

регламентує їх використання при використанні різних управлінських моделей, однак комплексне використання яких є можливим лише при залученні до кожного окремого саме фінансового забезпечення [4]. Важливість створення адекватної системи фінансового забезпечення полягає не лише в опосередкованому впливі на окремі управлінські, виробничі чи маркетингові компоненти, а на можливість їх залучення, тобто подолання фінансового дисбалансу, при формуванні конкурентних переваг, в цілому. При формуванні архітектури створення конкурентних переваг, фінансова складова відповідатиме, в першу чергу, за окупність залученого інструментарію. Тому проведення аналітичних досліджень в існуючих складних умовах має відбуватись саме з урахуванням не лише отримання економічних результатів від комерційної діяльності, а й рівня фінансової спроможності залучення новітнього інструментарію формування конкурентних переваг.

Література.

1. Стеценко Б.С. Функціональні дисбаланси та асиметрії сучасного фінансового посередництва. *Регіональна економіка та управління*. 2019. № 4(26). С. 115-119.
2. Давидова І.І. Фінансове забезпечення розвитку економіки. *Агросвіт*. 2019. № 6. С. 81-88.
3. Гнатенко І. Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. *Економічний дискурс*. 2021. № 1-2. С. 111-121.
4. Полторац А.С. Архітектоніка наслідків глобалізаційних процесів у фінансовій сфері. *Modern Economics*, 2018. № 10. С. 89-96.
5. Zhytar M.O., Sosnovska O.A. Вплив фінансової глобалізації на формування фінансової архітектури. *Економіка і організація управління*. 2019. Вип. 3(35). С. 39-50.

СВІТОВИЙ РИНОК МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ, СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

**ОНЕГІНА В.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
АНТОЩЕНКОВА В.В., Д.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Глобальна пандемія Covid-19, а саме 2020 рік став безпрецедентним роком, коли молочні компанії зіптовхнулися з такими проблемами, як збої в каналах збуту у роздрібній торгівлі, нестійкі ціни на сировину, зміна споживчої поведінки. Тим часом,

спостерігалось зростання темпів світової торгівлі молочними продуктами, незважаючи на масштабні логістичні проблеми. В цілому пандемія вплинула на ситуацію в молочній галузі значно менше, ніж побоювання та оцінки експертів, що свідчить в першу чергу про «стійкість» молочного сектору.

Сукупний оборот ТОП-20 світових молочних компаній за 2020 рік знизився лише на 0,1% у доларовому еквіваленті після зростання на 1,8% у попередньому 2019 році. Тим часом у євро він знизився на 1,9%. У 2021 році французька група Lactalis завдяки угодам злиття та поглинання змістила давнього галузевого лідера швейцарський концерн Nestlé з першого місця у світовому топі. Політика Lactalis, спрямована на інтенсивне зростання, а також стратегія злиття та поглинання вивели компанію з дев'ятого місця з оборотом у \$ 4,8 млрд у 2000 році на лідируючу позицію з оборотом у \$ 23 млрд. З 2010 року Lactalis уклала близько 60 угод, впевнено підвищуючи свою глобальну присутність на Близькому Сході, в Африці, а також у Північній та Південній Америці. Очікуване придбання Lactalis бізнесу з виробництва сирів Kraft Heinz та компаній групи Bel (Royal Bel Leerdammer, Bel Italia, Bel Deutschland та Bel Shostka Ukrain), сукупний річний оборот яких становить близько \$ 2,5 млрд, має зміцнити лідерство компанії у рейтингу наступного року. Падіння Nestlé було передбачено ще в 2019 році, коли вона продала свій бізнес з виробництва морозива в США компанії Froneri, скоротивши розрив з Lactalis до \$ 1,1 млрд. Найбільший молочний кооператив США Dairy Farmers of America (DFA) зберіг третє місце в рейтингу [1;2;3].

Кооператив витіснив Danone із третього місця у 2019 році після придбання Dean Foods. Азіатський молочний гігант Yili минулого року перемістився на п'яте місце рейтингу, збільшивши продаж на 20% після придбання новозеландської Westland Co-operative Dairy Company. Незважаючи на скорочення розриву між собою та групою лідерів із приростом обороту у 2020 році на 6,5 % (у доларовому еквіваленті), Yili, як і раніше, відстає від провідної групи на \$ 3,5 млрд. Fonterra йде слідом за Yili зі зростанням обороту на 5,3 % у новозеландських доларах. Далі у рейтингу йдуть європейські молочні кооперативи. Різниця в обороті Friesland Campina та Arla Foods становить менше 500 млн євро. Оборот Arla Foods в євро виріс на 1,1 %, тоді як Friesland Campina втратила 1,4⁰% в євро через коливання валютного курсу, геополітичну напруженість і витрати, пов'язані з великою внутрішньою реструктуризацією. Тим не менш, Friesland Campina зберегла сьому

позицію, а Arla Foods піднялася на восьме місце. Mengniu і Saputo замикають десятку найбільших світових молочних компаній 2021 року із невеликим розривом між собою [1; 4].

Таблиця 1

Рейтинг найбільших світових молочних компаній за обсягом грошового обігу (Global Dairy Top-20)

Назва компанії (підприємства)	Штаб-квартира компанії	Рейтинг		Молочний оборот	
		2020	2021	USD, млрд	EUR, млрд
Groupe Lactalis	Франція	2	1	23,0	20,2
Nestlé	Швейцарія	1	2	20,8	18,2
Dairy Farmers of America	США	3	3	19,0	16,6
Danone	Франція	4	4	17,3	15,2
Yili	Китай	5	5	13,8	12,1
Fonterra	Нова Зеландія	6	6	13,6	11,9
FrieslandCampina	Нідерланди	7	7	12,7	11,1
Arla Foods	Данія / Швеція	9	8	12,1	10,6
Mengniu	Китай	8	9	11,0	9,7
Saputo	Канада	10	10	10,7	9,3
Unilever	Нідерланди/ Великобританія	12	11	6,6	5,8
DMK	Німеччина / Нідерланди	11	12	6,4	5,6
Meiji	Японія	13	13	6,0	5,2
Savencia	Франція	15	14	5,9	5,2
Kraft Heinz	США	18	15	5,6	4,9
Agropur	Канада	17	16	5,6	4,9
Sodiaal	Франція	14	17	5,5	4,8
Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation	Індія	16	18	5,3	4,6
Schreiber Foods	США	19	19	5,1	4,5
Müller	Німеччина	20	20	5,1	4,5

Наступне десятиліття створить великі можливості для світового молочного сектору. Збільшення попиту прискорить глобалізація галузі, що сформує співпрацю та консолідацію з метою забезпечення сталого постачання молока та стабільного прибутку для виробників молочної продукції ще більш важливою, ніж будь-коли. Глобалізація зі значним

впливом на внутрішню та міжнародну торгівлю у молочній промисловості прискоряться найближчими роками, оскільки все більше споживачів прагне включити молочну продукцію до свого щоденного раціону з метою зміцнити здоров'я споживанням якісних та корисних молочних продуктів. Враховуючи загальносвітові тенденції зростання обсягів продажу молочної продукції, вітчизняна молокопереробна галузь має скористатися перспективами для відновлення потенціалу молокопродуктової галузь України (в тому числі і молочного скотарства).

Література.

1. European Commission (Eurostat) Agriculture, forestry and fishery statistics (2021).

URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/12069644/KS-FK-20-001-EN-N.pdf/a7439b01-671b-80ce-85e4-4d803c44340a>

2. Онегіна В.М., Антощенко В.В. Новітні чинники конкурентоспроможності продукції на світовому ринку молока. Економічні читання: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 85-річному ювілею професора В.Й. Шияна, 19 лютого 2021 р. / Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків: ХНАУ, 2021. С. 120-123.

3. Антощенко В.В., Богданович О.А. Інноваційний маркетинг, як особливий вид інноваційної діяльності. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства*. Харків: ХНТУСГ, 2017. Вип. 185. С. 50-55.

4. Онегіна В.М., Антощенко В.В. Стратегічні основи світового ринку молока. Матеріали Всеукр.наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених «Ринкові технології та бізнес-аналітика», 5-6 квітня 2021 р. / Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. Харків: ХНТУСГ, 2021. С. 32-35.

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ WORKFLOW В УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ

***ПОЛІНКЕВИЧ О.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В сучасних умовах важливого значення набувають технології управління бізнесом та бізнес-процесами. Завдяки ним бізнес може швидше адаптуватися до змінного середовища, особливо до військових дій на території України. Однією з таких технологій є workflow.