

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

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



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему «Оцінка та шляхи підвищення конкурентоспроможності
ТОВ «Молочна компанія «Галичина»**

ШИФР КРБ.ЕП.1.584А-03.4.5

Здобувачки _____ Лебеденко І.І.

Керівник _____ проф. Кулаковська Т.А.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 12.06.2024 р., протокол № 15

Завідувач кафедри економіки промисловості _____ Олександр ПАВЛОВ

Одеса – 2024 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

« _____ » _____ 202__ р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧКИ

Лебеденко Ірині Ігорівні

1. Тема роботи *«Оцінка та шляхи підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Молочна компанія «Галичина»»*
Затверджена наказом ОНТУ від 09.10.2023 р. № 584А-03
2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 05.06.2024
3. Вихідні дані роботи: *наукові праці вітчизняних та іноземних науковців, огляд ринку молочних виробів, статистична звітність ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2021-2022 рр., джерела інтернет-сайтів.*
4. Перелік питань, які потрібно розробити: *Розділ 1. Теоретико-методологічні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства; Розділ 2. Оцінка конкурентного потенціалу ТОВ «Молочна компанія «Галичина»»; Розділ 3. Проєкт заходів з підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Молочна компанія «Галичина»»*
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) таблиць – 8, рисунків – 5.
6. Дата видачі завдання 14.02.2024

Керівник _____ Кулаковська Т.А.

Завдання прийняв до виконання _____ Лебеденко І.І.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	<i>Розробка теоретичного розділу за темою кваліфікаційної роботи</i>	<i>15.03.24 – 31.03.24</i>	
2	<i>Діагностика зовнішнього середовища підприємства</i>	<i>01.04.24 -15.04.24</i>	
3	<i>Діагностика виробничо-господарської та фінансової діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за два роки</i>	<i>16.04.24 – 26.05.24</i>	
4	<i>Оцінка рівня конкурентоспроможності ТОВ «Молочна компанія «Галичина»</i>	<i>27.05.24 – 05.05.24</i>	
4	<i>Розробка проєкту заходів з підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» та розрахунок економічної ефективності</i>	<i>06.05.24 - 31.05.24</i>	
5	<i>Оформлення кваліфікаційної роботи</i>	<i>01.06.24 - 05.06.24</i>	

Здобувач-дипломник _____ Лебеденко І.І.

Керівник роботи _____ Кулаковська Т.А.

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

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

Здобувач-дипломник Лебеденко І.І. _____

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра

КРБ містить 113 сторінок, 53 таблиці, 18 рисунків, список використаних джерел з 33 найменувань, 9 додатків.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення рівня конкурентоспроможності та пошук шляхів її підвищення на ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають процеси управління конкурентоспроможністю підприємств.

Предметом дослідження є конкурентоспроможність ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Завданнями роботи передбачено дослідити науково-теоретичні погляди на економічні категорії «конкуренція» та «конкурентоспроможність»; проаналізувати методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств; визначити шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств; провести діагностику стану молокопереробної галузі України та виділити проблеми у розвитку; провести діагностику внутрішнього стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина»; оцінити рівень конкурентоспроможності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» на ринку молочних продуктів; розробити та обґрунтувати проєкт з підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «Молочна компанія «Галичина»; визначити економічну ефективність запропонованого заходу.

За результатами виконаної роботи сформульовані пропозиції з підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств молокопереробної галузі України.

Отримані результати можуть бути використані на підприємствах молокопереробної галузі України.

Рік виконання роботи 2024

Рік захисту роботи 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Сутність понять «конкуренція» і «конкурентоспроможність».....	9
1.2. Методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.....	18
1.3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	29
ВИСНОВКИ за Розділом 1.....	30
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «МОЛОЧНА КОМПАНІЯ «ГАЛИЧИНА».....	32
2.1. Сучасний стан молокопереробної галузі та проблеми її розвитку.....	32
2.2. Техніко-економічна характеристика ТОВ «Молочна компанія «Галичина».....	38
2.3. Діагностика внутрішнього стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина».....	42
2.3.1. Аналіз обсягу виробництва та реалізації продукції.....	42
2.3.2. Аналіз динаміки, структури й ефективності використання основних засобів.....	44
2.3.3. Аналіз складу, структури й динаміки оборотних коштів.....	49
2.3.4. Аналіз забезпечення підприємства трудовими ресурсами й ефективності їхнього використання.....	52
2.3.5. Аналіз витрат на виробництво за елементами витрат.....	56
2.4. Діагностика фінансового стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина».....	58
2.4.1. Аналіз прибутку підприємства.....	58
2.4.2. Аналіз динаміки, структури та складу майна підприємства.....	59
2.4.3. Аналіз фінансової стійкості підприємства.....	66
2.5. Оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Молочна компанія «Галичина»....	74
ВИСНОВКИ за Розділом 2.....	88
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТ ЗАХОДІВ З ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «МОЛОЧНА КОМПАНІЯ «ГАЛИЧИНА».....	92

3.1. Обґрунтування та оцінка ефективності розробки нового продукту йогурту з селерою	92
3.2. Розрахунок економічної ефективності впровадження нової продукції «Йогурт з селерою».....	94
3.3. Оцінка економічної ефективності інвестиційного проєкту з виробництва йогурту з селерою	98
3.4. Вплив заходів на основні техніко-економічні показники ТОВ «Молочна компанія «Галичина»	100
ВИСНОВКИ за Розділом 3.....	103
ВИСНОВКИ.....	104
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	110
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Економіка України переживає складні процеси стагнації. Дотепер багато виробників ще до кінця не усвідомили, що в новому середовищі підвищеної турбулентності фактором виживання будь-якого підприємства стає робота на ринку споживача, який диктує вимоги до споживчих властивостей товарів.

Конкуренція є однією з головних складових механізму ринкової економіки, яка полягає у завоюванні ринку, перемозі над конкурентами в боротьбі за споживача, забезпеченні одержання стійкого прибутку.

Бажаючи втриматись під сильним натиском конкурентів, вітчизняні підприємства змушені більш гнучко використовувати методи конкурентної боротьби, постійно займатися підвищенням своїх конкурентних позицій, використовуючи при цьому цінові (маніпуляції цінами на товари) і нецінові (підвищення якості товару, після продажне обслуговування, реклама) методи конкуренції. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції, за місце на ринку поміж підприємствами-виробниками змушує шукати шляхи і нові засоби впливу на попит і рішення покупців.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення рівня конкурентоспроможності та пошук шляхів її підвищення на ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають процеси управління конкурентоспроможністю підприємств.

Предметом дослідження є конкурентоспроможність ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Для досягнення мети необхідно вирішити такі **завдання**:

– дослідити науково-теоретичні погляди на економічні категорії «конкуренція» та «конкурентоспроможність»;

– проаналізувати методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств;

– визначити шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств;

- провести діагностику стану молокопереробної галузі України та виділити проблеми у розвитку;
- провести діагностику внутрішнього стану ТОВ «Молочна компанія «Галичина»;
- оцінити рівень конкурентоспроможності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» на ринку молочних продуктів;
- розробити та обґрунтувати проєкт з підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «Молочна компанія «Галичина»;
- визначити економічну ефективність запропонованого заходу.

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

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

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність понять «конкуренція» і «конкурентоспроможність»

Результатом реформування вітчизняної системи господарювання стало виникнення і формування конкуренції, яка є динамічною формою розвитку суспільства. Конкуренція спонукає суб'єкти діяльності адаптуватися до потреб ринку, постійно рухатися й самовдосконалюватися, шукати методи ведення конкурентної боротьби.

Визначаючи конкуренцію, економісти розглядають це поняття по-різному. Усе залежить від ступеня розвитку суспільства, рівня та характеру національного ринку тощо.

Деякі автори вважають, що існуючі підходи не повною мірою відповідають вимогам системності та комплексності, оскільки характеризують тільки один з безлічі аспектів конкуренції в певній галузі. Тому, узагальнюючи численні варіанти і визначення конкуренції у сфері ринку, вони вважають за доцільне ввести кілька уточнень. По-перше, конкуренція – це процес суперництва ринкових суб'єктів, який зумовлюється суверенним правом кожного з них на реалізацію свого економічного потенціалу, що призводить до зіткнення між ними, до досягнення своїх цілей за рахунок утиску інтересів інших осіб. По-друге, конкуренція є формою зіткнення суб'єктів ринку споживчих товарів у процесі реалізації їх економічних інтересів.

Отож, найбільш повним є визначення конкуренції, наведене в Економічній енциклопедії, де зазначено, що «конкуренція – основна об'єктивна закономірність товарного виробництва, ринкової економіки, що проявляється у боротьбі (змаганні) товаровиробників, організацій і установ виробничої і невиробничої сфер за кращі умови виробництва та збуту товарів і послуг, завоювання кращих умов і пріоритетів на ринку з метою досягнення максимальних прибутків» [1].

М. Портер розглядає конкуренцію як процес, що динамічно розвивається, безперервно змінний ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти [2].

Я. Гордон зазначає, що конкуренція – це не просто стан розуму. Конкурентна боротьба вимагає, щоб компанія розуміла необхідність формувати і постійно підтримувати власну конкурентоспроможність [3].

Р. Фахрутдінов стверджує, що конкуренція – це процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами на конкретному ринку (території) для утримання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах [4].

Г. Азоев під конкуренцією пропонує розуміти суперництво на якомусь терені між окремими юридичними і фізичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї і тієї ж мети [5].

Р. Макконнелл та С. Брю тлумачать конкуренцію як наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок і покидати його [2].

Функціонування на ринку конкуренції здійснюється за наявності двох умов: наявності великої кількості продавців чи покупців; свободи для ринкових суб'єктів у використанні ресурсів та організації власної діяльності. У сучасній економічній літературі виділяють такі форми конкуренції: досконала, монополістична, олігополістична, цінова, нецінова, чесна, нечесна, галузева, міжгалузева та ін.

Галузева конкуренція передбачає змагання окремих суб'єктів господарювання, які діють у межах однієї галузі у задоволенні потреб споживачів та завоюванні певної частки на ринку. Міжгалузева проявляється у боротьбі за кращі умови одержання та використання ресурсів і капіталу. Особливо гостро вона проявляється на фінансовому ринку за можливість отримання кредиту та інвестицій.

З двох видів конкуренції на більшу увагу заслуговує галузева, оскільки чинники за межами галузі мають відносне значення [6].

Найґрунтовніше дослідження галузевої конкуренції здійснив професор Гарвардської школи бізнесу М. Портер. Він створив модель «п'яти сил конкуренції» і виділив такі чинники галузевої конкуренції [7] (рис. 1.1):

- вплив існуючих фірм;
- загроза входження нових фірм;
- загроза виробництва заміників;
- вплив покупців;
- вплив постачальників.

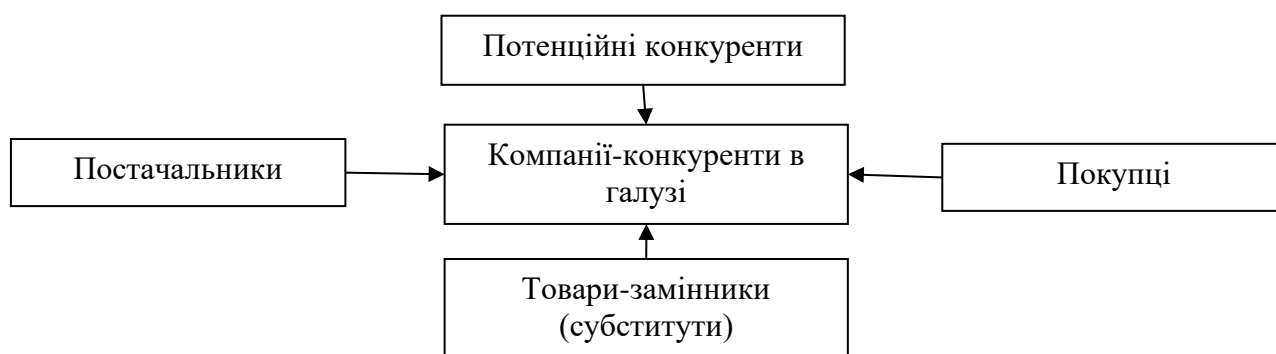


Рис. 1.1. П'ять рушійних сил конкуренції за М. Портером

На рис. 1.1 конкурентоспроможність підприємства припускає його здатність здійснювати ефективний економічний контакт зі споживачами, постачальниками і конкурентами. Взаємодія зі споживачами здійснюється через купівлю-продаж товару, взаємодія з постачальниками – через купівлю-продаж ресурсів, необхідних для виробництва, нарешті, взаємодія з конкурентами – через систему організаційних заходів, поточних і перспективних, реалізуючи активність фірми в конкурентному середовищі.

Останнє вказує на роль суб'єкта управління – менеджменту підприємства, у справі забезпечення його конкурентоздатності. Конкурентоспроможність підприємства виявляється в кожен момент, у кожному епізоді діяльності.

Отже, для перемоги підприємство в конкурентній боротьбі товари, які воно виробляє і реалізує, повинно мати високу конкурентоспроможність. В умовах ринку зіткнення інтересів суб'єктів господарювання – цілком природний процес,

адже конкуренція змушує кожного з них прагнути отримати переваги над конкурентами, щоб одержати прибуток, а отже, володіти конкурентоспроможністю [8].

Фактори, що впливають на конкурентну боротьбу (рис. 1.2):

- розмір ринку – чим більший, тим сильніші конкуренти;
- темпи зростання ринку – швидке зростання полегшує проникнення на ринок;
- потужності – зайві потужності призводять до падіння цін;
- перешкоди для входу або виходу з ринку – бар'єри захищають позицію фірми, їхня відсутність робить ринки уразливими для проникнення туди неконкурентоспроможних новачків;
 - ціна;
 - рівень стандартизації товарів – покупці мають перевагу, тому що їм легко перейти з одного товару на інший;
 - мобільні технологічні модулі;
 - вимоги до розмірів необхідних капітальних вкладень – тверді вимоги підвищують ризик, створюють додаткові бар'єри входу – виходу;
 - вертикальна інтеграція підвищує вимоги до розмірів капіталу, призводить до сильних розходжень у конкурентоспроможності та витратах на виробництво – інтегрованих, частково інтегрованих і неінтегрованих фірмах;
 - економія на масштабі – збільшує частку ринку, необхідну для досягнення конкурентоспроможності товару;
 - швидке відновлення асортименту.

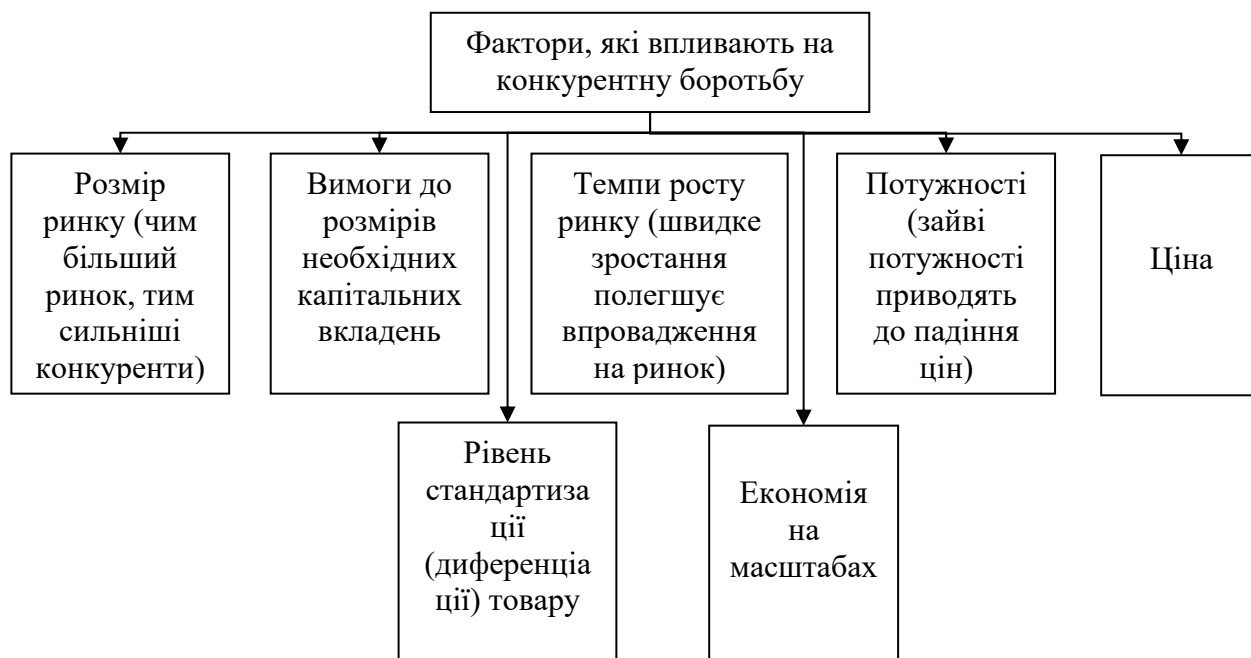


Рис.1.2. Фактори, які впливають на конкурентну боротьбу

Поняття конкуренції та конкурентоспроможності перебувають у тісному взаємозв'язку. Ця категорія є однією з головних категорій ринкової системи, оскільки в ній сконцентровані економічні, виробничі, управлінські, ресурсні, організаційні, науково-технічні та інші можливості підприємства.

Категорія «конкурентоспроможність» є однією з визначальних категорій ринкової системи, оскільки в ній сконцентровані економічні, виробничі, управлінські, ресурсні, організаційні, науково-технічні та інші можливості підприємства [4]. Це відносно нова категорія для економічної школи, тому серед науковців немає єдиного підходу щодо розуміння її сутності.

В економічній літературі для характеристики цієї категорії використовують поняття порівняльних витрат (Д. Рікардо), порівняльних переваг (Є. Хекшер, Б. Олін), порівняння конкурентних переваг, факторів управління та продуктивності використання ресурсів (М. Портер), конкурентного статусу фірми (І. Ансофф) [8].

Поняття конкурентоспроможності (КС) інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкту який розглядається. Безумовно, критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, фірми, корпорації, галузі, національного господарства, або нації мають свою

специфіку. Аналіз конкурентоспроможності може бути проведений для кожного з рівней, в залежності від цілей дослідження [9].

Якщо говорити про поняття конкурентоспроможності на макрорівні, то воно відображає позиції національної економіки в системі міжнародних відносин, головним чином в сфері міжнародної торгівлі, і одночасно її здатність зміцнювати позиції. Це найбільш важливий, але не єдиний аспект поняття конкурентоспроможності нації. Слід враховувати здатність зберігати і нарощувати темпи економічного зростання, зайнятості, реальні доходи громадян [10].

Конкурентоспроможність – це ступінь, з якою при справедливих умовах вільного ринку виробляються товари і послуги, які задовольняють світовим вимогам і при цьому збільшуються доходи своїх громадян.

Рівень конкурентоспроможності нації визначається такими основними факторами, як:

- технологія;
- наявність капіталів;
- наявність людських ресурсів;
- стан зовнішньої торгівлі.

Конкурентоспроможність (взагалі), як соціально-економічна категорія – це спроможність, вміння досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг. З цього визначення виходить важливий практичний висновок про те, що конкурувати (досягати найвищих економічних та соціальних переваг) можливо:

- а) самому з собою (у часі);
- б) один з одним (суперництво за досягнення будь-чого);
- в) колективу з колективом;
- г) продукції даного виду з аналогічною продукцією і таке інше.

Зрозуміло, що конкурентоспроможність виступає не сама по собі, не як самоціль, а як засіб для створення визначеного товару (продукції), послуг різного виду.

Визначення, аналіз та узагальнення існуючих в науковій та учбовій літературі основних категорій, щодо конкурентоспроможності дозволяє охарактеризувати поняття таким чином.

Конкурентоспроможність продукції – це комплекс споживчих та вартісних характеристик, які визначають її успіх на ринку, тобто спроможність саме даного товару бути обміненим на гроші в умовах широкої пропозиції до інших конкуруючих товаровиробників.

Конкурентоспроможність підприємства слід розуміти, як реальну та потенційну спроможність, а також наявні для цього можливості підприємства вивчати попит (ринок), проектувати, виготовляти та реалізувати товари, які по своїм параметрам у комплексі більш для споживачів, ніж товари конкурентів.

Конкурентоспроможність підприємства – можна також розглядати як вміння виготовляти і реалізувати швидко та дешево якісну продукцію в достатній кількості [11].

Конкурентоспроможність персоналу, тобто робітників, спеціалістів, керівників підприємства – це вміння кожного з них і всім разом, як одне ціле, швидко і ефективно сприймати і реалізувати різні новинки в кожній стадії життєвого циклу продукції. Це вміння створювати вироби, які відповідають всім вимогам споживача з найменшими витратами всіх видів ресурсів.

Беручи до уваги існуючі визначення конкурентоспроможності підприємства та їх недоліки, особливу увагу потрібно звернути на те, що ця категорія повинна відображати такі позиції [6]:

- конкурентоспроможність підприємства є відносною категорією, тому для отримання об'єктивних результатів необхідно виважено підходити до вибору бази порівняння;
- конкурентоспроможність підприємства є динамічною величиною;
- конкурентоспроможність підприємства повинна відображати можливості підприємства адаптуватися до зміни умов зовнішнього та внутрішнього середовища;

- конкурентоспроможність підприємства повинна відображати можливість ефективного його функціонування;
- конкурентоспроможність підприємства – складний комплексний показник, тому її оцінку не можна звести до визначення єдиного показника;
- конкурентоспроможність підприємства потрібно розглядати, насамперед, як філософію роботи в умовах ринку, орієнтовану на:
 - 1) розуміння потреб споживачів;
 - 2) врахування поведінки і можливостей конкурентів;
 - 3) знання ринкової кон'юнктури;
 - 4) знання навколишнього середовища і тенденцій його зміни;
 - 5) уміння запропонувати такий товар і так довести його до споживача, щоб споживач віддав перевагу саме цьому товару, а не товару конкурента.

З урахуванням зазначеного вище, можна сформулювати таке визначення: «Конкурентоспроможність підприємства – це комплексна характеристика підприємства, яка характеризує його можливість у будь-який момент часу забезпечувати свої конкурентні переваги і прибутковість діяльності, а також адаптуватися до зміни умов зовнішнього середовища».

Критерій конкурентоспроможності – важливий елемент апарату цієї категорії. Він визначається стабільністю місця на своєму ринку підприємства і його продукції, а також рівнем продажі продукції підприємства на ринках [10].

Міжнародна конкурентоспроможність проявляється у досягненні фірмою конкурентних переваг у міжнародному суперництві. Конкурентні переваги показують, у яких областях підприємство досягло більш високих результатів, чим конкуренти. Конкурентні переваги дозволяють правильно виробити стратегію позиціонування товарів і послуг на ринку, вибравши цільові ринкові сегменти і сконцентрувати там фінансові ресурси підприємства.

Отже, на сьогодні існує декілька підходів до визначення сутності конкурентних переваг і найбільш поширеним є визначення конкурентних переваг як тих характеристик, споживчих властивостей товару або марки, які створюють

для фірми певну перевагу над її безпосередніми конкурентами і її слід визначати шляхом порівняння найбільш суттєвих характеристик.

Конкурентні переваги підприємства за джерелами їх виникнення можна поділити на внутрішні і зовнішні. Внутрішні – це характеристики внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень затрат, продуктивність праці, організація процесів, система менеджменту тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів.

Зовнішні конкурентні переваги – це ті, які базуються на спроможності підприємства створити більш значимі цінності для споживачів його продукції, що створює можливості більш повного задоволення їхніх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності їх діяльності [12].

Саме зовнішні конкурентні переваги з одного боку, орієнтують підприємство на розвиток та використання тих чи інших внутрішніх переваг, а з другого – забезпечують йому стійкі конкурентні позиції, оскільки орієнтують на цілеспрямоване задоволення потреб конкретної групи споживачів. Можна виділити такі різновиди внутрішніх та зовнішніх конкурентних переваг підприємства (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Зовнішні та внутрішні конкурентні переваги

Внутрішня конкурентна перевага базується на перевазі фірми стосовно витрат виробництва, менеджменту фірми чи товару, що створює «цінність для виробника», яка дозволяє досягти собівартості меншої, ніж у конкурента.

Внутрішня конкурентна перевага є наслідком більш високої продуктивності, яка забезпечує фірмі більшу рентабельність та більшу стійкість в умовах зниження цін продажів, що нав'язуються ринком чи конкуренцією.

Зовнішня конкурентна перевага базується на визначених якостях товару, які створюють цінність для покупця за рахунок або скорочення витрат, або підвищення ефективності. Зовнішня конкурентна перевага збільшує «ринкову силу» фірми, оскільки вона (фірма) може примусити ринок приймати ціну продажів вищу, ніж у пріоритетного конкурента, який не забезпечує відповідної визначної якості [13].

1.2. Методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачає їх поділ на окремі групи за певною ознакою. Найчастіше такою ознакою виступає форма представлення результатів оцінки, відповідно до якої виділяють метод переваг, метод інтегральної оцінки, графічний, матричний, розрахункові та комбіновані (розрахунково-матричні, розрахунково-графічні) методи [14].

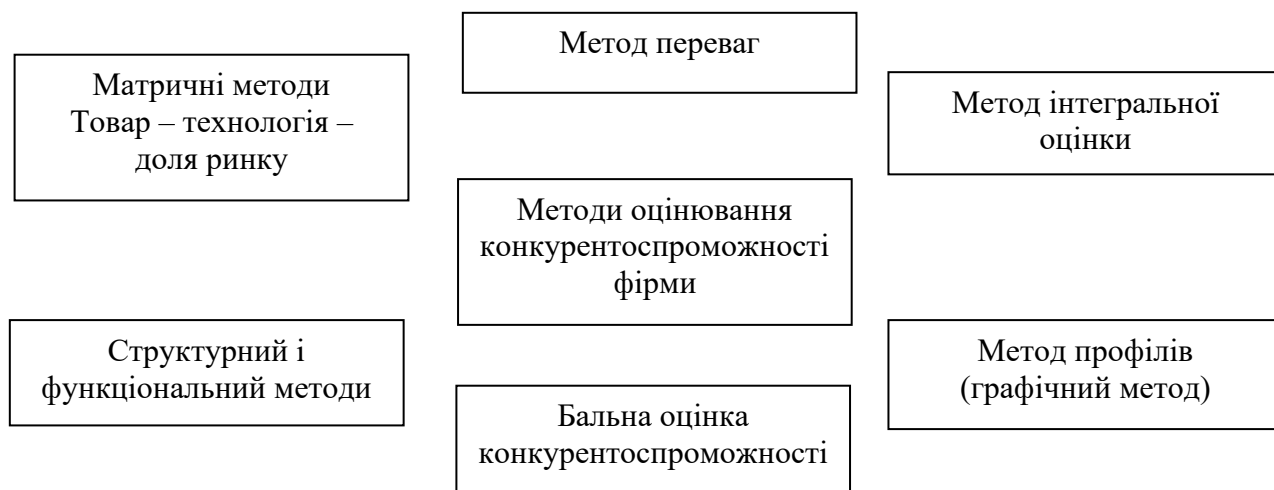


Рис. 1.5. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Метод переваг. Оцінка конкурентоспроможності підприємства являє собою порівняння його характеристик, властивостей чи марок товарів, що порівнюються з аналогічними показниками пріоритетних конкурентів (такими, які займають найкращі позиції на даному ринку) з метою визначення тих, які створюють

переваги підприємства над конкурентами в будь-якій галузі діяльності. При цьому слід розуміти, що існують зовнішні і внутрішні конкурентні переваги.

Зовнішня конкурентна перевага базується на відмінних якостях товару, що створює цінність для покупця за рахунок зменшення його витрат чи підвищення ефективності його діяльності. Вона збільшує «ринкову силу» підприємства так, що може примусити ринок прийняти більш високу ціну продажу порівняно з конкурентами.

Внутрішня конкурентна перевага – це перевага підприємства стосовно витрат чи управління, яка створює цінність для товаровиробника, дозволяє знизити собівартість більшою мірою, ніж пріоритетний конкурент.

Обидва типи конкурентних переваг мають різне походження і різну природу, а звідси часто бувають несумісні, оскільки вимагають різних підходів, навичок і культури.

Структурний та функціональний методи. Згідно зі структурним підходом оцінити становище можна за рівнем монополізації галузі, тобто за концентрацією виробництва і капіталу, і бар'єрів для компаній, що входять на галузевий ринок. Іншим підходом до визначення критерію ефективної конкуренції є функціональний. Згідно з цим методом найбільш конкурентоспроможними є підприємства, де найкраще організовані виробництво та збут товару, ефективне управління фінансами.

Графічний метод оцінки конкурентоспроможності базується на побудові так званої «Радіальної діаграми конкурентоспроможності» або «Багатокутника» конкурентоспроможності» (рис. 1.6).

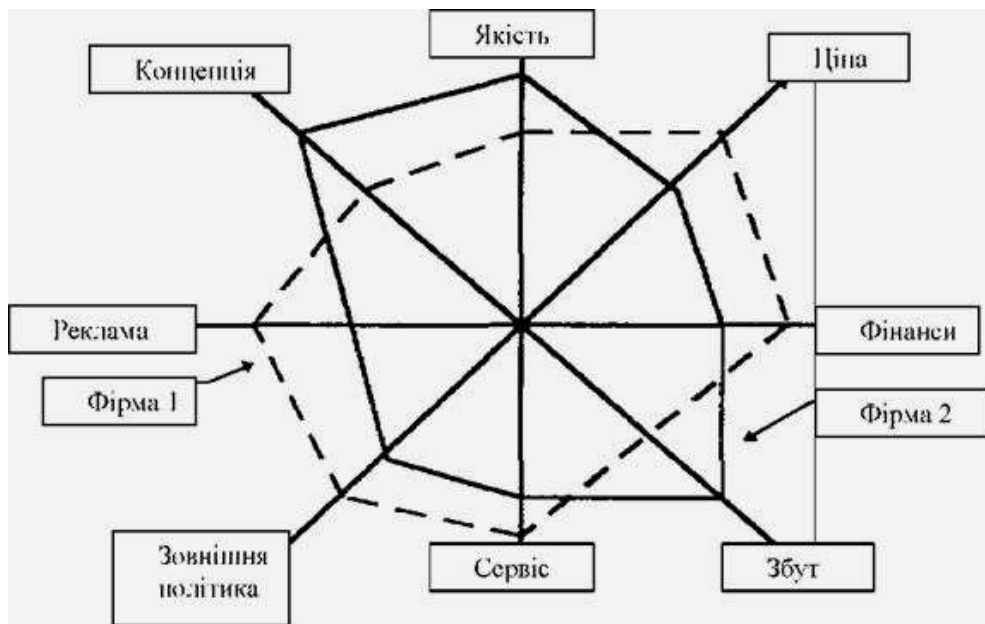


Рис. 1.6. Багатокутник конкурентоспроможності

Побудова багатокутників здійснюється наступним чином: коло поділяють радіальними оціночними шкалами на рівні сектори, кількість яких дорівнювала кількості обраних критеріїв; шкали на радіальних прямих градууювано так, щоб всі значення критеріїв знаходилися всередині оціночного кола; значення критеріїв збільшувалися по мірі віддалення від центра кола; на кожній вісі з використанням відповідного масштабу вимірювання позначено точки, що відповідали значенням критеріїв; по точках відповідно для кожного з підприємств проводять ламану лінію, яка і формує багатокутник.

Перевагою графічного методу оцінки конкурентоспроможності підприємства є його простота та наочність; недоліком слід вважати те, що він не дає змоги встановити значення узагальненого критерію конкурентоспроможності підприємства.

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих по рядках та стовпцях елементів. Найбільш показовим прикладом може бути широко відома матриця БКГ («Бостонської консалтингової групи»), (рис. 1.7), побудована за принципом системи координат: по вертикалі – темпи росту місткості ринку, що розміщуються

по рядках матриці у лінійному масштабі; по горизонталі, тобто по стовпцях матриці – в логарифмічному масштабі відкладається відносна частка виробника продукції на ринку. Найбільш конкурентоздатними вважаються підприємства, що займають значну частку на швидко зростаючому ринку.

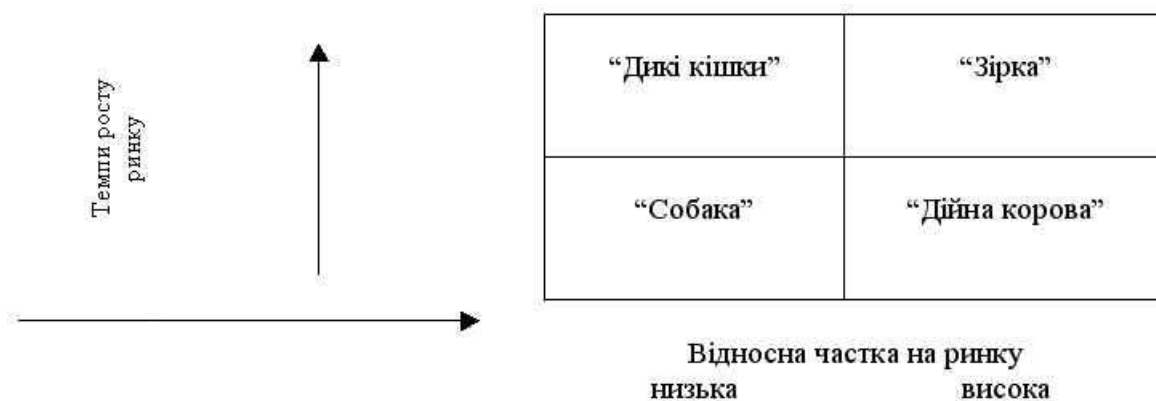


Рис. 1.7. Принциповий вигляд матриці БКГ

Переваги методу: дає змогу дослідити розвиток процесів конкуренції в динаміці та при наявності достовірної інформації про обсяги реалізації дозволяє забезпечити високу репрезентативність оцінки; як недолік відзначають надмірну спрощеність методу та неможливість проведення аналізу причин того, що відбувається, внаслідок чого ускладнюється вироблення управлінських рішень.

Окрім матриці БКГ існує достатньо багато матричних моделей, які можуть бути використаними для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства:

- матриця «Привабливість ринку/конкурентоспроможність» (модель GE/McKinsey);
- матриця «Привабливість галузі / конкурентоспроможність» (модель Shell/DPM);
- матриця «Стадія розвитку ринку/конкурентна позиція» (модель Hofer/Schendel);
- матриця «Стадія життєвого циклу продукції/конкурентна позиція!» (модель ADL/LC) тощо.

Табличний метод оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства фактично являє собою варіацію матричного і тому не виділяється у окрему категорію.

Розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства є багато численними [10]. Вони поділяються на:

- специфічні методи – методи, що дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства по окремих аспектах його діяльності – виробничому, інноваційному, маркетинговому, фінансовому тощо;

- комплексні методи – методи, що базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Серед комплексних методів оцінки визначальне місце посідають:

- метод, що використовує в якості головного підходу оцінку конкурентоспроможності продукції підприємства;

- метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів;

- метод, що ґрунтується на основі теорії ефективної конкуренції;

- інтегральний метод;

- метод самооцінки (Європейська модель ділової досконалості, англійська методика матриці удосконалення бізнесу (BIM)).

До ключових методів оцінки конкурентоспроможності підприємства відносяться методи, в основі яких лежить: життєвий цикл товару (послуги); оцінка конкурентоспроможності одиниці продукції; частка ринку; теорія ефективної конкуренції; конкурентна перевага; метод бенчмаркінга; споживча вартість тощо.

Характеристика комплексних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства [14]:

1. Метод, що базується на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства передбачає оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства виходячи із споживчої цінності виробленої продукції. Метод ґрунтується на міркуваннях щодо того, що конкурентоспроможність виробника є тим вищою, чим вищою є конкурентоспроможність його продукції. В якості показника, що оцінює

конкурентоспроможність товару або послуги, використовується співвідношення двох характеристик: якості і ціни. Найбільш конкурентоспроможним вважається товар, що має оптимальне співвідношення цих характеристик. Чим вищою є різниця між споживчою вартістю товару для покупця і ціною, котру він за нього сплачує, тим вищим є запас конкурентоспроможності.

2. Метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів. Метод базується на положеннях теорії міжнародного розподілу праці, відповідно до яких передумовою для завоювання галузю чи підприємством стійких конкурентних позицій є наявність порівняльних переваг, що дозволяють забезпечити відносно нижчі витрати виробництва у порівнянні з конкуруючою галузю чи підприємством.

Оцінка рівня конкурентоспроможності здійснюється шляхом співставлення не лише виробничих витрат, а і обсягів та норми прибутку, та/або обсягів продажів, та/або ринкових часток.

Більш високий рівень показника при співставленні вважається за достатню умову для того, щоб оцінити підприємство як більш конкурентоспроможне.

3. Метод, заснований на теорії ефективної конкуренції. У якості основного інструменту аналізу конкурентоспроможності використовується співставлення показників стану підприємства з показниками підприємств-конкурентів та з середньогалузевими показниками.

Згідно теорії ефективної конкуренції, найбільш конкурентоспроможними вважаються ті підприємства, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів та служб.

На ефективність діяльності кожної зі служб впливає велика кількість факторів – ресурсів підприємства; оцінка ефективності роботи кожного з підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ними цих ресурсів.

В основі методу лежить оцінка чотирьох групових показників чи критеріїв конкурентоспроможності із подальшим розрахунком інтегрального показника.

4. Інтегральний метод. Інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства включає в себе два елементи-

співмножники: критерій, що відображає ступінь задоволення потреб споживача (характеризує відносну конкурентоспроможність товару) та критерій ефективності виробництва (в його якості, як правило, використовується рентабельність активів, рентабельність власного капіталу або середня за певний період норма рентабельності).

В разі, якщо інтегральний показник дорівнює одиниці (1), рівень конкурентоспроможності аналізованого підприємства відповідає рівню конкурентоспроможності підприємства-суперника; в разі, якщо інтегральний показник менше одиниці (1), то досліджуваний виробник менш конкурентоспроможний, ніж суперник; в разі, якщо інтегральний показник більше одиниці (1), то досліджуваний виробник має вищий рівень конкурентоспроможності, ніж суперник.

5. Метод самооцінки діяльності. Цей метод включає ряд етапів. Спочатку проводиться експертна оцінка усіх показників діяльності фірми (перелік яких залежить від методу самооцінки) за всіма критеріями з присвоєнням у відповідності із ступенем розвитку підходу чи наявності позитивних результатів значень оцінок – 0,25; 0,50; 0,75; 1,00. Суму отриманих оцінок по кожному критерію множать на «вагу» критерію та сумують. Наприкінці виводиться загальна оцінка діяльності. На цьому розрахункова частина аналізу вважається завершеною. Далі отримане значення має бути співставленим з попередньою оцінкою самого підприємства або з оцінкою діяльності підприємств-конкурентів, завдяки чому: з'являється потужний каталізатор вдосконалення діяльності підприємства; формується єдина мета для підприємства; виявляються пріоритети для вдосконалення; підприємство отримує обґрунтовані аргументи для уявлення своїх можливостей у зовнішньому середовищі.

Результати проведення самооцінки допомагають сформувати стратегічні та тактичні плани вдосконалення у відповідності до вимог моделі ділової досконалості, які потім мають бути реалізованими з використанням усіх наявних методів та засобів.

6. Матричний метод (розроблений консалтинговою групою Бостона).

В основі методики – аналіз конкурентоспроможності з урахуванням життєвого циклу товару (послуги). Суть оцінки полягає в аналізі матриці, побудованої за принципом системи координат: по горизонталі – темпи зростання/скорочення кількості продажів в лінійному масштабі; по вертикалі – відносна частка товару (послуги) на ринку. Найбільш конкурентоздатними вважаються підприємства, які займають значну частку на швидкозростаючому ринку.

Таблиця 1.1

Критерії та показники конкурентоспроможності підприємства

Критерії та показники конкурентоспроможності	Роль показника в оцінці	Правило розрахунку показника
1	2	3
1. Ефективність виробничої діяльності підприємства		
1.1. Витрати на виробництво одиниці продукції, грн	Відображає ефективність витрат при випуску продукції.	Валові витрати / Обсяг випуску продукції.
1.2. Фондовіддача, тис. грн	Характеризує ефективність використання основних виробничих засобів	Обсяг випуску продукції / середньорічна вартість основних виробничих засобів.
1.3. Рентабельність товару, %	Характеризує ступінь прибутковості виробництва товару.	Прибуток від реалізації*100/Повна собівартість продукції.
1.4. Продуктивність праці, тис. грн /чол.	Відображає ефективність організації виробництва та використання робочої сили.	Обсяг випуску продукції / Середньоспискова чисельність працівників.
2. Фінансовий стан підприємства		
2.1. Коефіцієнт автономії	Характеризує незалежність підприємства від позикових джерел.	Власні засоби підприємства/ Загальна сума джерел фінансування.
2.2. Коефіцієнт платоспроможності	Відображає здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання і вимірює вірогідність банкрутства.	Власний капітал / Загальні зобов'язання.
2.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Відображає якісний склад засобів, що є джерелами покриття поточних зобов'язань.	Грошові кошти і цінні папери, що швидкоореалізується / Короткострокові зобов'язання.
2.4. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	Характеризує ефективність використання оборотних коштів. Відповідає часу, протягом якого оборотні кошти проходять всі стадії виробництва і звернення.	Виручка від реалізації продукції / Середньорічний залишок оборотних коштів.

Критерії та показники конкурентоспроможності	Роль показника в оцінці	Правило розрахунку показника
1	2	3
3. Ефективність організації збуту та просування товарів		
3.1. Рентабельність продажу, %.	Характеризує ступінь прибутковості роботи підприємства на ринку, правильність встановлення ціни товару.	Прибуток від реалізації x 100 % / Обсяг продажу
3.2. Коефіцієнт затовареності готовою продукцією	Відображає ступінь затовареності готовою продукцією. Зростання показника свідчить про зниження попиту.	Обсяг нереалізованої продукції / Обсяг продажу
3.3. Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей	Характеризує ділову активність підприємства, ефективність роботи служби побуту	Обсяг випуску продукції / Виробнича потужність.
3.4. Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту	Характеризує економічну ефективність реклами і засобів стимулювання збуту.	Витрати на рекламу і стимулювання збуту / Приріст прибутку від реалізації
4. Конкурентоспроможність товару		
4.1. Якість товарів	Характеризує здатність товару задовольняти потреби відповідно до його призначення.	Комплексний метод.
4.2. Ціна товару	Характеризує доступність товару для споживача	Визначається різними методами

До першої групи входять показники, що характеризують ефективність управління виробничим процесом: економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організацію праці на виробництві. У другу групу об'єднані показники, що відображають ефективність управління оборотними коштами: незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, здатність підприємства розплачуватися по своїх боргах, можливість стабільного розвитку підприємства в майбутньому. У третю групу включені показники, що дозволяють отримати уявлення про ефективність управління збутом і просуванням товару на ринку засобами реклами і стимулювання, а в четверту групу – показники конкурентоспроможності товару (якість товару і його ціна).

У зв'язку з тим, що кожний з цих показників має різний ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства, експертним шляхом були розроблені коефіцієнти вагомості критеріїв [15].

Розрахунок критеріїв і коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства проводиться за формулою середньозваженої арифметичної.

Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства ($K_{кп}$) розраховується за формулою 1.1:

$$K_{кп} = 0,15 \cdot E_B + 0,29 \cdot \Phi_{п} + 0,23 \cdot E_3 + 0,33 \cdot K_T \quad (1.1)$$

де E_B – значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

$\Phi_{п}$ – значення критерію фінансового стану підприємства;

E_3 – значення критерію ефективності організації збуту і просування товару на ринку;

K_T – значення критерію конкурентоспроможності товару;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коефіцієнти вагомості критеріїв.

Критерій ефективності виробничої діяльності (E_B) розраховується за формулою 1.2:

$$E_B = 0,31 \cdot B + 0,19 \cdot \Phi + 0,40 \cdot P_{п} + 0,10 \cdot П \quad (1.2)$$

де B – відносний показник витрат виробництва на одиницю продукції;

Φ – відносний показник фондівдачі;

$P_{п}$ – відносний показник рентабельності продукції;

$П$ – відносний показник продуктивності праці;

0,31; 0,19; 0,40; 0,10 – коефіцієнти вагомості показників.

Критерій фінансового стану діяльності підприємства ($\Phi_{п}$) розраховується за формулою 1.3:

$$\Phi_{п} = 0,29 \cdot K_a + 0,20 \cdot K_{пл} + 0,36 \cdot K_{л} + 0,15 \cdot K_{об.к} \quad (1.3)$$

де K_a – відносний показник автономії підприємства;

$K_{пл}$ – відносний показник платоспроможності підприємства;

K_l – відносний показник ліквідності підприємства;

$K_{об.к}$ – відносний показник оборотності оборотних коштів;

0,29; 0,20; 0,36; 0,15 – коефіцієнти ваговитості показників.

Критерій ефективності організації збуту і просування товару (E_3) розраховують за формулою 1.4:

$$E_3 = 0,37 \cdot P_{п} + 0,29 \cdot K_{згп} + 0,21 \cdot K_{звп} + 0,14 \cdot K_p \quad (1.4)$$

де $P_{п}$ – відносний показник рентабельності продажів;

$K_{згп}$ – відносний показник затовареності готовою продукцією;

$K_{звп}$ – відносний показник завантаження виробничих потужностей;

K_p – відносний показник ефективності реклами і засобів стимулювання збуту;

0,37; 0,29; 0,21; 0,14 – коефіцієнти ваговитості показників.

Критерій конкурентоспроможності товару розраховують як співвідношення якості товару до його ціни споживання.

У загальному вигляді алгоритм розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності промислового підприємства передбачає три послідовні етапи:

1. Розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності підприємства 1.1-4.2 (табл.1.1) і переведення показників 1.1-3.4 у відносні величини (бали).

Для перекладу показників 1.1-3.4 у відносні величини проводиться їх порівняння з базовими показниками. Як базові показники (бази для порівняння) можуть виступати: середньогалузеві показники; показники будь-якого конкуруючого підприємства або підприємства-лідера на ринку; показники оцінюваного підприємства за минулі відрізки часу.

В цілях перекладу показників у відносні величини використовується 15-ти бальна шкала. При цьому, у п'ять балів оцінюється показник, що має значення

гірше, ніж базовий; у десять балів – на рівні базового; у п'ятнадцять краще, ніж базовий.

2. Розрахунок критеріїв конкурентоспроможності підприємства по представлених вище формулах.

3. Розрахунок коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства.

Наведена вище оцінка конкурентоспроможності підприємства охоплює всі найбільш важливі оцінки господарської діяльності промислового підприємства, виключає дублювання окремих показників, дозволяє швидко і об'єктивно отримати картину положення підприємства на галузевому ринку. Використання в ході оцінки порівняння показників за різні проміжки часу дає можливість застосовувати цей метод як варіант оперативного контролю окремих служб.

1.3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства

Основні заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємства [16]:

- підвищення техніко-економічних і якісних показників продукції підприємства;
- орієнтація якості та техніко-економічних параметрів продукції на вимоги споживачів;
- виявлення і забезпечення переваг продукту порівняно з його замінниками;
- виявлення переваг і недоліків товарів-аналогів, які випускаються конкурентами, і використання одержаних результатів у діяльності підприємства;
- визначення можливих модифікацій продукту;
- виявлення і використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;
- віднаходження і використання нових пріоритетних сфер використання продукції;
- пристосування продукції до роботи в різних (у тому числі екстремальних) умовах;

- диференціація продукції;
- посилення впливу на споживачів (просування).

Розглянуті вище методики оцінки конкурентоспроможності підприємства можуть бути використані при аналізі конкурентоспроможності вітчизняних підприємств як для порівняння їх у ринковому середовищі, так і для аналізу їх конкурентоспроможності у динаміці у короткостроковому та довгостроковому періодах.

Алгоритм оцінювання конкурентоспроможності підприємства є перспективним при прийнятті рішень щодо вибору стратегії розробки механізму формування і розвитку конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах діяльності.

ВИСНОВКИ за Розділом 1

Конкурентоспроможність фірми – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво й реалізація конкурентоспроможних товарів – обов’язкова умова конкурентоспроможності фірми.

Можливість компаній конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару, а також сукупності економічних методів управління діяльністю фірми, що роблять вплив на результати конкурентної боротьби.

Конкурентна перевага – рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми (а здобувають також для майбутнього споживання) всіх видів ресурсів.

Важливим атрибутом ринкової економіки є конкуренція. Конкуренція охоплює всі зв’язки виробництва і споживання, є єдино можливим засобом досягнення збалансованості між попитом і пропозицією і в кінцевому підсумку – суспільними потребами та виробництвом. Конкуренція виконує функцію спілкування (кооперації) та погодження інтересів виробників – у результаті поділу

праці інтерес кожного з них пов'язаний і взаємодіє з інтересами інших товаровиробників. Конкуренція стимулює підвищення якості продукції та послуг. Історично важливою функцією конкуренції є формування ринкової ціни.

Існує досить велика кількість методів оцінки конкурентного положення підприємства на ринку, а саме: модель Бостонської консультативної групи; модель М. Портера; метод «Мак-Кінзі»; модель Shell/DPM; метод LOTS; метод PIMS; ситуаційний аналіз (SWOT-аналіз); метод експертного оцінювання; модель Хофера/Шенделя; фінансово-економічний метод; метод картування стратегічних груп.

Кожний метод допускає спеціальний набір факторів та аналізованих змінних; методика проведення досліджень різна, частіше використовується складання матриць, порівняльних таблиць, проведення експертних оцінок; у багатьох методах автори, залишають право вибору досліджуваних змінних на розсуд дослідника, що дає можливість урахувати галузеві, технічні й інші специфічні особливості; кожний з перерахованих методів має свої переваги й недоліки, отже, дослідникові необхідно порівнювати вигоди, які він може одержати, використовуючи той або інший метод дослідження з тими небезпечними моментами, які можуть вплинути на його результат.

На підвищення конкурентоспроможності підприємства впливає підвищення техніко-економічних і якісних показників продукції підприємства; орієнтація якості та техніко-економічних параметрів продукції на вимоги споживачів; виявлення і забезпечення переваг продукту порівняно з його заміниками; виявлення переваг і недоліків товарів-аналогів, які випускаються конкурентами, і використання одержаних результатів у діяльності підприємства; визначення можливих модифікацій продукту; виявлення і використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції тощо.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «МОЛОЧНА КОМПАНІЯ «ГАЛИЧИНА»

2.1. Сучасний стан молокопереробної галузу та проблеми її розвитку

Збалансований розвиток продовольчого ринку є важливим питанням світової, національної та регіональної економік. Його обсяг, якість і ефективність функціонування визначають рівень і якість життя населення. Молочний ринок є вагомою частиною продовольчого ринку й посідає провідне місце в забезпеченні продовольчої безпеки України.

В цілому роль молочної промисловості в економіці регіонів та економіки в цілому важко переоцінити. Молочна галузь є стійким та перспективним сектором для інвестицій. Попит на молочні продукти є стійким і постійно зростає як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. В цілому це створює сприятливі умови для планування довгострокових інвестиційних проектів у сфері молочної промисловості. Інвестори бачать потенціал для отримання стабільного прибутку та розширення бізнесу в цьому секторі.

Молочна галузь може залучати іноземні інвестиції та сприяти експортному потенціалу країни. Україна має природні умови для вирощування якісної сировини для молочної продукції, такої як пасовища і землі з плодючими ґрунтами. Після завершення війни це привертатиме іноземних інвесторів, які побачать можливості для розвитку виробництва та експорту молочних продуктів. Інвестиції в молочну галузь сприяють розширенню виробництва, створенню робочих місць та підвищенню економічного потенціалу країни.

Розвиток молочної галузі сприяє регіональному розвитку та зменшенню регіональних нерівностей. Виробництво молочних продуктів може бути розташоване в сільських та віддалених районах, де є доступ до сировини та невикористані землі. Це в свою чергу допомагає стимулювати розвиток сільських територій. Ефекти виробництва молочної продукції в сільських районах проникають в інші галузі економіки, такі як транспорт, логістика,

упаковка, торгівля та послуги. Це створює нові робочі місця та підвищує рівень доходів в сільських громадах, що зменшує міграційний тиск на великі міста.

Молочна галузь є важливим елементом економіки країни в цілому та регіонів зокрема. Вона створює робочі місця, сприяє залученню інвестицій, підтримує розвиток сільського господарства, забезпечує продовольство та покращує якість життя населення. Розвиток молочної галузі варто розглядати як стратегічний напрямок для економічного зростання та стабільного розвитку країни та регіону.

Сьогодні у загальному обсязі реалізації продукції харчової промисловості України молокопереробна галузь займає приблизно 11 %. Якість і кількість виготовленої підприємствами продукції залежить від обсягів і якості виробленої та переданої на переробку основної сировини – молока, тобто від розвитку тваринництва в країні, зокрема, поголів'я корів як основного джерела отримання молока, їх продуктивності тощо. Починаючи з 1990-х років, поголів'я великої рогатої худоби (ВРХ) в Україні скоротилося в 6,7 разів. Таке падіння пов'язано з руйнуванням сталих організаційно-економічних відносин з постачальниками матеріальних ресурсів і покупцями молока-сировини. У 2021 р. поголів'я ВРХ (корів) становило 1673 тис. голів, з яких майже 77 % утримується в господарствах населення.

Незважаючи на скорочення поголів'я корів, їх продуктивність поступово зростає. Якщо в 2000 р. продуктивність однієї корови в Україні становила лише 2359 кг молока на рік, то в 2021 р. – в 2 рази більше, або 4735 кг на рік [17].

При цьому продуктивність корів у господарствах населення значно нижче, ніж на сільськогосподарських підприємствах, які мають більше технологічних можливостей для забезпечення умов ефективного ведення молочного скотарства. Інвестиції у виробництво одного літра молока в 10 разів більше за інвестиції в переробку цього літра й досягають 250 тис. грн на одну корову в промисловому молочному комплексі, які окупаються повільно. Проте, незважаючи на майже повну відсутність довгострокових кредитів на адекватних

умовах, сьогодні в Україні будується або реконструюється понад 100 промислових молочних комплексів.

На рисунку 2.1 представлена динаміка виробництва молока в Україні.

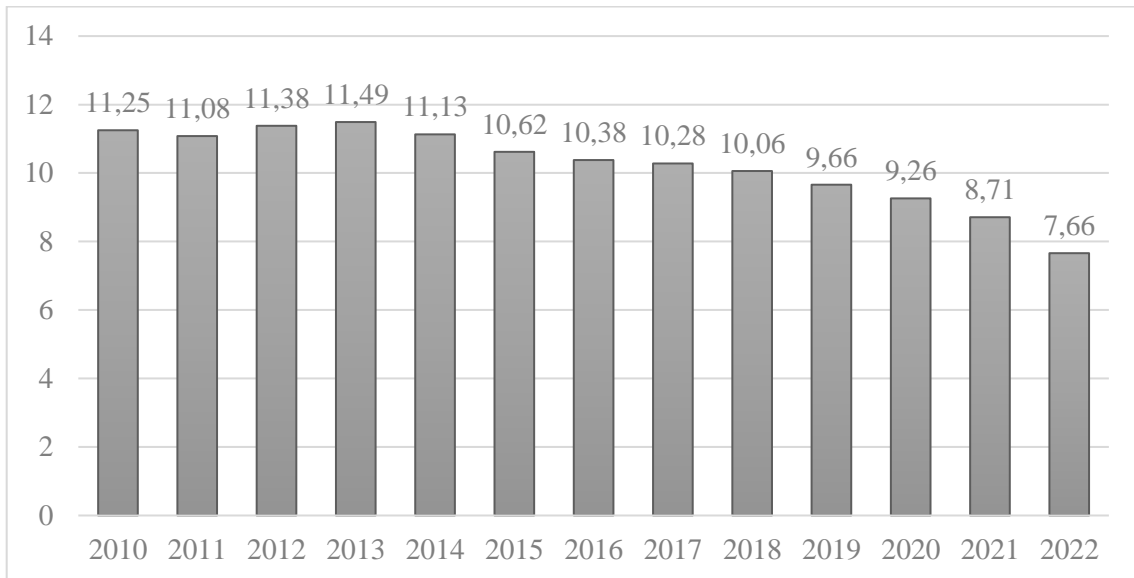


Рис. 2.1 Динаміка виробництва молока в Україні у 2010-2022 рр., млн тонн [18]

Загальний обсяг виробництва молока в Україні становив у 2022 р. 7,66 млн тонн, що складає 31,3 % рівня 1990 р. Найбільш критичний період падіння прийшовся на 1990–2000 рр. – майже удвічі. З 2000 р. виробництво молока продовжує падіння, але меншими темпами [19].

Критичною є структура виробництва молока – лише 26 % виробляється в сільськогосподарських підприємствах.

Зменшення пропозиції молока на ринку в 2022 р. призвело до зниження виробництва більшості молочних продуктів: переробленого молока на 14,4 %, сирів на 16,5 %, вершкового масла на 6,8 %, згущеного молока на 19 %.

Український ринок виробництва молочної продукції перебуває на порозі стагнації. Гостра потреба в модернізації заводів виникла давно, проте на сучасному економічному підґрунті процес оновлення технічного парку практично неможливий.

На ринку молока й молочної продукції України працює досить велика кількість підприємств, зокрема понад 50 % загального обсягу виробництва

концентрується на складах десяти великих компаній. Серед лідерів молокопереробної галузі є не лише українські виробники, а й транснаціональні корпорації, які мають виробництво в Україні. Решту ринку розподіляють між собою дрібні компанії та одиничні молокопереробні заводи.

Сучасний стан вітчизняного ринку молока та молочних продуктів характеризується помірним рівнем консолідації. Майже 80 % ринку контролює 50 підприємств, значна частина яких входить до складу великих холдингів.

Для ефективного розвитку вітчизняної молокопереробної галузі українським виробникам треба дотримуватися міжнародних вимог до якості продукції та управління якістю товарів, що дасть їм змогу стати рівноправними партнерами в світовому товарообігу. Упровадження системи європейських стандартів вітчизняними молокопереробними підприємствами уможливить отримання конкурентних переваг та економічного зростання. Проблема адаптації виробників молока в Україні до європейських вимог стала дуже гострою в кінці липня 2014 р., коли один з найбільших ринків збуту (Російська Федерація) був повністю закритий для вітчизняних сирів (85 % експорту в натуральному вираженні).

Цей факт істотно позначився на обсязі виробництва цієї продукції в країні у зв'язку з тим, що не менше ніж 35 % загального обсягу вироблених сирів йшло на експорт до РФ. Проте ця заборона стимулювала деякі українські підприємства нарощувати обсяги виробництва вершкового масла й сухого молока, які є привабливими сегментами для експорту до країн СНД, Азії та Африки.

Унаслідок цього великі молокопереробні підприємства України зосередили основну частину свого експорту на ринках Сходу (Єгипет, Марокко, ОАЕ, Туніс, Лівія, Алжир, Бангладеш, В'єтнам), країни пострадянського простору (Казахстан, Молдова, Грузія) та почали освоювати нові ринки – ЄС і Китай.

На рисунку 2.2 наведена динаміка обсягів експорту молочних продуктів в натуральному вираженні за період з 2019 по 2022 рік.

У 2022 році збільшився експорт молока і вершків незгущених на 97 %, молока згущеного на 19 %, масла вершкового на 29 % та сирів на 30 %.

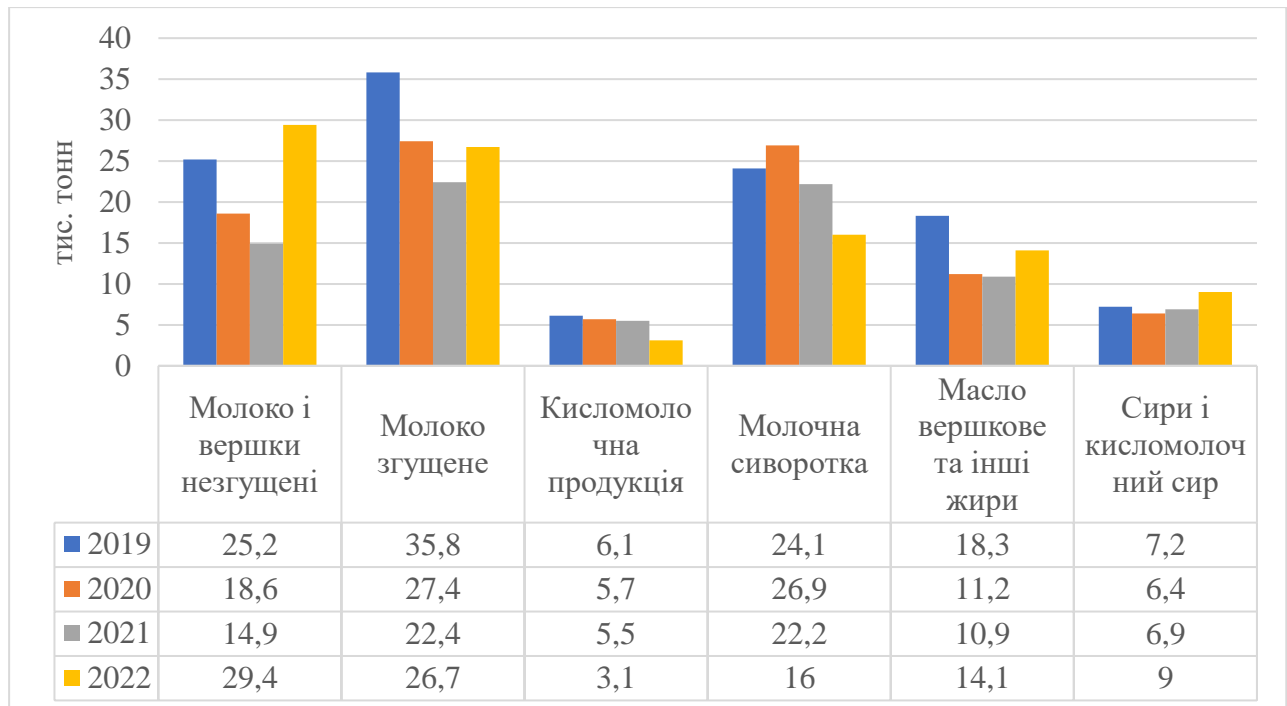


Рис. 2.2. Експорт молочних продуктів за 2019-2022 рр., тис. тонн [20]

На фоні зростання експорту у 2022 році в порівнянні з 2021 роком різко знизився імпорт молочних продуктів (рис. 2.3).

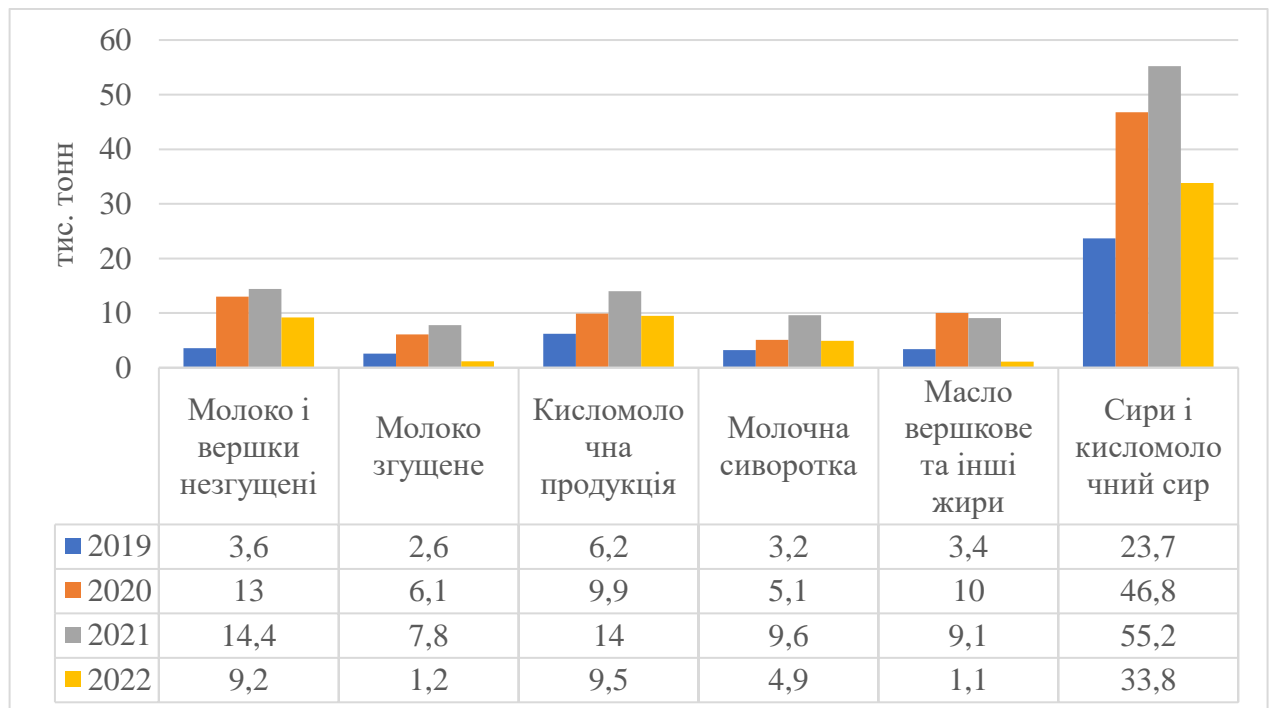


Рис. 2.3. Імпорт молочних продуктів за 2019-2022 рр., тис. тонн [21]

Значно знизився у 2022 році обсяг імпорту молока згущеного та масла вершкового на 85 та 89 % відповідно. За всіма іншими позиціями також спостерігається зниження імпорту.

У перші місяці повномасштабного вторгнення росії ведення молочного бізнесу в Україні буквально було заблоковане – зірвані ланцюги постачання, зокрема й між фермою, молочним заводом та торговельною мережею, відбулося блокування експорту. У багатьох регіонах були проблеми з перенаправленням об'ємів молока. Особливо гостро це відчували в Чернігівській і Сумській областях. Господарства тижнями були змушені роздавати чи навіть утилізувати молоко, бо просто не мали можливості доставити на переробні підприємства. Окремі заводи ще продовжували працювати в регіонах, незважаючи на екстремальні умови, але до низки господарств їхні молоковози не могли доїхати через обстріли, зруйновані дороги та блокування російськими військовими населених пунктів. При цьому станом на середину травня 2022 року майже третина молокопереробних підприємств досі не змогла відновити свою роботу. Виробництво та схеми продажу налагодили близько 70% таких компаній в Україні.

Війна в Україні посилила невизначеність щодо перспектив розвитку ринку молока і молочних продуктів, особливо це стосується підприємств, які опинилися у зоні бойових дій. Ці підприємства зіштовхнулися з рядом проблем, що в найближчій перспективі визначатиме загальний стан ринку. Це руйнування інфраструктури ферм та загибель тварин, нестача кормів та вимушені зміни раціонів, брак ветеринарних препаратів та деззасобів, хвороби великої та дрібної рогатої худоби, зірвані ланцюги постачання, переробки та продажів, знищення документації, заміновані землі та коригування сівозміни, нестача обігових коштів.

З огляду на ситуацію, що склалася після 24 лютого цього року, в молочному бізнесі можна очікувати на такі тенденції:

– українські молочні господарства потребують підтримки як на рівні держави та з боку недержавних інституцій, так і на міжнародному рівні;

- молочний бізнес зосередиться на вирішенні своїх найбільш пріоритетних поточних проблем;
- собівартість виробництва молока зростатиме через низку факторів;
- ціна молока зростатиме з огляду на загальносвітові тенденції;
- молоко та молочні продукти мають стати одним із векторів гарантій продовольчої безпеки України та світу, а отже, громади і держави мають збільшити закупівлі вітчизняної молочної продукції;
- купівельна спроможність українців знизиться через економічну кризу, пов'язану з російською агресією, тож виробники молочної продукції мають врахувати при плануванні своєї діяльності скорочення попиту;
- молочні підприємства різних масштабів дедалі частіше дивитимуться в бік створення доданої вартості та переробки своєї продукції.
- осучаснення виробничих потужностей та глобальний перехід на високі міжнародні молочні стандарти допоможе українським виробникам швидше інтегруватися на міжнародних ринках

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

Виробничі потужності ТМ «Галичина» розташовані на заході України у містечку Радехів Львівської області [22].

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

Спочатку завод виробляв масло та згущене молоко, як це було раніше, потім його поступово модернізували; почалося виробництво сметани та молока. Після 2000 року запуск виробництва кефіру та йогурту відкрив нову сторінку в

історії компанії та заводу. «Галичина» зростала, а продукція ставала дедалі актуальнішою.

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

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

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

Всі продукти виробляються з молока, яке підприємство отримує в 95 % з фермерських господарств, що забезпечує високий вміст білка, якісні показники молока та виготовленої продукції. Чиста сировина Галичини, висока культура молочарства, характерна для цього регіону, і сучасні західні технології дозволяють створити продукт високої якості зі справжнім молочним смаком.

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

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

вподобань споживачів, вивчення новітніх світових трендів та традицій молочного виробництва Галичини.

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

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

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

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

У 2023 році компанія представила бренд рослинного молока Yommu. У жовтні 2023 року продукція компанії була представлена на міжнародній харчовій виставці ANUGA у місті Кельн. На виставці вперше представили українську молочну продукцію.

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

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

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

- 1) загальне управління здійснює Директор;
- 2) безпосереднє управління підприємством здійснюють комерційний директор та заступники директора з виробництва, з логістики, з питань заготівлі молочної сировини, з якості, з постачання;

3) основними структурними одиницями ТОВ «Молочна компанія «Галичина» є відділи;

4) у відповідності з поточними напрямками діяльності та функціями, що забезпечують діяльність в структуру організації входять:

- відділ логістики (відділ транспортної логістики, відділ постачання, диспетчерська служба);
- відділ фінансів (бухгалтерська служба, контрольно-ревізійний відділ);
- відділ маркетингу та продажу (дистрибуція, гуртовий продаж, відділ маркетингу);
- відділ виробництва (молокозавод);
- відділ сировини (відділ заготівлі сировини);
- відділ HR (відділ роботи з персоналом, відділ кадрів);
- відділ діяльності (адміністративно-господарська служба, юридичний відділ, відділ ІТ).

Основними споживачами молочної продукції, яку реалізує ТОВ «Молочна компанія «Галичина», є національні мережі, їх частка у 2021 році склала 84 %, на другому місці – дистрибутори із часткою 7 %. Продукція із заводу потрапляє на склади філій, які розташовані у всіх регіонах України, в яких здійснюється їх продаж в торгові та роздрібні мережі.

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

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

- подальше вкладення інвестицій в охолодження сировини, шляхом закупівлі охолоджувачів сировини та сучасних спец автомобілів для перевезення молока;

– створення системи стимулювання великотоварного виробництва сировини в індивідуальних господарствах шляхом фінансової мотивації та допомоги із забезпеченням обладнанням.

Сильні сторони підприємства:

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

ТМ Галичина є лідером в категорії йогуртів та кефірів. Заводи обладнані сучасним європейським обладнанням зі Швеції, Польщі та Німеччини: Tetra Pak, ALFA LAVAL, GEA, O bram, TEWES-BIS, TEWES-KLIMA.

Компанія має активні експортні дозволи по системі FSSC 22 000 v 5.1 та сертифікат Халяль.

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

Діагностика виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2021-2022 рр. проводимо на основі [23] з використанням статистичної та фінансової документації [24-29].

2.3.1. Аналіз обсягу виробництва та реалізації продукції

Аналіз обсягу випуску продукції здійснюємо за допомогою табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Виробництво продукції в натуральному і вартісному виразі

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
1.Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ й акцизного збору): - у діючих оптових цінах підприємства, тис. грн.	2369050	3175060	806010	34,02
- у порівняних цінах, тис. грн.	2369050	2360022	-9028	-0,38
2. Фактично вироблено продукції, тонн	45833	45659	-174	-0,38

У 2022 році в порівнянні з попереднім збільшився обсяг виробленої продукції у діючих цінах на 34,02 %, фактично вироблена продукція зменшилася 174 т (0,38 %). У порівняних цінах обсяг виробленої продукції також зменшився, що свідчить про те, що на зміни у обсязі виробленої продукції значно впливає інфляція.

Аналіз використання виробничої потужності проводимо за допомогою табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Використання виробничої потужності

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн переробки молока	99000	99000	0	0
2. Фактично вироблена продукція, тонн (у перерахунку на молоко)	45833	45659	-174	-0,38
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частка	0,463	0,461	-0,002	-0,38

Виробнича потужність підприємства залишилась незмінною у 2022 році в порівнянні з 2021 роком, фактичний випуск продукції знизився на 0,38 %. Виробнича потужність в 2021 році була завантажена на 46,3 %, у 2022 – на 46,1 %, зниження становить 0,38 процентних пункти.

Аналіз факторів, які впливають на зміну обсягу виробленої продукції проводимо за допомогою табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Аналіз факторів, які впливають на зміну обсягу виробленої продукції

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення абсолютне	у тому числі	
				зміна фактичного виробництва продукції	зміна ціни продукції
1. Обсяг виробленої продукції у діючих цінах, тис. грн	2369050	3175060	806010	-8993,8	815003,8

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення абсолютне	у тому числі	
				зміна фактичного виробництва продукції	зміна ціни продукції
2. Фактично вироблена продукція, тонн	45833	45659	-174	-8993,8	-
3. Ціна 1 т одиниці продукції, тис. грн	51,69	69,54	17,85	-	815003,8

На зміну обсягу виробленої продукції в діючих цінах вплинули 2 чинники: зменшення фактичного виробництва продукції на 174 т, що призвело до зниження обсягу виробництва на 8993,8 тис. грн; зростання середньої ціни одиниці виробленої продукції на 17,85 тис. грн, що призвело до збільшення обсягу виробленої продукції на 815003,8 тис. грн, найбільший вплив здійснила зміна ціни одиниці продукції.

Аналіз реалізації продукції проводимо за допомогою табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Співвідношення обсягу реалізованої й виробленої продукції

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ та акцизного податку) у діючих оптових цінах підприємства (ПП), тис. грн	2369050	3175060	806010	34,02
2. Обсяг реалізованої продукції (без ПДВ та акцизного податку) (РП), тис. грн	2369061	3175091	806030	34,02
3. Відхилення обсягу реалізації від обсягу виробництва, тис. грн (ст.1 – ст.2)	-11	-31	-20	181,82

У 2021 та 2022 роках підприємству вдалося реалізувати всю вироблену продукцію. Слід зазначити, що підприємство розпродало всі залишки продукції зі складів.

2.3.2. Аналіз динаміки, структури й ефективності використання основних засобів

Аналіз динаміки основних засобів проводимо за допомогою табл. 2.7.

Зміна наявності основних засобів й їхньої динаміки

Основні засоби	Наявність на початок року	Надійшло за рік		Вибуло за рік		Наявність на кінець року	відхилення	
		Усього	У т.ч. уведено в дію нових ОЗ	Усього	У т.ч. ліквідовано		абсолютне	відносне
2021 рік								
Усього ОЗ у т.ч.	242024	193117	193117	92101	32844	343040	101016	41,74
ОЗ основного виду діяльності	242024	193117	193117	92101	32844	343040	101016	41,74
ОЗ інших видів діяльності	0	0	0	0	0	0	0	0
2022 рік								
Усього ОЗ у т.ч.	343040	87638	87638	43696	1504	386982	43942	12,81
ОЗ основного виду діяльності	343040	87638	87638	43696	1504	386982	43942	12,81
ОЗ інших видів діяльності	0	0	0	0	0	0	0	0

У 2021 році вартість основних засобів на кінець року зросла на 101016 тис. грн або на 41,74 %. У 2022 році збільшення вартості основних засобів склало 43942 тис. грн або 12,81 %. Підприємство оновлює виробничий апарат.

В структурі основних засобів підприємства як у 2021, так і у 2022 роках 100 % складають основні засоби основного виду діяльності.

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

Таблиця 2.8

Показники оновлення, введення й вибуття основних засобів

Коефіцієнт	2021 рік	2022 рік	Абсолютне відхилення
Оновлення ОЗ	0,563	0,226	-0,336
Введення ОЗ	0,563	0,226	-0,336
Вибуття ОЗ	0,381	0,127	-0,253

У 2021 та 2022 роках значення коефіцієнтів оновлення основних засобів дорівнюють значенням коефіцієнтів введення основних засобів, що вказує на введення у дію тільки нових основних засобів. Слід зазначити зниження коефіцієнтів оновлення та введення основних засобів у 2022 році на 0,336 пунктів, що свідчить про зниження темпів оновлення основних засобів на підприємстві. Хоча показники оновлення знаходяться на досить високому рівні.

На досить високому рівні знаходиться коефіцієнт вибуття, хоча і має у 2022 році тенденцію до зниження. Оновлення основних засобів на підприємстві здійснюється при повній заміні старих та зношених засобів, що свідчить про розширене відтворення основних засобів на підприємстві.

Аналіз структури основних засобів проводимо за допомогою табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Зміна структури основних засобів

Основні засоби	На початок року		На кінець року		Відхилення	
	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %
2021 рік						
Всього ОЗ, у т.ч.	242024	100	343040	100	101016	41,74
ОЗ основного виду діяльності	242024	100	343040	100	101016	41,74
ОЗ інших видів діяльності	0	0	0	0	0	0
2022 рік						
Всього ОЗ, у т.ч.	343040	100	386982	100	43942	12,81
ОЗ основного виду діяльності	343040	100	386982	100	43942	12,81
ОЗ інших видів діяльності	0	0	0	0	0	0

У структурі основних засобів підприємства як у 2021, так і 2022 роках основна частка (100 %) припадає на основні засоби основного виду діяльності.

Протягом 2021 року було введено основних засобів на 101016 тис. грн, що становить 41,74 %. А в 2022 році підприємство продовжує оновлення основних засобів, збільшуючи їх на 43942 тис. грн (12,81 %). Відбувається інтенсивне оновлення у більшості активної частини основних засобів.

Аналіз технічного стану основних засобів проводимо за допомогою табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Зміна технічного стану основних засобів

Показники	На кінець попереднього року	На кінець звітного року	Відхилення
2021 рік			
1. Первісна вартість ОЗ, тис. грн	242024	343040	101016
2. Зношення, тис. грн	70102	126617	56515
3. Залишкова вартість ОЗ, тис. грн	171922	216423	44501
4. Коефіцієнт придатності	0,710	0,631	-0,079
5. Коефіцієнт зношення	0,290	0,369	0,079
2022 рік			
1. Первісна вартість ОЗ, тис. грн	343040	386982	43942
2. Зношення, тис. грн	126617	193975	67358
3. Залишкова вартість ОЗ, тис. грн	216423	193007	-23416
4. Коефіцієнт придатності	0,631	0,499	-0,132
5. Коефіцієнт зношення	0,369	0,501	0,132

В 2022 році в порівнянні з 2021 роком первісна вартість основних засобів збільшилась до 43942 тис. грн. Коефіцієнт зношення у 2021 році знаходиться на задовільному рівні – 0,29. Протягом двох років коефіцієнт зношення збільшився до рівня 0,501. Отже, придатність основних засобів знаходиться на рівні 71 % на початок 2021 року, а вже на кінець 2022 року – на рівні 50 %. Відбувається старіння виробничого апарату.

Таблиця 2.12

Показники ефективності використання основних засобів основного виду діяльності

Показник	2021 рік	2022 рік	Абсолютне відхилення
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівняних цінах (без ПДВ й акцизного податку) (ППп), тис. грн	2369050	2360022	-9028
2. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності (ОЗ), тис. грн	194172,5	204715	10543
3. Фондовіддача (Фв), грн/грн	12,201	11,528	-0,672
4. Фондоємність (Фє), грн/грн	0,082	0,087	0,005

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком ефективність використання основних засобів основного виду діяльності знизилася на 0,672 грн. Фондоємність основних засобів основного виду діяльності зросла на 0,005 грн у розрахунку на 1 гривну випуску продукції, що також свідчить про зниження ефективності використання основних засобів основного виду діяльності.

Таблиця 2.13

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

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення		
			Всього	у т.ч. за рахунок	
				ОЗ	Фв
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівняних цінах (без ПДВ і акцизного податку) (ППп), тис. грн	2369050	2360022	-9028	128626,4	-137654,5
2. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності (ОЗ), тис. грн	194172,5	204715	10542,5	128626,4	-
3. Фондовіддача (Фв), грн/грн	12,201	11,528	-0,672	-	-137654,5

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності збільшилась на 10542,5 тис. грн, фондовіддача зменшилась на 67,2 копійки.

З розрахунків видно, що збільшення середньорічної вартості основних засобів основного виду діяльності привело до зростання випуску у порівняних цінах на 128626,4 тис. грн, а зменшення фондівдачі призвело до зниження випуску у порівняних цінах на 137654,5 тис. грн.

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

2.3.3. Аналіз складу, структури й динаміки оборотних коштів

Таблиця 2.14

Склад, структура й динаміка оборотних коштів

Стаття активу	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					Абсолютне	Відносне	
2021 рік							
Оборотні активи (1195)	477076	582321	100	100	105245	22,06	0
1.1. Запаси (1101+...+1104)	144336	209336	30,25	35,95	65000	45,03	5,69
1.2. Поточні біологічні активи (1110)	0	0	0	0	0	0	0
1.3. Векселі одержані (1120)	0	0	0	0	0	0	0
1.4. Дебіторська заборгованість (1125+1130+1155)	240948	313611	50,51	53,86	72663	30,16	3,35
1.5. Поточні фінансові інвестиції (1160)	0	0	0	0	0	0	0
1.6. Гроші та їх еквіваленти (1165)	89290	42896	18,72	7,37	-46394	-51,96	-11,35
1.7. Витрати майбутніх періодів (1170)	0	0	0	0	0	0	0
1.8. Інші оборотні активи (1190)	2502	16478	0,52	3	13976	558,59	2
2022 рік							

Стаття активу	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					Абсолютне	Відносне	
Оборотні активи (1195)	582321	756955	100	100	174634	29,99	0
1.1. Запаси (1101+..+1104)	209336	297831	35,95	39,35	88495	42,27	3,40
1.2. Поточні біологічні активи (1110)	0	0	0	0	0	0	0
1.3. Векселі одержані (1120)	0	0	0	0	0	0	0
1.4. Дебіторська заборгованість (1125+1130+1155)	313611	322025	53,86	42,54	8414	2,68	-11,31
1.5. Поточні фінансові інвестиції (1160)	0	0	0	0	0	0	0
1.6. Гроші та їх еквіваленти (1165)	42896	130811	7,37	17,28	87915	204,95	9,91
1.7. Витрати майбутніх періодів (1170)	0	0	0	0	0	0	0
1.8. Інші оборотні активи (1190)	16478	6288	2,83	0,83	-10190	-61,84	-2

Найбільша питома вага (понад 50 %) у 2021 році припадала на дебіторську заборгованість. У 2022 році частка дебіторської заборгованості зменшилася до 42,54 %.

Значна частка припадає на запаси понад 30 %. Спостерігається рух грошей та їх еквівалентів як у 2021, так і у 2022 роках.

Аналіз ефективності використання оборотних коштів проводимо за допомогою табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Показники оборотності оборотних коштів

Показник	2021 рік	2022 рік	Абсолютне відхилення
1. Обсяг реалізованої продукції (без ПДВ та акцизного податку) (РП), тис. грн	2369061	3175091	806030
2. Середній залишок оборотних коштів (ОК), тис. грн	529698,5	669638	139939,5
3. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів (К _о), обороти	4,472	4,742	0,269
4. Тривалість одного обороту оборотних коштів (Т _{об}), днів	80,5	75,9	-4,6
5. Коефіцієнт закріплення оборотних коштів (К _з), грн/грн	0,224	0,211	-0,013

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком оборотність оборотних коштів зросла на 0,269 оборотів, а тривалість одного обороту зменшилася на 4,6 діб. Це негативно характеризує діяльність підприємства і свідчить про уповільнення оборотності оборотних коштів підприємства.

Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів проводимо за допомогою табл. 2.16.

Таблиця 2.16

Показники ефективності використання сировини й матеріалів

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення		
			всього	у т.ч. за рахунок	
				М _В	М _В
1. Обсяг реалізованої промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства (без ПДВ й акцизного податку) (ПП), тис. грн	2369050	3175060	806010	516414,3	289595,7
2. Матеріальні витрати (МВ), тис. грн	1952866	2378559	425693	516414,3	-
3. Матеріаловіддача (Мв), грн/грн	1,213	1,335	0,122	-	289595,7
4. Матеріалоємність (Мє), грн/грн	0,824	0,749	-0,075	-	-

Матеріальні витрати у 2022 році зросли в порівнянні з 2021 роком на 425693 тис. грн, при цьому матеріаловіддача зросла на 0,122 грн/грн, а матеріалоємність знизилася на 0,075 грн/грн.

Зростання матеріаловіддачі привело до збільшення обсягу виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах на 289595,7 тис. грн. Зростання матеріальних витрат привело до збільшення обсягу виробленої промислової продукції в діючих оптових цінах на 516414,3 тис. грн.

2.3.4. Аналіз забезпечення підприємства трудовими ресурсами й ефективності їхнього використання

Для аналізу руху робочої сили складають аналітичну таблицю 2.17.

Таблиця 2.17

Показники руху робочої сили

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення
1. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	1461	1479	18
2. Прийнято працівників, осіб	20	23	3
3. Вибуло працівників, осіб	8	5	-3
3 них за власним бажанням, звільнено за угодою сторін, порушення трудової дисципліни та ін., осіб	8	5	-3
4. Коефіцієнт обороту з прийому	0,014	0,016	0,002
5. Коефіцієнт обороту з вибуття	0,005	0,003	-0,002
6. Коефіцієнт плинності робочої сили	0,005	0,003	-0,002

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу зросла на 18 осіб, при цьому на роботу було прийнято 23 особи, а звільнено 5 осіб, з них за власним бажанням 5 осіб. Коефіцієнт обороту з прийому збільшився на 0,002 пункти, а коефіцієнти з вибуття та плинності кадрів знизилися на 0,002, що свідчить про уповільнення плинності кадрів на підприємстві та покращення умов праці.

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

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

Аналіз впливу трудових факторів на обсяг виробництва продукції проводимо за допомогою табл. 2.18.

Таблиця 2.18

Вплив трудових факторів на обсяг виробництва продукції

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення		
			усього	у т.ч. за рахунок	
				Чсо	Врп
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівняних цінах (без ПДВ й акцизного податку) (ПП), тис. грн	2369050	2360021,89	-9028,1	29187,5	-38215,6
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (Чсо), осіб	1461	1479	18,0	29187,5	-
3. Продуктивність праці (Врп), тис. грн /особу	1621,53	1595,69	-25,8	-	-38215,6

Продуктивності праці у 2022 році знизилася на 25,8 тис. грн на 1 працівника, що призвело до зниження обсягу виробленої продукції у порівняних цінах на 38215,6 тис. грн. Зростання чисельності працівників на 18 осіб привело до зростання обсягу виробленої продукції у порівняних цінах на 29187,5 тис. грн.

Аналіз використання робочого часу проводимо за допомогою табл. 2.19.

Для аналізу використання робочого часу складають аналітичну таблицю 2.19.

Таблиця 2.19

Використання робочого часу на підприємстві

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівняних цінах (без ПДВ й акцизного податку) (ПП), тис. грн	2369050	2360021,89	-9028,1	-0,38
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (Чсо), осіб	1461	1479	18	1,23
3. Кількість людино-годин, відпрацьованих всіма працівниками, людино-годин	1303737,96	1346866,14	43128,2	3,31
4. Середня кількість людино-годин, відпрацьованих одним працівником (Ч1р)	892,36	910,66	18,3	2,05

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
5. Продуктивність праці (Вр1р), тис. грн /особу	1621,53	1595,69	-25,84	-1,59
6. Середньогодинний виробіток одного працівника (Вг1р), тис. грн /особу	1,817	1,752	-0,065	-3,57

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу зросла на 18 працівників, середня кількість людино-годин, відпрацьованих одним працівником, збільшилась на 18,3 години, але знизилась продуктивність праці на 25,84 тис. грн, що свідчить про зниження ефективності використання робочої сили.

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

Вплив зміни середньооблікової чисельності працівників на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\Pi\Pi_{\Pi}(Ч_{CO})$) становить:

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\Pi_{\Pi}(Ч_{CO}) &= (Ч_{CO3} - Ч_{CO\Pi}) \cdot Ч_{IP\Pi} \cdot В_{ГIP\Pi} = \\ &= (1479 - 1461) \cdot 892,36 \cdot 1,817 = 29187,5 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

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

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\Pi_{\Pi}(Ч_{IP}) &= Ч_{CO3} \cdot (Ч_{IP3} - Ч_{IP\Pi}) \cdot В_{ГIP\Pi} = \\ &= 1479 \cdot (910,66 - 892,36) \cdot 1,817 = 49181,7 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

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

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\Pi_{\Pi}(В_{ГIP}) &= Ч_{CO3} \cdot Ч_{IP3} \cdot (В_{ГIP3} - В_{ГIP\Pi}) = \\ &= 1479 \cdot 910,66 \cdot (1,752 - 1,817) = -87397,2 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

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

$$\Delta\Pi\Pi_C = \Delta\Pi\Pi(Ч_{CO}) + \Delta\Pi\Pi(Ч_{IP}) + \Delta\Pi\Pi(В_{ГIP}) =$$

$$= 29187,5 + 49181,7 - 87397,2 = -9028,1 \text{ тис. грн}$$

Негативний вплив на зниження обсягу виробленої продукції в порівняних цінах у 2022 році в порівнянні з 2021 роком здійснив один фактор – це зниження середньогодинного виробітку одного працівника на 0,0065 тис. грн, що призвело до зниження обсягу виробленої продукції на 87397,2 тис. грн. Всі інші фактори позитивно вплинули на обсяг виробництва продукції у порівняних цінах.

Аналіз зміни фонду оплати праці проводимо за допомогою табл. 2.20.

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

Таблиця 2.20

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

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення		
			усього	у тому числі за рахунок	
				ЧСО	ЗП
1. Фонд оплати праці штатних працівників (ФОП), тис. грн	114790	129537	14747	1414,3	13332,7
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (ЧСО), осіб	1461	1479	18	1414,3	-
3. Середньорічна заробітна плата одного працівника (ЗП), тис. грн	78,57	87,58	9,01	-	13332,7

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком фонд оплати праці штатних працівників збільшився на 14747 тис. грн, також зросла середньорічна заробітна плата одного працівника на 9,01 тис. грн.

Методом факторного аналізу визначається вплив на зміну фонду оплати праці середньооблікової чисельності штатних працівників облікового складу й середньорічної заробітної плати одного працівника. За рахунок збільшився середньорічної заробітної плати одного працівника збільшився фонд оплати праці на 13332,7 тис. грн, а за рахунок зростання чисельності на 18 осіб – на 1414,3 тис. грн.

Заключним етапом аналізу ефективності використання трудових ресурсів є аналіз співвідношення продуктивності праці одного працівника й середньої заробітної плати, для цього складають аналітичну таблицю 2.21.

Таблиця 2.21

Співвідношення змін продуктивності праці й середньої заробітної плати

Показник	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
1. Продуктивність праці, тис. грн/особу	1621,53	1595,69	-25,84	-1,6
2. Середньорічна заробітна плата одного працівника, тис. грн	78,57	87,58	9,01	11,5

Співвідношення зміни середньорічної заробітної плати та продуктивності праці одного працівника визначається зіставленням відносного відхилення середньорічної заробітної плати одного працівника до відносного відхиленню продуктивності праці ($11,5 \% / (-1,6) \% = -7,2 \%$).

Це означає, що зростання середньорічної заробітної плати не привело до зростання продуктивності. Підприємство нераціонально використовує трудові ресурси.

2.3.5. Аналіз витрат на виробництво за елементами витрат

Аналіз проводять методом порівняння фактичної питомої ваги кожного елемента витрат на виробництво у 2022 році з питомою вагою в 2021 році. Для цього за даними форми №2 «Звіт про фінансові результати» складають аналітичну таблицю 2.22.

Таблиця 2.22

Структура витрат на виробництво

Елементи витрат	Абсолютне значення, тис. грн		Структура, %		Відхилення	
	2021 рік	2022 рік	2021 рік	2022 рік	Абсолютного значення	структури
1. Матеріальні витрати	1952866	2378559	74,71	77,87	425693	3,16

Елементи витрат	Абсолютне значення, тис. грн		Структура, %		Відхилення	
	2021 рік	2022 рік	2021 рік	2022 рік	Абсолют- ного значення	структури
2. Витрати на оплату праці	114790	129537	4,39	4,24	14747	-0,15
3. Відрахування на соціальні заходи	25305	28543	0,97	0,93	3238	-0,03
4. Амортизація	61214	69501	2,34	2,28	8287	-0,07
5. Інші операційні витрати	459767	448525	17,59	14,68	-11242	-2,91
Усього	2613942	3054665	100,00	100,00	440723	0

Питома вага матеріальних витрат в 2021 році склала 74,71 %, а у 2022 році зросла до 77,87 %. Витрати на оплату праці склали 4,39 % у 2021 році та зменшилися до 4,24 % у 2022 році. Амортизація основних засобів становить 2,34 % у 2021 році і 2,28 % у 2022 році. Інші операційні витрати у 2022 році знизилися з 17,59 до 14,68 %.

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

Таблиця 2.23

Оцінка витрат на одну гривню виробленої продукції

Показник	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1.Обсяг виробленої продукції в діючих оптових цінах підприємства (без ПДВ та АЗ), тис. грн	2369050	3175060	806010	34,02
2.Витрати на виробництво продукції, тис. грн	2613942	3054665	440723	16,86
3. Витрати на 1 грн виробленої продукції, грн/грн	1,10	0,96	-0,14	-12,81

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

Витрати на одну гривню продукції розраховуються шляхом діленням загальної суми витрат на виробництво продукції на обсяг виробленої

промислової продукції в діючих оптових цінах підприємства, мають бути менші за 1,0.

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком витрати на 1 гривню виробленої продукції зменшилися на 14 копійок та склали 0,96 грн. У 2021 році витрати перевищують 1,0, що свідчить про збитковість операційної діяльності підприємства.

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

2.4.1. Аналіз прибутку підприємства

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

Таблиця 2.24

Оцінка фінансових результатів підприємства

Найменування статей	Абсолютне значення, тис. грн		Відхилення	
	2021 рік	2022 рік	абсолютне	відносне
Чистий дохід від реалізації продукції (2000)	2369061	3175091	806030	34,02
Собівартість реалізованої продукції (2050)	2055421	2334666	279245	13,59
Валовий прибуток (2090) (збиток (2095))	313640	840425	526785	167,96
Інші операційні доходи (2120)	341028	51857	-289171	-84,79
Адміністративні витрати (2130)	50007	65540	15533	31,06
Витрати на збут (2150)	508514	654459	145945	28,70
Інші операційні витрати (2180)	62148	105955	43807	70,49
Фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток (2190) або збиток (2195))	33999	66328	32329	95,09
Інші доходи (2200+2220+2240)	375	191	-184	-49,07
Інші витрати (2250+2255+2270)	22137	28770	6633	29,96
Фінансовий результат до оподаткування (прибуток (2290) або збиток (2295))	12237	37749	25512	208,48
Чистий фінансовий результат (прибуток (2350) або збиток (2355))	10034	30954	20920	208,49

Чистий дохід підприємства у 2022 році збільшився на 34,02 %, при цьому собівартість реалізованої продукції зросла на 13,59 %. Темпи зростання собівартості продукції нижчі за темпи зростання чистого доходу від реалізації, що є позитивною тенденцією і є основою для отримання прибутку підприємства. Слід зазначити, що доходи підприємства від інших видів діяльності знизилися у 2022 році, а витрати навпаки зросли. Це свідчить про збитковість інших видів діяльності на підприємстві.

Загалом підприємство у 2022 році отримало прибуток на суму 30954 тис. грн, тоді як у 2021 році був отриманий прибуток у розмірі 10034 тис. грн.

У процесі аналізу оцінюють динаміку показників рентабельності. Розраховані показники рентабельності зводять у таблицю 2.26.

Таблиця 2.26

Показники рентабельності

Показник	2020 рік	2021 рік	Абсолютне відхилення
1. Рентабельність капіталу, %	1,39	3,54	2,15
2. Рентабельність власного капіталу, %	0,78	2,08	1,30
3. Рентабельність продаж, %	0,42	0,97	0,55

Операційна та інша діяльність підприємства у 2021 та у 2022 роках є прибутковою, про що свідчать значення всіх показників рентабельності. Стан підприємства покращився у 2022 році в порівнянні з 2021 роком.

2.4.2. Аналіз динаміки, структури та складу майна підприємства

Для проведення аналізу динаміки, структури та складу майна підприємства побудуємо табл. 2.27.

У 2021 та 2022 роках збільшилися необоротні активи підприємства на 33002 та 381080 тис. грн відповідно, також зросли оборотні активи на 105245 та 174634 тис. грн відповідно.

Таблиця 2.27

Структура балансу підприємства

Стаття балансу	Абсолютні величини		Структура		Відхилення		
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		У структурі
					абсолютне	відносне	
2021 рік							
Актив							
1. Необоротні активи	189842	222844	28,47	27,68	33002	17,38	-0,79
2. Оборотні активи	477076	582321	71,53	72,32	105245	22,06	0,79
3. Необоротні активи, утримані для продажу, та групи вибуття	0	0	0	0	0	-	0
Баланс	666918	805165	100,00	100,00	138247	20,73	0
Пасив							
1. Власний капітал	37738	51404	5,66	6,38	13666	36,21	0,73
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	26892	15094	4,03	1,87	-11798	-43,87	-2,16
3. Поточні зобов'язання і забезпечення	602288	738667	90,31	91,74	136379	22,64	1,43
4. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утриманими для продажу, та групами вибуття	0	0	0	0	0	0	0
Баланс	666918	805165	100,00	100,00	138247	20,73	0
2022 рік							
Актив							
1. Необоротні активи	222844	603924	27,68	44,38	381080	171,01	16,70
2. Оборотні активи	582321	756955	72,32	55,62	174634	29,99	-16,7
3. Необоротні активи, утримані для продажу, та групи вибуття	0	0	0	0	0	0	0
Баланс	805165	1360879	100,00	100,00	555714	69,02	0
Пасив							
1. Власний капітал	51404	464030	6,38	34,10	412626	802,71	27,71

Стаття балансу	Абсолютні величини		Структура		Відхилення		
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		У структурі
					абсолютне	відносне	
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	15094	57888	1,87	4,25	42794	283,52	2,38
3. Поточні зобов'язання і забезпечення	738667	838961	91,74	61,65	100294	13,58	-30,1
4. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утриманими для продажу, та групами вибуття	0	0	0	0	0	0	0
Баланс	805165	1360879	100,00	100,00	555714	69,02	0

Баланс підприємства у 2022 році збільшився на 555714 тис. грн. Відбуваються структурні зміни у майні підприємства у бік збільшення необоротних активів.

Слід зазначити, що у 2022 році відбувається нарощення власного капіталу підприємства на 27,71 %. Це пов'язано зі структурно-організаційними змінами, які відбуваються на підприємстві.

Таблиця 2.28

Склад і структура майна підприємства

Стаття активу	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	на початок року	на кінець року	на початок року	на кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					абсолютне	відносне	
2021 рік							
1. Необоротні активи (1095)	189842	222844	28,47	27,68	33002	17,38	-0,79
1.1. Нематеріальні активи (1000)	1544	1075	0,81	0,48	-469	-30,38	-0,33
1.2. Незавершені капітальні інвестиції (1005)	15920	4977	8,39	2,23	-10943	-68,74	-6,15
1.3. Основні засоби (1010)	171922	216423	90,56	97,12	44501	25,88	6,56

Стаття активу	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	на початок року	на кінець року	на початок року	на кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					абсолютне	відносне	
1.4. Інвестиційна нерухомість (1015)	0	0	0	0	0	0	0
1.5. Довгострокові фінансові інвестиції (1030)	0	0	0	0	0	0	0
1.6. Довгострокова дебіторська заборгованість (1040)	0	0	0	0	0	0	0
1.7. Відстрочені податкові активи (1045)	0	0	0	0	0	0	0
1.8. Інші необоротні активи	456	369	0,24	0,17	-87	-19,08	-0,07
2. Оборотні активи (1195)	477076	582321	71,53	72,32	105245	22,06	0,79
2.1. Запаси (1101+..+1104)	144336	209336	30,25	35,95	65000	45,03	5,69
2.2. Поточні біологічні активи (1110)	0	0	0	0	0	0	0
2.3. Векселі одержані (1120)	0	0	0	0	0	0	0
2.4. Дебіторська заборгованість (1125+1130+1155)	240948	313611	50,51	53,86	72663	30,16	3,35
2.5. Поточні фінансові інвестиції (1160)	0	0	0	0	0	0	0
2.6. Гроші та їх еквіваленти (1165)	89290	42896	18,72	7,37	-46394	-51,96	-11,35
2.7. Витрати майбутніх періодів (1170)	0	0	0	0	0	0	0
2.8. Інші оборотні активи (1190)	2502	16478	0,52	3	13976	558,59	2
3. Необоротні активи, утримані для продажу, та групи вибуття (1200)	0	0	0	0	0	0	0
Баланс (1300)	666918	805165	100,00	100,00	138247	20,73	0
2022 рік							
1. Необоротні активи (1095)	222844	603924	27,68	44,38	381080	171,01	16,70
1.1. Нематеріальні активи (1000)	1075	382581	0,48	63,35	381506	у 354 р.	62,87
1.2. Незавершені капітальні інвестиції (1005)	4977	1256	2,23	0,21	-3721	-74,76	-2,03
1.3. Основні засоби (1010)	216423	193007	97,12	31,96	-23416	-10,82	-65,16

Стаття активу	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	на початок року	на кінець року	на початок року	на кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					абсолютне	відносне	
1.4. Інвестиційна нерухомість (1015)	0	0	0	0	0	0	0
1.5. Довгострокові фінансові інвестиції (1030)	0	0	0	0	0	0	0
1.6. Довгострокова дебіторська заборгованість (1040)	0	27080	0	4,48	27080	0	4,48
1.7. Відстрочені податкові активи (1045)	0	0	0	0	0	0	0
1.8. Інші необоротні активи	369	0	0,17	0	-369	-100,0	-0,17
2. Оборотні активи (1195)	582321	756955	72,32	55,62	174634	29,99	-16,70
2.1. Запаси (1101+..+1104)	209336	297831	35,95	39,35	88495	42,27	3,40
2.2. Поточні біологічні активи (1110)	0	0	0	0	0	0	0
2.3. Векселі одержані (1120)	0	0	0	0	0	0	0
2.4. Дебіторська заборгованість (1125+1130+1155)	313611	322025	53,86	42,54	8414	2,68	-11,31
2.5. Поточні фінансові інвестиції (1160)	0	0	0	0	0	0	0
2.6. Гроші та їх еквіваленти (1165)	42896	130811	7,37	17,28	87915	204,95	9,91
2.7. Витрати майбутніх періодів (1170)	0	0	0	0	0	0	0
2.8. Інші оборотні активи (1190)	16478	6288	2,83	0,83	-10190	-61,84	-2
3. Необоротні активи, утримані для продажу, та групи вибуття (1200)	0	0	0,00	0,00	0	0	0
Баланс (1300)	805165	1360879	100,00	100,00	555714	69,02	0

У структурі активу підприємства найбільшу питому вагу займають оборотні активи: понад 70 % на початку та наприкінці 2021 року, з зменшенням їх частки на кінець 2022 року до 56 %. Тенденція до зниження у структурі оборотних активів обумовлюється такими чинниками: зростанням у 2021 році

нематеріальних активів на 381,5 млн грн та довгострокової дебіторської заборгованості на 27,1 млн грн.

Це свідчить про реорганізаційні зміни на підприємстві.

Відомості про джерела походження коштів, спрямованих на формування майна підприємства, наведені в пасиві балансу. Для аналізу джерел фінансових ресурсів складають таблицю 2.29.

Таблиця 2.29

Склад і структура джерел фінансових ресурсів

Стаття пасиву	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					абсолютне	відносне	
2021 рік							
1. Власний капітал (1495)	37738	51404	5,66	6,38	13666	36,21	0,73
1.1. Зареєстрований (пайовий) капітал (1400)	10000	10000	26,498	19,454	0	0	-7,04
1.2. Внески до незареєстрованого статутного капіталу (1401)	0	0	0	0	0	0	0
1.3. Капітал в дооцінках (1405)	0	0	0	0	0	0	0
1.4. Додатковий капітал (1410)	0	0	0	0	0	0	0
1.5. Резервний капітал (1415)	0	0	0	0	0	0	0
1.6. Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) (1420)	32738	46404	86,751	90,273	13666	41,74	3,52
1.7. Неоплачений капітал, вилучений капітал (1425+1430)	-5000	-5000	-13	-10	0	0	4
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення (1595)	26839	15094	4,02	1,87	-11745	-43,76	-2,15
3. Поточні зобов'язання і забезпечення (1695)	602341	738667	90,32	91,74	136326	22,63	1,42

Стаття пасиву	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					абсолютне	відносне	
3.1. Короткострокові кредити банків (1600)	0	0	0	0	0	0	0
3.2. Поточна кредиторська заборгованість	263155	354031	43,69	47,93	90876	34,53	4,24
3.3. Поточні забезпечення (1660)	0	0	0	0	0	0	0
3.4. Доходи майбутніх періодів (1665)	0	0	0	0	0	0	0
3.5. Інші поточні зобов'язання (1690)	339186	384636	56,31	52,07	45450	13,40	-4,24
4. Зобов'язання, пов'язані з пов'язані з необоротними активами, утриманими для продажу, та групами вибуття (1700)	0	0	0	0	0	0	0
Баланс (1900)	666918	805165	100,00	100,00	138247	20,73	0
2022 рік							
1. Власний капітал (1495)	51404	464030	6,38	34,10	412626	802,71	27,71
1.1. Зареєстрований (пайовий) капітал (1400)	10000	10000	19,45	2,15	0	0	-17,3
1.2. Внески до незареєстрованого статутного капіталу (1401)	0	0	0	0	0	0	0
1.3. Капітал в дооцінках (1405)	0	0	0	0	0	0	0
1.4. Додатковий капітал (1410)	0	0	0	0	0	0	0
1.5. Резервний капітал (1415)	0	0	0	0	0	0	0
1.6. Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) (1420)	46404	459030	90,27	98,92	412626	889,20	8,65
1.7. Неоплачений капітал, вилучений капітал (1425+1430)	-5000	-5000	-10	-1	0	0	9
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення (1595)	15094	57888	1,87	4,25	42794	283,52	2,38

Стаття пасиву	Абсолютна величина		Структура		Відхилення		
	На початок року	На кінець року	На початок року	На кінець року	Абсолютної величини		у структурі
					абсолютне	відносне	
3. Поточні зобов'язання і забезпечення (1695)	738667	838961	91,74	61,65	100294	13,58	-30,1
3.1. Короткострокові кредити банків (1600)	0	0	0	0	0	0	0
3.2. Поточна кредиторська заборгованість (1610+1615+1620+1625+1630+1635+...+1650)	354031	304687	47,93	36,32	-49344	-13,94	-11,6
3.3. Поточні забезпечення (1660)	0	0	0	0	0	0	0
3.4. Доходи майбутніх періодів (1665)	0	0	0	0	0	0	0
3.5. Інші поточні зобов'язання (1690)	384636	534274	52,07	63,68	149638	38,90	11,6
4. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утриманими для продажу, та групами вибуття (1700)	0	0	0	0	0	0	0
Баланс (1900)	805165	1360879	100,00	100,00	555714	69,02	0

Основним джерелом формування майна підприємства є поточні зобов'язання і забезпечення. Їх частка становить на початок, кінець 2021 року та кінець 2022 року відповідно 90,32; 91,74 та 61,65 %.

У 2022 році величина власного капіталу значно зросла на 412626 тис. грн (на 802,71 %). При цьому головні зміни відбулися з нерозподіленим прибутком, який у 2022 році збільшився на 412,6 млн грн.

2.4.3. Аналіз фінансової стійкості підприємства

Аналіз показників, що характеризують фінансову стабільність підприємства проводимо за допомогою табл. 2.30.

Фінансова стійкість – це такий стан фінансових ресурсів, їх розподілення та використання, що забезпечує діяльність підприємства на основі зростання

прибутку, платоспроможність та кредитоспроможність підприємства в умовах допустимого рівня ризику.

Оцінка фінансової стійкості проводиться за допомогою таких показників:

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

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

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

Коефіцієнти фінансової стабільності наводимо в табл. 2.30.

Таблиця 2.30

Значення коефіцієнтів фінансової стабільності підприємства

Показник	На початок року	На кінець року	Абсолютне відхилення
2021 рік			
Коефіцієнт фінансової автономії	0,056	0,063	0,007
Коефіцієнт фінансового ризику	16,67	14,66	-2,01
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-4,03	-3,33	0,69
2022 рік			
Коефіцієнт фінансової автономії	0,064	0,341	0,277
Коефіцієнт фінансового ризику	14,66	1,93	-12,73
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-3,33	-2,72	0,61

Коефіцієнт фінансової автономії знаходиться як у 2021, так і у 2022 роках на досить низькому рівні, що свідчить про фінансову залежність підприємства від залученого капіталу. Показник фінансової автономії на кінець 2022 року збільшився на 0,277 пунктів.

Коефіцієнт фінансового ризику знаходиться на дуже високому рівні, він показує співвідношення залученого та власного капіталу. На кожну власну гривню припадає близько 16,67 та 14,66 грн залучених коштів у 2021 році. На кінець 2022 року цей показник покращується і знижується до 1,93 грн.

Коефіцієнт маневреності коштів підприємства має від'ємне значення як у 2021, так у 2022 роках. Тобто підприємство має неманевровий робочий капітал.

Підприємство дуже залежне від позикового капіталу.

Аналіз фінансових коефіцієнтів ліквідності проводиться за допомогою табл. 2.33-2.34.

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

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

- A1. Найбільш ліквідні активи;
- A2. Активи, які швидко реалізуються;
- A3. Активи, які повільно реалізуються;
- A4. Активи, які важко реалізуються

Пасиви балансу групуються згідно з передбачуваними строками їх оплати:

- П1. Найбільш термінові зобов'язання;
- П2. Короткострокові пасиви;
- П3. Довгострокові пасиви;
- П4. Постійні (стійкі) пасиви

Для визначення ліквідності балансу складемо аналітичну таблицю 2.33.

Баланс не є абсолютно ліквідним, оскільки зі всіх нерівностей ($A1 \geq П1$, $A2 \geq П2$, $A3 \geq П3$, $A4 \leq П4$) дотримується друге, третє і четверте.

Більш детальний аналіз проведемо за допомогою фінансових коефіцієнтів.

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

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

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

Таблиця 2.33

Аналіз ліквідності балансу

Актив	На початок року	На кінець року	Пасив	На початок року	На кінець року	Платіжний результат	
						На початок року	На кінець року
1	2	3	4	5	6	7=2-5	8=3-6
2021 рік							
A1	89290	42896	П1	263155	354031	-173865	-311135
A2	295921	340740	П2	339186	384636	-43265	-43896
A3	91865	198685	П3	1118	15094	90747	183591
A4	189842	222844	П4	41600	51404	148242	171440
Баланс	666918	805165	Баланс	666918	805165	0	0
2022 рік							
A1	42896	130811	П1	354031	304687	-311135	-173876
A2	340740	414822	П2	384636	534274	-43896	-119452
A3	198685	210980	П3	15094	57888	183591	153092
A4	222844	603924	П4	51404	464030	171440	139894
Баланс	805165	1360879	Баланс	805165	1360879	0	0

Баланс вважається абсолютно ліквідним, якщо дотримуються такі нерівності:

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

У 2021 році: $A1 < П1$; $A2 < П2$; $A3 > П3$; $A4 > П4$

У 2022 році: $A1 < П1$; $A2 < П2$; $A3 > П3$; $A4 > П4$

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

Оскільки у 2021 та 2022 році спостерігається лише одна відповідність, можна вважати, що баланс є неліквідним.

Фінансові коефіцієнти представимо у вигляді таблиці 2.34.

Таблиця 2.34

Значення коефіцієнтів ліквідності

Показники	На початок року	На кінець року	Абсолютне відхилення
2021 рік			
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,79	0,79	0
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,64	0,52	-0,12
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,15	0,06	-0,09
2022 рік			
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,79	1,02	0,24
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,52	0,65	0,13
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,06	0,16	0,10

Значення коефіцієнта загальної ліквідності у 2021 році знаходиться нижче рівня (від 1 до 2), тобто підприємство не має достатньо коштів для погашення короткострокових зобов'язань. У 2022 році ситуація вирівнюється, коефіцієнт загальної ліквідності зростає до норми.

Значення коефіцієнта проміжної ліквідності як у 2021, так і у 2022 році нижчий за норму (від 0,7 до 0,8), хоча і має у 2022 році тенденцію до зростання.

Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності у 2021 та 2022 роках нижче за норму (від 0,2 до 0,35), але вже на кінець 2022 року ситуація значно покращилася.

Враховуючи значення показників ліквідності та платоспроможності слід зазначити загрозливе становище фінансового стану підприємства у 2021 році, з покращенням стану на кінець 2022 року.

У підприємства досить нестабільне, але контрольоване фінансове становище.

Таблиця 2.35

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2021-2022 роки

Показник	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн переробки молока	99000	99000	0	0
2. Фактично вироблено продукції (у перерахунку на молоко), тонн	45833	45659	-174	-0,38
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частка	0,463	0,461	-0,002	-0,38
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ й акцизного податку), тис. грн: – у діючих оптових цінах підприємства	2369050	3175060	806010	34,02
– у порівняних цінах	2369050	2360056,2	-8993,8	-0,38
5. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	2369061	3175091	806030,0	34,02
6. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн	194172,5	204715	10542,5	5,43
7. Фондовіддача, грн/грн	12,201	11,528	-0,7	-5,51
8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн	529698,5	669638	139939,5	26,42
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, оборотів	4,472	4,742	0,27	6,02
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	1461	1479	18,0	1,23
11. Продуктивність праці, тис. грн /особу	1621,5	1595,7	-25,8	-1,59
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн, у тому числі:	2613942	3054665	440723	16,86
– матеріальні витрати	1952866	2378559	425693	21,80
– витрати на оплату праці	114790	129537	14747	12,85
– відрахування на соціальні заходи	25305	28543	3238	12,80
– амортизація	61214	69501	8287	13,54
– інші операційні витрати	459767	448525	-11242	-2,45
13. Витрати на 1 гривню виробленої продукції, грн	1,103	0,962	-0,141	-12,81

Показник	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
14. Матеріалоємність, грн	0,824	0,749	-0,075	-9,12
15. Повна собівартість реалізованої продукції (собівартість реалізованої продукції, адміністративні витрати, витрати на збут), тис. грн	2676090	3160620	484530	18,11
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	33999	66328	32329	95,09
17. Чистий прибуток, тис. грн	10034	30954	20920	208,49
18. Рентабельність продажів, %	0,42	0,97	0,55	x
19. Рентабельність продукції, %	1,27	2,10	0,83	x

У 2022 році в порівнянні з попереднім роком знизився фактичний випуск продукції на 174 тонни (0,38 %) при незмінній величині виробничої потужності – 99000 тонн переробки молока на рік. Виробнича потужність використовується підприємством на 46,3 та 46,1 % відповідно у 2021 та 2022 роках.

Обсяг виробленої продукції у діючих оптових цінах підприємства та чистий дохід від реалізації продукції у 2022 році збільшився на 34,02 %. Однак у перерахунку на порівнянні ціни обсяг виробленої продукції знизився на 0,38 %. Це свідчить про значний вплив на вартісні показники інфляційних процесів, що призводять до зростання цін на продукцію.

Показник фондівдачі у 2022 році в порівнянні з 2021 роком знизився на 0,7 грн (5,51 %). Це свідчить про погіршення використання основних засобів підприємства.

У 2022 році зросла середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу на 18 осіб, при цьому продуктивність праці знизилася на 25,8 тис. грн (1,59 %).

Підприємство підвищує заробітну плату працівникам, але у короткостроковій перспективі це не здійснює позитивного впливу на продуктивність праці.

У 2022 році збільшився коефіцієнт оборотності оборотних коштів на 0,27 оборотів (6,02 %), що свідчить про прискорення оборотності, хоча сам коефіцієнт знаходиться на низькому рівні.

Слід зазначити високий рівень показника витрат на 1 грн виробленої продукції, що є негативним моментом у діяльності підприємства. Але у 2022 році спостерігається його зниження на 14,1 коп. (12,81 %).

Операційні витрати підприємства зростають на 16,86 % при тому, що обсяг реалізованої продукції зростає на 34,02 %. Випередження темпів зростання обсягу виробництва над собівартістю продукції, свідчить про позитивні наслідки операційної діяльності і отримання підприємством прибутку.

Діяльність підприємства як у 2021, так і у 2022 році була прибутковою, прибуток становив 10,03 та 30,95 млн грн відповідно.

Фінансове становище підприємства викликає занепокоєння. Баланс підприємства у 2022 році збільшився на 555714 тис. грн. Відбуваються структурні зміни у майні підприємства у бік збільшення необоротних активів.

Слід зазначити, що у 2022 році відбувається нарощення власного капіталу підприємства на 27,71 %. При цьому головні зміни відбулися з нерозподіленим прибутком, який у 2022 році збільшився на 412,6 млн грн. Це пов'язано зі структурно-організаційними змінами, які відбуваються на підприємстві.

У структурі активу підприємства найбільшу питому вагу займають оборотні активи: понад 70 % на початку та наприкінці 2021 року, з зменшенням їх частки на кінець 2022 року до 56 %. Тенденція до зниження у структурі оборотних активів обумовлюється такими чинниками: зростанням у 2021 році нематеріальних активів на 381,5 млн грн та довгострокової дебіторської заборгованості на 27,1 млн грн.

Основним джерелом формування майна підприємства є поточні зобов'язання і забезпечення. Їх частка становить на початок, кінець 2021 року та кінець 2022 року відповідно 90,32; 91,74 та 61,65 %.

Підприємство є дуже залежним від позикового капіталу. Коефіцієнт фінансової автономії знаходиться як у 2021, так і у 2022 роках на досить низькому рівні. Коефіцієнт фінансового ризику знаходиться на дуже високому рівні, він показує співвідношення залученого та власного капіталу. На кожну

власну гривню припадає близько 16,67 та 14,66 грн залучених коштів у 2021 році. На кінець 2022 року цей показник покращується і знижується до 1,93 грн.

Коефіцієнт маневреності коштів підприємства має від'ємне значення як у 2021, так у 2022 роках.

Значення коефіцієнта загальної ліквідності у 2021 році знаходиться нижче рівня (від 1 до 2), тобто підприємство не має достатньо коштів для погашення короткострокових зобов'язань. У 2022 році ситуація вирівнюється, коефіцієнт загальної ліквідності зростає до норми.

Значення коефіцієнта проміжної ліквідності як у 2021, так і у 2022 році нижчий за норму (від 0,7 до 0,8), хоча і має у 2022 році тенденцію до зростання.

Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності у 2021 та 2022 роках нижче за норму (від 0,2 до 0,35), але вже на кінець 2022 року ситуація значно покращилася.

Враховуючи значення показників ліквідності та платоспроможності слід зазначити загрозове становище фінансового стану підприємства у 2021 році, з покращенням стану на кінець 2022 року. У підприємства досить нестабільне, але контрольоване фінансове становище, оскільки воно дотримується відповідної ліквідності залежно від очікуваних термінів виконання зобов'язань за відповідними інструментами.

Взагалі у 2022 році покращилася економічна ситуація на підприємстві, про що свідчать майже всі показники виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

2.5. Оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Оцінка внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств проводиться щокварталу та щороку на основі офіційних даних проміжної і річної фінансової звітності (форми №1 «Баланс», форми №2 «Звіт про фінансові результати») [30].

Методичні рекомендації розрахунку внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств (далі – Методичні рекомендації) розроблено з метою здійснення оцінки конкурентоспроможності підприємств в межах галузі у поточному періоді та на перспективу. Вони формують загальні підходи до визначення індикатора (індексу) конкурентоспроможності вітчизняних підприємств для аналізу реального стану внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств у коротко-, середньо-, та довгостроковому періоді.

Методичні рекомендації можна використовувати для ранжирування підприємств відповідних видів діяльності щодо визначення локомотивів економічного зростання при розробленні стратегії розвитку окремого підприємства або галузі в цілому.

Розрахунок Індексу внутрішньогалузевої конкурентоспроможності з використанням бази даних було здійснено для 6 компаній: АТ «Данон-Дніпро», Група компаній «Молочний альянс», ДП «Лакталіс- Україна», Компанія «Люстдорф», Компанія «Вім-Біль-Дам Україна», ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Ці підприємства були вибрані для проведення аналізу конкурентоспроможності в галузі з попереднього розділу оскільки саме ці підприємства є лідерами на ринку молокопереробної продукції.

Середні значення бралися не для галузі, а для групи, що є показовим для порівняння саме обраних підприємств.

В таблиці 2.36 відображає база даних для розрахунку конкурентоспроможності.

Таблиця 2.36

База даних для ілюстративного розрахунку конкурентоспроможності (2019-2023 рр.)

Найменування підприємства	Обсяги реалізації продукції, тис. грн					Основні засоби, тис. грн		Працівники, осіб	
	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2023	2019	2023
АТ «Данон-Дніпро»	3792231	3907159	4032639	2762590	3450408	475079	501061	703	714
Група компаній «Молочний альянс»	6617534	6449036	6506870	6802618	7973433	1719154	1833751	2182	2052
ДП «Лакталіс- Україна»	1279001	1383849	1524385	845963	1563497	104345	107854	211	201
Компанія «Люстдорф»	3441093	3569634	4240735	4119807	4398916	1142341	1545970	1497	1484
Компанія «Вім-Біль-Дам Україна»	441134	486977	582174	278251	147747	173169	131166	454	55
ТОВ «Молочна компанія «Галичина»	1724725	2043262	2369061	3175091	3690164	193007	256261	1479	1483
Всього	17295718	17839917	19255864	17984320	21224165	3807095	4376063	6526	5989

Індикатор конкурентоспроможності базується на трьох складових: фактичний стан, потенціал розвитку, рівень стабільності та антикризової поведінки.

Інтегральний показник (індекс) внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств (далі – ІКС) розраховується як середньоарифметичне трьох складових (підіндексів): фактичного стану (*ФАКТ*), потенціалу розвитку (*РОЗВИТОК*), рівня стабільності та антикризової поведінки (*СТАБ*) таким чином:

$$ІКС = 1/3 \text{ ФАКТ} + 1/3 \text{ РОЗВИТОК} + 1/3 \text{ СТАБ.} \quad (2.1)$$

Зазначені індекси можна визначати не лише для підприємств усієї галузі, а й для групи підприємств. У цьому випадку використовується середнє для групи значення.

Складова (*ФАКТ*) обчислюється як відношення обсягу реалізації підприємства до середньогалузевого (або середнього для групи).

Підіндекс фактичного стану визначається за формулою:

$$\text{ФАКТ} = \frac{PEAL}{\overline{PEAL}}, \quad (2.2)$$

де *PEAL* – дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, послуг) (далі – обсяг реалізації) підприємства;

$\overline{PEAL} = \frac{1}{n} \sum PEAL_j$ – середній для галузі обсяг реалізації;

n – кількість підприємств у галузі;

j – індекс підприємства.

Загальний обсяг реалізації продукції у 2023 році для групи $\overline{PEAL} = \frac{1}{n} \sum PEAL_s$
 $= 21224165 / 6 = 3537360,8$ тис. грн

Аналогічно розраховуємо цей показник для інших підприємств групи.

Таблиця 2.37

Розрахунок фактичного стану підприємств в групі

Найменування підприємства	ФАКТ				
	2019	2020	2021	2022	2023
АТ «Данон-Дніпро»	1,32	1,31	1,26	0,92	0,98
Група компаній «Молочний альянс»	2,30	2,17	2,03	2,27	2,25
ДП «Лакталіс- Україна»	0,44	0,47	0,47	0,28	0,44
Компанія «Люстдорф»	1,19	1,20	1,32	1,37	1,24
Компанія «Вім-Біль-Дам Україна»	0,15	0,16	0,18	0,09	0,04
ТОВ «Молочна компанія «Галичина»	0,60	0,69	0,74	1,06	1,04

Складова (*РОЗВИТОК*) є середньоарифметичною між:

- відношенням темпів зростання обсягу реалізації продукції підприємства за 1–8 умовні роки до середнього для галузі (групи);
- відношенням приростної фондівдачі до середньої по галузі (групи);
- відношенням суми коефіцієнтів еластичності обсягу реалізації за основними засобами і працівниками до відповідного середньогалузевого (середнього для групи).

Підіндекс потенціалу розвитку (*РОЗВИТОК*) розраховується як зважена сума підіндексів зростання (*ТЕМП*), граничної ефективності основних засобів (*ДЕФЕКТ_к*), ефекту від масштабу виробництва (*МАСШТАБ*)

$$РОЗВИТОК = \frac{1}{3}ТЕМП + \frac{1}{3} \Delta ЕФЕКТ_к + \frac{1}{3}МАСШТАБ. \quad (2.3)$$

Підіндекс зростання (*ТЕМП*) обчислюється за формулою

$$ТЕМП_j = \frac{\frac{РЕАЛ_j^{23} - РЕАЛ_j^{19}}{РЕАЛ_j^{19}}}{\frac{1}{n} \sum \frac{РЕАЛ_j^{23} - РЕАЛ_j^{19}}{РЕАЛ_j^{19}}} \quad (2.4)$$

Для більш точного врахування тривалості періоду зростання доцільно показники 2023 року перераховувати на III квартал у річному виразі.

Розрахунок темпу зростання обсягу виробництва

Найменування підприємства	ТЕМП		
	Темп зростання	Середній показник для групи	ТЕМП
АТ «Данон-Дніпро»	-0,090	0,182	-0,496
Група компаній «Молочний альянс»	0,205		1,128
ДП «Лакталіс- Україна»	0,222		1,224
Компанія «Люстдорф»	0,278		1,532
Компанія «Вім-Біль-Дам Україна»	-0,665		-3,661
ТОВ «Молочна компанія «Галичина»	1,140		6,273

Гранична ефективність основних засобів ($\Delta EФЕКТ_K$) обчислюється таким чином:

$$\Delta EФЕКТ_K = \frac{\Delta PEAL^{23-19}}{\Delta K^{23-19}}, \quad (2.5)$$

де $\Delta PEAL^{23-19}$ – приріст реалізації за період,

$\Delta K^{23-19} = K^{23} - K^{19}$ – приріст основних засобів за вказані періоди,

K – основні засоби підприємства (залишкова вартість).

Якщо відсутні дані за перші роки, то за основу береться найперший рік з даними.

$$\Delta EФЕКТ_K = \frac{\Delta PEAL_8^{23-19}}{\Delta K_8^{23-19}}$$

Аналогічно розраховуємо цей показник для інших підприємств групи.

Підіндекс граничної ефективності основних засобів підприємства обчислюється за формулою:

$$\Delta EФЕКТ_K = \frac{\Delta PEAL^{23-19}}{\Delta K^{23-19}} \bigg/ \frac{\Delta PEAL^{23-19}}{\Delta K^{23-19}}, \quad (2.6)$$

де $\overline{\frac{\Delta PEAL^{23-19}}{\Delta K^{23-19}}} = \frac{1}{n} \sum_j \left(\frac{\Delta PEAL^{23-19}}{\Delta K^{23-19}} \right)_j$ – середня для галузі гранична ефективність

основних засобів.

Таблиця 2.39

Розрахунок граничної ефективності основних засобів

Найменування підприємства	ДЕФЕКТ		
	Темп зростання	Середній показник для групи	ДЕФЕКТ
АТ «Данон-Дніпро»	-13,16	20,03	-0,657
Група компаній «Молочний альянс»	11,83		0,591
ДП «Лакталіс- Україна»	81,08		4,048
Компанія «Люстдорф»	2,37		0,118
Компанія «Вім-Біль-Дам Україна»	6,98		0,349
ТОВ «Молочна компанія «Галичина»	31,07		1,551

Підіндекс ефекту від масштабу виробництва розраховується на базі розрахунку коефіцієнтів еластичності обсягів реалізації продукції (E_K) і фондом оплати праці (E_L) за формулою:

$$E_K = \frac{\Delta PEAL^{23-19}}{PEAL^{19}} / \frac{\Delta K^{23-19}}{K^{19}}; \quad (2.7)$$

$$E_L = \frac{\Delta PEAL^{23-19}}{PEAL^{19}} / \frac{\Delta L^{23-19}}{L^{19}}; \quad (2.8)$$

де L – фонд оплати праці підприємства (надіндекс вказує рік);

$\Delta L^{23-19} = L^{23} - L^{19}$ - приріст фонду оплати праці (в деяких випадках береться чисельність штатних працівників) за період.

Підіндекс ефекту від масштабу виробництва (*МАСШТАБ*) складається із суми еластичності обсягів реалізації продукції за основними засобами і за фондом оплати праці до середнього показника для галузі:

$$МАСШТАБ = \frac{(E_K + E_L)}{\overline{(E_K + E_L)}}, \quad (2.9)$$

де, $\overline{E_K + E_L} = \frac{1}{n} \sum_j (E_K + E_L)_j$ - середній показник по галузі.

У розрахунку приростів у формулі *МАСШТАБ* використовуються ті ж проміжки часу, що і в розрахунку індексу зростання *ТЕМП*.

Таблиця 2.40

Розрахунок ефекту від масштабу виробництва

Найменування підприємства	МАСШТАБ				
	Ек	ЕL	Ек + EL	Середній показник для групи	МАСШТАБ
АТ «Данон-Дніпро»	-1,648	-5,761	-7,409	65,202	-0,114
Група компаній «Молочний альянс»	3,074	-3,439	-0,365		-0,006
ДП «Лакталіс- Україна»	6,614	-4,693	1,921		0,029
Компанія «Люстдорф»	0,788	-32,053	-31,265		-0,480
Компанія «Вім-Біль-Дам Україна»	2,742	0,757	3,499		0,054
ТОВ «Молочна компанія «Галичина»	3,477	421,355	424,832		6,516

Згідно з теорією ризику ефективність фінансового портфеля залежить від очікуваної дохідності та міри відхилення від неї. При оцінці конкурентоспроможності потрібно також виходити із зазначеного. У зв'язку з цим, пропонується використовувати підіндекс стабільності та антикризової поведінки (СТАБ). Він складається з двох компонентів: міри стабільності за умов зростання та ефективності антикризової поведінки. Складова СТАБ обчислюється як середньоарифметична між змінними *C* (коефіцієнт детермінації часового тренду у період зростання до відповідного середнього для групи) і *A* (відсоток реалізації у 2023 до 2019 р. до середнього для групи).

$$СТАБ = 0,5 \cdot C + 0,5 \cdot A \quad (2.10)$$

Розрахунок змінних *C*, *A* наведений у наступних пунктах 10, 11 за формулами (2.11; 2.12).

Підіндекс *C* пропонується розглядати як міру зосередженості фактичних значень обсягу реалізації продукції до лінії тренду. У статистиці ця величина називається коефіцієнтом детермінації R^2 . Чим ближчою є ця величина до 1, тим

більш «щільно» фактичні значення лягають біля лінії тренду. У якості коефіцієнта C пропонується відношення коефіцієнта детермінації R^2 підприємства до середнього для галузі:

$$C = \frac{R_j^2}{\frac{1}{n} \sum R_j^2}. \quad (2.11)$$

Для розрахунку коефіцієнта детермінації R^2 необхідно побудувати графік обсягу реалізації продукції для підприємства за досліджуваний період. Та використовуючи опції «Додати лінію тренду» й «Показувати на діаграмі рівень достовірності» (коефіцієнт детермінації) R^2 , отримаємо необхідні дані для подальшого розрахунку.

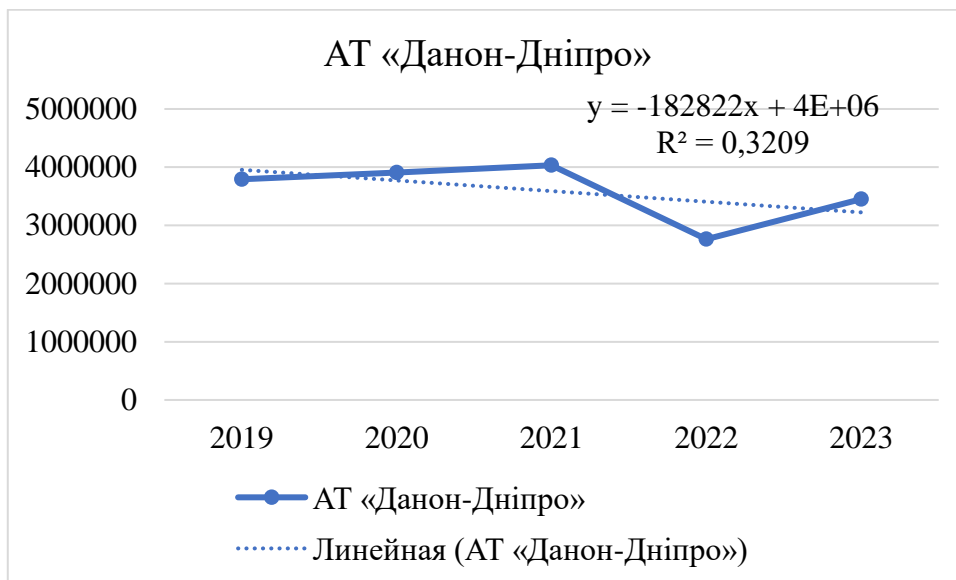


Рис. 2.4. Динаміка зміни обсягу реалізації продукції АТ «Данон-Дніпро»

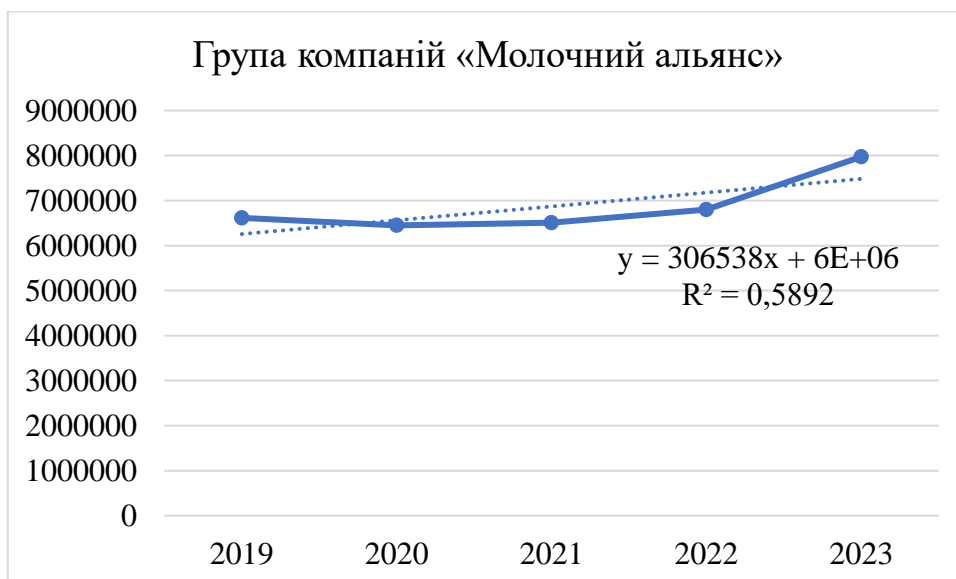


Рис. 2.5. Динаміка зміни обсягу реалізації продукції ГК «Молочний альянс»

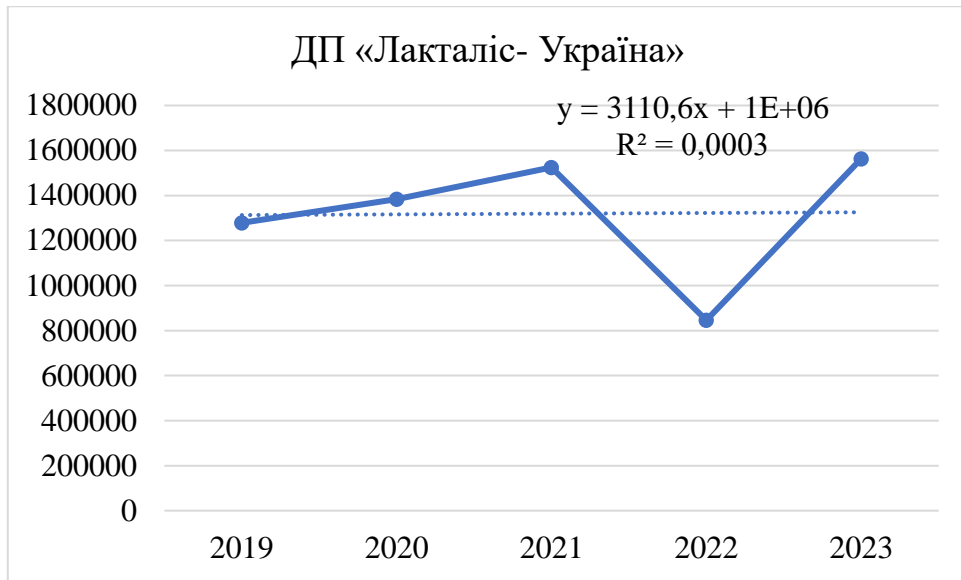


Рис. 2.6. Динаміка зміни обсягу реалізації продукції ДП «Лакталіс-Україна»

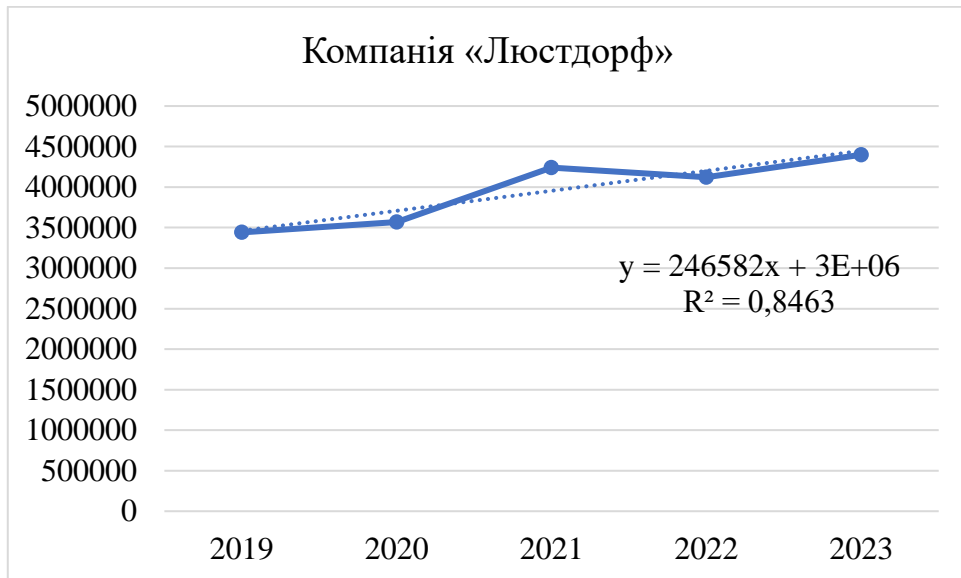


Рис. 2.7. Динаміка зміни обсягу реалізації продукції Компанії «Люстдорф»

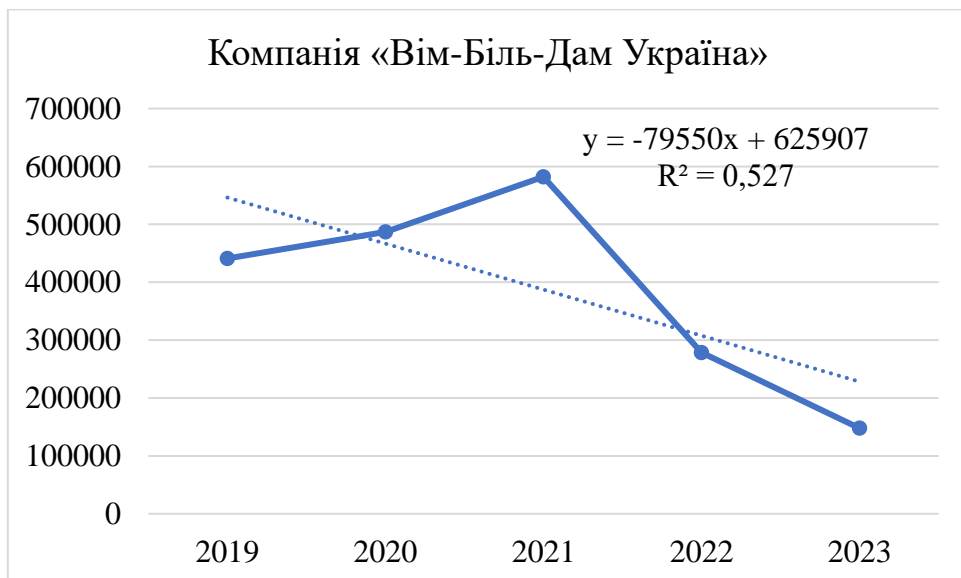


Рис. 2.8. Динаміка зміни обсягу реалізації продукції Компанії «Вім-Біль-Дам»

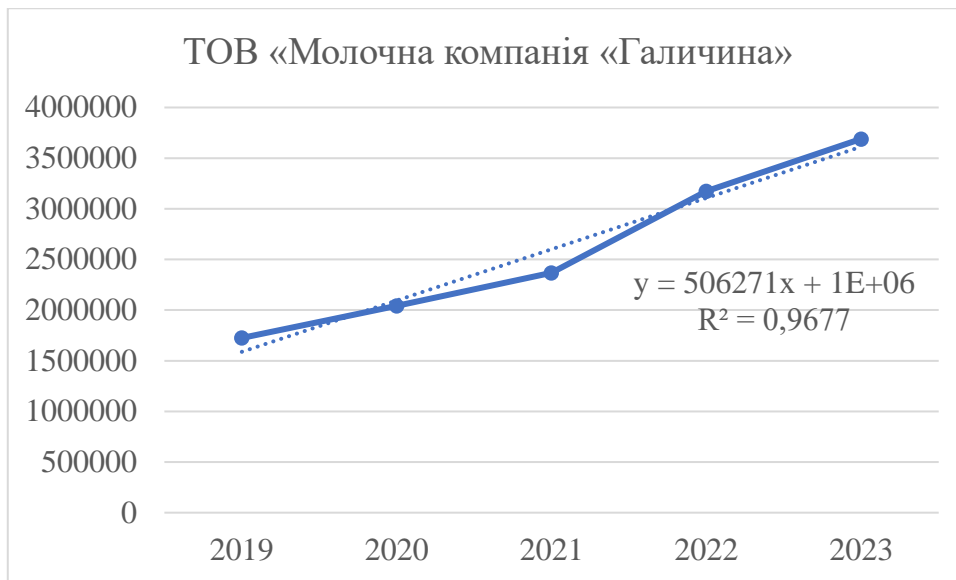


Рис. 2.9. Динаміка зміни обсягу реалізації продукції ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Змінну C пропонується розраховувати як коефіцієнт детермінації R^2 .

Таблиця 2.41

Розрахунок рівня стабільності

Найменування підприємства	СТАБ		
	R^2	Середній показник для групи	C, R^2
АТ «Данон-Дніпро»	0,321	0,542	0,592
Група компаній «Молочний альянс»	0,589		1,087
ДП «Лакталіс- Україна»	0,0003		0,001
Компанія «Люстдорф»	0,846		1,561
Компанія «Вім-Біль-Дам Україна»	0,527		0,973
ТОВ «Молочна компанія «Галичина»	0,968		1,786

Здатність підприємств протистояти кризовим явищам пропонується відображати за допомогою показника антикризової поведінки. Будемо вважати, що криза відповідає кінцю 2019 року. Ознаки стабілізації почали спостерігатися вже у 2021 році. Пропонується відношення обсягів реалізації продукції 2019 року до 2021 року (P_{2019}/P_{2021}) інтерпретувати як показник антикризової поведінки підприємства. Показник A розраховується як попередній, що віднесений до середнього для галузі, або

$$A_j = \frac{C_{nad_j}}{\frac{1}{n} \sum C_{nad_j}}; C_{nad_j} = \frac{P_{2019}}{P_{2021}}. \quad (2.12)$$

Таблиця 2.42

Розрахунок показника антикризової поведінки

Найменування підприємства	СТАБ		
	Спад	Середній показник для групи	А
АТ «Данон-Дніпро»	1,0303	1,0688	0,964
Група компаній «Молочний альянс»	0,9745		0,912
ДП «Лакталіс- Україна»	1,0820		1,012
Компанія «Люстдорф»	1,0374		0,971
Компанія «Вім-Біль-Дам Україна»	1,1039		1,033
ТОВ «Молочна компанія «Галичина»	1,1847		1,108

Інтегральний показник (індекс) внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств розраховується за формулою

$$ІКС = 1/3 \text{ ФАКТ} + 1/3 \text{ РОЗВИТОК} + 1/3 \text{ СТАБ.}$$

$$ІКС = 1/3 \cdot \text{ФАКТ} + (1/3 \cdot (1/3 \cdot \text{ТЕМП} + 1/3 \cdot \Delta \text{ЕФЕКТ}_k + 1/3 \cdot \text{МАСШТАБ})) + (1/3 \cdot (1/2 \cdot C + 1/2 \cdot A))$$

Таблиця 2.43

Розрахунок індексів конкурентоспроможності для підприємств

Найменування підприємства	ФАКТ	РОЗВИТОК				СТАБ			ІКС
		ТЕМП	Δ ЕФЕКТ,К	МАСШТАБ	СЕРЕДНЄ	C, R ²	A	СЕРЕДНЄ	
АТ «Данон-Дніпро» (1)	0,98	-0,496	-0,657	-0,114	-0,422	0,592	0,964	0,778	0,445
Група компаній «Молочний альянс» (2)	2,25	1,128	0,591	-0,006	0,571	1,087	0,912	0,999	1,273
ДП «Лакталіс- Україна» (3)	0,44	1,224	4,048	0,029	1,767	0,001	1,012	0,507	0,905
Компанія «Люстдорф» (4)	1,24	1,532	0,118	-0,48	0,390	1,561	0,971	1,266	0,965
Компанія «Вім-Біль-Дам Україна» (5)	0,04	-3,661	0,349	0,054	-1,086	0,973	1,033	1,003	-0,014
ТОВ «Молочна компанія «Галичина» (6)	1,04	6,273	1,551	6,516	4,780	1,786	1,108	1,447	2,422

Згідно даної методики і проведеного аналізу конкурентоспроможності підприємств, були виділені безперечні лідери кондитерської галузі, такі як ТОВ «Молочна компанія «Галичина» (2,422) та Група компаній «Молочний альянс» (1,273). Однак є підприємства з менш низьким рівнем конкурентоспроможності, але вони впевнено їдуть вперед і наздоганяють головних лідерів ринку, це такі компанії як ДП «Лакталіс-Україна» (0,905) та Компанія «Люстдорф» (0,965).

Також на ринку кондитерських виробів є підприємства з найнижчим коефіцієнтом конкурентоспроможності. Це Компанія «Вім-Біль-Дам Україна» з від'ємним значенням 0,014.

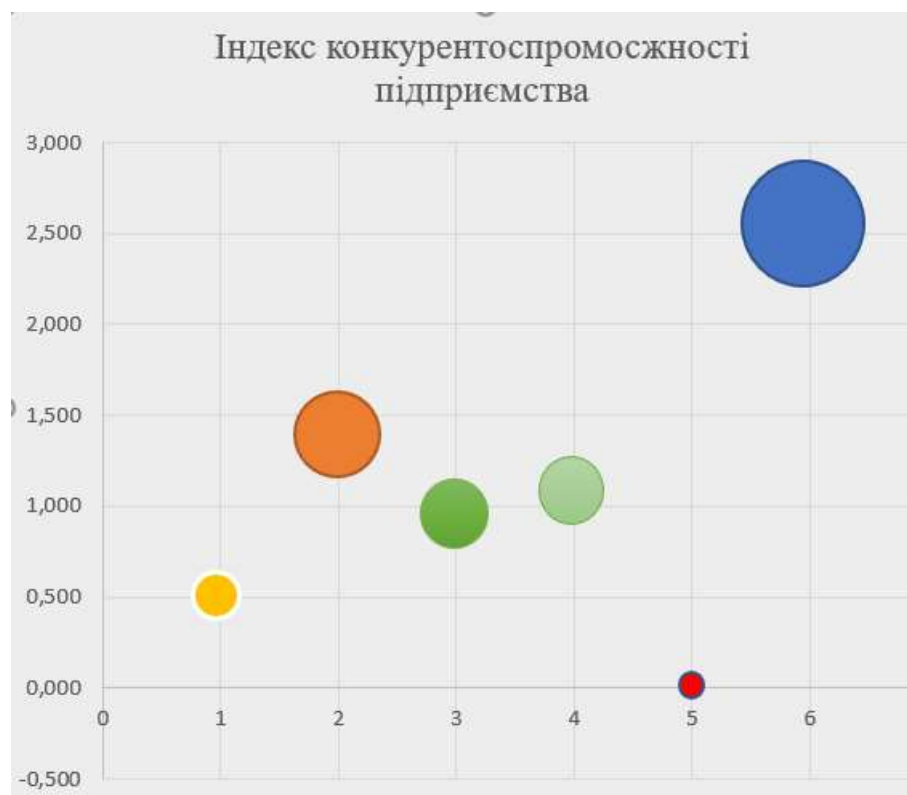


Рис. 2.10. Індекс конкурентоспроможності підприємств молокопереробної галузі

Значення ФАКТ для підприємства ТОВ «Молочна компанія «Галичина» дорівнює (1,04), цей показник говорить про те, що підприємство реалізує значні обсяги продукції в порівнянні з конкурентами. Завдяки показникам ТЕМП, який дорівнює (6,273) та МАСШТАБ (6,516) ТОВ «Молочна компанія «Галичина» на протязі усього періоду підвищує продуктивність діяльності та розширює

виробництво, за рахунок чого утримує свій сегмент ринку та освоює нові сегменти.

$\Delta\text{ЕФЕКТ}_k$ вказує на те що підприємство вміло розподіляє свої матеріальні ресурси і керує граничною ефективністю $\Delta\text{ЕФЕКТ}_k$ (1,551).

R^2 прагне до 1 і дорівнює 0,968. Це свідчить про те, що підприємство виробляє продукції в однакових темпах приросту на протязі усього періоду, і тільки в деяких випадках збільшую або зменшує цей темп.

Показник A вказує на те, що після кризи, яка сталася у 2019 році підприємства почали стабілізаційне зростання і це привело до збільшення реалізації продукції, для ТОВ «Молочна компанія «Галичина» цей показник дорівнює 1,108.

ВИСНОВКИ за Розділом 2

У 2022 році в порівнянні з попереднім роком знизився фактичний випуск продукції на 174 тонни (0,38 %) при незмінній величині виробничої потужності – 99000 тонн переробки молока на рік. Виробнича потужність використовується підприємством на 46,3 та 46,1 % відповідно у 2021 та 2022 роках.

Обсяг виробленої продукції у діючих оптових цінах підприємства та чистий дохід від реалізації продукції у 2022 році збільшився на 34,02 %. Однак у перерахунку на порівнянні ціни обсяг виробленої продукції знизився на 0,38 %. Це свідчить про значний вплив на вартісні показники інфляційних процесів, що призводять до зростання цін на продукцію.

Показник фондоддачі у 2022 році в порівнянні з 2021 роком знизився на 0,7 грн (5,51 %). Це свідчить про погіршення використання основних засобів підприємства.

У 2022 році зросла середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу на 18 осіб, при цьому продуктивність праці знизилася на 25,8 тис. грн (1,59 %).

Підприємство підвищує заробітну плату працівникам, але у короткостроковій перспективі це не здійснює позитивного впливу на продуктивність праці.

У 2022 році збільшився коефіцієнт оборотності оборотних коштів на 0,27 оборотів (6,02 %), що свідчить про прискорення оборотності, хоча сам коефіцієнт знаходиться на низькому рівні.

Слід зазначити високий рівень показника витрат на 1 грн виробленої продукції, що є негативним моментом у діяльності підприємства. Але у 2022 році спостерігається його зниження на 14,1 коп. (12,81 %).

Операційні витрати підприємства зростають на 16,86 % при тому, що обсяг реалізованої продукції зростає на 34,02 %. Випередження темпів зростання обсягу виробництва над собівартістю продукції, свідчить про позитивні наслідки операційної діяльності і отримання підприємством прибутку.

Діяльність підприємства як у 2021, так і у 2022 році була прибутковою, прибуток становив 10,03 та 30,95 млн грн відповідно.

Фінансове становище підприємства викликає занепокоєння. Баланс підприємства у 2022 році збільшився на 555714 тис. грн. Відбуваються структурні зміни у майні підприємства у бік збільшення необоротних активів.

Слід зазначити, що у 2022 році відбувається нарощення власного капіталу підприємства на 27,71 %. При цьому головні зміни відбулися з нерозподіленим прибутком, який у 2022 році збільшився на 412,6 млн грн. Це пов'язано зі структурно-організаційними змінами, які відбуваються на підприємстві.

У структурі активу підприємства найбільшу питому вагу займають оборотні активи: понад 70 % на початку та наприкінці 2021 року, з зменшенням їх частки на кінець 2022 року до 56 %. Тенденція до зниження у структурі оборотних активів обумовлюється такими чинниками: зростанням у 2021 році нематеріальних активів на 381,5 млн грн та довгострокової дебіторської заборгованості на 27,1 млн грн.

Основним джерелом формування майна підприємства є поточні зобов'язання і забезпечення. Їх частка становить на початок, кінець 2021 року та кінець 2022 року відповідно 90,32; 91,74 та 61,65 %.

Підприємство є дуже залежним від позикового капіталу. Коефіцієнт фінансової автономії знаходиться як у 2021, так і у 2022 роках на досить низькому рівні. Коефіцієнт фінансового ризику знаходиться на дуже високому рівні, він показує співвідношення залученого та власного капіталу. На кожен власну гривню припадає близько 16,67 та 14,66 грн залучених коштів у 2021 році. На кінець 2022 року цей показник покращується і знижується до 1,93 грн.

Коефіцієнт маневреності коштів підприємства має від'ємне значення як у 2021, так у 2022 роках.

Значення коефіцієнта загальної ліквідності у 2021 році знаходиться нижче рівня (від 1 до 2), тобто підприємство не має достатньо коштів для погашення короткострокових зобов'язань. У 2022 році ситуація вирівнюється, коефіцієнт загальної ліквідності зростає до норми.

Значення коефіцієнта проміжної ліквідності як у 2021, так і у 2022 році нижчий за норму (від 0,7 до 0,8), хоча і має у 2022 році тенденцію до зростання.

Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності у 2021 та 2022 роках нижче за норму (від 0,2 до 0,35), але вже на кінець 2022 року ситуація значно покращилася.

Враховуючи значення показників ліквідності та платоспроможності слід зазначити загрозове становище фінансового стану підприємства у 2021 році, з покращенням стану на кінець 2022 року. У підприємства досить нестабільне, але контрольоване фінансове становище, оскільки воно дотримується відповідної ліквідності залежно від очікуваних термінів виконання зобов'язань за відповідними інструментами.

Взагалі у 2022 році покращилася економічна ситуація на підприємстві, про що свідчать майже всі показники виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Значення ФАКТ для підприємства ТОВ «Молочна компанія «Галичина» дорівнює (1,04), цей показник говорить про те, що підприємство реалізує значні обсяги продукції в порівнянні з конкурентами. Завдяки показникам ТЕМП, який дорівнює (6,273) та МАСШТАБ (6,516) ТОВ «Молочна компанія «Галичина» на протязі усього періоду підвищує продуктивність діяльності та розширює виробництво, за рахунок чого утримує свій сегмент ринку та освоює нові сегменти.

$\Delta\text{ЕФЕКТ}_k$ вказує на те що підприємство вміло розподіляє свої матеріальні ресурси і керує граничною ефективністю $\Delta\text{ЕФЕКТ}_k$ (1,551).

R^2 прагне до 1 і дорівнює 0,968. Це свідчить про те, що підприємство виробляє продукції в однакових темпах приросту на протязі усього періоду, і тільки в деяких випадках збільшую або зменшує цей темп.

Показник A вказує на те, що після кризи, яка сталася у 2019 році підприємства почали стабілізаційне зростання і це привело до збільшення реалізації продукції, для ТОВ «Молочна компанія «Галичина» цей показник дорівнює 1,108.

РОЗДІЛ 3

ПРОЄКТ ЗАХОДІВ З ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «МОЛОЧНА КОМПАНІЯ «ГАЛИЧИНА»

3.1. Обґрунтування та оцінка ефективності розробки нового продукту йогурту з селерою

У багатьох країнах зростає потреба в натуральній їжі та харчових інгредієнтах, які, як правило, вважаються безпечнішими, здоровішими та менш небезпечними, ніж їжа, що містить штучні харчові добавки. Привертають увагу продукти, які збагачені клітковиною, особливо на основі зернових-продуктів, а також на основі плодово-ягідної сировини, яка багата на біологічно активні речовини [31]. У літературі наявний значний обсяг інформації, щодо різного роду рослинної сировини, яка використовується для збагачення молочних продуктів. Як наслідок асортимент молочної продукції з різними фруктовими та овочевими наповнювачами тільки зростає.

Цікавою з нашої точки зору є рослинна сировина – селера, яку можна використовувати від листків до кореня. Додавання підготовленої сировини з даного овочу у рецептуру кисломолочних продуктів може сприяти покращенню їхнього калорійного та фізико-хімічного складу, що в кінцевому випадку дозволить збільшити лінійку кисломолочних продуктів [32].

Селера є комерційно важливим овочем, спецією з насіння, чи витяжкою ефірної олії, що належить до родини зонтичних. Селера використовується в різних формах, таких як свіжа трава, стебла, корінь, висушений порошок, насіння, олія для ароматизації харчових продуктів та в лікувальних цілях.

Листя і трава селери – це дуже корисні в плані низької калорійності інгредієнти (близько 16 калорій на 100 г зеленої маси). Водночас багаті на складні вуглеводи – целюлоза, яка є їстівною для людини, хоча практично не всмоктується. Проте є джерелом клітковини, що дозволяє стебла селери застосовувати у раціоні населення з надмірною вагою. До того ж споживання селери сприяє зниженню та регулюванню холестеринового та вуглеводного

обміну в організмі [33]. Тому субпродукти рослинного походження, в основному можна використовувати, як джерело харчових волокон і природних антиоксидантів при конструюванні рецептури молочних продуктів.

Таким чином для збагачення кисломолочних продуктів селерою можна використовувати стебла, листя, корінь або екстракти з них.

Схема виробництва йогурту з пюре селери наведена на рис. 3.1.

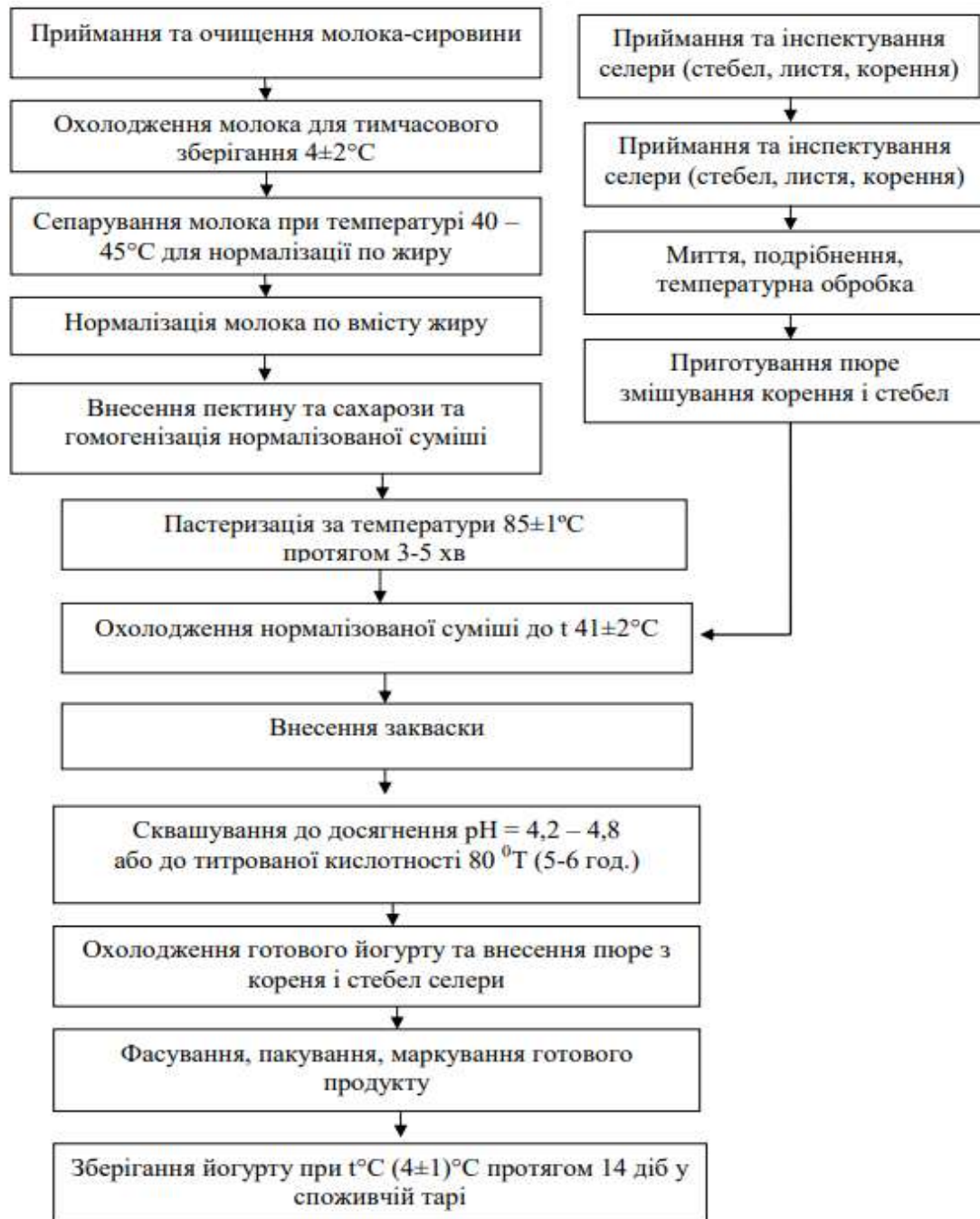


Рис. 3.1. Схема виробництва йогурту з пюре селери

Основними інгредієнтами йогурту з селерою є молоко коров'яче, пектин, пюре з стебл та коріння селери, сахароза та закваска прямого внесення (DVS). У рецепт йогурту введено пектин яблучний для покращення структурно-механічних і реологічних властивостей ферментованого продукту у кількості 0,2 %. Наявність у такому продукті, як йогурт, пектину дозволить збагатити його харчовими волокнами. Зазвичай споживачі йогурту, а це в більшості випадків діти та жінки, які віддають перевагу солодкому смаку цього продукту, тому до складу йогурту введено сахарозу в кількості 6 %. Основна сировина для йогурту – це молоко гомогенізоване і нормалізоване з масовою часткою жиру 2,5 %, таку жирність відповідає оптимальному його вмісту для кисломолочних продуктів.

3.2. Розрахунок економічної ефективності впровадження нової продукції «Йогурт з селерою»

Визначимо повну собівартість 1 т йогурту за статтями калькуляції.

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

Нормативна рецептура йогурту з селерою представлена у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Розрахунок вартості сировини й основних матеріалів навиробництво 1 т йогурту з селерою

Найменування сировини	Витрати на 1т, кг	Ціна 1од. сировини, грн кг	Вартість на 1 тонну, грн
Молоко коров'яче м.ч.ж, 2,5 %	818	26	21268
Пектин	2	660	1320
Пюре з стебл та коріння селери	120	800	96000
Сахароза	60	100	6000
Закваска прямого внесення (DVS)	0,5	700	350
1. Усього	х	х	124938
2. Транспортно-заготівельні витрати на сировину	2%	х	2498,7
Усього	х	х	127436,7

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

$$124938 \cdot 0,02 = 2498,7 \text{ грн}$$

Витрати за статтею «Сировина й основні матеріали» з урахуванням транспортно-заготівельних витрат складуть: $124938 + 2498,7 = 127436,7$ грн.

Стаття 2. «Тара й упакування»

Таблиця 3.2

Розрахунок вартості даної статті калькуляції

Найменування сировини	Витрати на 1т, кг	Ціна сировини грн шт	Вартість на 1 тонну, грн
Пластиковий стакан з кришкою 250 мл	4000	2,7	10800
Картонний ящик	200	9	1800
Етикетка	4000	0,7	2800
Усього	х	х	15400

Сума витрат на тару та пакувальні матеріали на 1 т продукції становлять 15400 грн.

Стаття 3. «Паливо й енергія на технологічні цілі»

Таблиця 3.3

Розрахунок статті калькуляції «Паливо й енергія на технологічні цілі»

Вид матеріалу	Норма витрат на 1т	Ціна за одиницю, грн	Вартість, грн
Електроенергія, кВт	13,4	7,5	100,5
Вода та водовідведення, м ³	0,2	50	10
Пара, т	0,4	20	8
Холод, Дж	115	32	3680
Газ, м ³	9	9,85	88,6
Усього		х	3887,1

Сума витрат на паливо та енергію на технологічні цілі на 1 т продукції становлять 3887,1 грн.

Стаття 4. Заробітна плата основних виробничих робітників

Продуктивність лінії з виробництва йогуртів з селерою становить 0,5 т в зміну. Режим роботи – 1 зміна на добу тривалістю 8 годин. Кількість робочих змін на виробниче завдання становить – 100 змін на рік.

В таблиці 3.4 наведений розрахунок витрат на основну та додаткову заробітну плату основних працівників на лінії виробництва йогурту з селерою.

Таблиця 3.4

Розрахунок витрат на основну та додаткову заробітну плату основних працівників на лінії виробництва йогурту з селерою

Робітники	Чисельність на 1 зміну	Кількість змін на 1 т	Норма часу, год./т	Тарифний розряд	Годинна тарифна ставка відповідного розряду, грн	Основна заробітна плата, грн	Додаткова заробітна плата (20 %), грн	Загальний фонд оплати праці, грн
Технолог	1	2	16	5	80,64	1290,24	258,0	1548,3
Укладальник-пакувальник	2	2	16	2	49,92	798,72	159,7	958,5
Усього	3	-	-	-	-	2088,96	417,8	2506,8

Сума витрат на основну та додаткову заробітну плату становить 2506,8 грн з урахуванням премій у розмірі 20 %.

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

Єдиний соціальний внесок на 1 т продукції складе:

$$\text{ЄСВ} = 2506,8 \text{ грн} \cdot 0,22 = 551,5 \text{ грн}$$

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

«Загальновиробничі витрати» приймаємо у розмірі 50 % від основної заробітної плати. Витрати за статтею «Адміністративні витрати» складають 1,5 % від виробничої собівартості продукції. Витрати за статтею «Витрати на збут» складають 5 % від виробничої собівартості продукції. Витрати на інші операційні витрати передбачені у розмірі 5 % від виробничої собівартості продукції.

У таблиці 3.5 представлена калькуляція витрат на 1 т йогурту з селерою і розрахунок загальних витрат на виробництво 50 т продукції.

За комбінованим вартісно-ринковим методом ціноутворення визначено, що з метою забезпечення конкурентоздатності нового виду продукції на ринку рентабельність продукції складає 12 % від собівартості продукції.

Таблиця 3.5

Калькуляція витрат на виробництво та реалізацію йогурту з селерою та розрахунок повної собівартості за проєктом

Найменування калькуляційних витрат	Витрати на 1 тону, грн	Витрати на весь обсяг продукції (50 т), тис. грн
Вартість сировини й основних матеріалів з урахуванням транспортних витрат	127436,8	6371,8
Тара, упакування й допоміжні матеріали	15400	770
Паливо й електроенергія на технологічні цілі	3887,15	194,4
Матеріальні витрати всього	146723,9	7336,2
Основна й додаткова заробітна плата виробничих робітників	2506,8	125,3
Відрахування на соціальні заходи	551,49	27,6
Підготовка та освоєння виробництва	41,78	2,1
Утримання та експлуатація обладнання	417,79	20,9
Загальновиробничі витрати	1044,48	52,2
Виробнича собівартість	151286,20	7564,3
Адміністративні витрати	2269,29	113,5
Витрати на збут	7564,31	378,2
Інші операційні витрати	7564,31	378,2
Повна собівартість	168684,11	8434,2
Відсотки за кредитом	0	0
Повна собівартість з відсотками за кредитом	168684,11	8434,2
Прибуток (рентабельність 15 %)	25302,62	1265,1
Оптова ціна	193986,73	9699,3
Оптова ціна 1 стаканчика (250 г) йогурту, грн	48,50	

Оптова ціна 1 т йогурту з селерою становить 193986,73 грн, 1 стаканчика (250 г) – 48,5 грн. Чистий дохід від реалізації 50 т продукції – 9699,3 тис. грн.

Розрахунок грошових потоків від проєкту (відтік та приплив).

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

$$\Delta\text{Об.К} = \text{МВ}/\text{Коб} = 7336,2 / 4,74 = 1547,7 \text{ тис. грн}$$

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

Таблиця 3.6

Формування операційного грошового потоку від проєкту (приплив коштів)

Склад грошового потоку	Період реалізації проєкту, роки		
	0	1	2
Зміна поточних витрат, у т. ч.:			
Матеріальні витрати всього	7336,2	7336,2	7336,2
в тому числі		0	0
Зміна витрат на сировину	6371,8	6371,8	6371,8
Зміна витрат на тару та допоміжні матеріали	770	770	770
Зміна витрат на енергоресурси	194,4	194,4	194,4
Зміна витрат на оплату праці	125,3	125,3	125,3
Зміна єдиного соціального внеску	27,6	27,6	27,6
Зміна інших витрат усього	945,1	945,1	945,1
Усього Збільшення поточних витрат	8434,2	8434,2	8434,2
Обсяг виробленої продукції, т	50	50	50
Ціна одиниці продукції, тис. грн	193,99	193,99	193,99
Збільшення суми чистого доходу	9699,3	9699,3	9699,3
Збільшення прибутку до оподаткування	1265,1	1265,1	1265,1
Збільшення податку на прибуток	227,7	227,7	227,7
Збільшення чистого прибутку	1037,4	1037,4	1037,4
Амортизаційні відрахування від проєкту	0	0	0
Грошовий потік від проєкту	1037,4	1037,4	1037,4

3.3. Оцінка економічної ефективності інвестиційного проєкту з виробництва йогурту з селерою

Виробництво нового продукту на ТОВ «Молочна компанія «Галичина» супроводжується збільшенням собівартості продукції на 8434,2 тис. грн, тому потребує додаткового інвестування в оборотні кошти на суму 1547,7 тис. грн.

За результатами розрахунків річний приріст чистого прибутку за рахунок виробництва та реалізації додаткового обсягу продукції складає 1037,4 тис. грн. У зв'язку з тим, що амортизація на додатковий обсяг продукції не нараховується, грошовий потік дорівнює чистому прибутку.

Таблиця 3.7

**Розрахунок показників економічної ефективності проєкту з
виробництва нового продукту**

Показники	Період реалізації проєкту, років			усього
	0	1	2	
ІС, сума інвестованих у проєкт коштів, тис. грн	1547,72			1547,72
ЧІ, чиста (приведена) вартість інвестованих у проєкт коштів, тис. грн	1547,72			1547,72
Грошовий потік від проєкту, тис. грн	1037,4	1037,4	1037,4	3112,2
Середньозважена вартість капіталу (СВК), %	28			
Коефіцієнт дисконтування	1,0	0,781	0,610	
Дисконтований грошовий потік у році, тис. грн	1037,4	810,5	633,2	2481,1
Дисконтований грошовий потік нарастаючим підсумком, тис. грн	1037,4	1847,9	2481,1	
Приріст дисконтованого чистого прибутку від проєкту, тис. грн	1037,4	810,5	633,2	2481,1
Чистий дохід (ЧД), тис. грн				1564,5
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн				933,3
Внутрішня норма доходності (IRR), %				30,90%
Індекс доходності (ІД)				1,6
Період окупності (ПО), роки				1,49
Період окупності з врахуванням дисконтування (ПОдис.), років				1,49
Рентабельність інвестицій (Ri) за весь період реалізації проєкту, %				53,4

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

1. чистий приведений дохід від проєкту (NPV) становить 933,3 тис. грн;
2. внутрішня норма прибутковості (IRR) становить 30,9 %, що перевищує середньозважену вартість капіталу (28 %);
3. індекс доходності дорівнює 1,6;
4. інвестиційні кошти для виробництва додаткового обсягу нового

продукту окупляться за 1,5 років;

5. рентабельність інвестицій становить 53,4 %;
6. інвестиції в проєкт складають 1547,7 тис. грн.

Отже проєкт інвестиційно привабливий та економічно ефективний.

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

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

Вплив заходів на основні техніко-економічні показники ТОВ «Молочна компанія «Галичина» наведені в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

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

Найменування заходів	Інвестиції, тис. грн		Зміни показників діяльності підприємства (±)											
	Усього	У тому числі		Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	Собівартість, тис. грн					Чисельність, осіб	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	Чистий прибуток, тис. грн	Строк окупності інвестицій, років	
		в			Усього	у тому числі:								
		основні засоби	оборотні кошти			Матеріальні витрати	Витрати на оплату праці	Відрахування на соціальні заходи	Амортизація основних засобів					Інші витрати
Виробництво нового продукту «Йогурт з агрусом»	1547,7	0	1547,7	9699,3	8434,2	7336,2	125,3	27,6	0	945,1	3	1265,1	1037,4	1,49

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» до та після впровадження заходу представлено в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

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

Показники	2022 рік	Проект	Відхилення (±)	
			абс.	відн.
1. Середньорічна виробнича потужність, т	99000	99000	0	0
2. Фактично вироблено продукції, т	45659	45709	50	0,11
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,461	0,462	0,001	0,15
4. Обсяг виробленої промислової продукції(без ПДВ й акцизного збору):	3175060	3184759,34	9699,3	0,31
– у діючих оптових цінах підприємства, тис.				
– у порівнянних цінах	3175060	3178536,9	3476,9	0,11
5. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	3175091	3184790,34	9699,3	0,305
6. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності, тис. грн.	204715	204715	0	0,000
7. Фондовіддача, грн/грн	11,528	15,527	4,00	34,69
8. Середній залишок оборотних коштів, тис.	669638	671185,7	1547,7	0,23
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, оборотів	4,742	4,745	0,003	0,06
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	1479	1482	3	0,20
11. Продуктивність праці, тис. грн /особу	1595,7	2144,8	549,062	34,41
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн., у тому числі:	3054665	3063099,2	8434,2	0,28
– матеріальні витрати	2378559	2385895,2	7336,2	0,308
– витрати на оплату праці	129537	129662,3	125,3	0,097
– відрахування на соціальні заходи	28543	28570,6	27,6	0,097
– амортизація	69501	69501	0	0
– інші операційні витрати	448525	449470,1	945,1	0,21
13. Витрати на 1 гривню виробленої / реалізованої продукції, грн	0,962	0,962	-0,0003	-0,03
14. Матеріалоемність, грн	0,749	0,749	0	0
15. Повна собівартість реалізованої продукції (собівартість реалізованої продукції,	3160620	3169054,2	8434,2	0,27
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	66328	67593,1	1265,1	1,91

Показники	2022 рік	Проект	Відхилення (±)	
			абс.	відн.
17. Чистий прибуток, тис. грн.	30954	31991,4	1037,4	3,35
18. Рентабельність продажів, %	0,975	1,005	0,030	x
19. Рентабельність продукції, %	2,099	2,133	0,034	x

Внаслідок запропонованого заходу з виробництва йогурту з селерою в показниках виробничо-господарської та фінансової діяльності підприємства відбудуться такі зміни: обсяг виробленої продукції в натуральному вираженні зросте на 50 т, у діючих цінах – на 9699,3 тис. грн.

Оскільки виробництво нового продукту не передбачає впровадження лінії з його виробництва, зміни у вартості основних засобів не відбудеться. При цьому, за рахунок додаткового завантаження лінії з виробництва йогуртів, фондівіддача зросте на 34,69 %.

У проєктному періоді підвищиться продуктивність праці на 34,41 %. Додатково у виробництві йогурту з селерою будуть залучені 3 робітники.

Витрати на 1 грн виробленої продукції знизяться на 0,03 %. Це відбулося за рахунок перевищення темпів зростання обсягу виробленої продукції над темпом зростання операційних витрат.

Підприємство отримає додатковий прибуток від операційної діяльності у розмірі 1265,1 тис. грн, а чистого прибутку – 1037,4 тис. грн. Це відобразилося на зростанні рентабельності продажів та продукції на 0,03 та 0,034 пп. відповідно.

В результаті зміни показників діяльності підприємства відбудеться підвищення його конкурентоспроможності. Головним критерієм є розширення асортименту продукції підприємства з урахуванням вимог споживачів у здоровій та корисній їжі.

ВИСНОВКИ за Розділом 3

Згідно з проведеними дослідженнями і аналізом споживчих вимог, впровадження нової продукції – йогурту з селерою – є доцільним та економічно обґрунтованим.

Проведений розрахунок економічної ефективності впровадження нової продукції показав позитивні результати. За допомогою аналізу ключових показників, було встановлено, що впровадження в асортимент йогурту з селерою приведе до збільшення обсягів продажу на 50 т, підвищення чистого прибутку на 1037,4 тис. грн та збільшення рентабельності підприємства. Також було виявлено, що інвестиції в виробництво нового продукту повернуться протягом 1,5 років, що підтверджує його економічну ефективність.

У проєктному періоді підвищиться продуктивність праці на 34,41 %. Додатково у виробництві йогурту з селерою будуть залучені 3 робітники. Витрати на 1 грн виробленої продукції знизяться на 0,03 %. Це відбулося за рахунок перевищення темпів зростання обсягу виробленої продукції над темпом зростання операційних витрат.

Рівень оборотності активів зростає на 1,237 оборотів, що свідчить про прискорення оборотності активів. Підприємство отримає додатковий прибуток від операційної діяльності у розмірі 959,3 тис. грн, а чистого прибутку – 786,7 тис. грн. Фінансово-економічне становище підприємства в результаті реалізації запропонованого заходу покращилося.

Впровадження нової продукції «Йогурт з селерою» позитивно вплинуло на показники конкурентоспроможності підприємства. Зокрема, спостерігається зростання загального обсягу виробництва, розширення асортименту продукції, розширення ринків збуту. Крім того, впровадження нового продукту сприяє підвищенню ефективності використання виробничого потенціалу підприємства, так як ліквідуються внутрішньозмінні простои за рахунок більшого навантаження лінії. При цьому, фондвіддача зростає на 34,69 %.

ВИСНОВКИ

Конкурентоспроможність фірми – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво й реалізація конкурентоспроможних товарів – обов’язкова умова конкурентоспроможності фірми.

Можливість компаній конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару, а також сукупності економічних методів управління діяльністю фірми, що роблять вплив на результати конкурентної боротьби.

Конкурентна перевага – рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми (а здобувають також для майбутнього споживання) всіх видів ресурсів.

Важливим атрибутом ринкової економіки є конкуренція. Конкуренція охоплює всі зв’язки виробництва і споживання, є єдино можливим засобом досягнення збалансованості між попитом і пропозицією і в кінцевому підсумку – суспільними потребами та виробництвом. Конкуренція виконує функцію спілкування (кооперації) та погодження інтересів виробників – у результаті поділу праці інтерес кожного з них пов’язаний і взаємодіє з інтересами інших товаровиробників. Конкуренція стимулює підвищення якості продукції та послуг. Історично важливою функцією конкуренції є формування ринкової ціни.

Існує досить велика кількість методів оцінки конкурентного положення підприємства на ринку, а саме: модель Бостонської консультативної групи; модель М. Портера; метод «Мак-Кінзі»; модель Shell/DPM; метод LOTS; метод PIMS; ситуаційний аналіз (SWOT-аналіз); метод експертного оцінювання; модель Хофера/Шенделя; фінансово-економічний метод; метод картування стратегічних груп.

Кожний метод допускає спеціальний набір факторів та аналізованих змінних; методика проведення досліджень різна, частіше використовується складання матриць, порівняльних таблиць, проведення експертних оцінок; у багатьох методах автори, залишають право вибору досліджуваних змінних на

розсуд дослідника, що дає можливість урахувати галузеві, технічні й інші специфічні особливості; кожний з перерахованих методів має свої переваги й недоліки, отже, дослідникові необхідно порівнювати вигоди, які він може одержати, використовуючи той або інший метод дослідження з тими небезпечними моментами, які можуть вплинути на його результат.

На підвищення конкурентоспроможності підприємства впливає підвищення техніко-економічних і якісних показників продукції підприємства; орієнтація якості та техніко-економічних параметрів продукції на вимоги споживачів; виявлення і забезпечення переваг продукту порівняно з його замінниками; виявлення переваг і недоліків товарів-аналогів, які випускаються конкурентами, і використання одержаних результатів у діяльності підприємства; визначення можливих модифікацій продукту; виявлення і використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції тощо.

У 2022 році в порівнянні з попереднім роком знизився фактичний випуск продукції на 174 тонни (0,38 %) при незмінній величині виробничої потужності – 99000 тонн переробки молока на рік. Виробнича потужність використовується підприємством на 46,3 та 46,1 % відповідно у 2021 та 2022 роках.

Обсяг виробленої продукції у діючих оптових цінах підприємства та чистий дохід від реалізації продукції у 2022 році збільшився на 34,02 %. Однак у перерахунку на порівнянні ціни обсяг виробленої продукції знизився на 0,38 %. Це свідчить про значний вплив на вартісні показники інфляційних процесів, що призводять до зростання цін на продукцію.

Показник фондоддачі у 2022 році в порівнянні з 2021 роком знизився на 0,7 грн (5,51 %). Це свідчить про погіршення використання основних засобів підприємства.

У 2022 році зросла середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу на 18 осіб, при цьому продуктивність праці знизилася на 25,8 тис. грн (1,59 %).

Підприємство підвищує заробітну плату працівникам, але у короткостроковій перспективі це не здійснює позитивного впливу на продуктивність праці.

У 2022 році збільшився коефіцієнт оборотності оборотних коштів на 0,27 оборотів (6,02 %), що свідчить про прискорення оборотності, хоча сам коефіцієнт знаходиться на низькому рівні.

Слід зазначити високий рівень показника витрат на 1 грн виробленої продукції, що є негативним моментом у діяльності підприємства. Але у 2022 році спостерігається його зниження на 14,1 коп. (12,81 %).

Операційні витрати підприємства зростають на 16,86 % при тому, що обсяг реалізованої продукції зростає на 34,02 %. Випередження темпів зростання обсягу виробництва над собівартістю продукції, свідчить про позитивні наслідки операційної діяльності і отримання підприємством прибутку.

Діяльність підприємства як у 2021, так і у 2022 році була прибутковою, прибуток становив 10,03 та 30,95 млн грн відповідно.

Фінансове становище підприємства викликає занепокоєння. Баланс підприємства у 2022 році збільшився на 555714 тис. грн. Відбуваються структурні зміни у майні підприємства у бік збільшення необоротних активів.

Слід зазначити, що у 2022 році відбувається нарощення власного капіталу підприємства на 27,71 %. При цьому головні зміни відбулися з нерозподіленим прибутком, який у 2022 році збільшився на 412,6 млн грн. Це пов'язано зі структурно-організаційними змінами, які відбуваються на підприємстві.

У структурі активу підприємства найбільшу питому вагу займають оборотні активи: понад 70 % на початку та наприкінці 2021 року, з зменшенням їх частки на кінець 2022 року до 56 %. Тенденція до зниження у структурі оборотних активів обумовлюється такими чинниками: зростанням у 2021 році нематеріальних активів на 381,5 млн грн та довгострокової дебіторської заборгованості на 27,1 млн грн.

Основним джерелом формування майна підприємства є поточні зобов'язання і забезпечення. Їх частка становить на початок, кінець 2021 року та кінець 2022 року відповідно 90,32; 91,74 та 61,65 %.

Підприємство є дуже залежним від позикового капіталу. Коефіцієнт фінансової автономії знаходиться як у 2021, так і у 2022 роках на досить низькому рівні. Коефіцієнт фінансового ризику знаходиться на дуже високому рівні, він показує співвідношення залученого та власного капіталу. На кожен власну гривню припадає близько 16,67 та 14,66 грн залучених коштів у 2021 році. На кінець 2022 року цей показник покращується і знижується до 1,93 грн.

Коефіцієнт маневреності коштів підприємства має від'ємне значення як у 2021, так у 2022 роках.

Значення коефіцієнта загальної ліквідності у 2021 році знаходиться нижче рівня (від 1 до 2), тобто підприємство не має достатньо коштів для погашення короткострокових зобов'язань. У 2022 році ситуація вирівнюється, коефіцієнт загальної ліквідності зростає до норми.

Значення коефіцієнта проміжної ліквідності як у 2021, так і у 2022 році нижчий за норму (від 0,7 до 0,8), хоча і має у 2022 році тенденцію до зростання.

Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності у 2021 та 2022 роках нижче за норму (від 0,2 до 0,35), але вже на кінець 2022 року ситуація значно покращилася.

Враховуючи значення показників ліквідності та платоспроможності слід зазначити загрозливе становище фінансового стану підприємства у 2021 році, з покращенням стану на кінець 2022 року. У підприємства досить нестабільне, але контрольоване фінансове становище, оскільки воно дотримується відповідної ліквідності залежно від очікуваних термінів виконання зобов'язань за відповідними інструментами.

Взагалі у 2022 році покращилася економічна ситуація на підприємстві, про що свідчать майже всі показники виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина».

Значення ФАКТ для підприємства ТОВ «Молочна компанія «Галичина» дорівнює (1,04), цей показник говорить про те, що підприємство реалізує значні обсяги продукції в порівнянні з конкурентами. Завдяки показникам ТЕМП, який дорівнює (6,273) та МАСШТАБ (6,516) ТОВ «Молочна компанія «Галичина» на протязі усього періоду підвищує продуктивність діяльності та розширює виробництво, за рахунок чого утримує свій сегмент ринку та освоює нові сегменти.

$\Delta\text{ЕФЕКТ}_k$ вказує на те що підприємство вміло розподіляє свої матеріальні ресурси і керує граничною ефективністю $\Delta\text{ЕФЕКТ}_k$ (1,551).

R^2 прагне до 1 і дорівнює 0,968. Це свідчить про те, що підприємство виробляє продукції в однакових темпах приросту на протязі усього періоду, і тільки в деяких випадках збільшую або зменшує цей темп.

Показник A вказує на те, що після кризи, яка сталася у 2019 році підприємства почали стабілізаційне зростання і це привело до збільшення реалізації продукції, для ТОВ «Молочна компанія «Галичина» цей показник дорівнює 1,108.

Згідно з проведеними дослідженнями і аналізом споживчих вимог, впровадження нової продукції – йогурту з селерою – є доцільним та економічно обґрунтованим.

Проведений розрахунок економічної ефективності впровадження нової продукції показав позитивні результати. За допомогою аналізу ключових показників, було встановлено, що впровадження в асортимент йогурту з селерою приведе до збільшення обсягів продажу на 50 т, підвищення чистого прибутку на 1037,4 тис. грн та збільшення рентабельності підприємства. Також було виявлено, що інвестиції в виробництво нового продукту повернуться протягом 1,5 років, що підтверджує його економічну ефективність.

У проєктному періоді підвищиться продуктивність праці на 34,41 %. Додатково у виробництві йогурту з селерою будуть залучені 3 робітники. Витрати на 1 грн виробленої продукції знизяться на 0,03 %. Це відбулося за

рахунок перевищення темпів зростання обсягу виробленої продукції над темпом зростання операційних витрат.

Рівень оборотності активів зростає на 1,237 оборотів, що свідчить про прискорення оборотності активів. Підприємство отримує додатковий прибуток від операційної діяльності у розмірі 959,3 тис. грн, а чистого прибутку – 786,7 тис. грн. Фінансово-економічне становище підприємства в результаті реалізації запропонованого заходу покращилося.

Впровадження нової продукції «Йогурт з селерою» позитивно вплинуло на показники конкурентоспроможності підприємства. Зокрема, спостерігається зростання загального обсягу виробництва, розширення асортименту продукції, розширення ринків збуту. Крім того, впровадження нового продукту сприяє підвищенню ефективності використання виробничого потенціалу підприємства, так як ліквідуються внутрішньозмінні простой за рахунок більшого навантаження лінії. При цьому, фондівдача зростає на 34,69 %.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Клименко С.М., Барабась Д.О., Омеляненко Т.В., Дуброва О.С., Вакуленко А.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібн. К.: Вид-во КНЕУ, 2006. 527 с.
2. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія. Дніпропетровськ: Вид-во ДУЕП, 2006. 276 с.
3. Gordon Y.H. Targeted competition. 2006. 368 p.
4. Стельмах М., Крисько Ж. Основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Економічний аналіз*. 2007. Вип. 1(17). С. 287-292.
5. Маматова Л.Ш., Пожидаєва А.О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств. Reporter of the Priazovskyi State Technical University. 2016. Issue 37. Pp. 121-126.
6. Економічна енциклопедія. URL: <http://www.enbv.narod.ru/text/Econom/encyclo/index.html> (дата звернення 15.03.2024)
7. Скудер Г.С. Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства, проблеми і складові успіху. *Економіка України*. 2000. № 6. С. 24-26.
8. Цогла О.О. Формування конкурентних переваг підприємства шляхом диверсифікації його діяльності. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 4(58). С. 104-105.
9. Пуцентейло П.Р. Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції. *Економіка та конкурентоспроможність підприємств*. 2014. №1(9). С. 80-86.
10. Дикань В.Л., Пономарьова Т.В. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 36. С.100-106.

11. Корецький Б.М., Хопчан М.І. Засади побудови алгоритму методики оцінки конкурентної позиції суб'єкта господарювання у транзитивній економіці. *Інвестиції: практика та досвід*. 2008. № 5. С. 39-44.

12. Войчак А.В., Камишніков Р.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. *Маркетинг в Україні*. 2005. № 2. С. 45-49.

13. Портер Майкл. Конкурентна перевага. К.: Формат, 2019. 624 с.

14. Белов О.В. Кириченко Л.М. Методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. Серія Економіка. Спецвип. 33. Ч. 1. С.18-25.

15. Калюжна Ю.П. Основні фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства. *Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії*. 2014. №1. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/1415> (дата звернення 02.04.2024)

16. Мороз Л.І., Адельшінова О.Р. Шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*: Серія «Проблеми економіки та управління». 2008. №611. С.147-152.

17. Сайт української державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 25.03.2024)

18. Виробництво окремих видів промислової продукції. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 27.03.2024)

19. У 2023 році виробництво молока зменшилося на 3.3%. URL: <https://infagro.com.ua/ua/2024/01/22/u-2023-rotsi-virobnitstvo-moloka-zmenshilosya-na-3-3/> (дата звернення 05.04.2024)

20. Україна скоротила експорт молочних продуктів на 4% в 2023 році. URL: <https://avm-ua.org/uk/post/ukraina-skorotila-eksport-molocnih-produktiv-na-4-v-2023-goci> (дата звернення 06.04.2024)

21. Зміни у молочній галузі за рік війни: результати першої експертної зустрічі. URL: https://export.gov.ua/news/4644zmini_u_molochnii_galuzi_za_rik_viini_rezultati_pershoi_ekspertnoi_zustrichi (дата звернення 07.04.2024)

22. Офіційний сайт ТОВ «Молочна компанія «Галичина». URL: <https://galychyna.com.ua/> (дата звернення 17.04.2024)

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

24. Звіт незалежного аудитора щодо фінансової звітності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2021 рік. 95 с.

25. Звіт незалежних аудиторів та фінансова звітність ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2022 рік. 72 с.

26. Форма №1. Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2021 року. ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

27. Форма №1. Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2022 року. ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

28. Форма №2. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2021 рік. ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

29. Форма №2. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2022 рік. ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

30. Про затвердження Методичних рекомендацій розрахунку внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств. Наказ вид 19 жовтня 2010 року. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/me101018?an=989&ed=2010_10_19 (дата звернення 25.05.2024)

31. Furrie, E., Macfarlane, S., Kennedy, A., Cummings, J. H., Walsh, S. V., O'neil, D. A., & Macfarlane, G. T. (2005). Synbiotic therapy (Bifidobacterium longum/Synergy 1) initiates resolution of inflammation in patients with active ulcerative colitis: a randomised controlled pilot trial. *Gut*. 54(2). 242-249.

32. Hassanen, N. H., Eissa, A. M. F., Hafez, S. A. M., & Mosa, E. A. (2015). Antioxidant and antimicrobial activity of celery (*Apium graveolens*) and coriander

(*Coriandrum sativum*) herb and seed essential oils. *Int. J. Curr. Microbiol. App. Sci.* 4(3). 284-296

33. Tsisaryk, O., Musii, L., Dronyk, G., Drach, M., & Slyvka, I. (2022). Development of kefir technology with celery pure. *Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Food Technologies.* 24(98). 57–64.

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

ННІ прикладної економіки і менеджменту ім. Г.Е. Вейнштейна

Кафедра економіки промисловості

Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма «Економіка підприємства»



ДОДАТКИ
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

на тему «Оцінка та шляхи підвищення конкурентоспроможності
ТОВ «Молочна компанія «Галичина»

Здобувачки _____ Лебеденко І.І.

Керівник _____ проф. Кулаковська Т.А.

Одеса – 2024 рік

ДОДАТОК А

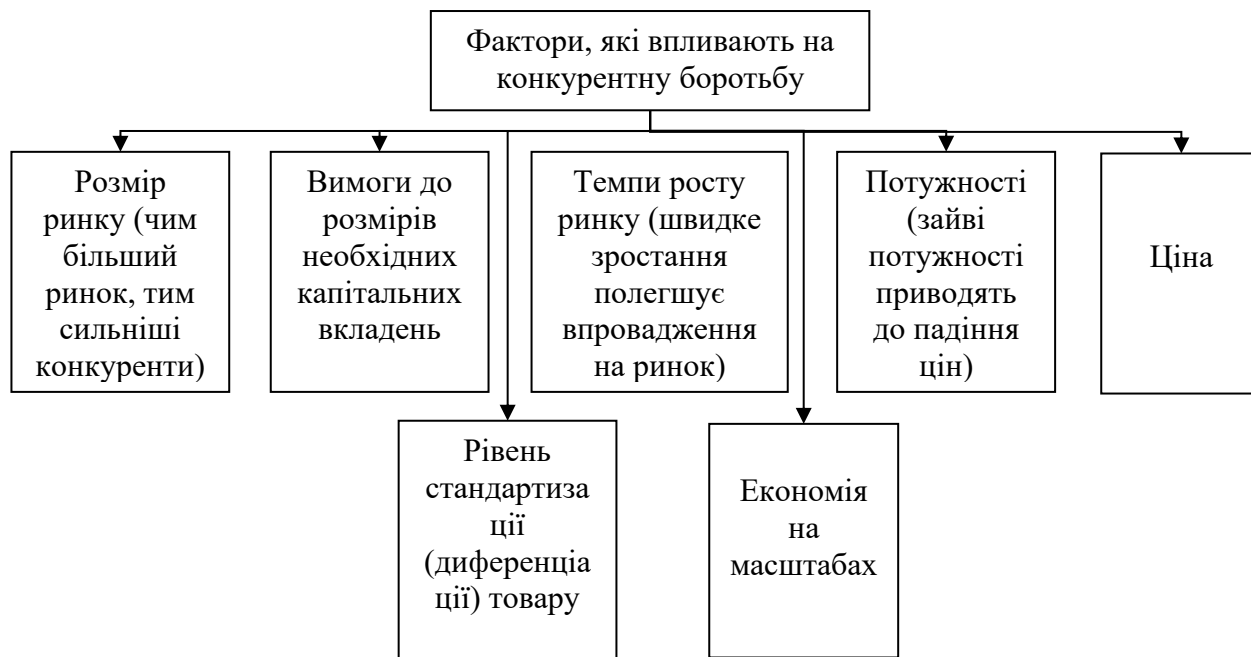


Рис. 1. Фактори, які впливають на конкурентну боротьбу

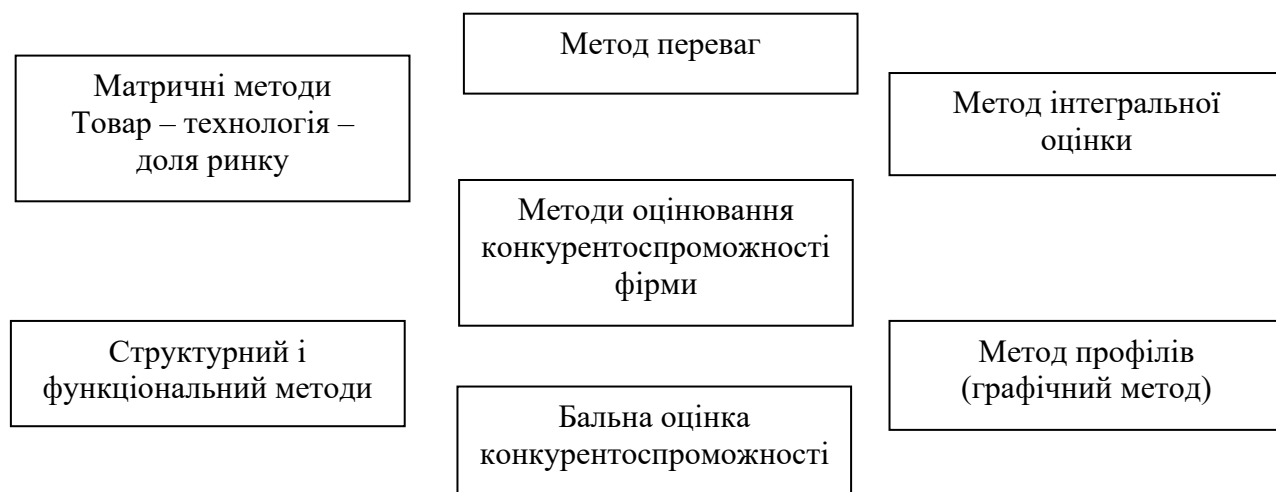


Рис. 2. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства

ДОДАТОК Б

Таблиця 1

Критерії та показники конкурентоспроможності підприємства

Критерії та показники конкурентоспроможності	Роль показника в оцінці	Правило розрахунку показника
1. Ефективність виробничої діяльності підприємства		
1.1. Витрати на виробництво одиниці продукції, грн	Відображає ефективність витрат при випуску продукції.	Валові витрати / Обсяг випуску продукції.
1.2. Фондовіддача, тис. грн	Характеризує ефективність використання основних виробничих засобів	Обсяг випуску продукції / середньорічна вартість основних виробничих засобів.
1.3. Рентабельність товару, %	Характеризує ступінь прибутковості виробництва товару.	Прибуток від реалізації*100/ Повна собівартість продукції.
1.4. Продуктивність праці, тис. грн /чол.	Відображає ефективність організації виробництва та використання робочої сили.	Обсяг випуску продукції / Середньоспискова чисельність працівників.
2. Фінансовий стан підприємства		
2.1. Коефіцієнт автономії	Характеризує незалежність підприємства від позикових джерел.	Власні засоби підприємства/ Загальна сума джерел фінансування.
2.2. Коефіцієнт платоспроможності	Відображає здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання і вимірює вірогідність банкрутства.	Власний капітал / Загальні зобов'язання.
2.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Відображає якісний склад засобів, що є джерелами покриття поточних зобов'язань.	Грошові кошти і цінні папери, що швидко реалізується / Короткострокові зобов'язання.
2.4. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	Характеризує ефективність використання оборотних коштів. Відповідає часу, протягом якого оборотні кошти проходять всі стадії виробництва і звернення.	Виручка від реалізації продукції / Середньорічний залишок оборотних коштів.
3. Ефективність організації збуту та просування товарів		
3.1. Рентабельність продажу, %.	Характеризує ступінь прибутковості роботи підприємства на ринку, правильність встановлення ціни товару.	Прибуток від реалізації x 100 % / Обсяг продажу
3.2. Коефіцієнт затовареності готовою продукцією	Відображає ступінь затовареності готовою продукцією. Зростання показника свідчить про зниження попиту.	Обсяг нереалізованої продукції / Обсяг продажу
3.3. Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей	Характеризує ділову активність підприємства, ефективність роботи служби побуту	Обсяг випуску продукції/ Виробнича потужність.
3.4. Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту	Характеризує економічну ефективність реклами і засобів стимулювання збуту.	Витрати на рекламу і стимулювання збуту / Приріст прибутку від реалізації
4. Конкурентоспроможність товару		
4.1. Якість товарів	Характеризує здатність товару задовольняти потреби споживача	Комплексний метод.
4.2. Ціна товару	Характеризує доступність товару для споживача	Визначається різними методами

ДОДАТОК В

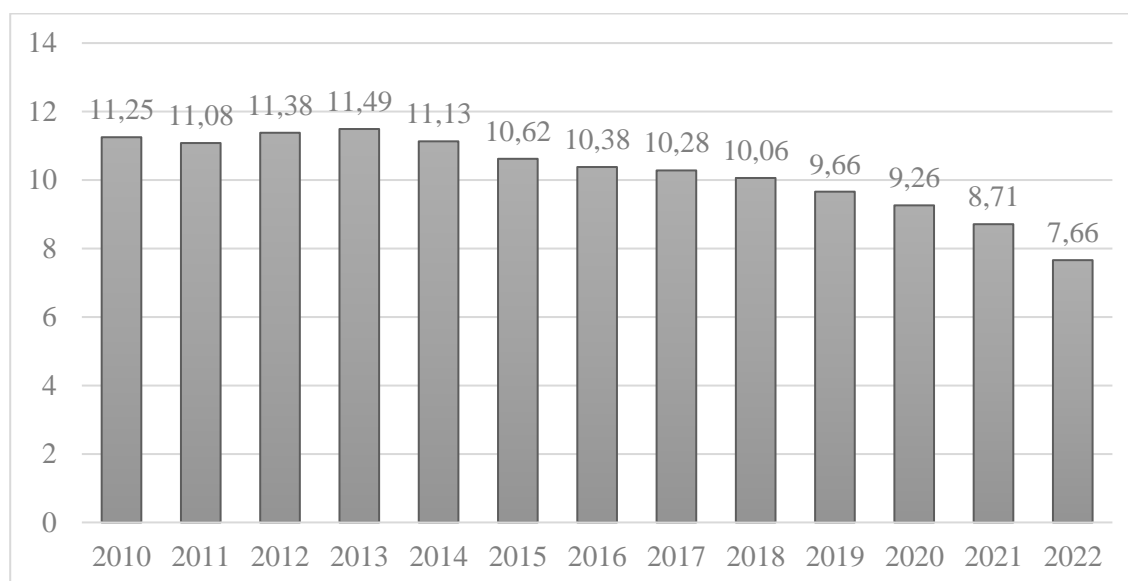


Рис. 3. Динаміка виробництва молока в Україні у 2010-2022 рр., млн тонн

Таблиця 2

Показники стану та розвитку молокопереробної галузі України

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

ДОДАТОК Г

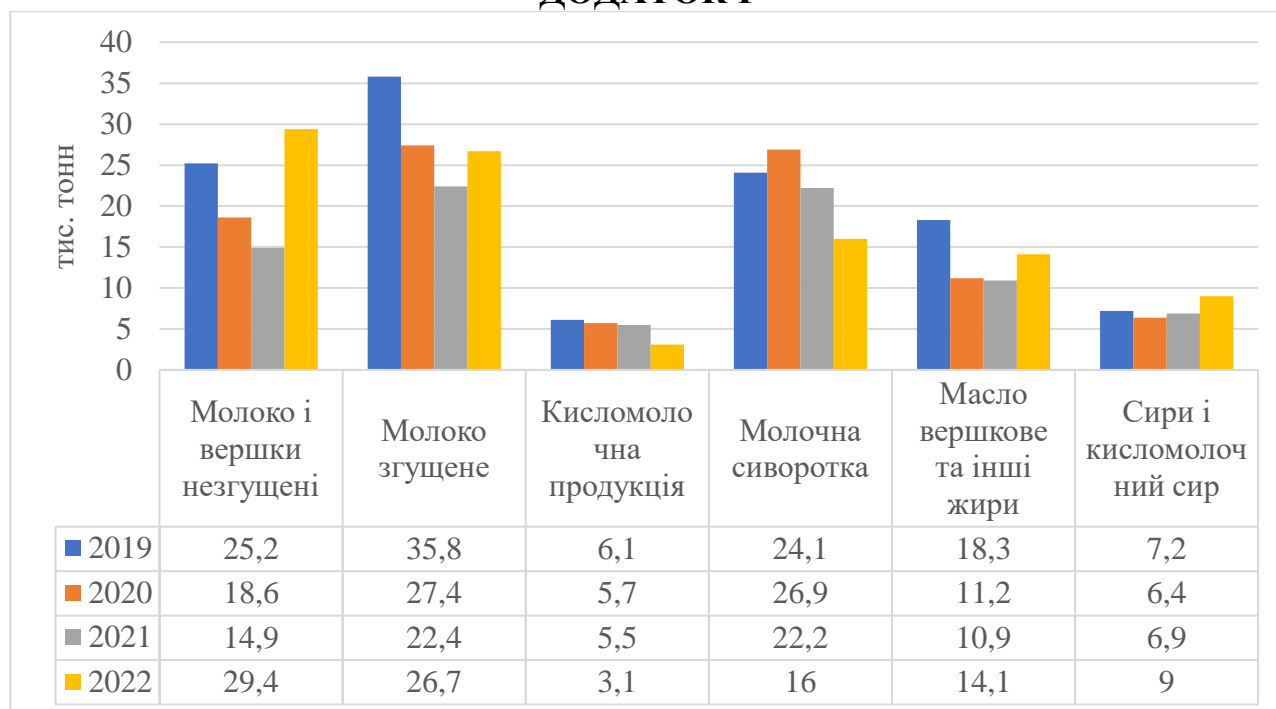


Рис. 4. Експорт молочних продуктів за 2019-2022 рр., тис. тонн

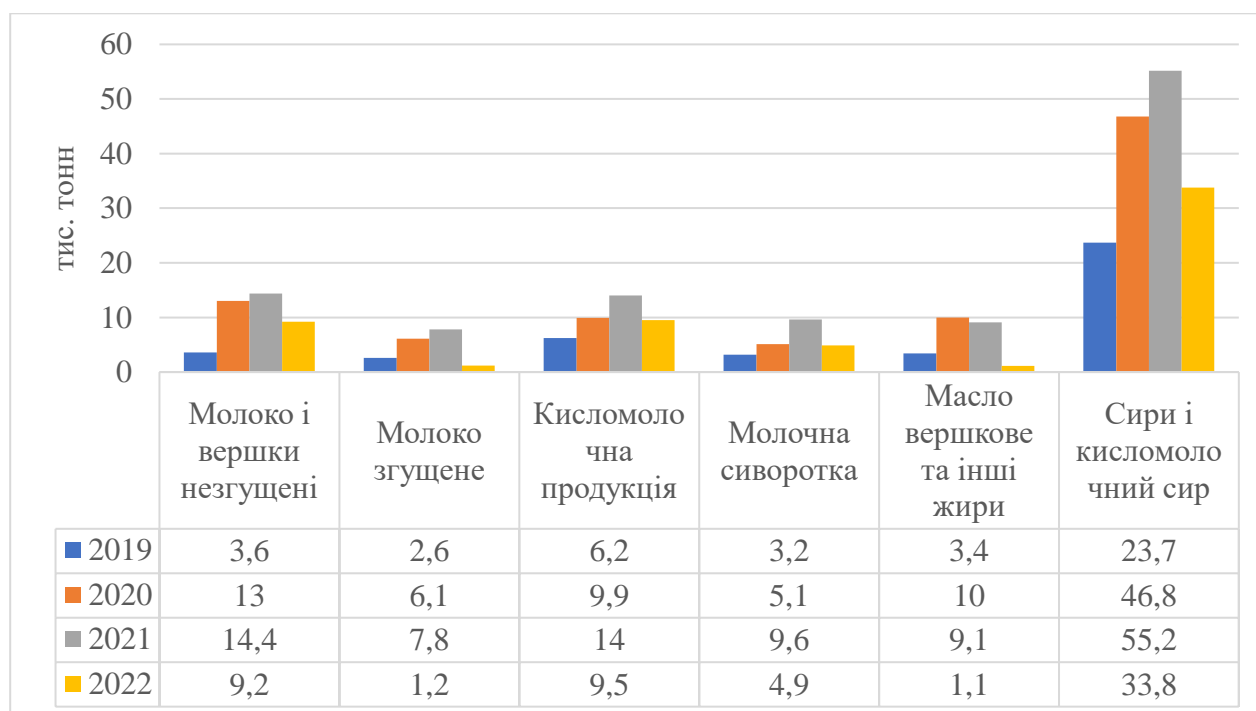


Рис. 5. Імпорт молочних продуктів за 2019-2022 рр., тис. тонн

ДОДАТОК Д

Таблиця 3

Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» за 2021-2022 роки

Показник	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн переробки молока	99000	99000	0	0
2. Фактично вироблено продукції (у перерахунку на молоко), тонн	45833	45659	-174	-0,38
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частка	0,463	0,461	-0,002	-0,38
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ й акцизного податку), тис. грн: – у діючих оптових цінах підприємства	2369050	3175060	806010	34,02
– у порівняних цінах	2369050	2360056,2	-8993,8	-0,38
5. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	2369061	3175091	806030,0	34,02
6. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн	194172,5	204715	10542,5	5,43
7. Фондовіддача, грн/грн	12,201	11,528	-0,7	-5,51
8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн	529698,5	669638	139939,5	26,42
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, оборотів	4,472	4,742	0,27	6,02
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	1461	1479	18,0	1,23
11. Продуктивність праці, тис. грн /особу	1621,5	1595,7	-25,8	-1,59
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн, у тому числі:	2613942	3054665	440723	16,86
– матеріальні витрати	1952866	2378559	425693	21,80
– витрати на оплату праці	114790	129537	14747	12,85
– відрахування на соціальні заходи	25305	28543	3238	12,80
– амортизація	61214	69501	8287	13,54
– інші операційні витрати	459767	448525	-11242	-2,45
13. Витрати на 1 гривню виробленої продукції, грн	1,103	0,962	-0,141	-12,81
14. Матеріалоемність, грн	0,824	0,749	-0,075	-9,12
15. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	2676090	3160620	484530	18,11
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	33999	66328	32329	95,09
17. Чистий прибуток, тис. грн	10034	30954	20920	208,49
18. Рентабельність продажів, %	0,42	0,97	0,55	x
19. Рентабельність продукції, %	1,27	2,10	0,83	x

ДОДАТОК Ж

Таблиця 4

Розрахунок індексів конкурентоспроможності для підприємств

Найменування підприємства	ФАКТ	РОЗВИТОК				СТАБ			ІКС
		ТЕМП	Δ ЕФЕКТ,К	МАСШТАБ	СЕРЕДНЄ	C, R ²	A	СЕРЕДНЄ	
АТ «Данон-Дніпро»	0,98	-0,496	-0,657	-0,114	-0,422	0,592	0,964	0,778	0,445
Група компаній «Молочний альянс»	2,25	1,128	0,591	-0,006	0,571	1,087	0,912	0,999	1,273
ДП «Лакталіс- Україна»	0,44	1,224	4,048	0,029	1,767	0,001	1,012	0,507	0,905
Компанія «Люстдорф»	1,24	1,532	0,118	-0,48	0,390	1,561	0,971	1,266	0,965
Компанія «Вім-Біль-Дам Україна»	0,04	-3,661	0,349	0,054	-1,086	0,973	1,033	1,003	-0,014
ТОВ «Молочна компанія «Галичина»	1,04	6,273	1,551	6,516	4,780	1,786	1,108	1,447	2,422

ДОДАТОК 3

Таблиця 5

**Калькуляція витрат на виробництво та реалізацію йогурту з селерою
та розрахунок повної собівартості за проектом**

Найменування калькуляційних витрат	Витрати на 1 тонну, грн	Витрати на весь обсяг продукції (50 т), тис. грн
Вартість сировини й основних матеріалів з урахуванням транспортних витрат	127436,8	6371,8
Тара, упакування й допоміжні матеріали	15400	770
Паливо й електроенергія на технологічні цілі	3887,15	194,4
Матеріальні витрати всього	146723,9	7336,2
Основна й додаткова заробітна плата виробничих робітників	2506,8	125,3
Відрахування на соціальні заходи	551,49	27,6
Підготовка та освоєння виробництва	41,78	2,1
Утримання та експлуатація обладнання	417,79	20,9
Загальновиробничі витрати	1044,48	52,2
Виробнича собівартість	151286,20	7564,3
Адміністративні витрати	2269,29	113,5
Витрати на збут	7564,31	378,2
Інші операційні витрати	7564,31	378,2
Повна собівартість	168684,11	8434,2
Відсотки за кредитом	0	0
Повна собівартість з відсотками за кредитом	168684,11	8434,2
Прибуток (рентабельність 15 %)	25302,62	1265,1
Оптова ціна	193986,73	9699,3
Оптова ціна 1 стаканчика (250 г) йогурту, грн	48,50	

ДОДАТОК К

Таблиця 6

**Розрахунок показників економічної ефективності проекту з
виробництва нового продукту**

Показники	Період реалізації проекту, років			усього
	0	1	2	
ІС, сума інвестованих у проект коштів, тис. грн	1547,72			1547,72
ЧІ, чиста (приведена) вартість інвестованих у проект коштів, тис. грн	1547,72			1547,72
Грошовий потік від проекту, тис. грн	1037,4	1037,4	1037,4	3112,2
Середньозважена вартість капіталу (СВК), %	28			
Коефіцієнт дисконтування	1,0	0,781	0,610	
Дисконтований грошовий потік у році, тис. грн	1037,4	810,5	633,2	2481,1
Дисконтований грошовий потік наростаючим підсумком, тис. грн	1037,4	1847,9	2481,1	
Приріст дисконтованого чистого прибутку від проекту, тис. грн	1037,4	810,5	633,2	2481,1
Чистий дохід (ЧД), тис. грн				1564,5
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн				933,3
Внутрішня норма доходності (IRR), %				30,90%
Індекс доходності (ІД)				1,6
Період окупності (ПО), роки				1,49
Період окупності з врахуванням дисконтування (ПОдис.), років				1,49
Рентабельність інвестицій (Ri) за весь період реалізації проекту, %				53,4

Таблиця 7

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

Найменування заходів	Інвестиції, тис. грн			Зміни показників діяльності підприємства (±)								Чистий прибуток, тис. грн	Строк окупності інвестицій, років	
	Усього	У т. ч.		Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	Собівартість, тис. грн					Чисельність, осіб	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн			
		основні засоби	оборотні кошти		Усього	у тому числі:								
						Матеріальні витрати	Витрати на оплату праці	Відрахування на соціальні заходи	Амортизація основних засобів					Інші витрати
Виробництво нового продукту «Йогурт з агрусом»	1547,7	0	1547,7	9699,3	8434,2	7336,2	125,3	27,6	0	945,1	3	1265,1	1037,4	1,49

ДОДАТОК Л

Таблиця 8

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

Показники	2022 рік	Проект	Відхилення (±)	
			абс.	відн.
1. Середньорічна виробнича потужність, т	99000	99000	0	0
2. Фактично вироблено продукції, т	45659	45709	50	0,11
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,461	0,462	0,001	0,15
4. Обсяг виробленої промислової продукції(без ПДВ й акцизного збору):	3175060	3184759,34	9699,3	0,31
– у діючих оптових цінах підприємства, тис.				
– у порівнянних цінах	3175060	3178536,9	3476,9	0,11
5. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	3175091	3184790,34	9699,3	0,305
6. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності, тис. грн.	204715	204715	0	0,000
7. Фондовіддача, грн/грн	11,528	15,527	4,00	34,69
8. Середній залишок оборотних коштів, тис.	669638	671185,7	1547,7	0,23
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, оборотів	4,742	4,745	0,003	0,06
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	1479	1482	3	0,20
11. Продуктивність праці, тис. грн /особу	1595,7	2144,8	549,062	34,41
12. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн., у тому числі:	3054665	3063099,2	8434,2	0,28
– матеріальні витрати	2378559	2385895,2	7336,2	0,308
– витрати на оплату праці	129537	129662,3	125,3	0,097
– відрахування на соціальні заходи	28543	28570,6	27,6	0,097
– амортизація	69501	69501	0	0
– інші операційні витрати	448525	449470,1	945,1	0,21
13. Витрати на 1 гривню виробленої / реалізованої продукції, грн	0,962	0,962	-0,0003	-0,03
14. Матеріалоемність, грн	0,749	0,749	0	0
15. Повна собівартість реалізованої продукції (собівартість реалізованої продукції,	3160620	3169054,2	8434,2	0,27
16. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	66328	67593,1	1265,1	1,91
17. Чистий прибуток, тис. грн.	30954	31991,4	1037,4	3,35
18. Рентабельність продажів, %	0,975	1,005	0,030	x
19. Рентабельність продукції, %	2,099	2,133	0,034	x