вплив змін вартості нерухомості й сировини на цей показник.</p> <p>3. Трудомісткість обчислень, складність прогнозування ставки дисконтування.</p> <p>4. Не показує реальну прибутковість проекту перевищує вартість капіталу.</p>
Внутрішня норма доходності [9, с. 132]	<p>1. Не дуже складний для розуміння.</p>	<p>1. Складність обчислень.</p> <p>2. Не завжди є змога визначити найприбутковіший проект.</p> <p>3. Не вирішує множинність ВНД при не конвенціональних грошових проектах. Іноді ВНД не піддається визначенню, вступаючи в протиріччя з канонами математики.</p> <p>4. Не враховує розмір проекту та величину підвищення добробуту компанії.</p>

## Продовження таблиці 1.5

Індекс рентабельності[9, с. 135]	1. Є зручним при виборі одного проекту з ряду альтернативних, що мають приблизно однакові значення чистої теперішньої вартості.	1. Не може бути використаний при аналізі неординарних проектів, що припускає значний відтік грошових коштів у ході їх реалізації.
----------------------------------	---	---

\* сформовано за [9, с. 128-135]

Методи оцінки ефективності інвестиційних проектів більшість авторів [3; 4, с. 255; 11, с. 187; 13, с. 138; 14, с. 132] описують по-різному, але на практиці сьогодні застосовуються дві групи методів оцінки, за допомогою яких і визначають перераховані показники представлені на рис. 1

Виділені статистичні (що не враховують фактор часу) або традиційні (прості) методи оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів, такі як період окупності інвестицій – PP (Payback Period) і коефіцієнт ефективності інвестицій ARR (Accounted Rate of Return), відомі давно й широко використовувалися у вітчизняній та європейській практиці ще до того, як загальне визнання отримала концепція, заснована на дисконтуванні грошових надходжень. Коефіцієнт рентабельності інвестицій (ROI) або рентабельності активів є один із основних індикаторів конкурентоспроможності, показує необхідну суму інвестицій витрачених підприємством для отримання однієї грошової одиниці чистого доходу [15, с. 223]. Метод розрахунку приведених витрат використовується для оцінки ефективності тих інвестиційних рішень, які не передбачають одержання доходу за наявності кількох варіантів проекту.



Рис. 1.1. Методи оцінки ефективності проектної інвестиційної діяльності.

Ці розглянуті методи спираються на проектні, планові та фактичні дані про витрати та результати, обумовлені реалізацією інвестиційних проектів в подальшій ефективній інвестиційній діяльності підприємства. Динамічні (що враховують фактор часу) або методи дисконтування, засновані на дисконтуванні грошових потоків. При використанні цих методів важливою складовою є пошук ставок дисконтування, які дозволяють привести доходи та витрати до значення, наближеним до реальних. Дисконтування являє собою процес перерахунку майбутньої вартості грошового потоку в поточну. При виборі ставки дисконтування треба враховувати інфляційні процеси, вартість всіх джерел для інвестицій та можливі показники ризиків. При цьому кожний метод ґрунтується на одному й тому ж принципі – завдяки інвестиційним вкладенням торговельне підприємство повинно спрацювати ефективно, тобто отримати максимальний дохід та збільшити власний капітал. Інвестиційний проект полягає в обґрунтуванні економічної доцільності, обсягу, термінів здійснення інвестицій і містить проектно-

кошторисну документацію, розроблену відповідно до законодавства України і затверджених стандартів, а також бізнес-план. Ефективність інвестиційного проекту відображає відповідність проекту цілям та інтересам його учасників. Оцінка ефективності інвестиційного проекту відповідно до офіційно діючих методичних рекомендацій має ґрунтуватися на певних принципах. Групування змістовного контенту принципів оцінки ефективності інвестицій та їх розподіл з уточненням вказано в таблиці 1.6.

Таблиця 1.6

## Принципи оцінки ефективності інвестиційної діяльності підприємства

Методологічні	Меточні	Операційні
Вимірювання Корисність інтересів Максимальний (результативність) Системність Комплексність Неспростовність Спостереження Асиметричність Транзитивність	Порівняння ситуацій «з проектом» і «без проекту» Унікальність Субоптимізація (suboptimization) Некерованість минулого Динамічність Погодженість Тимчасова цінність грошей Неповнота інформації Структура капіталу Багатовалютність Фінансування	Взаємозв'язок параметрів проекту Моделювання Організаційно- економічний механізм реалізації проекту Багатоетапність оцінки Інформаційна і методична узгодженість Симпліфікація

Після проведеного аналізу [1, с. 298; 4, с. 256; 6, с. 31] було встановлено, що принципи оцінки ефективності інвестиційних проектів можна розділити на три структурні групи. Перша група включає методологічні принципи, які є загальними і складають концептуальну основу дослідження, незалежно від специфіки конкретного проекту. Тому ми пропонуємо додати до списку методів, що використовуються на емпіричному рівні досліджень, метод "спостереження", щоб забезпечити більш прискіпливий контроль за прийнятими рішеннями з необхідною гнучкістю за контрольованими показниками інвестиційної діяльності. Група методичних

принципів безпосередньо пов'язана з проектом, його специфікою, економічною і фінансовою привабливістю. На нашу думку, до цієї групи слід додати метод "фінансування", який передбачає залучення інвестиційних ресурсів для фінансування інвестиційної діяльності і має відповідні форми вираження. Таким чином, сучасні запропоновані методи та принципи оцінки ефективності інвестиційної діяльності надають можливість приймати обґрунтовані управлінські рішення з мінімальним рівнем похибки.

### **1.3. Матеріально-технічне забезпечення та джерела формування ресурсів інвестиційного проекту**

Для ефективного функціонування запроектованого виробництва важливим умовою є забезпечення необхідних ресурсів, таких як обладнання, матеріали, сировина та інші елементи. Матеріально-технічне забезпечення інвестиційного проекту є складним процесом, який включає наступні етапи: визначення потреб у ресурсах, збалансоване планування їх обсягів відповідно до виробництва, організацію замовлення та своєчасне отримання ресурсів з метою забезпечення неперервності інвестиційного процесу.

Система матеріально - технічного забезпечення інвестиційного проекту включає в себе:

- поставки матеріальних ресурсів для реалізації інвестиційних проектів у реальній сфері;
- оптову торгівлю технологічним обладнанням, будівельними матеріалами, конструкціями та деталями;
- торгівлю будівельними матеріалами, конструкціями та деталями через систему будівельних бірж, торгових домів та посередницьких підприємств та інше.

Закупівлі та поставки виконуються з метою забезпечення проектів необхідними ресурсами, такими як майно, виконання робіт, передача інтелектуального капіталу, пов'язаного з реалізацією конкретного інвестиційного проекту.

Закупівлі можуть бути розділені на такі категорії: закупівлі робіт, закупівлі матеріалів, закупівлі обладнання, закупівлі послуг, закупівлі консультантів.

На етапі розробки проекту створюється модель технологічної комплектації, а в рамках планування проекту розробляється уніфікована нормативно-технологічна документація, яка є основою для виробничо-технологічної комплектації. Комплекти конструкцій, виробів та матеріалів постачаються централізовано в повній технологічній готовності для використання на проекті.

У процесі забезпечення матеріально-технічними ресурсами проектів важливо визначити потребу в таких ресурсах для реалізації інвестиційного проекту. Цей процес включає такі етапи:

- Визначення видів і кількості матеріалів, сировини та комплектуючих виробів, які будуть використовуватись у проекті.
- Вивчення ринку відповідних матеріалів, сировини та комплектуючих виробів і вибір оптимальних умов їх постачання, що відповідають вимогам якості, кількості, вартості, доступності та надійності поставок.
- Прогнозування можливих варіантів забезпечення кожного виду ресурсів.
- Розрахунок можливих витрат на транспортування та зберігання матеріалів і сировини.
- Складання оптимальної програми поставок матеріалів, сировини та обладнання, яка відповідає вимогам якості, кількості та вартості.
- Всі ці кроки спрямовані на забезпечення ефективного використання матеріально-технічних ресурсів у проекті.

На етапі підготовки техніко-економічного обґрунтування (ТЕО), визначаються та уточнюються потреби в матеріально-технічних ресурсах для здійснення інвестиційних проектів, як у кількісному, так і у якісному аспекті. При виконанні цієї роботи необхідно враховувати соціально-економічні,

фінансові та технічні чинники, які можуть значно впливати на види, кількість та якість ресурсів. Серед них зокрема варто враховувати такі фактори:

Соціально-економічні фактори: соціальне та культурне середовище, соціально-економічну політику й регулювання, інфраструктурну мережу, систему транспорту й комунікацій.

Комерційні та фінансові фактори: розміри проекту, кваліфікація й продуктивність персоналу, вимоги ринку до якості продукту, матеріалів, сировини та інші.

Технічні фактори: сфери промисловості, технології й технологічні процеси, типи машин та обладнання, виробнича потужність та прогнозований обсяг виробництва.

Головним етапом забезпечення матеріально-технічних ресурсів для проекту є забезпечення технологічним обладнанням, яке класифікується за різними характеристиками, такими як виробниче призначення, конструкційні особливості, умови виготовлення, поставки, зберігання, монтажу, терміни експлуатації та виведення з виробництва. Комплектування обладнання для будівництва або реконструкції підприємств здійснюється з урахуванням таких особливостей:

- Тривалість циклу виготовлення обладнання вимагає ретельної розробки документації та попереднього замовлення обладнання на заводах, що виготовляють відповідні види обладнання. Це передбачає тісний зв'язок між проектною командою замовника, проектувальником та виробником обладнання.

- Поставка обладнання, зокрема основного технологічного, для об'єкта, який будується або реконструюється, здійснюється одночасно.

- Складність і велика відповідальність комплектації обладнання окремими елементами, деталями, вузлами та комплектуючими виробами відповідно до співпраці з підприємствами-співвиконавцями збільшується при переході до масштабних поставок. Більша частина обладнання постачається у

вигляді укрупнених вузлів та блоків, які потребують монтажних операцій перед збіркою.

– Необхідність чіткого узгодження планів комплектування з планами фінансування капітального будівництва, планами будівельно-монтажних робіт та планами виробництва машинобудівельних заводів.

– Необхідність узгодження планів комплектування з планами розподілу продукції різними збутовими організаціями.

– Комплектування будівель обладнанням здійснюється шляхом комплектування по елементах або укрупнених комплектних поставок обладнання з підвищеною заводською та монтажною готовністю.

Найпоширенішим методом є поставки комплектних технологічних ліній (КТЛ), які представляють найбільш організований рівень машинобудівного виробництва та прогресивний метод комплектування будівель обладнанням. Суть цього методу полягає в тому, що одна компанія є постачальником всього обладнання, включаючи нестандартне обладнання та всі комплектуючі, незалежно від виробника. Поставки КТЛ, установок та агрегатів здійснюються на основі прямих договорів між постачальниками та замовниками за умови дотримання графіків поставок та проведення технічного нагляду та монтажних робіт. Поставки обладнання у вигляді КТЛ та агрегатів дозволяють скоротити строки поставок, підвищити рівень комплектності та готовності до монтажу обладнання та використовувати прогресивні методи планування та контролю поставок. Крім того, вони сприяють раціональній організації служби технічного нагляду та монтажу.

Матеріально-технічне постачання інвестиційних проектів здійснюється згідно з графіками, які тісно пов'язані зі строками виконання будівельно-монтажних робіт. Графіки є обов'язковими додатками до договорів. Замовник або проектна команда, уповноважена замовником, узгоджують технічні умови та іншу документацію з підприємствами-виробниками для виготовлення та поставки окремих видів матеріально-технічних ресурсів, а

також розглядають технічні питання, пов'язані з розміщенням замовлень на виготовлення ресурсів.

В залежності від виду коштів існують такі методи фінансування інвестиційної діяльності, як:

1. Самофінансування;
2. Акціонування;
3. Боргове фінансування;
4. Фінансування за рахунок дотацій;
5. Змішане фінансування.

Вибираючи той чи інший метод фінансування інвестиційних проектів треба враховувати їх особливості. Зокрема, внутрішні (власні) кошти такі як амортизація та прибуток мають певні позитивні сторони, а саме:

- простота та швидкість залучення;
- висока віддача за критерієм норми прибутковості інвестиційного капіталу (непотрібно виплачувати відсотки та дивіденди);
- суттєве зниження ризику неплатоспроможності та банкрутства підприємства при їх використанні; - повне збереження управління в руках засновника підприємства.

В той же час, обсяг таких джерел у підприємства обмежений, крім того, відсутній зовнішній контроль за їх ефективним використанням.

Зовнішні (боргові та залучені) кошти навпаки мають високі можливості залучення та можливості зовнішнього контролю за ефективністю їх використання. Однак є і негативні сторони, а саме: - складність із залученням та оформленням; - значний строк залучення;

- необхідність надання гарантій (на платній основі); - підвищений ризик банкрутства у зв'язку з несвоєчасним погашенням боргу;
- втрата частини прибутку від інвестиційної діяльності у зв'язку з необхідністю платити відсотки та дивіденди; - часткова втрата управління діяльністю підприємства.

Далі більш детально зупинимося на кожному методі фінансування інвестиційних проектів.

1. *Самофінансування* - здійснюється виключно за рахунок власних коштів. Цей метод є основним для реалізації невеликих інвестиційних проектів індивідуальних інвесторів. Головна роль серед власних джерел фінансування інвестиційних проектів, безумовно, належить прибутку, який залишається у підприємства після сплати податків та інших обов'язкових платежів.

Основне джерело фінансування яке найчастіше використовується для невеликих інвестицій - банківські депозити, придбання цінних паперів, вкладення в інтелектуальний капітал підприємства (робочу силу). Крім того, прибуток є найкращим джерелом для фінансування інвестицій, для яких важко визначити строк окупності та рівень доходності. Це можуть бути високо ризикові інноваційні інвестиції або заходи, які носять соціальний характер (будівництво санаторіїв, баз відпочинку, дитсадків тощо).

У зв'язку з цим, серед основних джерел фінансування інвестиційних проектів, зокрема, реальних постійно зростає роль економічна та податкова роль амортизаційних відрахувань, які формуються в результаті переносу вартості основних фондів на вартість продукту та в сукупності складають амортизаційний фонд. Економічна роль амортизації полягає у фактичному відшкодуванні діючих основних фондів, крім того, відповідні амортизаційні відрахування відображають реальне знецінення основного капіталу в процесі виробництва та надання послуг і відносяться на витрати діяльності суб'єктів господарювання, а податкова роль амортизації - полягає у фінансовому відшкодуванні основного капіталу за рахунок зменшення оподаткованого прибутку на суму амортизаційних відрахувань (податкова амортизація) та одержання податкової знижки.

З прийняттям цієї Концепції в Україні проводиться амортизаційна реформа, тобто змінюється порядок нарахування амортизаційних відрахувань:

- Об'єктом нарахування амортизації є основні кошти (крім землі), але нарахування амортизації здійснюється протягом строку корисного використання (експлуатації) об'єкту, який встановлюється підприємством, при зарахуванні його на баланс, та призупиняється на період його реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання або консервації.

- Амортизація об'єкту основних фондів нараховується, щомісячно виходячи з нового строку корисного використання, починаючи з місяця, наступного за місяцем зміни строку корисного використання.

- Суму нарахувань амортизації усі підприємства відображають збільшенням суми витрат підприємства та зносу необоротних активів.

- Застосовуються нові методи нарахування амортизаційних відрахувань: прямолінійний, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний, виробничий.

- Метод амортизації вибирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу одержання економічних вигод від його використання та переглядається у випадку зміни очікуваного способу одержання економічних вигод від його використання, нарахування амортизації новим методом починається з місяця, наступного за місяцем прийняття рішення про зміну метода амортизації, але і воно проводиться щомісячно. Під методом нарахування амортизації розуміють розподіл вартості основних фондів за роками їх служби у певному системному порядку.

В залежності від того, що вкладається в зміст методу нарахування амортизації, вони також можуть класифікуватися на:

- методи, що базуються на терміні використання основних коштів. До них відносять:

- методи рівномірної амортизації - які передбачають нарахування амортизації в залежності від строку нормальної експлуатації об'єкту основних коштів, як правило, рівномірно, виходячи з первісної вартості

цього об'єкту, тобто - це метод прямолінійного списання (або лінійний метод нарахування амортизації);

- методи прискореної амортизації, які базуються на прискоренні амортизаційного процесу, виходячи з різних систем прискорення на основі залишкової вартості. До них відносять - метод суми числа (цифр) років (кумулятивний метод); метод зниження залишку; метод подвійного зменшення вартості; модифікаційний (метод залишку, який зменшується з , переходом на рівномірний);

- методи уповільненої амортизації, які передбачають уповільнення процесу нарахування амортизації, що збільшує строк використання об'єкту. Це метод амортизаційного фонду та метод ануїтету;

- методи, що базуються на кількості одиниць продукції, одержаної від використання об'єкту основних коштів. Це метод суми одиниць продукції (виробничий метод), який не можна використовувати при відсутності певного очікуваного обсягу виробництва продукції.

Як правило, перелік можливих конкретних методів нарахування амортизації регулюється державою, але кожне підприємство з переліку вибирає ті методи, які економічно доцільні саме для нього.

Розглянемо детальніше зміст кожного з них.

Лінійний метод нарахування амортизації, або метод рівномірної або пропорційної амортизації, є практично класичним методом, який враховує зв'язок між об'єктивною виробничою категорією - зносом та суб'єктивною фінансовою категорією – амортизацією.

При використанні лінійного методу нарахування амортизації вартість об'єкта основних фондів списується рівними частинами протягом періоду експлуатації цього об'єкта. Річна сума амортизаційних відрахувань може бути визначена двома способами.

При першому способі розрахунок здійснюється діленням вартості об'єкту, по якому має нараховуватися амортизація, на строк його корисної експлуатації.

При використанні другого способу сума річних амортизаційних відрахувань визначається множенням встановленої або розрахованої річної норми амортизації на первісну вартість об'єкту.

Перевагами даного методу можна вважати рівномірність, стабільність, пропорційність нарахувань амортизації та віднесень на собівартість, простоту та точність розрахунків. Недоліком є те, що він не враховує морального зносу та розбіжностей виробничої потужності основних фондів у різні роки їх експлуатації, протягом перших років його служби.

Доцільність застосування методів прискореної амортизації пояснюється такими причинами:

- найбільша інтенсивність використання основних фондів приходиться на перші роки їх експлуатації, коли вони фізично та морально нові;
- швидке здійснення накопичення коштів для заміни об'єкту основних фондів, що амортизується.

Серед методів прискореної амортизації найбільш поширеним є кумулятивний метод, при якому річна норма, амортизаційних відрахувань відповідного року множиться на різницю між первісною вартістю об'єкта та його ліквідаційною вартістю.

Лінійний метод також може бути методом прискореної амортизації, коли прискорення здійснюється за рахунок скорочення нормативного строку експлуатації. Цей метод застосовується в країнах, де держава проводить амортизаційну політику шляхом регулювання строків експлуатації основних коштів.

На відміну від класичної концепції податкова (фіскальна) концепція не враховує зв'язок між зносом та амортизацією. В цьому випадку державні органи не визначають нормативний строк експлуатації, а встановлюють річну норму амортизації виходячи не з балансової, а із залишкової вартості основних фондів. До переваг методу слід віднести максимальний облік інтересів бюджету. Основним недоліком такого методу - методу зниження залишку - є збільшення строку списання амортизації поверх строку

можливого використання основних коштів, тобто неможливість забезпечення відтворення вартості основних фондів та забезпечення процесу відтворення. З урахуванням цього, більшість країн відмовились від його застосування. На зміну методу зниження залишку прийшов його різновид - метод двократного зменшення вартості, який більше відповідає інтересам виробництва та вимогам прискореної амортизації (за перші 5 років амортизується 67% о вартості основних коштів).

Метод зниження залишку передбачає визначення суми амортизаційних відрахувань множенням балансової вартості об'єкту основних фондів на початок звітної о періоду на постійну норму амортизації.

Різновидом методу зниження залишку є метод подвоєного залишку, при якому подвійну ставку амортизаційних відрахувань, визначену методом прямолінійного списання, використовують як норму амортизації.

Особливої уваги заслуговує модифікаційний метод прискореної амортизації. Цей метод найбільш повно враховує інтереси й виробництва, і бюджету. По-перше, державою встановлені строки експлуатації основних коштів: за певний період часу амортизується 30% їх первісної вартості. По-друге, річні норми амортизаційних відрахувань згладжені по відношенню до інших методів прискореної амортизації, що балансує надходження у бюджет. Це досягнуто за рахунок збільшення строку амортизації до 11 календарних років та норм амортизаційних відрахувань останніх років.

Методи уповільненої амортизації передбачають поступове збільшення суми амортизаційних відрахувань протягом строку експлуатації основних фондів та дисконтування наступних грошових надходжень від інвестицій в основні фонди з використанням складних процентів.

Метод амортизаційного фонду передбачає одночасне з нарахуванням амортизації вкладення рівної суми в цінні папери або депонування на окремому (особливому) рахунку. Одержані відсотки по цим інвестиціям також зараховуються в амортизаційний фонд. Таким чином, амортизаційний

фонд складається з двох джерел: 1) амортизаційних відрахувань; 2) процентів від інвестицій та вкладів.

Амортизаційні відрахування визначаються так, щоб до кінця строку користування основних фондів амортизаційний фонд дорівнював їх первісної вартості (за мінусом ліквідаційної вартості).

Метод амортизації, який базується на кількості одиниць діяльності (продукції), одержаних від використання об'єкту основних коштів, або метод суми одиниць продукції (виробничий метод) передбачає розрахунок норми амортизації на одиницю діяльності (послуг).

2. *Акціонування* - метод який використовується для фінансування великих інвестиційних проектів із значними строками окупності витрат. При акціонуванні капітал залучається шляхом емісії простих та привілейованих акцій, що розміщуються серед юридичних та фізичних осіб, або через випуск варантів. Через акціонування може залучатися не тільки грошовий капітал, але й матеріальні та нематеріальні цінності. Привабливість акціонерної форми фінансування інвестиційних проектів виявляється в тому, що основний обсяг необхідних ресурсів надходить на початку його реалізації, тобто дає можливість профінансувати нові підприємства, в яких немає ще прибутків, амортизації, немає заставного майна, щоб одержати кредит у банку. Крім того, такий метод фінансування (емісія простих акцій) не зобов'язує підприємство повертати капітал і виплачувати дивіденди через певний проміжок часу.

Акціонерні форми господарювання здатні відіграти певну роль у реалізації нової структурної політики. Розповсюдження акцій серед підприємств і організацій приводить до перерозподілу між ними платоспроможного інвестиційного попиту, в тому числі й не забезпеченого товарами. А придбання акцій населенням сприяє трансформації споживчого попиту в інвестиційний, опосередковує відтік капіталу з фонду споживання у фонд накопичення, переміщаючи в такий спосіб тиск незабезпечених товарами грошей з ринку предметів споживання на ринок засобів

виробництва. Таким чином, відбувається розширення горизонтальних зв'язків між підприємствами, що бувають двох видів: організаційні (концерни, асоціації, синдикати) і фінансові (об'єднання грошових засобів у формі акціонерних товариств). Розвиток фінансових зв'язків через створення акціонерних товариств приводить до внутрішнього та міжгалузевого переливу капіталу. З'являється можливість швидкого здійснення структурних зрушень, що сприяють освоєнню нових технологій і підвищенню конкурентноздатності підприємств.

Акціонерна форма фінансування інвестиційних проектів значно полегшує процес інтеграції економіки країни в систему світових господарських зв'язків, залучаючи інвестиції іноземних підприємств. Випуск та реалізація цінних паперів національними підприємствами на світових ринках має сприяти залученню додаткових валютних ресурсів для здійснення технічного розвитку, переозброєння та реконструкції виробничої бази. Використання фінансового ринку дає змогу керувати значно більшими обсягами знеособлених продуктивних інвестицій дрібних акціонерів (у тому числі іноземних) порівняно з механізмом створення спільних підприємств.

Досвід зарубіжних країн підтверджує подолання з допомогою випуску акцій збитковості ряду державних підприємств, діяльність яких нерентабельна і потребує постійних дотацій з бюджету, а ліквідація неможлива через монопольне становище, яке вони посідають у національній економіці. Ця проблема може бути розв'язана реорганізацією підприємств в акціонерні товариства з більшою чи меншою часткою участі держави [6, с. 268-271].

3. **Боргове фінансування** - застосовується при фінансуванні інвестиційних проектів із високою нормою прибутковості (яка перевищує ставку позичкового відсотка) та незначними строками окупності витрат. Основою боргового фінансування виступає інвестиційний кредит, який представляє собою економічні відносини між кредитором та позичальником з приводу фінансування інвестиційних заходів на засадах повернення і, як

правило, із виплатою відсотка. Ці відносини характеризуються рухом вартості (позичкового капіталу) від кредитора до позичальника та в протилежному напрямку.

Необхідність інвестиційного кредиту пов'язана з об'єктивною розбіжністю у часі руху матеріальних і грошових потоків, що виникає в процесі відтворення суспільного продукту. Потреба в інвестиційному кредиті виникає через різницю у величині і термінах повернення капіталу, авансованого у виробництво, а також у зв'язку з необхідністю одночасної інвестиції великих грошових коштів для розширення виробничого процесу.

Поряд з необхідністю, внаслідок утворення тимчасово вільних капіталів та їх руху формується й можливість інвестиційного кредиту, тобто розвинуті кредитні відносини, пов'язані зі створенням відповідного інституціонального середовища - мережі спеціальних кредитних інституцій, які спеціалізуються на кредитуванні інвестиційних заходів (проектів). Кредитні установи організовують й обслуговують рух позичкового капіталу, забезпечують його залучення, акумуляцію та перерозподіл у ті сфери народного господарства, де виникає дефіцит коштів [8].

З огляду на те, що інвестиційний кредит представляє собою економічні відносини між кредитором та позичальником, то він може функціонувати в таких формах, див. рис. 8.3.

4. **Банківський інвестиційний кредит** - це основна форма інвестиційного кредиту, при якій грошові кошти на фінансування інвестиційних проектів надаються банківськими установами у тимчасове користування та з виплатою відсотку. Основними формами банківського інвестиційного кредиту є строкові кредити підприємцям, револьверні кредитні лінії та проектні кредити. Строкові кредити підприємцям призначаються для фінансування довго- та середньострокових інвестицій, таких як покупка обладнання, або будівництво споруд, строком більше одного року.

Як правило, боржник звертається за великим кредитом, виходячи з кошторису на проект, а потім зобов'язується його погасити серіями платежів. Строкові кредити підприємцям базуються на потоків майбутніх платежів підприємців, із допомогою яких буде здійснюватися поступове погашення кредиту. Графік поступового погашення складається на основі нормального циклу притоку та відтоку готівки боржника. Забезпеченням строкових кредитів є основний капітал (споруди, обладнання), які належать боржнику, і по ним установлюється або фіксована, або плаваюча процентна ставка. Така ставка перевищує ставку за короткостроковими кредитами внаслідок більшого ризику, який притаманний подібним кредитам.

*Револьверне кредитування* - або револьверна кредитна лінія дозволяє фірмі-боржнику запозичити кошти в межах визначеного ліміту, погашати всю суму запозичень або її частку та проводити при необхідності повторне запозичення в межах строку дії кредитної лінії. Як одна з найбільш гнучких форм інвестиційного кредитування вона часто надається без спеціального забезпечення і може бути короткостроковою або видаватися на 3-5 років. Така форма кредитування особливо часто використовується у випадках, коли клієнт не може достатньо точно визначити майбутні надходження готівки або розмір майбутніх потреб у кредитуванні. Револьверне кредитування дозволяє вирівняти коливання в рамках Інвестиційного циклу проекту, надаючи можливість запозичувати додаткові суми в період скорочення обсягів продаж та виплачувати їх на протязі періоду, коли надходження готівки є значним. Основними видами кредитних ліній є:

а) поновлювальна (револьверна), тобто клієнт, використавши та погасивши всю заборгованість по кредитній лінії, може знову користуватися нею;

б) не поновлювальна, після видачі та погашення позички, в межах кредитної лінії, відносини між позичальником та банком закінчуються;

в) «рамкова» кредитна лінія відкривається банком для оплати ряду поставок певних товарів у межах одного контракту, який реалізується

протягом року або іншого періоду, наприклад, фінансування поставки обладнання при здійсненні інвестиційного проекту;

г) кредитна лінія «із повідомленням» клієнту про верхню межу кредитування, перевищення межі, або недопустимо, або за перевищення стягуються більші відсотки;

д) «підтверджена» - щоразу клієнт узгоджує умови конкретної суми позички в межах кредитної лінії.

*Проектні кредити* - є найбільш ризикованими кредитами - або кредитами на фінансування поповнення основного капіталу, яке в майбутньому забезпечить надходження готівки. Вони нерідко надаються декількома банками, які спільно реалізують проект Вони також надаються кількома кредиторами, якщо проекти значні за розміром та мають чимало ризиків. Проектні кредити можуть надаватися:

- без права регресу на позичальника;
- з частковим регресом на позичальника;
- з повним регресом на позичальника;
- на консорціальних засадах.

*Регрес* - це право кредитора пред'являти фінансові вимоги до позичальника. Це право робить неможливим припинення Інвестиційного проекту. Право регресу регламентує відносини серед суб'єктів інвестиційного процесу. Збільшення (посилення) регресу призводить до погіршення коефіцієнта боргу, його покриття і відповідно до зменшення забезпеченості боргу. Посилення регресу підвищує Інвестиційні ризики з боку позичальника і відповідно зменшує вартість позики.

*Кредитування без регресу на позичальника* зумовлює покладення всієї відповідальності на реалізацію проекту на фінансово-кредитну організацію. Банк бере на себе всі інвестиційні ризики та відмовляється від будь-яких зворотних вимог (регресу) із приводу розподілу відповідальності. Таким чином така модель кредитування є надто дорогою і тому рідко зустрічається на практиці.

*Кредитування з частковим регресом на позичальника* зумовлює паритетний розподіл ризиків між учасниками проекту. Всі учасники беруть на себе відповідальності за ризики, які виникають у результаті їх, діяльності: замовники - за виділення ділянки під будівництво, вчасне надання проектно-кошторисної документації, деяких видів обладнання та матеріалів; підрядники - за вчасне введення об'єкта в експлуатацію з відповідною якістю за дотриманням кошторису; постачальники обладнання - за своєчасність, якість та комплектність поставок; кредитори - за вчасність надання фінансових ресурсів, дотримання платіжної та розрахункової дисципліни. Комерційні зобов'язання, які сторони беруть на себе, підтверджуються відповідними договорами та контрактами. Вартість цього типу фінансування є відносно невеликою, що можна пояснити його широким розповсюдженням. За певних умов таке фінансування здійснюється поза балансом діючого підприємства позичальника, проте частіше позичальник гарантує свої обов'язки часткою активів.

*Кредитування з повним регресом на позичальника* - дозволяє оформити фінансування у найбільш короткі строки. Цей тип фінансування застосовується для проектів, які мають державне значення, здійснюються під його гарантію або за його підтримкою. До цих проектів належать проекти розвитку пріоритетних галузей, регіонів, виробничої та соціальної інфраструктури тощо. Реалізуючи такі проекти, позичальник, крім потоків готівки, використовує інші джерела для погашення боргу. Слід відзначити, що цей тип фінансування найбільш прийнятний для економіки України, яка має гостру необхідність в активізації інвестиційної діяльності. Тому, міжнародні фінансово-кредитні організації сьогодні віддають перевагу саме цьому виду кредитування.

*Кредитування на консорційних засадах* - здійснюється за схемою: «створюй - володій - експлуатуй». Така схема припускає згоду між учасниками проекту щодо утворення (будівництва) підприємства, його акціонування або корпоратизації та експлуатації власником на пайових

умовах. Звичайно на умовах консорціуму банк або декілька банків конвертують боргові зобов'язання в акції позичальника. Власниками проекту стають також підрядники, страхові компанії тощо.

Для реалізації великих проектів можуть створюватися ПФГ та консорціуми, учасники яких, у тому числі банки, стають інвесторами та здійснюють безпосереднє кредитування і розподіляють між собою всі інвестиційні ризики.

Банківський консорціум надає інвестиційний кредит позичальнику в такі способи: шляхом акумулювання кредитних ресурсів у визначеному банку з подальшим наданням кредитів суб'єктам господарської діяльності; шляхом гарантування загальної суми кредиту провідним банком або групою банків - кредитування здійснюється при цьому залежно від потреби у кредиті; шляхом зміни гарантованих банками-учасниками квот кредитних ресурсів за рахунок залучення інших банків для участі в консорціумній операції.

Банківські консорціуми створюються з метою акумуляції кредитних ресурсів як у національній, так і в іноземній валюті, для здійснення кредитування господарських інвестиційних програм із значними обсягами фінансування, зменшення кредитних ризиків, дотримання нормативного показника максимального розміру ризику на одного позичальника.

Різновидом консорціумного кредиту є паралельний кредит, при якому в угоді беруть участь два або більше банків. Які самостійно ведуть переговори з позичальником. Банки-кредитори узгоджують між собою умови кредитування, щоб у підсумку укласти кредитний договір із загальними для всіх учасників умовами. Кожний банк самостійно надає позичальнику визначену частку кредиту, дотримуючись загальних, узгоджених з іншими банками-кредиторами, умов кредитування.

На основі багатосторонніх банківських кредитів з'являється можливість здійснювати великі довгострокові кредитні проекти для задоволення потреб інвестиційної сфери.

*Державний інвестиційний кредит* - це сукупність кредитних відносин, в котрих кредитором виступає держава, а позичальником підприємства, які відносяться до державної форми власності. Він надається на капітальні вкладення виробничого призначення шляхом надання бюджетних позик безпосередньо міністерствам та відомствам, іншим державним органам виконавчої влади. Для фінансування підприємствами, організаціями та об'єднаннями через банківські установи об'єктів, будівництво яких тільки починається на конкурсній основі, а також для фінансування раніш початих перспективних будов, технічного переоснащення та реконструкції діючих підприємств, які відносяться до державної власності, за пріоритетними напрямками економіки України.

*Міжнародний інвестиційний кредит* - це економічні відносини між державами, іноземними банками і фірмами з приводу фінансування інвестиційної діяльності на засадах повернення у певні строки та, як правило, із виплатою процента (детально ця форма інвестиційного кредиту розглядається у дев'ятому розділі роботи).

*Податковий інвестиційний кредит* - це відстрочка сплати податку на прибуток, що надається суб'єкту підприємницької діяльності на визначений строк із метою збільшення його фінансових ресурсів для здійснення інвестиційних (інноваційних) програм із наступною компенсацією відстрочених сум у вигляді додаткових надходжень податку через загальне зростання прибутку, що буде отриманий згідно з чинним законодавством унаслідок реалізації інвестиційних програм. Інвестиційний податковий кредит має цільове призначення. Його надання доцільно здійснювати переважно під інноваційні програми, які забезпечують реалізацію таких науково-технічних пріоритетів, як:

- науково-технічне оновлення виробництва з підвищенням його техніко-економічних показників і забезпеченням конкурентоспроможності на світовому ринку;

- прискорення розвитку наукомістких та високотехнологічних галузей і виробництв, здатних кардинально змінити економічний та науково-технічний потенціал України;

- розширення виробництва в найбільш пріоритетних і ефективних для національної економіки секторах ринку [8, с. 91-94].

**Товарний інвестиційний кредит** існує у вигляді лізингу - як довгострокової задачі в оренду з правом викупу основних коштів, куплених орендодавцем для орендаря з метою їх виробничого призначення. Така форма інвестиційного кредиту використовується Інвестором через брак власних фінансових коштів або неможливість одержати банківський кредит для реального інвестування, а також при Інвестиціях у реальні проекти з невеликим строком експлуатації, або з високим ступенем змінності технологій, Лізингодавцями можуть виступати спеціалізовані лізингові компанії, фінансові компанії, а також комерційні банки.

Однією з форм інвестиційного кредиту в товарній формі виступає **фінансовий лізинг** - це договір лізингу, у результаті укладення якого лізингоодержувач на своє замовлення отримує в платне користування від лізингодавця об'єкт лізингу на строк, за який амортизується 60% вартості об'єкту лізингу, визначеної у день укладення договору. Після закінчення строку договору фінансового лізингу об'єкт лізингу, переданий лізингоодержувачу згідно з договором, переходить у власність лізингоодержувача або викупается ним за залишковою вартістю [2].

До фінансового лізингу відносяться, як правило, контракти, що передбачають сплату протягом чітко встановленого строку лізингових платежів, величина яких є достатньою для повного відшкодування витрат лізингодавця, пов'язаних із придбанням майна та реалізацією прав власника, а також для забезпечення йому певного прибутку.

Особливими ознаками такого виду лізингу виступають:

- довготерміновий характер такої послуги;
- господарське відношення до об'єкта як до власності;

- виключне право лізингоотримувача на користування майном протягом усього терміну дії лізингової угоди;
- можливість придбання об'єкту за залишковою вартістю після закінчення строку лізингової угоди;
- страхування та відповідальність за майно, як правило, несе лізингоотримувач;
- можливість реалізації опціону на купівлю лізингоотримувачем об'єкту лізингу за залишковою вартістю після закінчення основного терміну лізингу.

Комерційний банк може брати участь у лізинговому бізнесі прямо та опосередковано (шляхом фінансування лізингової компанії).

Якщо з метою фінансування лізингового проекту банківська установа бере опосередковану участь в лізинговому бізнесі, то, як правило, створюється власна дочірня лізингова компанія й банк здійснює її кредитне обслуговування.

Відмінністю такої схеми фінансування від прямого кредитування виступає наявність фінансового посередника між банком та лізингоотримувачем, однак загальновизнана практика кредитування тут повністю зберігається. Безпосередньо банківський позичальник - лізингова компанія - розглядається як фінансовий посередник. Реальним позичальником вважається лізингоотримувач, що використовує свої активи у виробничих цілях для отримання грошових надходжень, щоб виплатити лізингові платежі, та тим самим забезпечити погашення боргу за позичкою лізингової фірми [8, с. 141-158].

Новою формою кредитування капітальних вкладень, що впроваджуються у фінансових установах, є надання коштів клієнтам для реалізації ними довгострокових широкомасштабних проектів, шляхом повного викупу випусків промислових облігацій які емітуються цими клієнтами. В міжнародній практиці така операція називається *андеррайтинг*. Вона має широке розповсюдження в діяльності спеціалізованих інвестиційних банків за кордоном.

Найчастіше банкам надається право здійснювати операції андеррайтингу тільки для провідних підприємств пріоритетних галузей України (літакобудування, суднобудування, хімічна промисловість і т.д.), продукція яких користується попитом на світовому ринку. Кожна операція андеррайтингу узгоджується з Департаментом інвестицій, Координаційною Радою банку з інвестиційної діяльності й отримує спеціальний дозвіл Кредитного Комітету, затверджений Правлінням комерційного банку.

Андеррайтинг надається, як правило, тільки підприємствам, які не мають перед банком зобов'язань по раніше отриманим позичках, та тільки для єдиного виду цінних паперів - іменних промислових облігацій з плаваючою процентною ставкою, номінал яких ув'язаний з динамікою ринкової вартості монетарного металу (наприклад, золота), забезпечених договором застави майна позичальника, яке не є заставним забезпеченням іншого зобов'язання (боргу), і для яких умовами випуску передбачена можливість конвертації облігацій у звичайні акції підприємства. Такі облігації вважаються у світовій практиці найбільш привабливими для інвестора і надійно захищають права останнього з урахуванням інфляційних процесів.

У зв'язку з нерозвиненістю фондового ринку в Україні, а також тим, що сума ліміту андеррайтингу для одного підприємства не може перевищувати 10 процентів власного капіталу банку і повинна відповідати вимогам закону України «Про цінні папери і фондову біржу», згідно якого акціонери товариства може випускати облігації на суму не більше 5 процентів від розміру свого статутного фонду і лише після повної оплати усіх випущених акцій, така форма фінансування інвестиційних проектів майже не використовується.

***Фінансування інвестиційних проектів шляхом надання дотацій*** - цей метод використовується для підтримки інвестиційних проектів урядовими чи неурядовими організаціями шляхом надання дотацій, грантів, субвенцій, спонсорської та донорської допомоги [7, с. 391]. Основним

джерелом фінансування інвестиційних проектів у цьому методі є кошти державного та місцевого бюджетів, а також кошти централізованих державних фондів. Інвестиційні проекти, які передбачають залучення цих коштів, вибираються на конкурсній основі і мають відповідати стратегії економічного й соціального розвитку та пріоритетним напрямкам структурної перебудови економіки. Перевага надається інвестиційним проектам у паливно-енергетичному комплексі, машинобудуванні, соціальній сфері, агропромисловому комплексі, а також на подолання наслідків Чорнобильської катастрофи [4].

Фінансування інвестиційних проектів неурядовими організаціями здійснюється переважно у вигляді грантів та спонсорської допомоги. Як правило об'єктами таких інвестицій є соціальна інфраструктура чи соціально-політичні програми. Таке фінансування часто має вигляд гуманітарної допомоги.

***Змішане фінансування*** - базується на комбінаціях різних методів фінансування інвестиційних проектів, і тому може бути використаним для фінансування будь-яких інвестиційних проектів.

Таким чином, сучасні теоретико-методичні підходи до визначення сутності інвестиційних проектів, запропоновані методи та принципи оцінки ефективності інвестиційної діяльності надають можливість приймати обґрунтовані управлінські рішення з мінімальним рівнем похибки.

## РОЗДІЛ 2

### СВІТОВІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ТЕНЕДЕНЦІЇ ТА ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

#### 2.1. Світові тренди розвитку ринку кондитерських виробів з цукру

Кондитерські вироби з цукру є звичною продукцією для споживачів в усьому світі. Ринки розвинених країнах є досить зрілими і насиченими. Як наслідок, одним із ключових драйверів розвитку і зростання продажів цієї категорії є впровадження інноваційних продуктів з новими смаками, ароматами, текстурами, формами і упаковками.

Ще одним важливим світовим трендом, що впливає на всю кондитерську галузь і на вироби з цукру зокрема, є тренд до здорового способу життя, що є найбільш сильним у розвинених країнах з високим рівнем доходів. Цей тренд стримує зростання кондитерської продукції з цукру в розвинених країнах і переміщує фокус на країни, що розвиваються, насамперед, Азіатсько-Тихоокеанського регіону і Близького Сходу.

Загалом серед кондитерських виробів з цукру у світі найбільше споживаються різні види цукерок, проте в деяких регіонах дуже популярною категорією є жувальна гумка, зокрема, в Азії і Латинській Америці.

**Функціональність, збагачений склад виробів.** Цей тренд є наслідком зростання уваги до здорового способу життя та здорової їжі і є більш характерним для розвинених країни Європи, Північної Америки і Азії.

Виробники розробляють нові рецептури традиційних цукерок і жувальної гумки, аби не лише зменшити імовірну шкоду для здоров'я через високий вміст цукру, але і принести користь самопочуттю споживачів, а саме:

Обмежують вміст доданого білого цукру або замінюють його на інші підсолоджувачі (наприклад, мед);

Обмежують вміст домішок (штучних фарбників, ароматизаторів, консервантів) або використовують натуральні замінники;

Додають корисні інгредієнти – вітаміни, мікроелементи, клітковину тощо.

Так звані «функціональні» кондитерські вироби позиціонуються не просто як смачний і солодкий продукт, а і засіб покращення самопочуття людини, що дозволяє, наприклад, додати енергії, підвищити увагу і працездатність, підвищити імунітет, заспокоїти і знизити рівень стресу. Вони містять відповідні інгредієнти – кофеїн, вітаміни В і С, фолієву кислоту тощо. Наприклад, драже з вмістом екстрактів рослин. Позиціонуються як антистресовий засіб (ринок Німеччини).

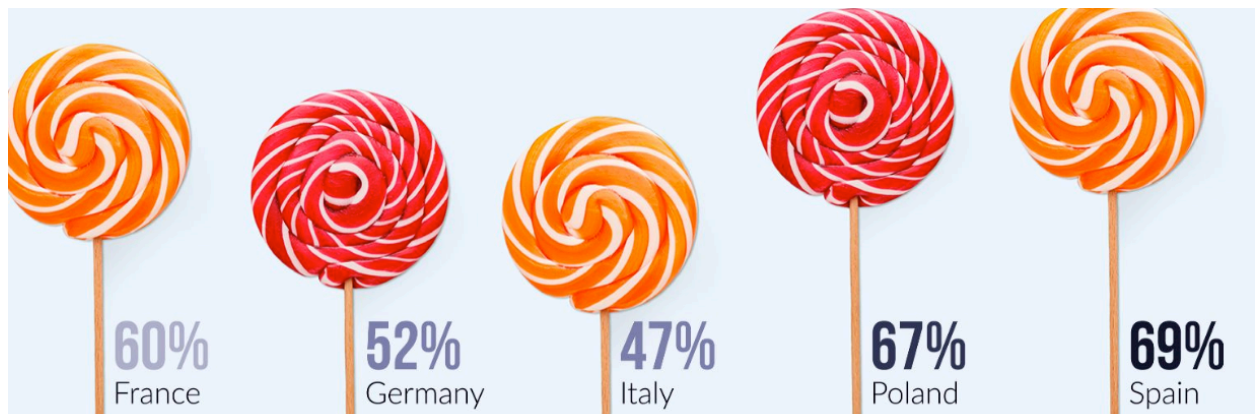


Рис. 2.1. Результати опитування населення країн щодо недостатності на ринку «здорових» солодоців (без цукру, без штучних барвників\ароматизаторів, з натуральними підсолоджувачами), % згодних

**Сезонні і локальні смаки та аромати.** Продажі кондитерської продукції мають виражену сезонність. Так, в країнах Європи, Північної і Південної Америки найбільші продажі цукерок припадають на період Різдва, Великодня і Хеллоуїну, і споживачам цікаві вироби з відповідними сезонними смаками, ароматами, формами, упаковкою (аромати кориці, глінтвейну, імбирного печива, великодні зайці і яйця тощо).

Виробники кондитерської продукції в азійських країнах використовують локальні і традиційні для цих країн смаки і аромати, спеції і трави.

В США і Канаді відбувається преміалізація споживання кондитерської продукції з цукру – споживачі цих країн зацікавлені в більш складних і гурманських смаках цукерок (алкогольних напоїв, кави, зеленого чаю тощо).

- **Гейміфікація, розважальний елемент.** Цукерки традиційно споживаються дітьми і підлітками. Для цієї цільової аудиторії важливими є яскраві кольори, цікаві текстури і форми, а також упаковка, що привертає увагу. Розповсюдженим є використання героїв мультфільмів на упаковці.

Молоді дорослі споживачі, особливо в азійських країнах, надають перевагу продукції з «веселими» смаками, формами, текстурами і упаковкою (наприклад, зі смаком коли, несолодкими смаками, цукерки, що «вибухають»).

В країнах Азії також Тенденція зосередження уваги на різних сенсах очевидна на азіатському ринку цукрових кондитерських виробів, де деякі марки пропонують “їстівні розваги” з надією, що мультисенсорний досвід збудить і сподобається споживачам.

Світова торгівля кондитерською продукцією з цукру.

світовий імпорт кондитерської продукції з цукру (код HS 1704) склав 11,1 млрд дол. США. Протягом останніх чотирьох років обсяг імпорту зростає в середньому на 4% щорічно.

Левову частку світового імпорту складають різні види цукерок (без додавання какао і шоколаду).

Найбільшим імпортером кондитерської продукції з цукру в світі є США (18% світового імпорту в 2019р.), також лідерами є Німеччина (6,8%) і Велика Британія (5,7%). Разом ці три країни закупають більше третини світового імпорту цукерок.



Рис. 2.2. Світовий імпорт, млн.дол.

При цьому три країни-лідери збільшили обсяги імпортованих поставок незначно, в середньому на 2-4% щорічно. Натомість середня щорічна динаміка приросту імпорту цукерок інших країн була значно вищою, зокрема, Нідерландів (+11%), Китаю (+13%), Саудівської Аравії (+19%), Південної Кореї (+9%) і Польщі (+9%).



Рис. 2.3. Найбільші імпортери кондитерської продукції з цукру

Найбільшими експортерами кондитерської продукції з цукру в світі є Німеччина (11,1% світового експорту), Китай (8,7%), Нідерланди (6,7%), Бельгія (6,6%) і Мексика (6,4%). Разом ці п'ять країн здійснюють майже 40% всіх світових експортних поставок.

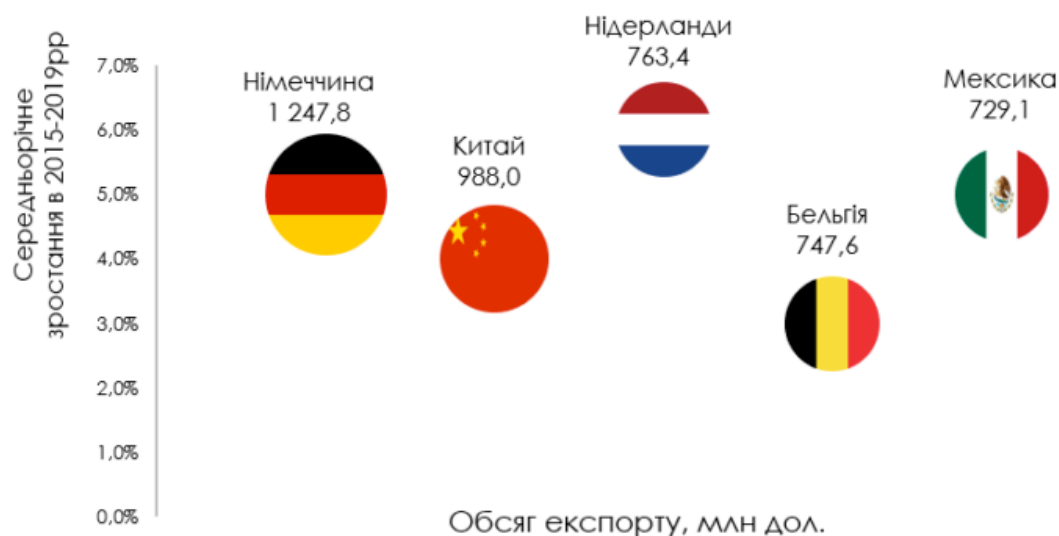


Рис. 2.4. Найбільші експортери кондитерської продукції з цукру

Найбільшими ринками кондитерської продукції з цукру є США, Німеччина, Велика Британія, Франція, а також Китай і Індія. Розвинені країни (США, Німеччина, Нідерланди, Велика Британія, Франція, Австралія) лідирують також за рівнем споживання цукерок на особу, проте згідно прогнозу динаміка зростання продажів цих країн протягом наступних п'яти років буде низькою або від'ємною.

Натомість ринки країн, що розвиваються, а саме Індії, Туреччини, В'єтнаму в найближчому майбутньому зростатимуть значно вищими темпами.



Рис. 2.5. Обсяги споживання кондитерської продукції з цукру в цілому і на душу населення в країнах світу в 2020 р.

Sort by <b>A-Z</b>	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total Sample
Low/No/Reduced...	17.0%	17.3%	17.8%	18.3%	21.1%	20.7%	18.4%
Gluten Free	16.5%	16.2%	17.6%	17.9%	20.7%	19.7%	17.8%
Sugar Free	15.6%	14.9%	13.8%	15.1%	16.3%	16.0%	15.2%
No Additives/Pre...	12.2%	12.3%	16.7%	14.4%	17.8%	15.0%	14.6%
Vegetarian	10.1%	8.0%	10.9%	12.7%	11.0%	11.1%	10.5%
Seasonal	8.1%	11.0%	9.4%	11.3%	13.2%	8.8%	10.4%
Social Media	9.7%	9.9%	10.5%	12.3%	9.0%	8.0%	10.1%
Children (5-12)	10.1%	8.4%	10.2%	5.5%	4.7%	5.3%	7.7%
Ethical - Environ...	3.7%	5.5%	7.5%	8.5%	9.7%	8.4%	7.0%
Ethical - Recycling	3.0%	4.3%	6.0%	7.7%	8.9%	6.8%	5.9%
Vegan/No Animal...	2.6%	3.1%	4.8%	6.6%	10.6%	12.2%	5.9%
Organic	3.7%	4.2%	5.5%	5.1%	8.4%	7.6%	5.5%
Vitamin/Mineral ...	3.0%	3.6%	4.3%	6.2%	6.1%	4.9%	4.6%
Functional - Other	5.0%	5.3%	4.6%	2.7%	2.9%	3.3%	4.1%

Рис. 2.6. Динаміка заявлених характеристик на упаковці новинок кондитерської продукції з цукру в країнах ЄС, Великій Британії, Швейцарії та Норвегії

У розрізі заявлених характеристик серед новинок цукрової кондитерки в країнах Європи переважає знижений вміст чи відсутність алергенів (21,1% в 2019 році), вироби без глютену (20,7%), без домішок та консервантів (17,8%), а також вироби без цукру (16,3%). Також набирають популярності веганські вироби (чия доля серед новинок зросла з 2,6% в 2015 році до 10,6% в 2019 році), етичні для навколишнього середовища (в частині упаковки) (зростання з 3,7% до 9,7%) та органічні вироби (з 3,7% до 8,4%).

## 2.2. Аналіз тенденцій розвитку ринку кондитерських виробів в Україні

Ринок кондитерських виробів в Україні дуже конкурентний та стрімко розвивається і змінюється під впливом пандемії й воєнного стану. Попит на солодощі серед населення є достатньо високим. З його зростанням підвищуються вимоги до якості, асортименту, упакування, додаткових характеристик тощо. Все це призводить до підвищення конкуренції серед виробників, вихід на ринок нових гравців, необхідності пошуку нових ринків збуту. Аналізуючи динаміку розвитку галузі виробництва кондитерських виробів варто відмітити, що попит на солодощі та інші кондитерські вироби зростає. Це стимулює та підвищує зацікавленість стейкхолдерів до дослідження даної галузі.

Рівень споживання кондитерських виробів в Україні складає 15 кг на душу населення в рік. За цим показником Україна займає 8-ме місце в світі за споживанням кондитерських виробів. Переважна частина споживачів відноситься до категорії- від 18-ти до 55-ти років, з них 67%- жінки, 33%- чоловіки [7]. Сьогодні, на ринку кондитерських виробів України працюють більше 850 підприємств. Найбільшими серед них виробники: «Roshen», «АВК», «Konti», «Світоч», «Mondeliz». Також ринок забезпечують такі виробники кондитерських виробів: «Бісквіт-Шоколад», «Житомирські ласощі», «Полтава-кондитер», «Ярич», «Монделіс Україна» та інші. Відмітимо, що окупанти обстріляли фабрику «Монделіс Україна» та вона одна з найбільших виробників кондитерських виробів, яка понесла значних збитків. Кондитерська галузь є однією з найбільш розвинутих у харчовій промисловості України. Поточні обсяги виробництва кондитерської продукції дозволяють не лише обслуговувати вітчизняний ринок, але й створюють значний експортний потенціал.

Оскільки ринок кондитерських виробів є дуже потужним, то частка закордонних торгових марок складає лише 5% [7]. Найуспішнішим кондитерським підприємством та лідером українського ринку кондитерських

виробів є компанія «Roshen» з часткою ринку в 25%. Найбільшими конкурентами «Roshen» є компанія «Mondeliz» з часткою ринку 20%, «Konti» з часткою ринку 16%, «АВК» частка ринку- 15%, компанія «Світоч», яка здійснює свою діяльність під управлінням міжнародної компанії Nestle, з часткою ринку, яка складає 11%. На ринку також є такі відомі підприємства як: «Бісквіт-Шоколад» з часткою ринку, яка складає 4%, «Житомиські ласощі» частка ринку- 2%, «Полтава-кондитер» з часткою ринку 1%, «Ярич» частка ринку якого складає 3% та інші підприємства. На рис. 1. наведено графічне представлення розподілу часток ринку між виробниками представленими на українському ринку кондитерських виробів.

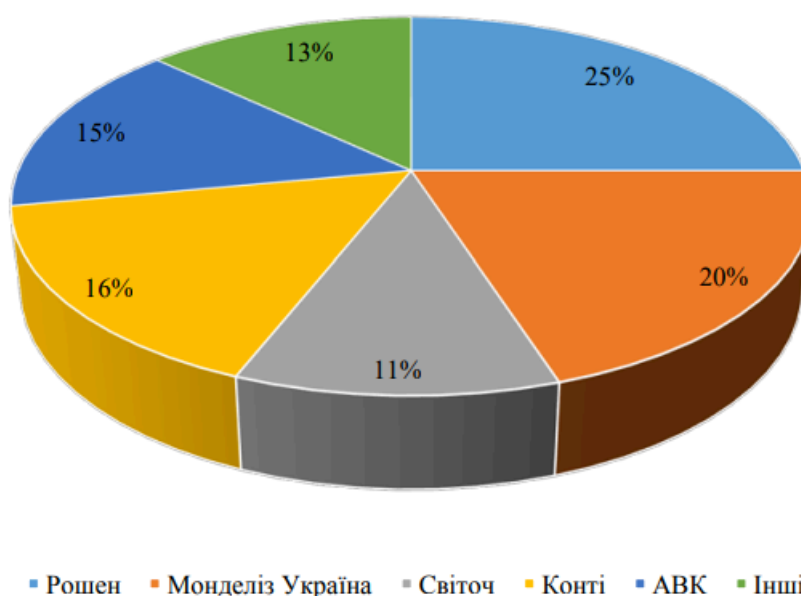
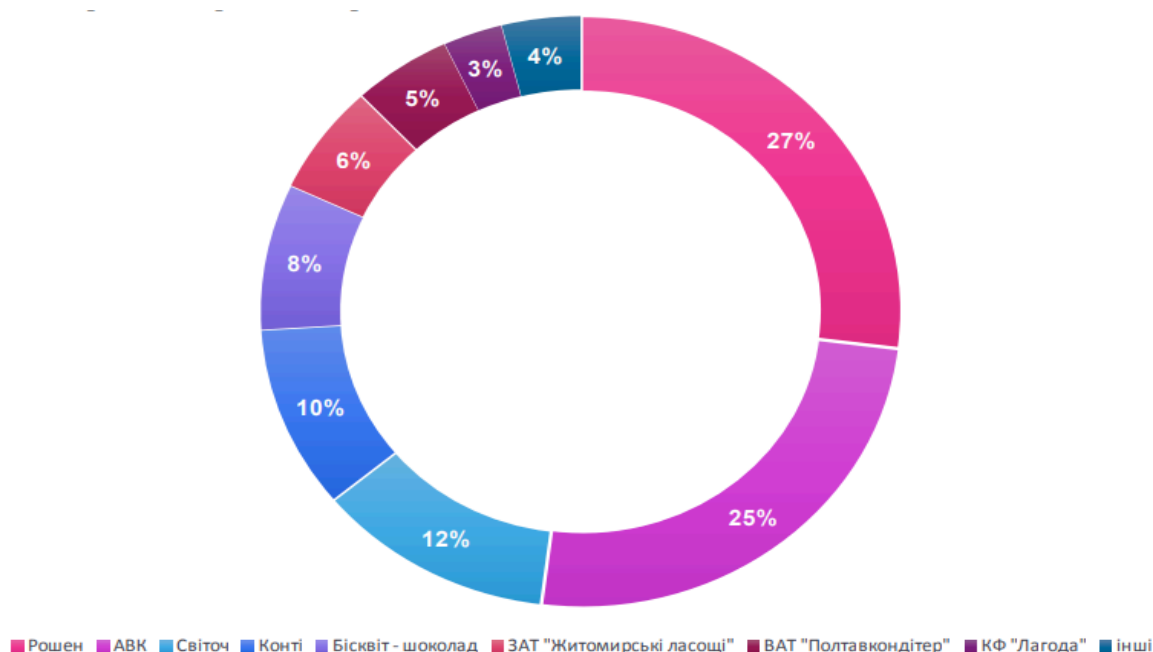


Рис.2.7. Частки ринку підприємств кондитерського ринку України 2020 року

Незважаючи на високий рівень конкуренції досліджуваний ринок залишається одним із найбільш затребуваних та популярних серед об'єктів господарювання. Стимулює розвиток даної галузі й відсутність мита на солодощі в Європейському союзі. Лідери українського ринку кондитерських виробів уже давно займаються експортом своїх товарів на зарубіжні ринки, користуючись безмитною можливістю. Найбільші країни експортери українських солодощів - це Білорусія, Литва, Польща, Молдова, Казахстан,

Азербайджан, Туркменістан, а також країни Америки та Азії. Підтвердження цього є темп зростання експорту які становлять 120% в країни колишнього СНД та 60% країн Євро Союзу [1]. Попит на солодощі в період пандемії залишається високим та є одною із найбільш популярних категорій для купівлі споживачами [3]. Щодо ситуації на міжнародних ринках кондитерських виробів, то обсяги закупівель солодощів в 2020 році за кордоном збільшилися на 28% [9]

Для чіткішого розуміння структури галузі кондитерських виробів в Україні, слід розглянути основних гравців на ринку. На рис. 6 зображено сегментацію ринку кондитерських виробів в Україні.



Ри

#### с.2.8. Ринок солодощів України Fig.6 Market of sweets in Ukraine

1.Корпорація «Roshen». Безперечний лідер українського ринку кондитерської продукції. Компанія збуває свою продукцію на вітчизняному та на міжнародному ринках. Компанія існує з 1996 року. Продукцію можна купити в США, Канаді, ОАЕ, Китаї, Японії, Алжирі, Ізраїлі, країнах ЄС, і СНД. Roshen стабільно входить в топ 100 кондитерських компаній світу. Споживачі люблять і довіряють торговій марці, вона асоціюється з будинком

і надійністю, мережа їх фірмових магазинів збільшується, як і асортимент продукції..

2.Група «Конті». Заснована була в 1997 році, і входить в трійку лідерів українського ринку кондитерських виробів. У 2015 році також потрапили в топ 100 кондитерських компаній ринку. Виробничі активи компанії включають в себе п'ять фабрик, з яких дві зараз знаходяться на окупованих територіях. Компанія експортує продукцію в усі країни СНД. Однією з візитних карток компанії є вафельна шоколадна цукерка - «Джек».

3.«АВК». Компанія працює з 1991 року, основні виробничі потужності знаходяться в Дніпропетровській області - це фабрика площею 14639 кв. м. Експортує в більш ніж 20 країн світу, серед яких Німеччина, Великобританія, Латвія, і Ізраїль. У світовому рейтингу кондитерів у 2015 році компанія зайняла 59 місце. Компанія робить акцент на виробництві шоколадних, пралінових і вафельних цукерок. Однією з найпопулярніших є серія «Труфальє». Компанія також постраждала через проведення АТО, оскільки їй довелося призупинити роботу Донецької та Луганської фабрик. Ще одна фабрика знаходиться в Мукачево (Закарпатська область), на її офіційному сайті шукають інвеститорів, готових вкласти гроші або викупити фабрику.

4. Nestle Україна. На Українському ринку з 1994 року, кондитерка - не основна спеціалізація корпорації. В Україні з 1998 року володіє брендом «Світоч». Найпопулярнішими є батончики - «Аеро», «Nuts», «KitKat» (шоколадний бренд номер 3 в світі), Lion, Nesquik Fest, а також драже «сенсації».

5.Кондитерская фабрика «Житомирські ласощі». Входить до п'ятірки лідерів кондитерського ринку України. Продукція компанії розрахована швидше на споживача із середнім і низьким рівнем доходу. У компанії є лінійка для діабетиків, в яку входять цукерки на вагу. Також у компанії є серія «Халяль». Виробнича потужність підприємства - 80 тисяч тонн продукції на рік.

6. Бісквіт-Шоколад. Харківське підприємство, існує з 2001 року, включає в себе 2 фабрики. Експортує у Казахстан, Киргизстан, Грузію, Азербайджан, Молдову, Латвію, Литву, Монголію, США, Канаду, Ізраїль, Німеччину. На експорт йде близько 30% усієї виробленої продукції. Карамель, цукерки (глазуровані і неглазуровані), шоколад, зефір, ірис, мармелад - основна продукція фабрики Харків'янка. Загалом «Харківська бісквітна фабрика» займається випуском борошняних кондитерських виробів.

7. ПАТ «Полтавкондитер» (торгова марка Домінік). Кондитерська фабрика виробляє до 200 тонн продукції в день, експортує в Естонію і Грузію, як і інші постраждала від російського ембарго на українські продукти. Виробничі потужності - 2 фабрики, обидві в Полтаві. Бренд «Домінік» випускає близько 50 видів цукерок. З іншого боку, в регіонах продукцію частіше можна знайти на ринках або маленьких магазинчиках.

8. Монделіс Україна. Український підрозділ швейцарського гіганта, до 2014 року називався «Крафт Фудз Україна», належить групі «Mondelēz International», найбільшого в світі виробника шоколаду, шоколадних цукерок і печива. Ця фірма найбільше постраждала від нападу росії на Україну.

Лідери українського ринку постійно потрапляють в «Top 100 Candy Companies», головний критерій відбору для рейтингу - річні виручки з продажів. Втрата ринків збуту в Криму, і на території проведення АТО, а також закриття російського ринку, і перешкоди з транзитом через територію Росії відбилися на стані кондитерської галузі. Roshen втратила в продажах, опустившись в світовому рейтингу на 2 позиції [5].

Непростий період ринок кондитерських виробів в Україні пережив у 2015-2016 роках, коли внаслідок комплексної кризи різко знизилася купівельна спроможність населення, а також зникла можливість поставок на російський ринок. Суб'єктам ринку кондитерських виробів в Україні

довелося скорочувати виробництво, шукати та освоювати нові напрямки експорту, а деяким навіть повністю згортати діяльність.

Пізніше, починаючи з 2017 року, платоспроможність населення стала відновлюватися, що позитивно позначилося на ємності ринку кондитерських виробів в Україні. Проте наростити виробництво до докризових показників одразу не вийшло, і це призвело до збільшення імпорту, втім, експорт кондитерських виробів із нашої країни також має підвищену тенденцію.

Моніторинг ринку кондитерських виробів в Україні показує, що найбільшу частку у його продуктивній структурі займає борошняна випічка (55,6%):

- печиво;
- вафлі;
- торти та тістечка
- хлібобулочні вироби із підсолоджувачами.

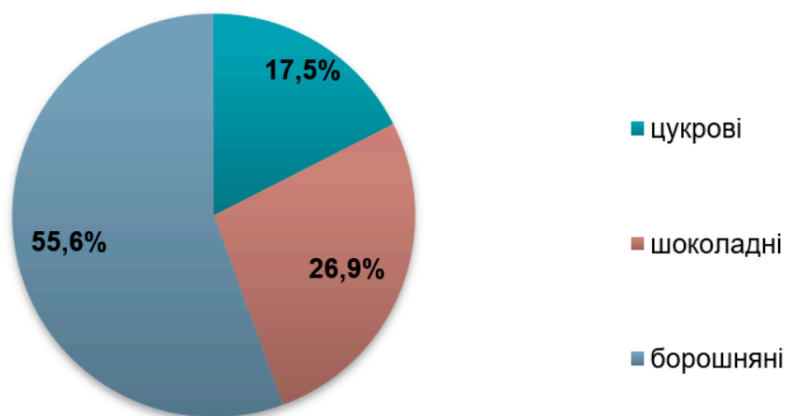
На другому місці шоколадні вироби (26,9%):

- шоколадні цукерки без алкоголю та з ним;
- шоколад у плитках, брикетах, пластинах тощо;
- інші кондитерські вироби із вмістом какао.

Замикають трійку цукрові солодощі (17,5%):

- карамелі та іриски;
- варені цукерки;
- білий шоколад та інші.

### Сегментація ринку кондитерських виробів України в 2020 р. за типом



Джерело: дані Державної служби статистики України

Рис. 2.9. Структура ринку кондитерських виробів в Україні

Аналіз ринку кондитерських виробів в Україні свідчить про вплив на нього наступних основних факторів:

- цінова кон'юнктура сировинних ринків;

Спостерігається зростання вартості інгредієнтів, необхідних для продукції ринку кондитерських виробів в Україні, – борошна, цукру, какао, молока, що підвищує собівартість випуску солодошів.

- вимоги до якості продукції;

Для завоювання позитивної репутації всередині країни та організації каналів експорту в умовах високої конкуренції виробникам ринку кондитерських виробів в Україні необхідно приділяти підвищену увагу дотриманню стандартів якості та надання привабливих споживчих властивостей продукції.

- поширення у суспільстві ідей здорового харчування;

У відповідь на популяризацію споживчих трендів у галузі правильного харчування на ринку кондитерських виробів в Україні з'явилися та розвиваються нові ніші, такі як:

- органічний шоколад;
- використання у виробі рослинного молока замість коров'ячого;
- освоєння інноваційних видів продукції, наприклад випуск рубінового шоколаду.

- демографічна ситуація у країні;

Скорочення чисельності населення України знижує потенціал зростання обсягу ринку кондитерських виробів.

- смакові уподобання споживачів;

Для збереження конкурентоспроможності на ринку кондитерських виробів в Україні його суб'єктам необхідно постійно відстежувати настрої споживчої аудиторії, коригуючи асортимент відповідно до їх змін.

- можливості для експорту;

Нині склалася сприятлива ситуація виходу вітчизняних виробників на ринки кондитерських виробів європейських країн. Однак дотриматися всіх умов для організації таких поставок можуть поки що лише великі гравці, середній і малий бізнес, як і раніше, орієнтується тільки на внутрішнє споживання.

- тіньовий сектор;

Тіньовики на ринку кондитерських виробів в Україні створюють собі несправедливу конкурентну перевагу перед легальними виробниками шляхом уникнення податків та недотримання стандартів якості.

- проінформованість та уважність покупців.

Операторам ринку кондитерських виробів в Україні стало значно важче маніпулювати складом, масою, обсягом упаковки продукції з метою приховати її подорожчання. Подібні дії все частіше призводять до зниження репутації бренду та втрати лояльності частини споживачів.

За даними досліджень, в середньому кожен українець споживає близько 15 кг кондитерських виробів на рік. Більше половини з цього обсягу займають борошняні кондитерські вироби і третину – шоколадні.

### Порівняння обсягів виробництва та споживання кондитерських виробів в Україні

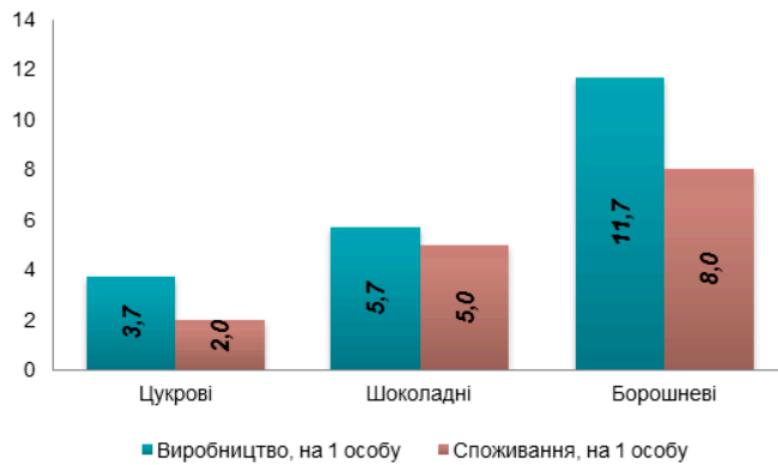


Рис. 2.10. Виробництво та споживання кондитерських виробів в Україні

Моніторинг ринку кондитерських виробів в Україні показує, що асортимент продукції, представлений у магазинах нашої країни, є досить широким, оскільки ринок дуже насичений, з високим рівнем конкуренції через присутність на ньому як вітчизняних, так і іноземних компаній.

Найбільша кількість підприємств кондитерської галузі знаходиться у Києві. Після столиці, за кількістю підприємств лідирують густонаселені регіони з обласним центрами, які є найбільшими містами України: Дніпропетровська, Львівська, Харківська, Київська та Одеська області. Майже вся сировина, що використовується при виробництві кондитерських виробів, надходить виробникам від інших підприємств. Винятком може бути тільки борошно, яке можуть виготовляти приватні домогосподарства, які вирощують пшеницю на своїх земельних ділянках. Тіньовий сектор української економіки оцінюється в 31%. Проте, на думку експертів, частка кондитерської промисловості, що працюють в тіні, може бути у межах 50-60%, оскільки багато людей займаються виготовленням кондитерських виробів на дому, а легалізація бізнесу зробить таку діяльність безприбутковою.

Протягом 2022 року в кондитерській галузі майже 20% підприємств постраждали від воєнних дій чи були закриті. Обсяги виробництва скоротилися на 10-12%, але це не спричинило дисбаланс чи дефіцит продукції на ринку, оскільки у відсотковому співвідношенні через міграцію населення та зниження купівельної спроможності обсяги споживання теж скоротилися.

Вітчизняні виробники забезпечують 90% кондитерської продукції, і лише 10% припадає на імпорт. Водночас географія експорту української продукції дещо змінилася протягом 2022 року: припинилися постачання до РФ і Білорусі, але збільшилися до країн ЄС. Загалом обсяги експорту в 2022 році знизилися на 10%.

### **2.3. Аналіз ринку пастило-мармеладних виробів в Україні**

Сучасний кондитерський ринок України є одним з найбільших секторів харчової промисловості, характеризується стабільністю та стрімким зростанням, а також показує низький рівень вразливості до негативних спадів в економіці країни та світу в цілому. Великі кондитерські компанії працюють здебільшого на зовнішні ринки та постійно нарощують експорт, а малі та середні підприємства – працюють на внутрішній ринок України. Також слід зазначити, що на внутрішньому ринку України ще не так багато підприємств, що виробляють продукцію з аерованими масами, желе, мармелад, пастилу, маршмеллоу тощо, український кондитерський ринок більш спрямований на виробництво виробів з шоколаду, різних видів печива тощо. Тому обсяги імпорту продукції в досліджуваному сегменті досить високі, однак все ж значно нижчі за виробництво.

Основними факторами впливу на ринок кондитерських виробів з взбитими масами є:

- ціна на сировину (як вітчизняну, так і імпортну);
- споживчі настрої та вподобання;
- присутність міжнародних компаній на ринку України;

- наявність товарів-замінників;
- купівельна спроможність населення;

поява нових технологій в галузі.

Основними проблемами розвитку ринку кондитерських виробів зі збитими масами є:

- у 2020 році і частково в 2021 р. – вплив пандемії на промисловість, економіку в цілому та, відповідно, на купівельну спроможність споживача;
- переосмислення споживачами звичок, орієнтація на здоровий спосіб життя, скорочення споживання цукру;
- зростання вартості сировини через старіння плантацій какао (Індонезія, Бразилія, Еквадор тощо);
- сильні конкурентні позиції провідних брендів на міжнародних ринках, що послаблює позиції українського виробника;
- наявність численних товарів-замінників в галузі
- загострення конкуренції, внаслідок встановлення зони вільної торгівлі між ЄС та Україною;
- залежність цін на вітчизняну сировину від врожайності (цукор, фрукти, борошно);
- залежність від імпортової сировини (какао). Попит на кондитерські вироби в Україні має сезонний характер. Пік попиту припадає на останні місяці року, які пов'язані з новорічними святами, а в перші та літні місяці спостерігається спад. Зараз при виборі товару грає роль країна виробника: покупець частіше обирає українську продукцію. Її популярність обумовлена трьома наступними факторами:
  - ціна - вітчизняна продукція зазвичай доступніша, ніж імпортна;
  - якість - українські компанії пропонують широку лінійку продукції досить високої якості;
  - тренд «Made in Ukraine» – українці прагнуть підтримати місцевих кондитерів. Покупці звертають більше уваги на дизайн упаковки. Віддають перевагу привабливим, незвичайним формам і натуральним складовим солодошів. Трендом на будь-якому кондитерському ринку є виробництво

дієтичних десертів, залишаючи при цьому привабливий зовнішній вигляд та смак продукту.

Даний ринок характеризується тим, що потребує постійного оновлення асортименту продукції, за рахунок нового оздоблення, смакових поєднань тощо.

На даний момент на ринку відіграє вагому роль і упаковка продукції, тому що перед вживанням продукції, покупець спочатку повинен зацікавитися продуктом, для цього і потрібен правильний і цікавий дизайн упаковки: його естетична грамотність, новизна, візуальне сприйняття тощо. Трендом на ринку є впровадження екологічної упаковки, так як в Україні, які і в світі в цілому, почався процес глобального захисту природи, і кожен розуміє значимість екологічності упаковки в світі.

Найбільше продукції з аерованими масами та желе імпортується з Туреччини. Все через їх широкий асортимент продукції, яка має досить привабливий вигляд та представлена в різних упаковках, що дає споживачу більшу варіативність при виборі продукції. Також Україна імпортує досить багато продукції з Німеччини та Польщі.

Світові тренди на ринку досліджуваного сегменту солодошів.

Одним із ключових трендів розвитку і зростання продажів цієї категорії є впровадження інноваційних продуктів з новими смаками, ароматами, текстурами, формами і упаковками.

Ще одним важливим світовим трендом, що впливає на всю кондитерську галузь і на вироби з цукру зокрема, є тренд до здорового способу життя. Він є найбільш сильним у розвинених країнах з високим рівнем доходів. Цей тренд стримує зростання кондитерської продукції з цукру в розвинених країнах і переміщує фокус на країни, що розвиваються, насамперед, Азіатсько-Тихоокеанського регіону і Близького Сходу.

Виробники у всьому світі розробляють нові рецептури традиційних цукерок, хлібобулочних виробів та випічки, аби не лише зменшити імовірну

шкоду для здоров'я через високий вміст цукру, але і принести користь самопочуттю споживачів, а саме:

- обмежують вміст доданого білого цукру або замінюють його на інші підсолоджувачі (наприклад, мед);
- обмежують вміст домішок (штучних фарбників, ароматизаторів, консервантів) або використовують натуральні замінники;
- додають корисні інгредієнти – вітаміни, мікроелементи, клітковину тощо.

Продажі кондитерської продукції мають виражену сезонність. Так, в країнах Європи, Північної і Південної Америки найбільші продажі цукерок припадають на період Різдва, Великодня і Хелловіну. Саме тому споживачам цікаві вироби з відповідними сезонними смаками, ароматами, формами, упаковкою (аромати кориці, глінтвейну, імбирного печива, великодні зайці і яйця тощо).

Тенденція «рослинного походження» продовжує розвиватися. Споживачі вимагають нових форматів, нових рослинних білків та цікавих, витончених смаків. Серед трендів також:

- Екологічні інгредієнти;
- Веганські варіанти;
- Модні інгредієнти (наприклад, кіноа або чіа в цукерках або желе);
- Місцеві органічні товари.

Попит на ринку кондитерських виробів в Україні відрізняється завидною стійкістю навіть у періоди економічних спадів. Експортний потенціал продукції ринку кондитерських виробів в Україні реалізується переважно великими операторами, тоді як представники середнього та малого бізнесу забезпечують виключно внутрішнє споживання. Водночас у секторі кондитерського ринку в Україні, зайнятому виробами з аерованими масами, є наявною досить велика частка імпорту, тут є простір для роботи нових вітчизняних виробників.

У період, що досліджувався, на ринку кондитерських виробів із збитими масами в Україні відчувалися такі проблеми, що стримують його розвиток:

- економічний спад та зниження доходів населення, викликані обмежувальними заходами, вжитими для боротьби з пандемією коронавірусу;
- поширення у суспільстві трендів здорового харчування, спрямованих на скорочення споживання борошняних та солодких страв;
- зменшення врожайності дерев какао у країнах-виробниках через старіння плантацій та спричинене цим підвищення світових цін;
- знижена конкурентоспроможність українських виробників на міжнародному ринку, порівняно з позиціями транснаціональних брендів;
- розсіювання уваги покупців через наявність на ринку численних товарів-замінників;
- прихід до нашої країни європейської кондитерської продукції після встановлення зони вільної торгівлі з ЄС;
- прив'язка цін на цукор, муку, фрукти до врожайності відповідних сільськогосподарських культур.

Споживчий аналіз ринку кондитерських виробів з аерованими масами в Україні дозволив визначити наступні критерії вибору товарів покупцями:

- ціна;

Кондитерка вітчизняного виробництва зазвичай дешевша імпоротної.

- якість;

Традиції та освоєні передові технології виробництва дозволяють українським кондитерам випускати продукцію конкурентної якості.

- прагнення підтримати вітчизняного виробника.

Таким чином виходить, що кондитерські вироби українського виробництва мають більший попит на внутрішньому ринку, ніж імпортовані. Це підтверджується і даними рейтингу торгових марок «Фаворити успіху». Нижче наведено його динаміку протягом періоду, що досліджувався, для

категорії «цукерки желейні». Незмінними лідерами тут є ТМ Roshen і Жувіленд.

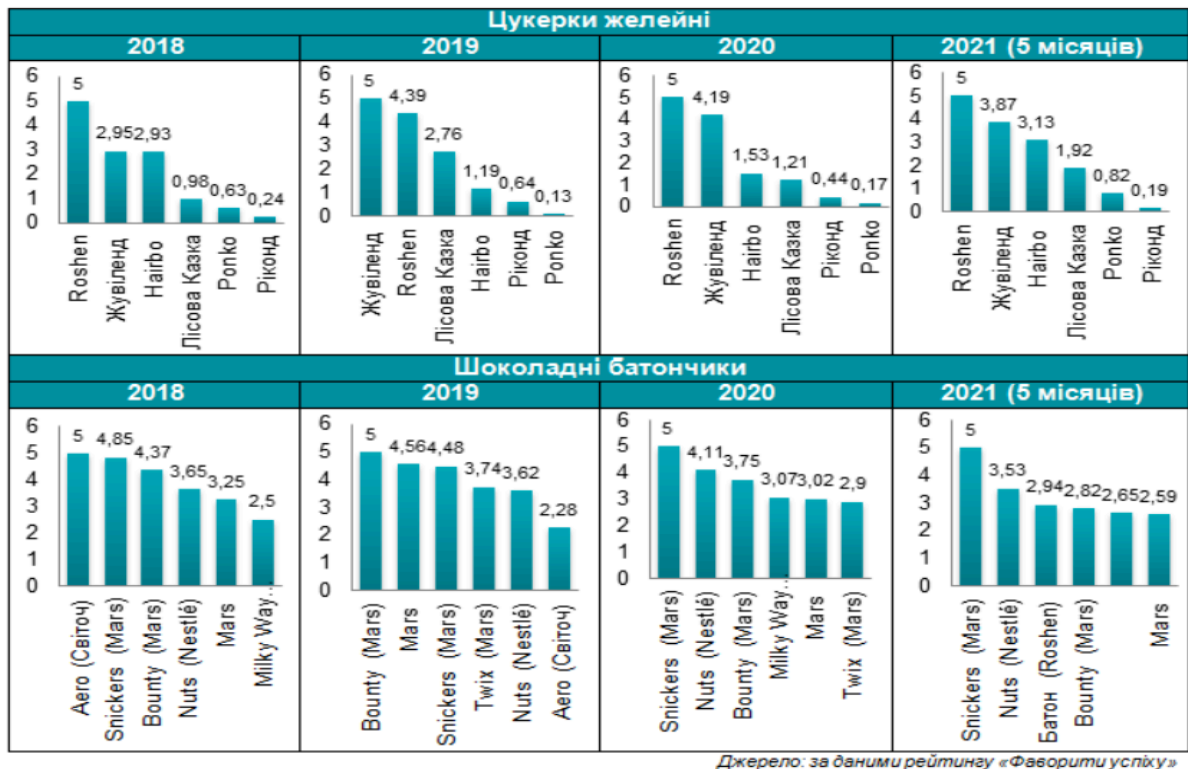


Рис. 2.11. ТМ лідери з виробництва желейних цукерок

Ринок пастили та фруктових чіпсів активно розвивається у світі, також набирає обертів і в Україні. Досліджувана продукція є частиною здорового харчування, замінює крім здорових свіжих фруктів, кондитерські вироби і снеки. Популярним цей продукт є і у малих підприємців, оскільки для запуску власного виробництва достатньо фруктів та невеликого сушильного апарату, який легко купити в інтернет-магазинах. Мода на здоровий спосіб життя, а також недовіру до якості продукції не екологічного характеру зумовили тенденцію до попиту на здорові снеки та солодощі. Відповідно, ринок є досить молодим, хоча продукція відносно проста у виробництві. До того ж, її перевагою є зручність транспортування – не менш корисні, ніж свіжі фрукти, фруктові чіпси та пастила займають менше місця та мають зручну упаковку.

Також відзначимо, що на ринку зараз популярна натуральна пастила, виготовлена з фруктів без додавання цукру. Однак на ринку все ще є цукрова пастила – кондитерський виріб на основі яблучного пюре з яечним білком.

Фактори впливу на ринок пастили та фруктових чіпсів:

1. Сировина. Україна має великі потужності вирощування фруктів, з яких виробляють пастилу та чіпси (насамперед яблука, а також ягоди, абрикоси, груші тощо), проте також імпортозалежна, зокрема від популярних в Україні бананів та кокосів – сировини для чіпсів і екзотичних фруктів для пастили (наприклад, манго).

2. Логістика. Україна має проблеми зі збереженням зібраного врожаю (складською логістикою). Крім того, обмеження на пересування всередині країни та між країнами у 2020 році вплинули на якість транспортування сировини та готової продукції, що також вплинуло на ціну.

3. Споживання. Фрукти – частина здорового харчування, тому зростання популярності такого типу харчування спричиняє зростання обсягів споживання фрипсів та пастили, при цьому без додавання цукру.

4. Державне регулювання. Виробництво досліджуваних товарів перестав бути пріоритетним напрямом розвитку для країни на даний момент.

5. Пандемічні обмеження – продовжують впливати на ринок та економіку держави загалом.

6. Зростання споживчого попиту у всьому світі. В умовах зростання середніх доходів окремих осіб та домогосподарств люди у всьому світі купують закуски, щоб угамувати голод. Вони також вибирають здоровіші закуски, оскільки підвищується їх поінформованість про здорове харчування

7. Жорстока конкуренція. На ринку багато гравців, переважно це дрібні виробники, тому, щоб привернути увагу споживача, велика увага приділяється просуванню продукції, дизайну упаковки, слогану тощо. Особливо це важливо для впливу на дітей, а саме ця аудиторія часто є пріоритетною для виробників.

8. Сезонність споживання. Попит дещо зростає в холодну пору року, тоді як у теплий період перевага належить свіжим фруктам, проте загалом продукція споживається цілий рік, оскільки вона також є заміником кондитерських виробів.

Проблеми на ринку:

1. Падіння купівельної спроможності споживачів. Значно на розвиток цієї проблеми вплинула криза, пов'язана з пандемією COVID-19. Через те, що продукція, що досліджується, не є товарами першої необхідності, попит на неї знизився.

2. Зниження врожайності яблук. Врожайність яблук знизилася протягом останніх двох років, на що вплинули несприятливі погодні умови – заморозки та гради.



Джерело: Державна служба статистики України

Рис. 2.12. Врожайність яблук в Україні

Конкуренція із товарами-замінниками. Часто споживачі віддають перевагу більш дешевим товарам. Так, для пастили – це цукрові кондитерські вироби, мармелад, желе, для фріпсів – картопляні чіпси, крекери, печиво. і т.д.

## РОЗДІЛ 3

### ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ ПРОЕКТУ БУДІВНИЦТВА КОНДИТЕРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В М. ДРОГОБИЧ»

#### 3.1. Аналіз демографічного, соціального та економічного середовища м. Дрогобич в аспекті обґрунтування доцільності будівництва кондитерського підприємства.

Дрого́бич — місто в Дрогобицькому районі Львівської області України. Адміністративний центр Дрогобицького району і Дрогобицької міської громади.

Кількість постійного населення міста, станом на 1 січня 2020 року, складала 75 396 осіб.

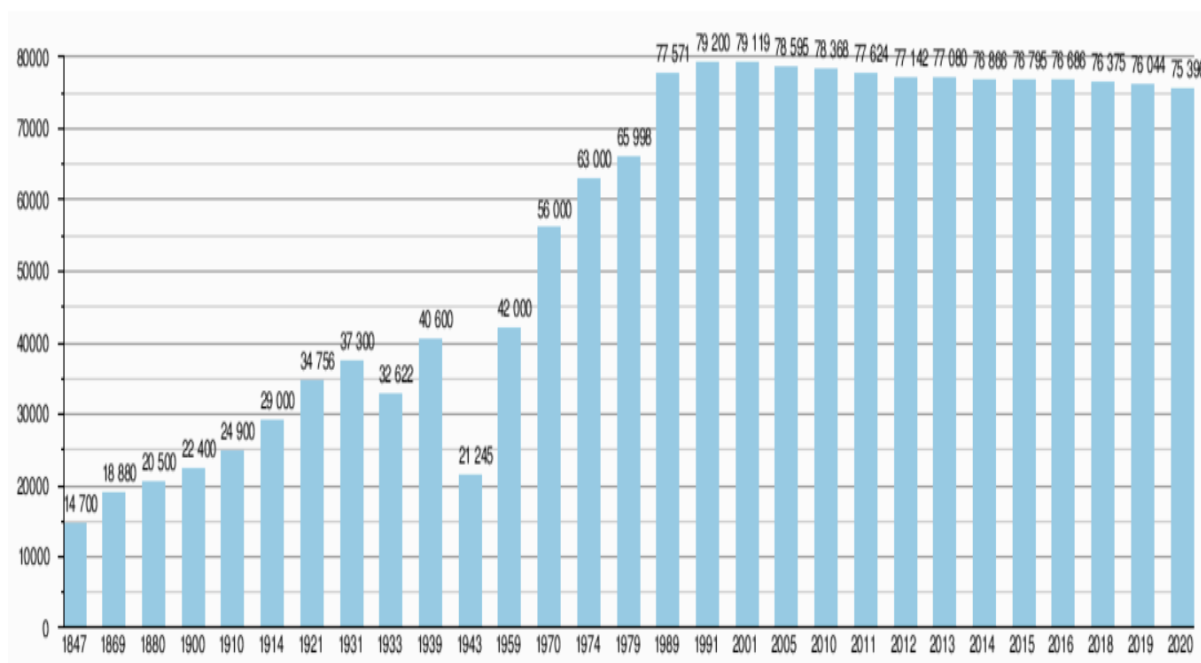


Рис. 3.1. Кількість постійного населення міста Дрогобич

У наш час основною промисловою галуззю міста є машинобудування та нафтопереробка. У місті налічується 18 загальноосвітніх шкіл, гімназія, ліцей, шість училищ та технікумів, одна художня та дві музичні школи, чотири виші.

Дрогобич — розвинутий природно-господарський комплекс, друге за промисловим потенціалом місто області. Промисловий потенціал міста формують такі основні галузі:

- машинобудування (45 %),
- нафтопереробка (37 %),
- харчова (7,5 %),
- будівельних матеріалів (1,2 %),
- легка (1 %), хімічна (0,7 %),
- поліграфічна (0,1 %).

До складу багатогалузевого промислового комплексу входять 31 промислові підприємства, що перебувають на постійному балансі (без малих підприємств), які виробляють широкий асортимент промислової продукції. Найбільшими підприємствами міста є:

1. ВАТ «НПК Галичина» — нафтопереробне підприємство, заводи № 1 та № 2, реальний власник невідомий
2. ВАТ «Галол» — виробник мастил
3. ТОВ «Універсальна бурова техніка» (колишній «Дрогобицький долотний завод») — єдине в Україні підприємство по виробництву долот для нафтодобування
4. ПАТ «Дрогобицький завод автомобільних кранів» — виготовляє автомобільні гідравлічні крани марки «Силач»
5. ВАТ «Дрогобицький машинобудівний завод» — виготовляє обладнання для транспортування, добування та переробки нафти та газу
6. ВАТ «Дрогобицький хлібокомбінат»
7. ВАТ «Дрогобицький молокозавод» — виготовляє продукти під маркою «Драгобрат»
8. ВАТ «Дрогобицька Фарба» — виготовляє фарби марки «ДРОФА»
9. ВАТ «Дрогобицьке швейне підприємство Зоря» — власник контрольного пакету спільне українсько-польсько-італійське ТзОВ «Лаура» (Львів)

10. ВАТ «Дрогобицький завод залізобетонних виробів»
11. ЗАТ «Дрогобицький м'ясокомбінат»
12. «Дрогобицький солевиварювальний завод» — один з найстаріших у Європі солевиварювальний завод та найстаріше постійно діюче підприємство України, у паспорті якого вказано дату заснування 1250-й рік. 1 квітня 2003 року Дрогобицький солевиварювальний завод віддано в оренду ЗАТ «Галка-Дрогобич», строк оренди — 10 років

Зважаючи на ці дані вважаємо, що будівництво кондитерського підприємства у м. Дрогобич є доцільним.

### 3.2. Техніко-економічні розрахунки проекту будівництва пастило-мармеладного цеху кондитерського підприємства в м. Дрогобич»

**Планування інвестиційних витрат (вкладень).** В даному розділі визначають зміни обсягів виробництва продукції в натуральному та вартісному виразі (виробнича програма).

Основою для формування програми є інформація про:

- плановий асортимент, необхідність на ринку якого визначається маркетинговими дослідженнями;
- змінну продуктивність обладнання;
- кількість змін роботи підприємства (обладнання) – 2 зміни, тривалість зміни 8 годин, кількість днів – 250.

Розрахунок інвестиційних затрат здійснюємо за формулою:

$$IK = K_1 + K_2 + K_3;$$

витрати  $K_1$  на будівництво нового об'єкта;

витрати  $K_2$  на придбання нового обладнання;

витрати  $K_3$  на поповнення оборотних коштів, необхідних для придбання сировини, матеріалів і т.і., оплати ПДВ.

Розрахунок інвестиційних витрат (вкладень) на будівництво (розширення)  $K_1$  здійснюють укрупнено за формулою

$$K_1 = P * K_{уд} * n$$

$$K_1 = 1872 * 11400 * 2 = 42\,681\,600 \text{ грн.} = 42\,681,600 \text{ тис. грн.}$$

де  $P$  – площа одного поверху будівлі,  $m^2$ ;

$K_{уд}$  – норматив питомих (на  $m^2$ ) капітальних вкладень, тис. грн. (\$);

$$K_{уд} = 300\$ * 38 = 11400 \text{ грн.}$$

$n$  – кількість поверхів.  $n=2$

$K_{уд}$  приймають на рівні \$300...400 і переводять у гривні за діючим курсом.

Витрати на придбання нового обладнання  $K_2$  розраховують за формулою

$$K_2 = K_{об} + Z_{тр} + Z_m$$

Зтр – транспортно-заготівельні витрати (3-5% від вартості нового обладнання);

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

Таблиця 3.1

### Кошторис витрат на придбання нового обладнання

№ з/п	Найменування обладнання, марка	Кількість одиниць, шт.	Ціна з ПДВ за одиницю, тис.грн	Вартість, тис.грн
1	Агрегат ШЗД-1 для безперервного приготування зефірної маси під тиском	1	1726	1726
2	Механізована потокова лінія виробництва формового мармеладу А2-ШЛД	1	1726	1726
3	Потоково-механізована лінія виробництва пату відливанням в цукор	1	1546	1546
	Всього	—	4998	4998
	В т.ч. ПДВ	—	999,6	999,6
	Всього без ПДВ	—	3998,4	3998,4

При будівництві нового об'єкта амортизаційні нарахування виконують відносно вартості будівлі і обладнання, яке закуповують, за нормами амортизації у 5 % і 20 % – відповідно.

$$A_1 = 42\,681,600 * 0,05 = 2134,08 \text{ тис.грн.}$$

$$A_2 = 3998,4 * 0,2 = 799,68 \text{ тис.грн.}$$

$$A = 2134,08 + 799,68 = 2933,76 \text{ тис.грн.}$$

### Планування надходжень від виробництва та реалізації продукції

В даному розділі визначають обсяги виробництва продукції в натуральному та вартісному виразі (виробнича програма).

Таблиця 3.2

**Розрахунок річного обсягу виробництва в натуральному вимірі**

Найменування виробу	Коефіцієнт використання потужності, т	Річний обсяг виробництва (ОП), тонн
Зефір «Кизилловий»	1	1600
Мармелад «Апельсинові та лимонні часточки»	1	550
Пат «Фруктовий»	1	1100
Всього	-	3250

Таблиця 3.3

**Розрахунок річного обсягу виробництва в вартісному виразі**

Найменування виробу	Річний обсяг виробництва, тонн	Оптова ціна підприємства, (без ПДВ), грн./т	Вартість (ТП) річного обсягу продукції, тис. грн.
Зефір «Кизилловий»	1600	199000	318400
Мармелад «Апельсинові та лимонні часточки»	550	198000	108900
Пат «Фруктовий»	1100	198000	217800
Всього	3250		645100

Вартість річного обсягу продукції становить 734000 тис. грн. - ТП

$$ІК = 42\,681,600 + 3998,4 + 26491,67 = 73171,67 \text{ тис. грн.}$$

**Планування витрат.** Повну собівартість продукції планованого річного обсягу виробництва визначаємо шляхом складання кошторису витрат після виконання розрахунків потреби в ресурсах та їх вартості. Отримані результати вносимо в таблицю 3.4.



Таблиця 3.5.

Потреба та вартість сировини, основних матеріалів і тари на 1 тонну продукції Зефір «Кизилловий»

Найменування та одиниця вимірювання	Норма витрат на 1 т, кг	Планова ціна од., грн/кг	Вартість 1 тонни продукції, грн
<b>Сировина:</b>			
Цукор-пісок	702,99	33	23,19867
Патока	139,4	180	25,092
Пюре яблучне	164,0	40	6,56
Пюре кизиллове	161,4	60	9,684
Агар	8,6	900	7,74
Кислота молочна	6,7	133	0,8911
Білок яечний	65,0	300	19,5
<b>Допоміжні матеріали</b>			0
Папір парафіновий	10,0	28,2	0,282
Гумована стрічка	3,3	6,35	0,020955
<b>Тара</b>			
Ящики з гофрованого картону №12 (ГОСТ 13512-91)	334	8,56	2,85904
<b>Усього</b>			95,82777

Таблиця 3.6.

Потреба та вартість сировини, основних матеріалів і тари на 1 тонну продукції мармелад «Апельсинові та лимонні часточки»

Найменування та одиниця вимірювання	Норма витрат на 1 т, кг	Планова ціна од., грн/кг	Вартість 1 тонни продукції, грн
<b>Сировина:</b>			
Цукор-пісок	626,5	33	20,6745
Патока	269,6	180	48,528
Агар	12,1	900	10,89
Кислота лимонна	13,7	133	1,8221
Барвники жовтий	0,90	500	0,45
Барвники червоний	0,80	500	0,4
Олія лимонна	0,14	320	0,0448
Олія апельсинова	0,14	320	0,0448
Білок яечний	5,8	300	1,74
<b>Допоміжні матеріали:</b>			0
Папір парафіновий	5,0	28,2	0,141
Гумована стрічка	3,0	6,35	0,01905
Папір для застилення ГОСТ 283-86	5,0	28,2	0,141
<b>Тара:</b>			0
Коробки складні ГОСТ 12303-80	334	9,56	3,19304
Ящики з гофрованого картону №11 (ГОСТ 13512-91)	167	8,56	1,42952
<b>Усього:</b>			89,51781

Таблиця 3.7.

Потреба та вартість сировини, основних матеріалів і тари на 1 тонну продукції Пат «Фруктовий»

Найменування та одиниця вимірювання	Норма витрат на 1 т, кг	Планова ціна од., грн/кг	Вартість 1 тонни продукції, грн
<b>Сировина:</b>			
Цукор-пісок	862,7	33	28,4691
Пюре яблучне	343,7	40	13,748
Пюре абрикосове	171,8	50	8,59
Кислота лимонна	1,8	133	0,2394
Есенція різні	3,7	1040	3,848
Барвники жовтий	0,90	500	0,45
Барвники червоний	0,80	500	0,4
<b>Допоміжні матеріали:</b>			0
Папір парафіновий	13,2	28,2	0,37224
Гумована стрічка	6,6	6,35	0,04191
Папір для застилання ГОСТ 283-86	2,6	28,2	0,07332
<b>Тара:</b>			0
Ящики з гофрованого картону №12 (ГОСТ 13512-91)	334	8,56	2,85904
<b>Усього:</b>			59,09101

### Розрахунок вартості енергетичних ресурсів

Потребу і вид палива, інших енергетичних ресурсів, що витрачаються як на технологічні цілі, так і на опалювальні, освітлювальні, господарсько-побутові та ін. потреби визначаємо за результатами розрахунків, виконаних у відповідних розділах дипломного проекту чи питомих витрат цих ресурсах.

Таблиця 3.8.

### Розрахунок вартості електроенергії, води, пари, холоду палива

Найменування	Норма витрат на 1 т	Тариф на одиницю, грн	Сума на 1 т, грн
Електроенергія, кВт*год	250	2,7	675
Вода, м3	9	11,84	106,56
Холод, Гкал	0,9	423,49	381,141
Пара, т	1,5	400	600
<b>Разом</b>			1762,701

**Розрахунок витрат на оплату праці.** Розрахунок витрат на заробітну плату для калькуляції після реалізації проекту відбувається у таблицях 3.9-3.11

Таблиця 3.9.

Розрахунок витрат на оплату праці лінії по виробництву продукції  
Зефір «Кизилловий»

Найменування професії	Чисельність робочих на лінії	Число поточних змін	Явочна чисельність	Розряд	Змінна тарифна ставка	Число людино-днів	Середньооблікова чисельність	Основна з/пл, тис. грн	Додаткова з/пл, тис. грн
Рецептурник	1	2	2	3	300	730	2	438	
Технолог-кондитер	1	2	2	4	375	730	2	547,5	
Укладальник-пакувальник	1	2	2	1	200	730	2	292	
Кондитер	1	2	2	3	300	730	2	438	
<b>Усього</b>	<b>4</b>		<b>8</b>					<b>1715,5</b>	<b>343,1</b>

Таблиця 3.10.

Розрахунок витрат на оплату праці лінії по виробництву продукції  
Мармелад «Апельсинові та лимонні часточки»

Найменування професії	Чисельність робочих на лінії	Число поточних змін	Явочна чисельність	Розряд	Змінна тарифна ставка	Число людино-днів	Середньооблікова чисельність	Основна з/пл, тис. грн	Додаткова з/пл, тис. грн
Рецептурник	1	2	2	3	300	730	2	438	
Технолог-кондитер	1	2	2	4	375	730	2	547,5	
Укладальник-пакувальник	1	2	2	1	200	730	2	292	
Кондитер	1	2	2	3	300	730	2	438	
<b>Усього</b>	<b>4</b>		<b>8</b>					<b>1715,5</b>	<b>343,1</b>

Таблиця 3.11.

## Розрахунок витрат на оплату праці лінії по виробництву продукції

## Пат «Фруктовий»

Найменування професії	Чисельність робочих на лінії	Число поточних змін	Явочна чисельність	Розряд	Змінна тарифна ставка	Число людино-днів	Середньооблікова чисельність	Основна з/пл, тис. грн	Додаткова з/пл, тис. грн
Рецептурник	1	2	2	3	300	730	2	438	
Технолог-кондитер	1	2	2	4	375	730	2	547,5	
Укладальник-пакувальник	1	2	2	1	200	730	2	292	
Кондитер	1	2	2	3	300	730	2	438	
<b>Усього</b>	<b>4</b>		<b>8</b>					<b>1715,5</b>	<b>343,1</b>

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

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

3. Зміни за цією статтею проводять в колонці «на весь обсяг» додаючи до витрат щодо здійснення заходу величину додаткових амортизаційних відрахувань ( $\Delta A$ ).

4. Затрати за статтею «Загальновиробничі витрати» складають 50-80% від суми основної і додаткової заробітної плати. Після впровадження заходу вони не змінюються на весь обсяг виробництва, а перераховуються тільки на 1 тонну продукції.

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

6. Затрати за статтею «Адміністративні витрати» приймають в розмірі 60-80 % від суми основної та додаткової заробітної плати. Після впровадження заходу вони не змінюються на весь обсяг виробництва, а

перераховуються тільки на 1 тонну. Для нового підприємства чисельність управлінського персоналу планують на рівні 15...20% від чисельності робочих.

7. Затрати за статтею «Витрати на збут» приймають в розмірі 5%-6% від величини виробничої собівартості.

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

- Чистий приведений (дисконтований) дохід (ЧПД)
- Індекс доходності (ІД)
- Термін окупності інвестицій (Ток).

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

Чиста поточна вартість проекту NPV дозволяє отримати найбільш узагальнену характеристику результату інвестування. Під чистою поточною вартістю проекту розуміють різницю між сумою приведених чистих грошових потоків і сумою інвестованого капіталу ІК. Проект приймається, якщо  $NPV > 0$ .

Індекс доходності (ІД) – це показник рентабельності, який є відношенням приведених грошових надходжень до приведених до початку реалізації інвестиційного проекту інвестицій. Проект приймається, якщо індекс доходності перевищує 1.

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

$$\text{Ток} = \text{ІК} / \text{ЧГП сер.}$$

Показник Ток можна також визначити за даними першого року.

Необхідні розрахунки проводять в табл. 13.

Таблиця 3.12.

Показники ефективності проекту будівництва пастило-мармеладного цеху кондитерського підприємства в м. Дрогобич

Показники	Період реалізації проекту, роки				
	1	2	3	4	5
Товарна продукція, тис. грн.	645100	645100	645100	645100	645100
Витрати, тис.грн., в т.ч.	600620,34	600620,34	600620,34	600620,34	600620,34
Амортизація обладнання і будови	2933,76	2933,76	2933,76	2933,76	2933,76
Інвестиційні кошти в проект, всього тис. грн.	73171,67				
Прибуток до оподаткування, тис. грн.	44479,66	44479,66	44479,66	44479,66	44479,66
Податок на прибуток, тис.грн.	8006,34	8006,34	8006,34	8006,34	8006,34
Чистий прибуток, тис.	36473,32	36473,32	36473,32	36473,32	36473,32
Грошовий потік, тис.грн	39407,08	39407,08	39407,08	39407,08	39407,08
Ставка дисконтування	24				
ЧГП, тис. грн.	31779,90	25628,95	20668,51	16668,15	13442,06
Сумарний грошовий потік, тис. грн.	31779,90	57408,86	78077,37	94745,53	108187,59
Приріст ЧГП по відношенню до інвестицій	-41391,77	-15762,81	4905,70	21573,86	35015,92
NPV, тис. грн.	4905,70				
Середній ЧГП, тис. грн.	868,18				
Період окупності Ток, рік	2,01				
Індекс доходності ІД	1,07				

Таким чином, представлені показники свідчать про інвестиційну привабливість проекту. Підприємство зможе отримати чистий прибуток у розмірі 36473,32 тис.грн., чиста поточна вартість проекту (NPV) складає 4905,70 тис.грн, тобто є більшим нуля; період окупності Ток менше 5 років 2,01; індекс доходності 1,07. Проект може бути рекомендованим до впровадження.

### **3.3. Техніко-економічні розрахунки проекту будівництва карамельного цеху кондитерського підприємства в м. Дрогобич»**

**Планування інвестиційних витрат (вкладень).** В даному розділі визначають зміни обсягів виробництва продукції в натуральному та вартісному виразі (виробнича програма).

Основою для формування програми є інформація про:

- плановий асортимент, необхідність на ринку якого визначається маркетинговими дослідженнями;
- змінну продуктивність обладнання;
- кількість змін роботи підприємства (обладнання) – 2 зміни, тривалість зміни 8 годин, кількість днів – 250.

Розрахунок інвестиційних затрат здійснюємо за формулою:

$$IK = K_1 + K_2 + K_3;$$

витрати  $K_1$  на будівництво нового об'єкта;

витрати  $K_2$  на придбання нового обладнання;

витрати  $K_3$  на поповнення оборотних коштів, необхідних для придбання сировини, матеріалів і т.і., оплату ПДВ.

Розрахунок інвестиційних витрат (вкладень) на будівництво (розширення)  $K_1$  здійснюють укрупнено за формулою

$$K_1 = P * K_{y\partial} * n$$

$K_1=1872* 11400 * 2=42\ 681\ 600$  грн. = 42 681, 600тис. грн.

де  $P$  – площа одного поверху будівлі,  $m^2$ ;

$K_{y\partial}$  – норматив питомих (на  $m^2$ ) капітальних вкладень, тис. грн. (\$);

$$K_{уд} = 300\$ * 38 = 11400 \text{ грн.}$$

n – кількість поверхів. n=2

K<sub>уд</sub> приймають на рівні \$300...400 і переводять у гривні за діючим курсом.

Витрати на придбання нового обладнання K<sub>2</sub> розраховують за формулою

$$K_2 = K_{об} + Z_{тр} + Z_m$$

Z<sub>тр</sub> – транспортно-заготівельні витрати (3-5% від вартості нового обладнання);

Z<sub>m</sub> – вартість монтажу нового обладнання (15-20% від вартості нового обладнання);

Таблиця 3.13

## Кошторис витрат на придбання нового обладнання

/п	Найменування обладнання, марка	Кількість одиниць, шт.	Ціна з ПДВ за одиницю, тис.грн	Вартість, тис.грн
	Сироповарильна станція ШСА-1	1	1526	1526
	Карамелеобкачувальна машина КПМ Барський	1	1345	1345
	Лінія «Прогрес 1000»	1	1856	1856
	Всього			4727
	В т.ч. ПДВ			945,4
	Всього без ПДВ			3939,17

При будівництві нового об'єкта амортизаційні нарахування виконують відносно вартості будівлі і обладнання, яке закупають, за нормами амортизації у 5 % і 20 % – відповідно.

$$A_1 = 42\,681,600 * 0,05 = 2134,08 \text{ тис.грн.}$$

$$A_2 = 3939,17 * 0,2 = 787,83 \text{ тис.грн.}$$

$$A = 2134,08 + 787,83 = 2921,91 \text{ тис.грн.}$$

Планування надходжень від виробництва та реалізації продукції

В даному розділі визначають обсяги виробництва продукції в натуральному та вартісному виразі (виробнича програма).

Таблиця 3.14

## Розрахунок річного обсягу виробництва в натуральному вимірі

Найменування виробу	Коефіцієнт використання потужності, т	Річний обсяг виробництва (ОП), тонн
Карамель «Злітна»	1	2800
Карамель «Ракові шийки»	1	2150
Карамель «Фруктово-ягідний букет»	1	2600
Всього	-	7550

Таблиця 3.15

## Розрахунок річного обсягу виробництва в вартісному виразі

Найменування виробу	Річний обсяг виробництва, тонн	Оптова ціна підприємства, (без ПДВ), грн./т	Вартість (ТП) річного обсягу продукції, тис. грн.
Карамель «Злітна»	2800	132000	369600
Карамель «Ракові шийки»	2150	132000	283800
Карамель «Фруктово-ягідний букет»	2600	132000	343200
Всього	7550		996600

Вартість річного обсягу продукції становить 490750 тис. грн. - ТП

$IK = 42\,681,600 + 3939,17 + 26491,67 = 30430,84$  тис. грн.

**Планування витрат.** Повну собівартість продукції планованого річного обсягу виробництва визначаємо шляхом складання кошторису витрат після виконання розрахунків потреби в ресурсах та їх вартості. Отримані результати вносимо в таблицю 3.16.



Таблиця 3.17

Потреба та вартість сировини, основних матеріалів і тари на 1 тонну  
продукції Карамель «Злітна»

Найменування та одиниця вимірювання	Норма витрат на 1 т, кг	Планова ціна од., грн/кг	Вартість 1 тонни продукції, тис. грн
<b>Сировина:</b>			
Цукор-пісок	707,98	33	23,36334
Патока	354,01	180	63,7218
Кислота лимонна	20,10	133	2,6733
Есенція лимонна	8,00	1040	8,32
Барвник жовтий	0,70	500	0,35
<b>Допоміжні матеріали</b>			0
Етикетка парафінова	39	28,2	1,0998
Папір для застилання	1,0	28,2	0,0282
Гумована стрічка	0,8	6,35	0,00508
<b>Тара</b>			0
Ящики з гофрованого картону № 17/ГОСТ 12303-80	67	8,56	0,57352
<b>Усього</b>			100,13504

Таблиця 3.18

Потреба та вартість сировини, основних матеріалів і тари на 1 тонну  
продукції Карамель «Ракові шийки»

Найменування та одиниця вимірювання	Норма витрат на 1 т, кг	Планова ціна од., грн/кг	Вартість 1 тонни продукції, тис. грн
<b>Сировина:</b>			
Цукор-пісок	673,3	33	22,2189
Патока	232,0	180	41,76
Ядра мигдалю сирого	165,6	350	57,96
Есенція ванільна	1,01	1040	1,0504
Барвник червоний	0,49	500	0,245
Какао терте	66,60	230	15,318
Какао-масло	28,20	349	9,8418
<b>Допоміжні матеріали:</b>			0
Етикетка писча	58	28,2	1,6356
Підгортка парафінова	14,0	28,2	0,3948
Гумована стрічка	0,7	6,35	0,004445
Папір для застилання ГОСТ 283-86	1	28,2	0,0282
Фольга ГОСТ 745-89	15,0	300	4,5
<b>Тара:</b>			0
Ящики з гофрованого картону № 13/ГОСТ 12303-80	167	8,56	1,42952
<b>Усього:</b>			156,386665

Таблиця 3.19

Потреба та вартість сировини, основних матеріалів і тари на 1 тонну  
продукції Карамель «Фруктово-ягідний букет»

Найменування та одиниця вимірювання	Норма витрат на 1 т, кг	Планова ціна од., грн/кг	Вартість 1 тонни продукції, тис. грн.
<b>Сировина:</b>			
Цукор-пісок	666,09	33	21,98097
Патока	333,04	180	59,9472
Пюре яблучне	124,6	40	4,984
Кислота лимонна	4,02	133	0,53466
Кислота молочна	6,75	133	0,89775
Пюре фруктове або ягідне	60,65	50	3,0325
Есенція різні	4,0	1040	4,16
Барвник жовтий, червоний, синій	0,67	500	0,335
<b>Допоміжні матеріали:</b>			0
Етикетка парафінова	83,0	28,2	2,3406
Підгортка парафінова	15	28,2	0,423
Папір для застилання	1,00	28,2	0,0282
Папір парафіновий	13,2	28,2	0,37224
Гумована стрічка	6,6	6,35	0,04191
Пергамент ГОСТ 1341-91	0,80	28,2	0,02256
<b>Тара:</b>			
Ящики з гофрованого картону № 14/ГОСТ 12303-80	200	8,56	1,712
<b>Усього:</b>			100,81259

**Розрахунок вартості енергетичних ресурсів.** Потребу і вид палива, інших енергетичних ресурсів, що витрачаються як на технологічні цілі, так і на опалювальні, освітлювальні, господарсько- побутові та ін. потреби визначаємо за результатами розрахунків, виконаних у відповідних розділах дипломного проекту чи питомих витрат цих ресурсах.

Таблиця 3.20.

**Розрахунок вартості електроенергії, води, пари, холоду палива**

Найменування	Норма витрат на 1 т	Тариф на одиницю, грн	Сума на 1 т, грн
Електроенергія, кВт*год	250	2,7	675
Вода, м3	9	11,84	106,56
Холод, Гкал	0,9	423,49	381,141
Пара, т	1,5	400	600
<b>Разом</b>			<b>1762,701</b>

**Розрахунок витрат на оплату праці.** Розрахунок витрат на заробітну плату для калькуляції після реалізації проекту відбувається у таблицях 3.21

Таблиця 3.21.

Розрахунок витрат на оплату праці лінії по виробництву продукції Карамель «Злітна», Карамель «Ракові шийки», Пат «Фруктовий»

Найменування професії	Чисельність робочих на лінії	Число поточних змін	Явочна чисельність	Розряд	Змінна тарифна ставка	Число людино-днів	Середньообліково чисельність	Основна з/пл, тис. грн	Додаткова з/пл., тис. грн
Рецептурник	1	2	2	3	300	730	2	438	
Технолог-кондитер	1	2	2	4	375	730	2	547,5	
Укладальник-пакувальник	1	2	2	1	200	730	2	292	
Кондитер	1	2	2	3	300	730	2	438	
<b>Усього</b>	<b>4</b>		<b>8</b>					<b>1715,5</b>	<b>343,1</b>

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

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

3. Зміни за цією статтею проводять в колонці «на весь обсяг» додаючи до витрат щодо здійснення заходу величину додаткових амортизаційних відрахувань ( $\Delta A$ ).

4. Затрати за статтею «Загальновиробничі витрати» складають 50-80% від суми основної і додаткової заробітної плати. Після впровадження заходу вони не змінюються на весь обсяг виробництва, а перераховуються тільки на 1 тонну продукції.

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

6. Затрати за статтею «Адміністративні витрати» приймають в розмірі 60-80 % від суми основної та додаткової заробітної плати. Після впровадження заходу вони не змінюються на весь обсяг виробництва, а перераховуються тільки на 1 тонну. Для нового підприємства чисельність управлінського персоналу планують на рівні 15...20% від чисельності робочих.

7. Затрати за статтею «Витрати на збут» приймають в розмірі 5%-6% від величини виробничої собівартості.

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

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

Чиста поточна вартість проекту NPV дозволяє отримати найбільш узагальнену характеристику результату інвестування. Під чистою поточною вартістю проекту розуміють різницю між сумою приведених чистих грошових потоків і сумою інвестованого капіталу ІК. Проект приймається, якщо  $NPV > 0$ .

Індекс дохідності (ІД) – це показник рентабельності, який є відношенням приведених грошових надходжень до приведених до початку реалізації інвестиційного проекту інвестицій. Проект приймається, якщо індекс дохідності перевищує 1.

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

Необхідні розрахунки проводять в табл. 3.22.

Таблиця 3.22.

Показники ефективності проекту будівництва карамельного цеху  
кондитерського підприємства в м. Дрогобич

Показники	Період реалізації проекту, роки				
	1	2	3	4	5
Товарна продукція, тис. грн.	996600	996600	996600	996600	996600
Витрати, тис.грн., в т.ч.	961043,67	961043,67	961043,67	961043,67	961043,67
Амортизація обладнання і будови	973,97	973,97	973,97	973,97	973,97
Інвестиційні кошти в проект, всього тис. грн.	30430,84				
Прибуток до оподаткування, тис. грн.	35556,33	35556,33	35556,33	35556,33	35556,33
Податок на прибуток, тис.грн.	6400,14	6400,14	6400,14	6400,14	6400,14
Чистий прибуток, тис.	29156,19	29156,19	29156,19	29156,19	29156,19
Грошовий потік, тис.грн	30130,16	30130,16	30130,16	30130,16	30130,16
Ставка дисконтування	24,00				
ЧГП, тис. грн.	24298,52	19595,58	15802,89	12744,26	10277,63
Сумарний грошовий потік, тис. грн.	24298,52	43894,09	59696,98	72441,24	82718,87
Приріст ЧГП по відношенню до інвестицій	-6132,32	13463,25	29266,14	42010,40	52288,03
NPV, тис. грн.	43894,09				
Середній ЧГП, тис. грн.	26179,10				
Період окупності Ток, рік	1,16				
Індекс доходності ІД	1,44				

Таким чином, представлені показники свідчать про інвестиційну привабливість проекту. Підприємство зможе отримати чистий прибуток у розмірі 29156,19 тис.грн., чиста поточна вартість проекту (NPV) складає 43894,09 тис.грн, тобто є більшим нуля; період окупності Ток менше 5 років 1,16; індекс доходності 1,44. Проект може бути рекомендованим до впровадження.

## РОЗДІЛ 4

### ОХОРОНА ПРАЦІ

#### 4.1. Аналіз потенційно небезпечних та шкідливих факторів під час роботи у комерційному офісі

Небезпечний фактор – це такий фактор, вплив якого на працівника в певних умовах призводить до травм, гострого отруєння, різкого погіршення здоров'я або до смерті.

Шкідливий фактор – це такий фактор, вплив якого за певних умов може привести до захворювання, зниження працездатності і (або) негативного впливу на здоров'я нащадків.

Залежно від кількісної характеристики (рівня, концентрації тощо) і тривалості впливу шкідливий фактор може стати небезпечним.

Небезпечні і шкідливі фактори діляться на 4 групи: фізичні, хімічні, біологічні, психофізіологічні [1].

У комерційному офісі ТОВ «Сільпо-Фуд» можна виявити наступні види факторів:

##### 1. фізичні:

— підвищена запиленість повітря робочої зони через недостатнє прибирання робочого кабінету;

— знижена (взимку) температура повітря робочої зони, бо робочий кабінет опалюється міською ТЕЦ ( $t < 24^{\circ}\text{C}$ );

— підвищений рівень шуму на робочому місці, оскільки вікна робочого кабінету виходять на основне виробництво;

— знижена вологість повітря (<40%, при нормі 40-60 %) при працюючому кондиціонері; підвищена іонізація повітря;

— підвищена рухливість повітря робочої зони ( $>0,1$  м/с) при працюючому кондиціонері (влітку).

##### 2. хімічні:

— дратівливі, бо при прибиранні робочого кабінету використовуються миючі засоби, вміст хлору в яких більше, ніж 0,05 мг/кг.

### 3. біологічні:

— патогенні мікроорганізми (бактерії, віруси), що розмножуються в місцях накопичення пилу або внаслідок недотримання вимог особистої гігієни;

### 4. психофізіологічні:

— фізичні перевантаження: статичні (гіподинамія);

— нервово-психічні перевантаження (розумове перевантаження, монотонність праці).

## 4.2. Вимоги з охорони праці при організації робочого місця

Відповідно до санітарних норм на одне робоче місце, оснащене ПК, передбачається не менше 6 м<sup>2</sup> площі і кубатура не менше 19,5 м<sup>3</sup>.

Для оптимального планування робочого місця у відділі маркетингу використовуються один стіл з висувною полицею для клавіатури. Стілець з підлокітниками, що обертається, оснащений пневматичною системою регулювання висоти і кута нахилу спинки.

Монітор ПК має плоский кольоровий екран розміром 17 дюймів по діагоналі. Використовується електронно-променева трубка. Є можливість роздільного налаштування яскравості і контрастності фону, вертикальної і горизонтальної розвертки і зняття електромагнітного поля екрана. Монітор встановлений на рухомій шарнірній опорі, що дозволяє змінювати кут огляду.

Клавіатура і «миша» підключені до системного блока через інфрачервоні порти, що виключає наявність проводів і підвищує мобільність цих пристроїв. Компонування комп'ютерної миші та клавіатури на одній зігнутої полиці пояснюється тим, що 65% операцій на комп'ютері здійснюється графічним маніпулятором, отже, його необхідно розмістити якомога зручніше.

Завдяки поворотному крісла на коліщатах, є можливість вільно працювати з принтером та сканером. Кутове планування робочого місця

дозволяє уникнути зайвих рухів у процесі роботи і при використанні периферійних пристроїв, так як до них можна легко дістати рукою.

Для зниження втоми і напруги рук менеджера в процесі роботи виконуються наступні вимоги щодо планування робочого місця:

— у клавіатури передбачаються спеціальні упори для підтримки кистей рук.

— на кріслі передбачаються підлокітники, щоб створити опору для ліктьових суглобів;

— клавіатура розташовується так, щоб руки менеджера були спрямовані вниз, тобто рівень клавіатури має бути нижче рівня ліктьового суглоба;

— комп'ютерна «миша» розташовується на одному рівні з клавіатурою, щоб руки в процесі роботи перебували на одному рівні, що позбавить від втоми в плечах.

#### **4.3. Освітлення робочого місця, заходи і засоби забезпечення нормованих показників освітлення**

Важливе місце в комплексі заходів з охорони праці і оздоровлення умов праці займає створення оптимальної світлового середовища, тобто раціональна організація природного та штучного освітлення приміщення та робочих місць.

На робочому місці в світлий час доби передбачається природне одностороннє бічне освітлення (КПО = 1,2%). Екран монітору ПК розгорнуто боком до вікна. Вікна забезпечені шторами, які розсіюють світло Штучне освітлення повинно створювати хорошу видимість інформації на екрані монітору та робочих матеріалів на столі.

Для освітлення робочого місця застосовується комбіноване освітлення (загальне + місцеве). Освітленість робочих поверхонь при комбінованому штучному освітленні становить 500 лк. Для виключення засвічення екрану монітору прямими світловими потоками світильники загального освітлення з

люмінесцентними лампами розташовуються збоку від робочого місця під стелею паралельно лінії зору працюючих. Місцеве освітлення забезпечується світильниками, встановлюваними безпосередньо на робочому столі нижче або на рівні лінії зору працюючих, щоб не викликати засліплення.

## ВИСНОВКИ

Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних засад економічного обґрунтування проектів будівництва пастило-мармеландного та карамельного цехів кондитерського підприємства в м. Дрогобич

Об'єктом дослідження є тенденції розвитку підприємств кондитерської галузі та соціально-економічні процеси розвитку м.Дрогобич задля обґрунтування доцільності та економічної ефективності будівництва там кондитерського підприємства.

Відповідно до мети в роботі були вирішені такі завдання:

- досліджено теоретичні та методичні засади оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів;
- досліджено сучасні тенденції та проблеми розвитку світової та вітчизняної кондитерської галузі в аспекті виявлення основних трендів та перспектив їх розвитку;
- здійснено техніко-економічне обґрунтування та техніко-економічні розрахунки альтернативних проектів будівництва пастило-мармеландного та карамельного цехів кондитерського підприємства в м.Дрогобич.

Проведене дослідження теоретичних засад оцінки інвестиційної привабливості проектів дозволило дійти висновку що інвестиції, як економічна категорія, має багатогранне та широке значення. Інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект. В цьому контексті інвестиційний проект може бути визначений як оптимальний набір дій інвестора певного сектора, глобального і узгодженого планування, де поєднано людські, матеріальні та інші ресурси, що призводить до економічного і соціального розвитку.

Під час аналізу інвестиційного проекту спочатку досліджують інвестиційну ідею, далі безпосередньо ідентифікують проект враховуючи

зовнішні та внутрішні умови, проводять комплексний аналіз інвестиційного проекту, що завершується формуванням його підсумкової оцінки і рекомендацій інвестору щодо ухвалення рішення з його інвестиційного наміру. Інвестиційну привабливість інвестор визначає в контексті реалізації конкретного інвестиційного проекту.

Слід зазначити, що ефективність інвестиційних проектів має кількісну і якісну оцінку. Це залежить від цілей інвестора, що можуть виражатися, наприклад, в одержанні доходу, і тоді ефективність матиме кількісну визначеність. Під час одержання будь-якого іншого корисного для інвестора ефекту, наприклад, досягнення соціального, екологічного, інтелектуального, що не завжди має кількісну визначеність, необхідна якісна оцінка.

Критерії і методи, використані в інвестиційному аналізі, досить повно розроблені в науковій літературі, зокрема: метод чистої приведеної вартості (NPV), метод визначення строку окупності інвестицій (PP), метод оцінки внутрішньої норми прибутковості інвестицій (IRR), метод оцінки індексу рентабельності (PI) і коефіцієнта ефективності інвестицій (ARR).

Саме ці критерії використовувалися нами при обґрунтуванні економічної ефективності запропонованих проектів.

Кондитерські вироби з цукру є звичною продукцією для споживачів в усьому світі. Ринки розвинених країнах є досить зрілими і насиченими. Як наслідок, одним із ключових драйверів розвитку і зростання продажів цієї категорії є впровадження інноваційних продуктів з новими смаками, ароматами, текстурами, формами і упаковками.

Виробники розробляють нові рецептури традиційних цукерок і жувальної гумки, аби не лише зменшити імовірну шкоду для здоров'я через високий вміст цукру, але і принести користь самопочуттю споживачів.

Так звані «функціональні» кондитерські вироби позиціонуються не просто як смачний і солодкий продукт, а і засіб покращення самопочуття

людини, що дозволяє, наприклад, додати енергії, підвищити увагу і працездатність, підвищити імунітет, заспокоїти і знизити рівень стресу.

У розрізі заявлених характеристик серед новинок цукрової кондитерки в країнах Європи переважає знижений вміст чи відсутність алергенів (21,1% в 2019 році), вироби без глютену (20,7%), без домішок та консервантів (17,8%), а також вироби без цукру (16,3%). Також набирають популярності веганські вироби (чия доля серед новинок зросла з 2,6% в 2015 році до 10,6% в 2019 році), етичні для навколишнього середовища (в частині упаковки) (зростання з 3,7% до 9,7%) та органічні вироби (з 3,7% до 8,4%).

Ринок кондитерських виробів в Україні дуже конкурентний та стрімко розвивається і змінюється під впливом пандемії й воєнного стану. Попит на солодощі серед населення є достатньо високим. З його зростанням підвищуються вимоги до якості, асортименту, упакування, додаткових характеристик тощо. Все це призводить до підвищення конкуренції серед виробників, вихід на ринок нових гравців, необхідності пошуку нових ринків збуту. Аналізуючи динаміку розвитку галузі виробництва кондитерських виробів варто відмітити, що попит на солодощі та інші кондитерські вироби зростає. Це стимулює та підвищує зацікавленість стейкхолдерів до дослідження даної галузі.

Рівень споживання кондитерських виробів в Україні складає 15 кг на душу населення в рік. За цим показником Україна займає 8-ме місце в світі за споживанням кондитерських виробів. Переважна частина споживачів відноситься до категорії- від 18-ти до 55-ти років, з них 67%- жінки, 33%- чоловіки.

Найбільшими серед них виробники: «Roshen», «АВК», «Konti», «Світоч», «Mondeliz». Також ринок забезпечують такі виробники кондитерських виробів: «Бісквіт-Шоколад», «Житомирські ласощі», «Полтава-кондитер», «Ярич», «Монделіс Україна» та інші.

Стимулює розвиток даної галузі й відсутність мита на солодощі в Європейському союзі. Лідери українського ринку кондитерських виробів уже

давно займаються експортом своїх товарів на зарубіжні ринки, користуючись безмитною можливістю.

Моніторинг ринку кондитерських виробів в Україні показує, що найбільшу частку у його продуктивній структурі займає борошняна випічка (55,6%). На другому місці шоколадні вироби (26,9%). Замикають трійку цукрові солодоші (17,5%).

Протягом 2022 року в кондитерській галузі майже 20% підприємств постраждали від воєнних дій чи були закриті. Обсяги виробництва скоротилися на 10-12%, але це не спричинило дисбаланс чи дефіцит продукції на ринку, оскільки у відсотковому співвідношенні через міграцію населення та зниження купівельної спроможності обсяги споживання теж скоротилися.

Вітчизняні виробники забезпечують 90% кондитерської продукції, і лише 10% припадає на імпорт. Водночас географія експорту української продукції дещо змінилася протягом 2022 року: припинилися постачання до РФ і Білорусі, але збільшилися до країн ЄС. Загалом обсяги експорту в 2022 році знизилися на 10%.

Також слід зазначити, що на внутрішньому ринку України ще не так багато підприємств, що виробляють продукцію з аерованими масами, желе, мармелад, пастилу, маршмеллоу тощо, український кондитерський ринок більш спрямований на виробництво виробів з шоколаду, різних видів печива тощо. Тому обсяги імпорту продукції в досліджуваному сегменті досить високі, однак все ж значно нижчі за виробництво.

Основними факторами впливу на ринок кондитерських виробів з взбитими масами є:

- ціна на сировину (як вітчизняну, так і імпортовану);
- споживчі настрої та вподобання;
- присутність міжнародних компаній на ринку України;
- наявність товарів-замінників; • купівельна спроможність населення;

поява нових технологій в галузі.

Кондитерські вироби українського виробництва мають більший попит на внутрішньому ринку, ніж імпортовані. Це підтверджується і даними рейтингу торгових марок «Фаворити успіху». Нижче наведено його динаміку протягом періоду, що досліджувався, для категорії «цукерки желейні». Незмінними лідерами тут є ТМ Roshen і Жувіленд.

Ринок пастили та фруктових чіпсів активно розвивається у світі, також набирає обертів і в Україні. Досліджувана продукція є частиною здорового харчування, замінює крім здорових свіжих фруктів, кондитерські вироби і снеки. Популярним цей продукт є і у малих підприємців, оскільки для запуску власного виробництва достатньо фруктів та невеликого сушильного апарату, який легко купити в інтернет-магазинах.

Дрогобич — місто в Дрогобицькому районі Львівської області України. Адміністративний центр Дрогобицького району і Дрогобицької міської громади. Кількість постійного населення міста, станом на 1 січня 2020 року, складала 75 396 осіб.

У наш час основною промисловою галуззю міста є машинобудування та нафтопереробка. У місті налічується 18 загальноосвітніх шкіл, гімназія, ліцей, шість училищ та технікумів, одна художня та дві музичні школи, чотири виші.

Зважаючи на ці дані вважаємо, що будівництво кондитерського підприємства у м. Дрогобич є доцільним.

Для оцінки ефективності інвестицій та інвестиційної привабливості проекту будівництва кондитерського підприємства у м. Дрогобич використовувалися наступні показники (з урахуванням фактору часу по комерційній ставці дисконту):

Чистий приведений дохід NPV (Net Present Value) – це показник, який порівнює потік грошових надходжень у вигляді прибутку і амортизаційних відрахувань з витратами – інвестиціями в капітальне будівництво, поновлення основних фондів виробництва і фонди для створення і накопичення оборотних коштів. Для розрахунку показника необхідно

визначити розмір приведенного чистого грошового потоку від проекту і порівняти його з розміром інвестованого капіталу.

Чиста поточна вартість проекту NPV дозволяє отримати найбільш узагальнену характеристику результату інвестування. Під чистою поточною вартістю проекту розуміють різницю між сумою приведених чистих грошових потоків і сумою інвестованого капіталу ІК. Проект приймається, якщо  $NPV > 0$ .

Індекс дохідності (ІД) – це показник рентабельності, який є відношенням приведених грошових надходжень до приведених до початку реалізації інвестиційного проекту інвестицій. Проект приймається, якщо індекс дохідності перевищує 1.

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

Отримані результати за проектом будівництва пастило-мармеладного цеху свідчать, що підприємство зможе отримати чистий прибуток у розмірі 36473,32 тис.грн., чиста поточна вартість проекту (NPV) складає 4905,70 тис.грн, тобто є більшим нуля; період окупності Ток менше 5 років 2,01; індекс доходності 1,07. Проект може бути рекомендованим до впровадження.

За проектом будівництва карамельного цеху підприємство зможе отримати чистий прибуток у розмірі 29156,19 тис.грн., чиста поточна вартість проекту (NPV) складає 43894,09 тис.грн, тобто є більшим нуля; період окупності Ток менше 5 років 1,16; індекс доходності 1,44. Проект може бути рекомендованим до впровадження. Обидва проекти є ефективними і їх впровадження надасть змогу диференціювати асортимент виробів та задовольнити потреби споживачів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Боярко І.М., Гриценко Л.Л. Інвестиційний аналіз: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 400 с. ISBN 978-611-01-0002-1. [http://pidruchniki.com/17061002/investuvannya/efektivnist\\_investitsiy\\_printsipi\\_ot\\_sinki](http://pidruchniki.com/17061002/investuvannya/efektivnist_investitsiy_printsipi_ot_sinki).
2. Романова Т.В., Кучер Я.В. Напрямки підвищення ефективності інвестиційної діяльності підприємства. Ефективна економіка 2014. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3538>.
3. Особливості і оцінка інвестиційної діяльності підприємств [Електронний ресурс] / Д.В. Воловик, Н.І. Демчук // Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. – 2014. – Вип. 22. – С. 335-339. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZnpPdatu\\_2014\\_22\\_77](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZnpPdatu_2014_22_77).
4. Прокопенко І.Ф., Ганін В.І. Методика і методологія економічного аналізу: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 430 с.
5. Інвестування: підручник / Л.О. Омелянович, О.В. Веретенникова, О.Ю. Руденко, Д.В. Фірсов; за ред. Л.О. Омелянович. – К.: Знання, 2012. – 278 с.
6. Шморгун Н.П., Головка І.В. Фінансовий аналіз. Навчальний посібник. – К.: ЦНЛ, 2006. – 528 с.
7. Коваленко Л.О., Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент: Навч. посіб. – 3-тє вид, випр. і доп. – К.: Знання, 2008. – 483 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
8. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / Лапіна І.С., Гончаренко О.М. та ін.; за заг. ред. І.С. Лапіної. – Одеса: Атлант, 2016. – 313 с.
9. Правик Ю.М. Інвестиційний менеджмент: Навч. посіб. – К.: Знання, 2007. – 431 с.
10. Гузенко О.П. Проектне фінансування (практикум): Навчальний посібник. – Львів: «Магнолія 2006», 2008. – 336 с.

11. Петухова О.М. Інвестування [текст] навч. посіб. / О.М. Петухова. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 336 с.
12. Черваньов Д.М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств: Навч. посіб. – К.: Знання – Прес, 2003. – 622 с. – (КНУ ім. Т. Шевченка 170 років).
13. Міжнародна інвестиційна діяльність: нав. посіб. для студ. ВНЗ / І.Г. Єгорова, Г.І. Матукува, Я.О. Ізмайлов, А.В. Куценко, С.І. Мацюр; МОНУ. – Кривий Ріг.
14. Феєр О.В. Управління інвестиціями як складова інвестиційного механізму підприємства / Феєр О.В. // Економіка і суспільство. – 2016. – № 5. – С. 256-259.
15. Закон України «Про інвестиційну діяльність» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/1560-12>.
16. Закон України «Прорежиміноземного інвестування» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/93/96-%D0%B2%D1%80>.
17. Бланк І.А. Основы инвестиционного менеджмента / И.А.Бланк. Т.1. – К.: Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – 536 с.
18. BusinessDictionary [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.businessdictionary.com/definition/investment-project.html>.
19. Соколюк К.Ю. Інвестиційний проект як засіб реалізації інвестиційних ресурсів / К.Ю. Соколюк //
20. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – №2(77). – 2013. – С.82-91.
21. Рач В.А. Особливості комерційного аспекту проектного аналізу регіональних освітніх проектів / В.А. Рач, А.Ю. Борзенко-Мірошніченко // Управління проектами та Розвиток виробництва: Зб. наук. пр. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2010. – № 1(33). – С. 112-119.

22. I.Hurjui, M.C.Hurjui Investment projects: general presentation, definition, classification, characteristicsthe stages. The Annals of The «Ștefan cel Mare» University Suceava. No. 8, 2008. P. 92–98.
23. Пересада А.А. Інвестиційний аналіз: підручник / А.А. Пересада, Т.В. Майорова, С.В. Онікієнко, Ю.М. Коваленко, С.В. Урванцева // Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім.В.Гетьмана» – 2-ге вид., переробл. та доповн. – К., 2008. – 544 с.
24. Аналіз і розробка інвестиційних проектів : навч. посібник / [І. І. Цигилик, С. О. Кропельницька, М. М. Білий, О. І. Мозіль]. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 160 с.
25. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк. – К. : Эльга, Ника–Центр, 2001. – 552 с.
26. Ковальчук Т.М., Вергун А. І. Фінансовий аналіз у системі управління реальними інвестиціями: монографія / Т.М. Ковальчук, А.І. Вергун – Чернівці : Чернівецький нац.. ун-т 2011. – 246 с.
27. Гриньова В. М. Фінанси підприємств: навч. посібник / В. М. Гриньова, В. О. Коюда. – [3-тє вид., стер.]. – К. : Знання-Прес, 2006. – 424 с.
28. Гуткевич С. А. Управление инвестиционным процессом в аграрной сфере / С. А. Гуткевич. – К. : ИАЭ УААН, 2000. – 267 с.
29. Загородній А. Г. Інвестиційний словник : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Г. О. Партин. – Львів : Бескид, Біж, 2005. – 511 с. – (Наук.-метод. центр вищ. освіти М-ва освіти і науки України).
30. Інвестиційна привабливість аграрно-промислового виробництва регіонів України / [П. Т. Саблук, М. І. Кісіль, М. Ю. Коденська та ін.] ; за ред. М. І. Кісіля, М. Ю. Коденської. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 478 с.
31. 8.Лайко Г. П. Інвестиційна привабливість регіонального сільськогосподарського виробництва / Г. П. Лайко // Економіка АПК. – 2003. – № 12. – С. 73–77.

32. Майорова Т. В. Інвестиційне кредитування : навч. посібник / Т. В. Майорова, А. А. Пересада. – К. : КНЕУ, 2002. – 271 с.
33. Попков В. П. Организация и финансирование инвестиций / В. П. Попков, В. П. Семенов. – СПб : Питер, 2001. – 224 с.
34. Сталинская Е. Оценка инвестиционной привлекательности регионов Украины / Е. Сталинская // Економіст. – 2003. – № 9. – С. 68–69.
35. Федоренко В. Г. Інвестиційний менеджмент : навч. посібник / В. Г. Федоренко. – [2-ге вид., доп.]. – К. : МАУП, 2001. – 280 с.
36. Meyer Claus. Kunden-Bilanz-Analyse der Kreditinstitute / Claus Meyer. – Stuttgart : Schäffer Verlag, 1989. – 255 s.
37. Гойко А.Ф. Методи оцінки ефективності інвестицій та пріоритетні напрямки їх реалізації / А.Ф. Гойко. – К. : ВІРА-Р, 1999. – 320 с.
38. Кузнецова А.Я. Фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності : [монографія] / А.Я. Кузнецова. – Львів : Львів. банків. ін-т НБУ, 2005. – 320 с.
39. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом / А.А. Пересада. – К. : Лібра, 2002. – 472 с.
40. Проектне фінансування : [підручник] / [А.А. Пересада, Т.В. Майорова, О.О. Ляхова]. – К. : КНЕУ, 2005. – 736 с.
41. Проектний аналіз : [навч. посібник] / [В.С. Рижиков, М.М. Яковенко, О.В. Латишева та ін.] ; за ред. В.С. Рижикова. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 384 с.
42. Рябих Д.А. Процедури оцінки інвестиційних проектів при проектному фінансуванні / Д.А. Рябих // Фінансовий ринок України. – 2008. – № 9. – С. 173–183.
43. Сатир Л.М. Методичні підходи до оцінки інвестиційної діяльності підприємства / Л.М. Сатир // Всеукраїнський науково- виробничий журнал. – 2012. – № 3 (13). – С. 82–86.
44. Соболев В.М. Оцінка економічної ефективності альтернативних інвестиційних проектів у сучасних умовах / В.М. Соболев // Вісник

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2008. – № 120. – С. 152–157.

45. Куклік К.А. Проектне фінансування як фактор сприяння розвитку підприємств через реалізацію інвестиційних проектів / К.А. Куклік // Наукові праці. – 2011. – № 39. – С. 66–70.

46. Жуков В.В. Методичні підходи до оцінки привабливості інвестиційних проектів / В.В. Жуков // Науковий вісник Ужгородського національного університету. - 2017. - Вип.13 ч.1. - С.100-105

47. Малова Т.Л. Розвиток методичних засад рейтингової оцінки інвестиційної привабливості акціонерних підприємств / Т.Л. Малова, Л.С. Селіверстрова // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 3. – С. 40-43.

Додаток А

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

### **ГРАФІЧНІ МАТЕРІАЛИ**

до кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему «Економічне обґрунтування будівництва кондитерського підприємства в м. Дрогобич»



### Принципи оцінки ефективності інвестиційної діяльності підприємства

Методологічні	Методичні	Операційні
Вимірювання	Порівняння	Порівняння ситуацій
Корисність	Узгодженість	«з проектом» і «без
інтересів	Платність ресурсів	проекту» Унікальність
Максимальний	ефект	Субоптимізація
(результативність)		(suboptimization)
Системність		Некерваність минулого
Комплексність		Динамічність
Неспростовність	методів	Погодженість
Спостереження		Тимчасова цінність
Асиметричність	Адитивність	грошей Неповнота
Транзитивність		інформації Структура
		капіталу
		Багатовалютність
		Фінансування
		Взаємозв'язок параметрів проекту
		Моделювання
		Організаційно-економічний механізм
		реалізації проекту
		Багатоетапність оцінки
		Інформаційна і
		методична узгодженість
		Симпліфікація

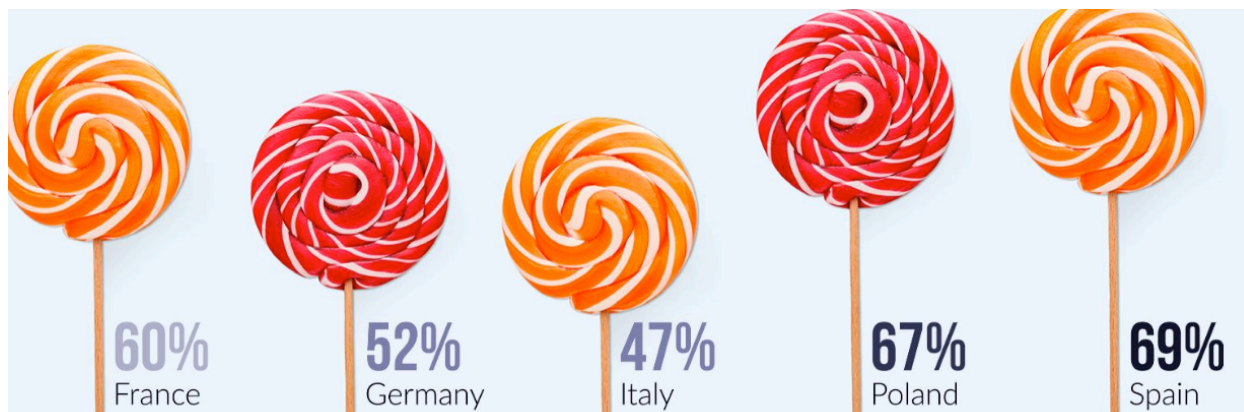
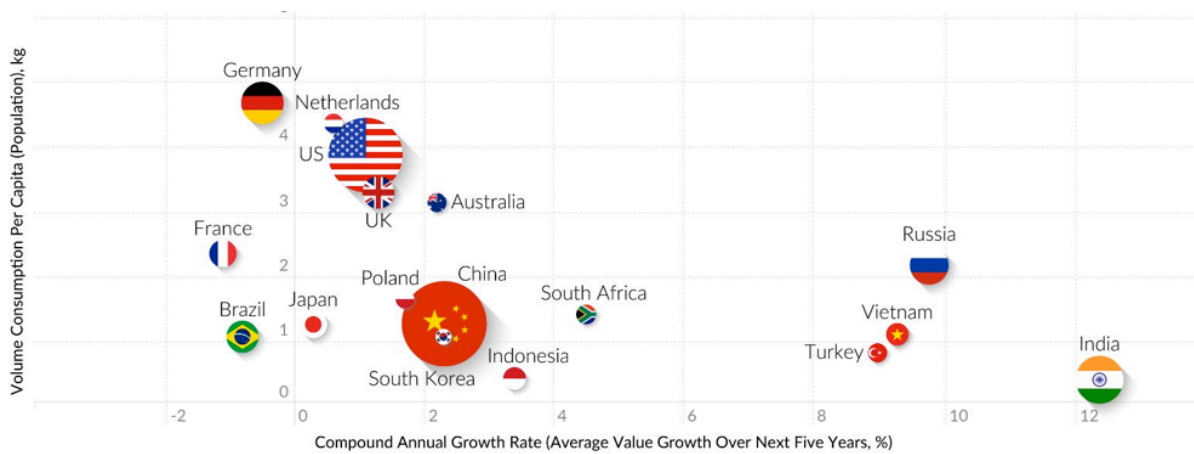
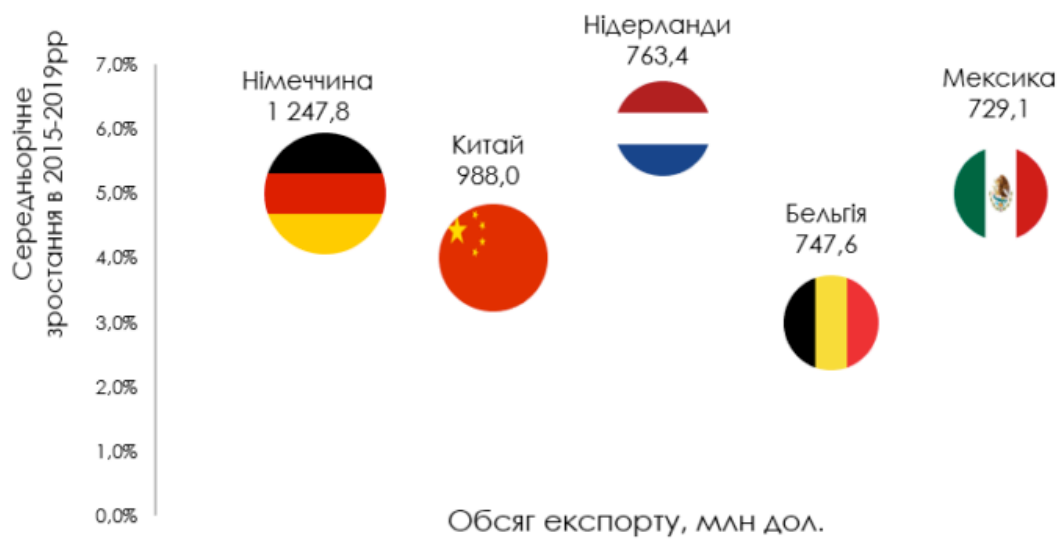


Рис. 2.1. Результати опитування населення країн щодо недостатності на ринку «здорових» солодоців (без цукру, без штучних барвників\ароматизаторів, з натуральними підсолоджувачами), % згодних

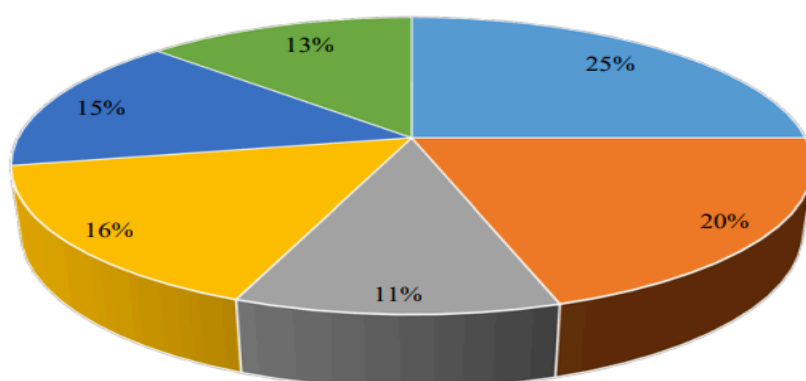


Рис. 2.2. Світовий імпорт, млн.дол.

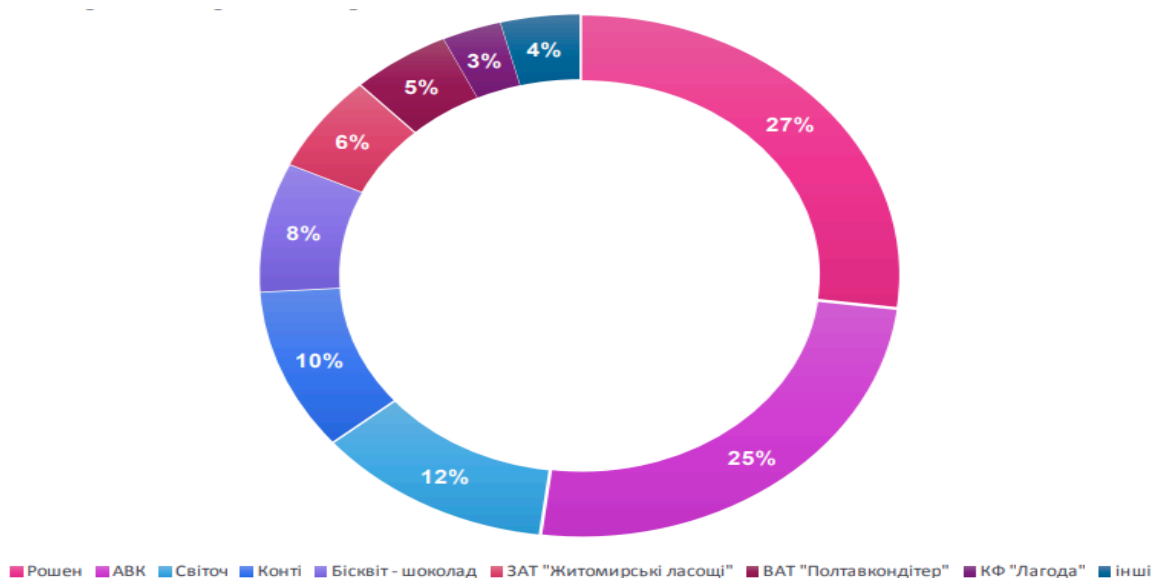




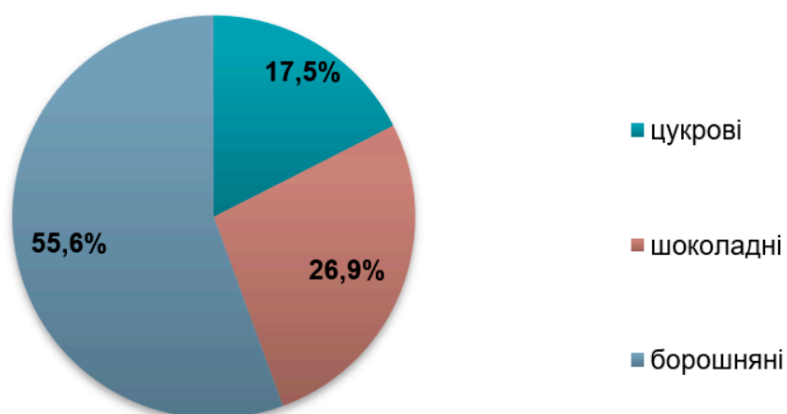
Sort by <b>A-Z</b>	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total Sample
Low/No/Reduced...	17.0%	17.3%	17.8%	18.3%	21.1%	20.7%	18.4%
Gluten Free	16.5%	16.2%	17.6%	17.9%	20.7%	19.7%	17.8%
Sugar Free	15.6%	14.9%	13.8%	15.1%	16.3%	16.0%	15.2%
No Additives/Pre...	12.2%	12.3%	16.7%	14.4%	17.8%	15.0%	14.6%
Vegetarian	10.1%	8.0%	10.9%	12.7%	11.0%	11.1%	10.5%
Seasonal	8.1%	11.0%	9.4%	11.3%	13.2%	8.8%	10.4%
Social Media	9.7%	9.9%	10.5%	12.3%	9.0%	8.0%	10.1%
Children (5-12)	10.1%	8.4%	10.2%	5.5%	4.7%	5.3%	7.7%
Ethical - Environ...	3.7%	5.5%	7.5%	8.5%	9.7%	8.4%	7.0%
Ethical - Recycling	3.0%	4.3%	6.0%	7.7%	8.9%	6.8%	5.9%
Vegan/No Animal...	2.6%	3.1%	4.8%	6.6%	10.6%	12.2%	5.9%
Organic	3.7%	4.2%	5.5%	5.1%	8.4%	7.6%	5.5%
Vitamin/Mineral ...	3.0%	3.6%	4.3%	6.2%	6.1%	4.9%	4.6%
Functional - Other	5.0%	5.3%	4.6%	2.7%	2.9%	3.3%	4.1%



■ Рошен ■ Монделіз Україна ■ Світоч ■ Конті ■ АВК ■ Інші

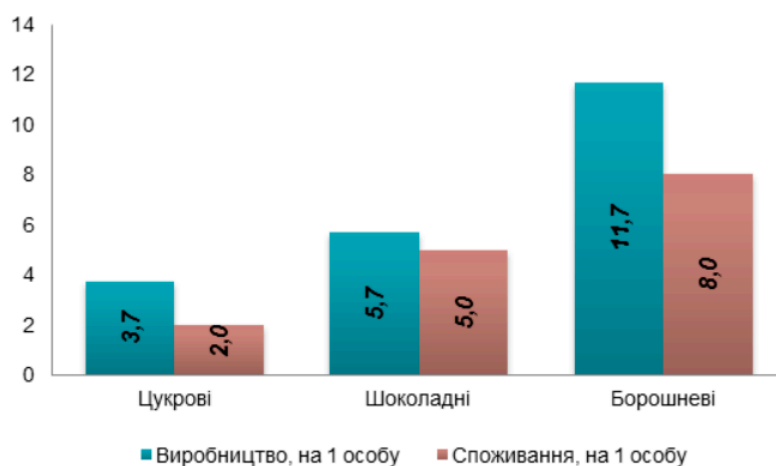


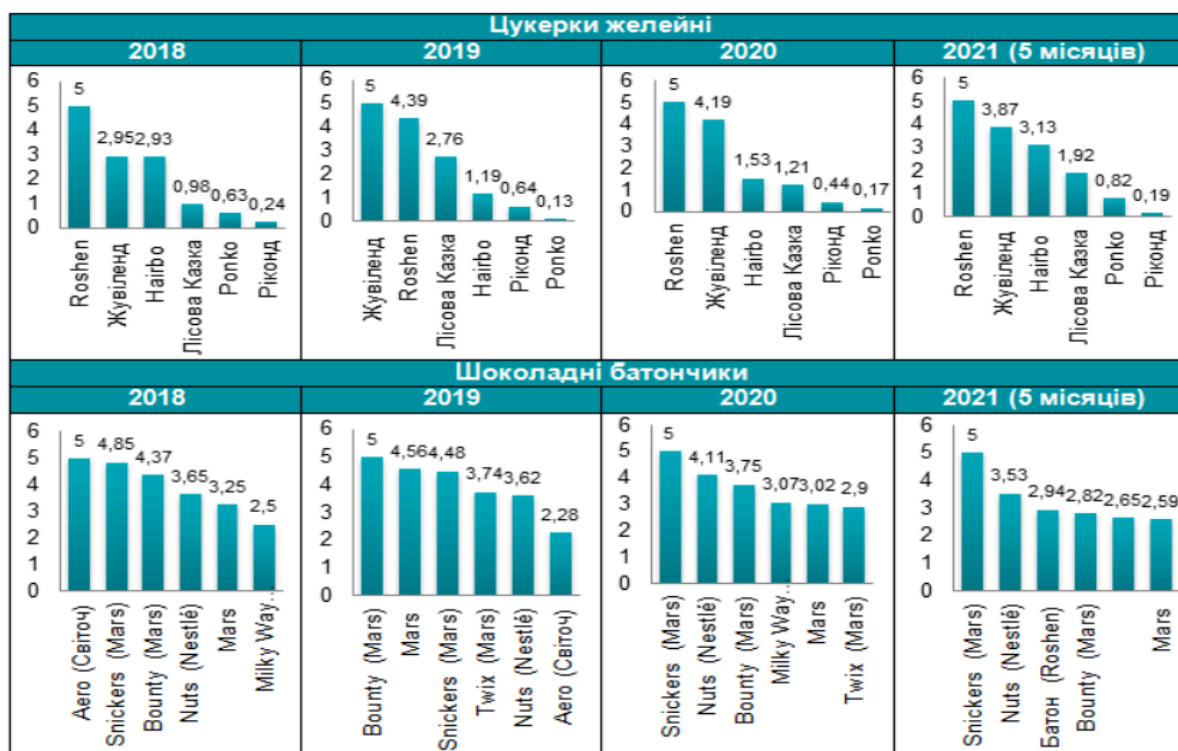
### Сегментація ринку кондитерських виробів України в 2020 р. за типом



Джерело: дані Державної служби статистики України

### Порівняння обсягів виробництва та споживання кондитерських виробів в Україні





Джерело: за даними рейтингу «Фаворити успіху»



Джерело: Державна служба статистики України