

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ПРАВА
Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування

ДОПУЩЕНО до захисту
Декан факультету менеджменту,
адміністрування та права
_____ О.В. Москаленко
«___» _____ 2024 рік

ДОПУЩЕНО до захисту
Завідувачка кафедри менеджменту,
бізнесу і адміністрування
_____ Ю.М. Сагачко
«___» _____ 2024 рік

Кваліфікаційна (бакалаврська) робота

на здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр»
за спеціальністю 073 «Менеджмент» ОПП «Менеджмент»

на тему:

**«ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ
ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ ІЗ ВВЕДЕННЯ В ДІЮ
МІНІ-ПЕКАРНІ У ФЕРМЕРСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ»**

**«Justification of the feasibility of the implementation of the investment project
on the implementation of the mini-bakery in the farm»**

Виконав (ла):

здобувач (ка) першого (бакалаврського) рівня ВО


(підпис)

Крушина М.О.
(прізвище та ініціали здобувача ВО)

Науковий керівник:

к.е.н., доцент
(наук. ступінь, вчене звання)


(підпис)

Грідін О.В.
(прізвище та ініціали)

Нормоконтроль:

к.е.н., доцент
(наук. ступінь, вчене звання)

(підпис)

Ткаченко О.П.
(прізвище та ініціали)

Харків – 2024 р.

Державний біотехнологічний університет
Факультет менеджменту, адміністрування та права
Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри менеджменту,
бізнесу і адміністрування
доцент _____ Ю.М. Сагачко
«15» березня 2024 року

ЗАВДАННЯ
НА ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ (БАКАЛАВРСЬКОЇ) РОБОТИ
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 073 «Менеджмент» ОПП «Менеджмент»

Крушині Максиму Олександровичу
(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи: «Обґрунтування доцільності впровадження інвестиційного проєкту із введення в дію міні-пекарні у фермерському господарстві»

Керівник роботи **к.е.н., доцент Грідін Олександр Володимирович**
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по-батькові)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «01» березня 2024 року № 02-02/244.

2. Строк подання здобувачем ВО роботи «01» червня 2024 року.

3. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (назви розділів):

1. Науково-теоретичні засади розвитку хлібопекарської галузі України.
2. Економічне обґрунтування доцільності відкриття міні-пекарні на базі фермерського господарства.

4. Дата видачі завдання «15» березня 2024 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1. Теоретико-методичний розділ	15.03.2024 – 22.04.2024	виконано
2. Аналітико-рекомендаційний розділ	23.04.2024 – 20.05.2024	виконано
3. Висновки та пропозиції, вступ	21.05.2024 – 30.05.2024	виконано

Завдання підготував(ла)
науковий керівник


(підпис)

Грідін О.В.
(прізвище та ініціали)

Завдання одержав(ла)
здобувач(ка)


(підпис)

Крушина М.О.
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

**кваліфікаційної (бакалаврська) роботи
Крушини Максима Олександровича
на тему: «Обґрунтування доцільності впровадження інвестиційного проєкту
із введення в дію міні-пекарні у фермерському господарстві»**

Науковий керівник (к.е.н., доцент Грідін О.В.)

Кваліфікаційна (бакалаврська) робота: 93 с., 6 табл., 14 рис., 84 джерел інформації, 11 додатків.

Основною метою кваліфікаційної (бакалаврської) роботи є узагальнення науково-теоретичних засад розвитку хлібопекарської галузі України та здійснення економічного обґрунтування доцільності відкриття міні-пекарні на базі фермерського господарства.

Об'єктом дослідження виступають процеси, що пов'язані із оцінкою та обґрунтуванням доцільності впровадження інвестиційного проєкту із введення в дію міні-пекарні у фермерському господарстві.

Предметом дослідження є науково-теоретичні засади розвитку хлібопекарської галузі та практичні аспекти економічного обґрунтування доцільності відкриття міні-пекарні на базі фермерського господарства.

Наукова новизна результатів роботи полягає у: поглибленні вивчення науково-теоретичних засад розвитку хлібопекарської галузі України; виявленні перспективних напрямів та вирішальних передумов інноваційно-інвестиційного розвитку хлібопекарської галузі України; розробленні комплексу заходів, спрямованих на ефективне здійснення капіталовкладень, пов'язаних із впровадженням проєкту відкриття міні-пекарні.

У кваліфікаційній (бакалаврській) роботі:

У першому розділі досліджено науково-теоретичні засади розвитку хлібопекарської галузі України.

У другому розділі здійснено економічне обґрунтування доцільності відкриття міні-пекарні на базі фермерського господарства.

Висновки та пропозиції: практичне значення наукового дослідження визначається можливістю використання отриманих результатів та наданих рекомендацій у майбутній діяльності господарства з метою впровадження інвестиційного проєкту із введення в дію міні-пекарні.

Ключові слова: хлібопекарська галузь, інноваційно-інвестиційний розвиток, капітальні інвестиції, інвестиційний проєкт, організація виробництва, витрати виробництва, економічна ефективність.

Дата публікації: червень, 2024 рік.

Видавництво: Харків: ДБТУ.

Бібліографічний опис: Крушина М.О. Обґрунтування доцільності впровадження інвестиційного проєкту із введення в дію міні-пекарні у фермерському господарстві: кваліфікаційна (бакалаврська) робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»: 073 «Менеджмент»; науковий керівник О.В. Грідін; Харків, 2024. 93 с.

ABSTRACT

qualifying (bachelor's) work
Krushyna Maksym

on the topic: "Justification of the feasibility of the implementation of the investment project on the implementation of the mini-bakery in the farm"

Scientific supervisor (Science of Economics, associate professor Hridin O.V.)

Qualification (bachelor's) work: 93 pages, 6 tables, 14 figures, 84 sources of information, 11 applications.

The main goal of the qualification (bachelor's) work is to generalize the scientific and theoretical foundations of the development of the bakery industry of Ukraine and to carry out an economic justification of the feasibility of opening a mini-bakery on the basis of a farm.

The object of the study is the processes related to the assessment and justification of the feasibility of implementing an investment project to put a mini-bakery into operation in a farm.

The subject of the study is the scientific and theoretical foundations of the development of the bakery industry and practical aspects of the economic justification of the feasibility of opening a mini-bakery on the basis of a farm.

The scientific novelty of the results of the work consists in: deepening the study of the scientific and theoretical foundations of the development of the bakery industry of Ukraine; identification of promising directions and decisive prerequisites for innovation and investment development of the Ukrainian bakery industry; development of a set of measures aimed at effective implementation of capital investments related to the implementation of the project of opening a mini-bakery.

In the qualification (bachelor's) work:

The first chapter examines the scientific and theoretical foundations of the development of the Ukrainian bakery industry.

In the second chapter, the economic justification of the feasibility of opening a mini-bakery on the basis of a farm is carried out.

Conclusions and proposals: the practical value of the scientific research is determined by the possibility of using the obtained results and the provided recommendations in the future activities of the farm with the aim of implementing an investment project to put the mini-bakery into operation.

Key words: bakery industry, innovative investment development, capital investment, investment project, production organization, production costs, economic efficiency.

Publication date: June, 2024.

Publisher: Kharkiv: SBTU.

Bibliographic description: Krushyna M. Justification of the feasibility of the implementation of the investment project on the implementation of the mini-bakery in the farm: qualifying (bachelor's) work for obtaining the bachelor's degree: 073 "Management"; scientific supervisor O.V. Hridin; Kharkiv, 2024. 93 p.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ	
ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	10
1.1. Поточний стан та стратегічні перспективи розвитку хлібопекарської галузі України	10
1.2. Характерні особливості та динаміка ринку хлібобулочних виробів в Україні	24
1.3. Інноваційно-інвестиційний вектор розвитку хлібопекарської галузі України.....	39
РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ	
ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ МІНІ-ПЕКАРНІ	
НА БАЗІ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА.....	45
2.1. Організаційно-економічна характеристика та аналіз економічної ефективності виробництва продукції у фермерському господарстві	45
2.2. Обґрунтування капіталовкладень у реалізацію проєкту та розрахунок економічної ефективності виробництва й реалізації хліба та хлібобулочних виробів.....	59
2.3. Комплексна оцінка ефективності залучених у реалізацію проєкту капітальних інвестицій.....	73
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	85
ДОДАТКИ.....	94

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної (бакалаврської) роботи. У сучасному світі постійно посилюється попит на високоякісні натуральні харчові продукти. Цей тренд особливо помітний у виробництві хліба та випічки і як відповідь на цей споживацький запит відбувається постійне збільшення кількості міні-пекарень, які виробляють унікальні хлібобулочні та інші вироби в обмеженій кількості, протиставляючи себе великим хлібокомбінатам. Актуальність окресленого питання полягає у кількох ключових аспектах. По-перше, здоров'я та якість харчових продуктів стали пріоритетом для багатьох споживачів. Великі хлібокомбіinati часто використовують штучні добавки, консерванти та швидкі ферменти, щоб прискорити процес виробництва та збільшити термін придатності продукту. У той час як міні-пекарні, зазвичай, використовують природні інгредієнти та традиційні методи випічки, забезпечуючи високу якість та натуральність своїх продуктів. По-друге, міні-пекарні сприяють розвитку місцевої економіки та створенню робочих місць у цих громадах. Працюючи із місцевими постачальниками сировини, вони також сприяють розвитку місцевих підприємств. По-третє, міні-пекарні забезпечують диверсифікацію ринку. Завдяки їхній унікальності та індивідуальному підходу до виробництва, вони можуть пропонувати різноманітні смаки та типи хліба, що задовольняють потреби різних груп споживачів, включаючи людей з особливими дієтами або вподобаннями. Нарешті, міні-пекарні сприяють збереженню традиційного ремесла випічки та кулінарних технік, створюючи можливість для передачі знань та досвіду випічки від покоління до покоління, підтримуючи культурну спадщину та розвиток кулінарних традицій. Отже, збільшення кількості міні-пекарень має велике значення, оскільки вони відповідають на запит споживачів на якісну та натуральну випічку, сприяють розвитку місцевої економіки, розширюють вибір для споживачів і зберігають традиції випічки. Вони є важливим елементом розвитку харчової промисловості та забезпечення якості та різноманітності на ринку випічки. Отже, усе вище викладене підтверджує актуальність та наукову цінність даного наукового дослідження.

Об’єктом наукового дослідження є процеси, що пов’язані із оцінкою та обґрунтуванням доцільності впровадження інвестиційного проєкту із введення в дію міні-пекарні у фермерському господарстві.

Предметом дослідження є науково-теоретичні засади розвитку хлібопекарської галузі та практичні аспекти економічного обґрунтування доцільності відкриття міні-пекарні на базі фермерського господарства.

Метою кваліфікаційної (бакалаврської) роботи є узагальнення науково-теоретичних засад розвитку хлібопекарської галузі України та здійснення економічного обґрунтування доцільності відкриття міні-пекарні на базі фермерського господарства.

Відповідно до окресленої мети сформульовані такі **завдання**:

- оцінити поточний стан та визначити стратегічні перспективи розвитку хлібопекарської галузі України;
- виявити характерні особливості та встановити динаміку ринку хлібобулочних виробів в Україні;
- визначити інноваційно-інвестиційний вектор розвитку хлібопекарської галузі України;
- зробити організаційно-економічну характеристику та здійснити комплексний аналіз економічної ефективності виробництва продукції у фермерському господарстві;
- обґрунтувати доцільність здійснення капіталовкладень у реалізацію проєкту та провести розрахунок економічної ефективності виробництва й реалізації хліба та хлібобулочних виробів;
- здійснити комплексну оцінку ефективності залучених у реалізацію проєкту капітальних інвестицій.

Методи дослідження. Автором кваліфікаційної роботи, у процесі наукового дослідження, застосовувалися такі методи: структурно-логічного аналізу під час формування структури кваліфікаційної роботи; аналізу та синтезу, індукції та дедукції, в ході вивчення підходів, визначення аспектів та передумов, а також встановлення загальних тенденцій та перспектив розвитку

хлібопекарської галузі України; метод групувань; різноманітні прийоми методів статистики, а саме: порівняння – для зіставлення фактичних даних звітного та минулих років, фактичних та планових показників тощо; табличний метод; графічний метод; метод абсолютних і відносних різниць; монографічний; балансовий; методи оцінки ефективності капітальних інвестицій, зокрема: чистого приведеного ефекту; індексу рентабельності; внутрішньої ставки рентабельності інвестицій; простої норми прибутку; бездисконтний та дисконтний методи терміну окупності; метод узагальнення, абстрактно-логічний та причинно-наслідкового зв'язку при визначенні вихідних принципів та формулюванні висновків, узагальненні та критичному аналізі досліджень інших авторів тощо.

Інформаційна база дослідження. В ході написання кваліфікаційної (бакалаврської) роботи використовувались наступні інформаційні джерела: законодавчі та нормативно-правові акти України, статистичні дані, планові та прогнозні показники, періодичні видання, журнали, збірники, дисертації, монографії, наукові розробки, навчальні посібники, підручники, інформація з мережі Інтернет.

Елементи наукової новизни:

- поглиблено вивчення науково-теоретичних засад розвитку хлібопекарської галузі України;
- окреслено перспективні напрями та вирішальні передумови інноваційно-інвестиційного розвитку хлібопекарської галузі України;
- розроблено комплекс заходів, спрямованих на ефективне здійснення капіталовкладень, пов'язаних із впровадженням проєкту відкриття міні-пекарні.

Практичне значення наукового дослідження. Кваліфікаційна робота виконана на основі фактичних даних фінансової звітності фермерського господарства, а отримані результати та надані практичні рекомендації керівництво суб'єкта господарювання має намір використати у своїй майбутній виробничо-господарській діяльності.

Апробація результатів кваліфікаційної (бакалаврської) роботи. Основні теоретичні положення та результати дослідження були представлені та обговорені на науково-практичних конференціях, зокрема на: VIII Міжнародній науково-практичній конференції: «Управління розвитком соціально-економічних систем» (м. Харків, 21-22 березня 2024 року) та VI Всеукраїнській науково-практичній конференції присвяченій пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи Фесенка Дмитра Мусійовича: «Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством» (м. Полтава, 28-29 березня 2024 року).

Автором за темою кваліфікаційної роботи зроблені такі наукові публікації:

1. Крушина М.О. Значення хлібопекарської галузі у забезпеченні продовольчої безпеки України. *Управління розвитком соціально-економічних систем*: матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 21-22 березня 2024 року): тези доповіді. Харків: ДБТУ, 2024. Ч. 1. С. 236-240.

2. Крушина М.О. Основні чинники та напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі України. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*: Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції присвяченої пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи Фесенка Дмитра Мусійовича (м. Полтава, 28-29 березня 2024 року): тези доповіді. Полтава: ПДАУ. С. 858-860.

Обсяг та структура кваліфікаційної (бакалаврської) роботи. Робота виконана в обсязі 93 сторінки основного тексту. Вона складається зі: вступу; основної частини, яка включає два розділи та містить 6 таблиць, 14 рисунків; висновків та пропозицій; списку використаних джерел, який налічує 84 найменувань; 11 додатків.

РОЗДІЛ 1

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

1.1. Поточний стан та стратегічні перспективи розвитку хлібопекарської галузі України

Хлібопекарська галузь України безумовно відіграє стратегічну роль у житті суспільства, задовольняючи потреби населення в основному продукті харчування. Проблеми ефективного її розвитку були в усі історичні періоди актуальними для нашої країни і залишаються такими наразі [57, с. 80]. У той же час, у сучасних ринкових умовах з'являється необхідність формування нових підходів до підвищення ефективності діяльності хлібопекарських підприємств як з позиції покращення результатів їх фінансової, виробничо-господарської, інноваційної та іншої діяльності, так і раціоналізації, використання виробничих ресурсів, посилення конкурентних позицій, розширення асортименту продукції, провадження виваженої кадрової політики тощо [36, с. 43-44].

Крім того, скрутне економічне становище значної кількості хлібопекарських підприємств спонукає до удосконалення системи управління, розробки стратегічних напрямів діяльності підприємств, які мають бути сконцентровані на комплексному розвитку галузі, а також поєднувати державне регулювання із саморегулюванням. Це гарантуватиме продовольчу безпеку держави і зумовить передумови до технічного переозброєння, розширення асортименту продукції, враховуючи потреби різних груп населення, зниження матеріало- та енергоємності продукції, впровадження інновацій [32, с. 21-23].

Попри стратегічну соціальну важливість свого існування, хлібопекарська галузь зіштовхується з низкою проблем, що перешкоджають її ефективному розвитку, зокрема з недосконалими стратегіями й тактикою конкурентної боротьби, вадами механізму управління конкурентоспроможністю підприємств, що сповільнює темпи їхнього економічного зростання [57, с. 81].

На сьогодні, незважаючи на складну ситуацію обумовлену широкомасштабними воєнними діями, перед виробниками хлібопекарської продукції постають завдання поліпшення якості виробів, удосконалення асортименту, зростання фінансової незалежності та підвищення конкурентоспроможності. Вирішення цих питань багато в чому пов'язано з освоєнням інновацій [57, с. 81].

Крім того, перспективним напрямом розвитку хлібопекарської галузі є укрупнення та концентрація виробництва, що доводиться оптимізацією логістичної системи, прискоренням технічним переозброєнням, зниженням собівартості продукції і відповідним підвищенням прибутковості [55].

Ознакою концентрації сучасного хлібопекарського виробництва є зосередження галузевого виробництва в потужних бізнес-групах [68]. Останнім часом для підприємств хлібопекарської галузі характерним стає поширення діяльності інтегрованих об'єднань та зростання ефективності виробничої діяльності як у межах окремих складових єдиного технічного ланцюга, так і у виробничих відносинах між ними. Інтеграція позитивно впливає на стійкість підприємств хлібопекарської промисловості, підвищення їх фінансової стабільності, забезпечення безперебійних поставок сировини та матеріалів, зміцнення позицій об'єднань підприємств на ринку товарів і послуг, диверсифікацію виробництва, зниження ризиків тощо [60, с. 28-30].

Інтеграційним процесам у хлібопекарській галузі притаманна регіональна концентрація, що пояснюється базовою особливістю хлібопекарської продукції – обмеженим терміном реалізації. На сьогоднішній день регіональні інтегровані виробники охоплюють 60-90 % місцевих ринків хліба та хлібобулочних виробів, витісняючи з них дрібні підприємства [36, с. 45; 69].

Для усіх підприємств виробничого ланцюга властиве бажання встановити стабільні виробничо-господарські зв'язки, досягти збалансованої діяльності впродовж життєвого циклу підприємств, зниження собівартості за рахунок збільшення обсягів виробництва та підвищення цінової конкурентоспроможності продукції, акумулювати кошти для впровадження у

виробництво інноваційних проєктів із диверсифікації виробництва з метою покращення споживчих характеристик хлібобулочної продукції та забезпечення конкурентоспроможності на ринку [10].

У даній ситуації скласти конкуренцію великим хлібокомбінатам можуть міні-пекарні. Хоча вони й не здатні випікати продукції у співставних обсягах із хлібокомбінатами, у тім цього і не вимагається, оскільки мале виробництво має бути гнучким, здатним вчасно адаптуватися, змінювати асортимент. Міні-пекарні можуть налагодити ефективний виробничий процес у найкоротші терміни і запропонувати споживачам більш різноманітну продукцію.

Зважаючи на те, що в українському хлібопеченні простежується європейський вектор розвитку, частка ринку великих хлібозаводів поступово зменшується, а міні-пекарень збільшується, оскільки вони достатньо мобільні і легко пристосовуються до потреб населення, можуть формувати будь-який асортимент, змінювати технології і рецептури. Крім того, останнім часом зріс попит на елітний хліб і хлібобулочні вироби, які мають специфічний смак. Зараз увесь світ у розвитку хлібопекарської промисловості рухається в напрямі створення широкої мережі невеликих хлібопекарських підприємств з безпосереднім продажем продукції на місці. У розвинених країнах заходу частка великих виробників становить 30-35 %, решта – малі пекарні. Так, у США частка їх виробництва сягає 60 %, у Франції 70 %, в Італії – 85 %, у Іспанії – 95 %. В Україні ситуація кардинально інша, проте попит на свіжовипечений хліб у форматі «пекарня біля будинку» значний [36, с. 46].

На сьогодні бізнес у форматі міні-пекарень, що виготовляє і продає хліб елітних сортів та нетрадиційної випічки більш перспективний, оскільки дозволяє уникнути використання розпушувачів, емульгаторів, поліпшувачів тощо. Власники міні-пекарень мають можливість ретельніше контролювати випуск готових хлібобулочних виробів, що значно скорочує час зберігання готової продукції і її доставки [12].

Стратегічні напрями розвитку галузі хлібопечення мають бути пов'язані з комплексним розвитком, основними напрямками якого є технічне та технологічне

переозброєння підприємств та випуск нової продукції для підвищення прибутковості галузі, зниження собівартості продукції за рахунок зниження матеріаломісткості та енергомісткості, використання екологічнобезпечних технологій [36, с. 46].

Відзначимо, що на даний час розвиток хлібопекарської галузі України пов'язаний з наявністю низки проблем. Впродовж останніх років, ще до початку широкомасштабної війни, спостерігалася тенденція до скорочення обсягів виробництва хлібобулочних виробів на 1,5-3,0 % щорічно, яка з 2022 року посилюється, зокрема внаслідок скорочення чисельності населення країни. Необхідно також відзначити, що фінансове становище багатьох підприємств залишається нестабільним, рентабельність галузі не перевищує 2,5-3,0 %, рівень середньої заробітної плати подекуди на 25-30 % є нижчим за середній в економіці, відсутня регіональна інфраструктура хлібопечення. Крім того, високим є ступінь фізичного зносу основних виробничих фондів, на більшості підприємств він складає 50-70 %, а коефіцієнт використання виробничих потужностей перебуває на рівні лише 39-41 % [23, с. 100-101].

Українська хлібопекарська промисловість характеризується тим, що підприємства прагнуть мінімізувати собівартість, намагаються здійснювати активну збутову й цінову політику задля оптимізації прибутковості підприємства. Сьогодні хлібопекарським підприємствам необхідно не лише провадити постійний моніторинг стану внутрішнього середовища, але й розробляти таку систему стратегічного управління, яка дасть змогу швидко реагувати на зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі, а це посилить конкурентоспроможність підприємства на ринку [23, с. 101].

Ефективність функціонування підприємства хлібопекарської промисловості, як і будь-якого іншого підприємства, багато в чому визначається його системою стратегічного управління, яка, реалізуючи свої функції, має забезпечувати виконання цілей, поставлених перед підприємством [65]. Нині дуже важливо здійснювати таке стратегічне управління, яке допоможе забезпечити адаптацію підприємства до мінливих умов ведення бізнесу. Так,

зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі, характеризуються тим, що з'являються нові запити, змінюється позиція споживача; зростає конкуренція за ресурси; відбувається інтернаціоналізація бізнесу; з'являються нові можливості для бізнесу, що відкриваються досягненнями науки й техніки; розвиваються інформаційні мережі, стають доступними сучасні технології; змінюється роль людських ресурсів. Сьогодні покупця цікавить оптимальне поєднання ціни, якості продукції, рівня обслуговування й асортименту, і щоб утриматися на ринку, хлібопекарні мають якнайкраще задовольняти очікування споживача [78].

Хлібопекарська промисловість України є провідною галуззю АПВ, від ефективності розвитку якої залежить забезпечення усіх верств населення найдоступнішим продуктом харчування. В Україні до масштабної війни функцінувало понад 1,5 тис. пекарень і хлібозаводів, з них третину становили великі виробники, на яких вироблялося понад 80 % усіх хлібобулочних виробів, а решта припадала на міні-пекарні [64].

Крім виробництва хліба та хлібобулочних виробів, значна частина підприємств займається випуском кондитерських борошняних виробів, готових сухих сніданків та інших харчових продуктів. Кондитерське виробництво є однією з найбільш перспективних галузей харчової промисловості [23, с. 103].

Наразі, споживання хлібних продуктів на душу населення в Україні поступово знижується, відбувається падіння попиту й зростання витрат на виробництво продукції, що, звичайно ж, негативно відбиваються на результатах діяльності підприємств. Низький рівень ефективності негативним чином впливає на комплексну модернізацію, на встановлення сучасного енергоефективного обладнання, застосування провідних технологій тощо [63; 65].

Отже, у хлібопекарській промисловості України спостерігається тенденція до погіршення економічних показників і знижується ефективність функціонування підприємств галузі. З метою подолання кризи необхідно вжити заходів з модернізації підприємств хлібопекарської промисловості, оскільки подальший розвиток цього ринку буде залежати від підвищення якості продукції, що випускається та забезпечення доступності хліба [72].

Українська хлібопекарська промисловість має деякі особливості, такі як: дефіцит якісної сировини; широкий асортимент продукції, що виробляється; високий рівень конкуренції на ринку; насиченість ринків збуту; низька рентабельність галузі; поява нових сортів хліба; зростання цін на продукцію [65].

Відтак, основні організаційно-технологічні особливості хлібопекарської промисловості можна певним чином згрупувати (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Організаційно-технологічні особливості хлібопекарської промисловості

Джерело: сформовано автором на основі [9]

Особливості, що наведені на рисунку, внаслідок специфіки галузі, мають вельми сильну взаємозалежність та взаємовплив одна на одну як у межах, так і поза межами групи. Відповідно, ефективна діяльність підприємств цієї сфери суттєво залежатиме від спроможності максимально повного врахування усіх зазначених особливостей.

Необхідно зазначити, що проблеми стратегічного управління на підприємствах хлібопекарської промисловості обумовлені їхньою специфікою, до яких можна віднести [23, с. 104; 54]:

- спрямованість підприємств хлібопекарської промисловості на задоволення потреб кінцевого споживача, а це означає, що зростання обсягу продажів залежить від рівня добробуту населення, при цьому попит на хліб нееластичний, а на хлібобулочні вироби еластичний;

- спрямованість на постійну модифікацію виробленої продукції задля підтримки попиту на необхідному рівні;

- орієнтованість на висококваліфікований персонал, що потребує постійного удосконалення як всередині, так і за межами підприємства;

- високу матеріаломісткість виробництва продукції, що характеризується суттєвим рівнем витрат сировини й решти матеріальних ресурсів;

- продукція хлібопекарської промисловості має обмежений термін придатності та особливі умови зберігання.

Сучасні хлібопекарські підприємства існують у жорстких умовах постійних та непередбачених змін зовнішнього та внутрішнього середовища. Якщо вплив внутрішніх перетворень є певною мірою передбачуваним, то, на відміну від нього, зовнішні зміни супроводжуються невизначеністю та ризиками. Зовнішнє та внутрішнє середовище характеризується наявністю великої кількості чинників, які вимагають ретельного вивчення, у зв'язку з різним ступенем їх впливу на діяльність підприємства. Необхідність дослідження та прогнозування змін чинників повною мірою проявляється в сфері хлібопекарської промисловості, про що свідчать падіння показників прибутковості різних напрямків діяльності, зменшення кількості торговельних майданчиків, скорочення обсягів виробництва та реалізації готової продукції [33, с. 118].

Враховуючи погіршення поточного стану хлібопекарських підприємств у зв'язку із тенденціями до скорочення обсягів виробництва та споживання хлібобулочних виробів, можна зробити висновок, що більшість підприємств знаходиться на стадії виживання або адаптації до поточної ситуації, що вказує на пріоритетність чинників зовнішнього середовища над внутрішнім [49].

У зовнішньому середовищі найбільшу увагу приділяють дослідженню впливу таких груп чинників як: політика державного впливу на діяльність хлібопекарських підприємств; обсяги та можливості споживчого попиту; умови постачальників сировини та стратегії розвитку найбільш впливових конкурентів. Другорядне значення приділяють чинникам внутрішнього середовища, їх вплив на поточний стан підприємства вважається похідним від чинників зовнішнього середовища. Групування внутрішніх чинників доцільно здійснити наступним чином: виробничий, кадровий та фінансовий потенціал підприємства, політика управління поставками сировини та реалізації готової продукції. У кожній групі можливо виділити змістові характеристики, які дозволять більш детально дослідити їх значення для підприємств хлібопекарської промисловості [82-83].

В свою чергу, поточний стан підприємств хлібопекарської промисловості можна вважати визначальним, безпосереднім показником впливу на процеси управління бізнесом, оскільки саме від внутрішнього стану підприємства залежить його мета функціонування та відповідні першочергові заходи для її досягнення. Серед чинників опосередкованого впливу необхідно виділити політику держави у сфері визначення пріоритетів розвитку галузей харчової промисловості. У цьому випадку чинник зовнішнього середовища не здійснює безпосередній вплив, а має індикативний характер. З методологічної точки зору підхід до визначення впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища можна інтерпретувати наступним чином (рис. 1.2). Отже, ключовий вплив на управління бізнесом здійснює поточний стан хлібопекарського підприємства, який необхідно постійно і всебічно досліджувати з метою вивчення і подолання причин, які сприяють погіршенню його функціонування [33, с. 121].



Рис. 1.2. Систематизація факторів впливу на управління бізнесом хлібопекарських підприємств

Джерело: [33]

Хлібопекарська галузь зазнає впливу й інших негативних чинників, зокрема [56, с. 120]: мікробіологічне забруднення борошна через недотримання технології обробки зерна, що знижує якість готових виробів; недотримання технології виробництва борошняних сумішей для конкретних видів

хлібопекарської продукції; обмеженість вітчизняного асортименту нетрадиційних (альтернативних) видів хлібопекарської продукції, які надходять в Україну переважно за імпортними поставками, а також недостатність пропозиції вітчизняної дієтичної продукції та виробів для людей з особливими потребами, хлібних заквасок тощо; на державному рівні бракує адресної дотації малозабезпеченим верствам населення як компенсації підвищення цін на хліб, що не сприяє підвищенню рентабельності підприємств галузі; відсутня на державному рівні фінансова підтримка підприємств хлібопекарської галузі через механізм здешевлення кредитів; існують проблеми з організацією виробничої практики студентів профільних вузів, відбувається руйнування системи підготовки робітничих професій, що негативно позначається на укомплектованості штату працівників хлібозаводів пекарями, машиністами, тісторобами та робітниками інших виробничих професій.

Необхідно зазначити, що особливості розвитку хлібопекарської галузі будь-якої країни залежать від ряду стандартних чинників: потреби населення в хлібобулочній продукції; існуючих умов господарювання; методів державного регулювання; ступеня модернізації підприємств тощо. Упродовж останніх кількох десятиліть споживання хліба і хлібобулочних виробів скорочується, а основними чинниками, що стримують зростання цього ринку є зміна стилю життя, звичок та вподобань населення. Останнім часом зростає попит на натуральну та традиційну продукцію: хліб на заквасках, артезіанські види хліба (хліб ручної роботи з натуральних продуктів), регіональні хлібобулочні вироби.

Отже, виходячи з викладеного вище, доцільно виділити основні чинники, що впливають на ефективність діяльності підприємств хлібопекарської промисловості (рис. 1.3).

Цілком очевидним є те, що якнайповніше врахування вказаних чинників у власній господарській діяльності та максимально можливе нівелювання негативних наслідків, до яких вони призводять, стане для підприємства запорукою успішного розвитку та піднесення.



Рис. 1.3. Чинники ефективності діяльності підприємств хлібопекарської промисловості

Джерело: [35]

Продовольча безпека та розв'язання проблеми здорового харчування населення кожної країни у сучасних умовах безпосередньо залежить від рівня технічної оснащеності підприємств харчової промисловості, максимальної автоматизації процесів і удосконалення технологій виробництва продукції, що неможливо без впровадження інновацій. В Україні, незважаючи на складність воєнної та економічної ситуації, в напрямі інноваційного розвитку хлібопекарської галузі продовжують здійснюватися певні кроки [56, с. 120-121]: освоюється технологія заморожування хлібопекарської продукції; вплив на якість хліба має використання хлібо заводами заквасок на основі штамів «чистих культур». На жаль, більшість підприємств хлібопекарської галузі змушені нині закуповувати спеціальні дріжджові культури за кордоном, що не сприяє продовольчій безпеці держави та зниженню собівартості готової продукції; перспективним напрямом розвитку хлібопекарської галузі є розширення

асортименту заварних видів житнього хліба, розробка технологій виробництва хліба з використанням натуральних харчових добавок та хлібобулочних виробів функціонального призначення для людей зі специфічними захворюваннями.

Дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища діяльності підприємств хлібопекарської галузі дозволило визначити такі проблеми їх функціонування [5, с. 73]:

- близько 70 % продукції хлібопекарних підприємств підлягає державному ціновому регулюванню, що обмежує можливості побудови ефективної цінової політики підприємствами та унеможливорює отримання прибутку, достатнього для здійснення інноваційного оновлення техніки та технологій;

- значний обсяг тіньового ринку хлібобулочної продукції (понад 60 %), виробництво якої, як правило, здійснюється з порушеннями технологічних умов, що відображається на її якості;

- низька якість борошна (з низькими хлібопекарськими властивостями як наслідок невисокої якості пшениці);

- неефективне управління активами підприємства, що відображається у створенні необґрунтовано високих запасів сировини і товарів та послабленні умов кредитування дебіторів, яке призводить до вилучення коштів з обігу і, як наслідок, зменшення прибутковості та оборотності активів;

- здійснення необґрунтованих капітальних вкладень, що значно перевищують наявні власні ресурси підприємства та, як наслідок, негативно впливають на ліквідність та фінансову стійкість підприємства;

- висока частка фізично та морально зношеного обладнання, що на окремих підприємствах доходить до 70 %;

- наявність необґрунтовано високих витрат на збут та адміністративних витрат, що в окремі періоди досягали третини виробничої собівартості продукції досліджуваних підприємств;

- неефективне управління капіталом підприємств, що пов'язане із залученням позикових коштів за відсотковими ставками, що вищі за рентабельність активів.

Окреслені проблеми діяльності підприємств хлібопекарської галузі характеризують наявність економічних ризиків, серед яких варто виокремити виробничі, комерційні та фінансові [5, с. 73; 52, с. 97; 59].

Виробничий ризик – це ймовірність збитків чи додаткових витрат, які пов'язані з перебоями або зупинкою виробничих процесів, порушенням технології виконання операцій, низькою якістю сировини, роботи персоналу, виготовленої продукції або наданих послуг. Виділяють такі види виробничих ризиків, як постачальницькі, технічні і технологічні, організаційно-управлінські та трудові. Для зменшення рівня постачальницьких ризиків підприємствам хлібопекарської промисловості доцільно формувати страхові запаси сировини, диверсифікувати постачальників матеріальних ресурсів, зокрема борошна, формувати вертикально-інтегровані об'єднання, які включатимуть весь виробний ланцюг, починаючи із вирощування пшениці, виробництва борошна і закінчуючи роздрібною мережею. Для зменшення рівня технічних і технологічних ризиків доцільним є застосування сучасної техніки у виробничому процесі, ефективне планування і використання наявних виробничих потужностей і площ, проведення науково-дослідних робіт у сфері технології виробництва з метою впровадження нового асортименту і сучасних технологій виробництва хліба і хлібобулочних виробів [5, с. 73; 59].

Комерційний ризик виникає у процесі реалізації товарів і послуг, що вироблені чи придбані підприємцем. Комерційний ризик – це ризик, пов'язаний із ймовірністю виникнення втрат у процесі збуту продукції (послуг) і контактів з контрагентами та партнерами з метою організації продажу [59].

Серед комерційних ризиків виділяють маркетингові, збутові, ризики взаємодії з контрагентами і партнерами в процесі організації продажу продукції, ризики непередбаченої конкуренції [5, с. 73; 59].

Зниженням маркетингових ризиків виступає докладний маркетинговий аналіз, використання послуг. Для зниження збутових ризиків доцільно диверсифікувати канали збуту і споживачів продукції, асортимент продукції тощо. Зокрема, останніми роками у структурі виробленої продукції хлібопекарських підприємств збільшується частка елітних сортів хліба, хліба

профілактичного призначення, а частка соціальних сортів зменшується. Також підприємства частково можуть диверсифікувати регіони постачання продукції, чому сприятиме заморожування хліба та напівфабрикатів [5, с. 75].

Як виробничі, так і комерційні ризики впливають на фінансові ризики. Фінансовий ризик характеризується ступенем або мірою відхилення фінансових результатів від очікуваних значень та проявляється у наявних чи потенційних збитках фінансових ресурсів. Виділяють внутрішні фінансові ризики, які виникають у процесі господарської діяльності і які впливають на основні фінансові показники діяльності підприємства та зовнішні фінансові ризики, які залежать загалом від ситуації в країні, тобто від рівня інфляції, від відсоткових кредитних ставок та від податкових ставок [5, с. 76; 30].

Внутрішні фінансові ризики включають ризик зміни фінансового стану та інвестиційні ризики. Для зменшення фінансових ризиків хлібопекарським підприємствам доцільно оптимізувати структуру активів, значну увагу приділити логістичній діяльності і зменшенню запасів, обґрунтовано підходити до кредитування покупців і, якщо можливо, зменшувати термін відстрочки за готову продукцію. Важливим для зменшення фінансових ризиків є обґрунтоване прийняття рішень щодо фінансування інвестицій у технічне переоснащення чи модернізацію, що повинно враховувати наявність власних фінансових ресурсів, умови зовнішнього кредитування тощо. Модернізація хлібопекарського підприємства дозволить знизити виробничі ризики, у той же час необґрунтоване фінансування підвищить фінансові ризики і нівелює весь ефект від впровадження інвестицій [5, с. 76].

Характерною рисою ринку хлібобулочних виробів України є практично повне забезпечення місткості ринку продукцію, виготовленою вітчизняними виробниками. Це пов'язано із тим, що хліб та хлібобулочні вироби мають нетривалий термін зберігання і мають бути реалізовані упродовж однієї-двох діб. Особливість випічки швидко втрачати свої споживчі властивості та неможливість транспортувати її на великі відстані захищає внутрішній ринок від імпорту та конкуренції з іноземними виробниками. У той же час вказана особливість продукції галузі змушує працювати в умовах «виробництво-

споживання». Така ситуація вимагає постійно проводити моніторинг смаків та очікувань споживачів продукції з метою задоволення їх у повному обсязі з метою нарощення прибутковості підприємства [52, с. 98].

Враховуючи те, що основною причиною низької рентабельності підприємств хлібопекарської сфери є великі витрати, кроком до вирішення вказаної проблеми стає технічне переоснащення виробничих потужностей, оскільки наявне обладнання є застарілим та морально зношеним. Інноваційні технології дозволять не лише зменшити витрати сировини на всіх стадіях технологічного процесу, підвищити економію енергоресурсів, а також забезпечити високу якість продукції [52, с. 98].

Однією із конкурентних переваг великих підприємств у порівнянні з міні-пекарнями тривалий час була розробка та активне використання засобів інтернет-маркетингу (офіційний сайт, соціальні мережі тощо). Проте дана перевага вже не є настільки очевидною, оскільки, навіть дрібні підприємства на рівні з потужними виробниками мають змогу використовувати усі переваги сучасних технологій просування товару на ринку. Популяризація і просування власної торгової марки дозволяє нарощувати чисельність потенційних споживачів. Вельми важливим кроком удосконалення маркетингової політики підприємств хлібопекарської галузі залишається зміцнення власної торгівельної мережі. Оскільки, чим більшою є кількість у підприємства роздрібних пунктів збуту, тим вищою є ймовірність привернути увагу споживача до продукції підприємства [52, с. 98].

1.2. Характерні особливості та динаміка ринку хлібобулочних виробів в Україні

Хлібопекарська галузь є однією зі стратегічних у державі, оскільки хліб та хлібобулочні вироби потрібні людині у будь-якому віці. Повномасштабна війна викликала негативні процеси, що відбиваються на загальних тенденціях роботи підприємств галузі, зокрема у виробництві та реалізації продукції [31, с. 27].

Продовольчий ринок України представлений великою кількістю вітчизняних підприємств, які забезпечують населення необхідними продуктами харчування. Особливістю ринку хліба і хлібобулочних виробів України є майже стовідсоткове забезпечення продукцією вітчизняного виробництва. Це зумовлено тим, що хліб і хлібобулочні вироби мають обмежений термін зберігання. Висока соціальна значущість хліба та потреба у стабільному й своєчасному забезпеченні населення якісною і свіжою продукцією зумовлюють необхідність дослідження реальної ємності ринку та виявлення потенційних можливостей для розвитку хлібопекарських підприємств. Хлібобулочна продукція посідає ключове місце в раціоні українського населення й, відповідно, попит на неї є стабільним. Дослідження стану, проблем і перспектив розвитку ринку хліба і хлібобулочних виробів України було, є і залишатиметься актуальним за будь-яких умов розвитку економіки країни [24, с. 82].

Характерною особливістю хлібопекарської галузі є те, що продукція швидко втрачає свої смакові властивості та поживні цінності. З огляду на це, її транспортування є досить обмеженим, і, як правило, вона виготовляється лише для місцевих ринків [11]. Іншими специфічними характеристиками хлібобулочної продукції є зменшення ваги кінцевого продукту. Через те, що асортимент хлібопекарських виробів збільшився, у споживачів виникла можливість купувати різну продукцію без побоювання, що вона зіпсується. До того ж цілодобово функціонуюча торгівельна мережа усуває необхідність купувати продукцію у великих обсягах [53, с. 313].

З огляду на окреслені особливості хлібобулочних виробів, збутова політика підприємства має зосереджуватися на [39, с. 12]: якнайшвидшому продажі продукції, внаслідок короткого терміну її зберігання; отриманні прибутку в короткостроковому періоді; забезпеченні стійких та конкурентних позицій у хлібопекарській галузі; задоволенні потреб та вподобань споживачів.

Безперебійне ефективне функціонування ринку хлібобулочних виробів, як складової ринку продовольства, історично відіграє важливу роль у формуванні продовольчої безпеки країни і має велике значення для підтримання соціальної

стабільності у суспільстві. Ринок хлібобулочних виробів – один із найбільш складних і багатовидових у вітчизняній продовольчій системі, має усебічне демографічне, соціальне та географічне охоплення. Зниження рівня доходів населення призводить до структурних змін у попиті та споживанні хлібобулочної продукції, а недоліки законодавчого, нормативного та правового забезпечення зумовлюють неузгодженість дій учасників ринку [7, с. 150].

Ринок хлібобулочних виробів має ряд специфічних ознак, які доцільно враховувати при його формуванні та функціонуванні: хлібобулочні вироби призначені для забезпечення життєво необхідних потреб споживача і належать до таких, що швидко псуються, тому тривалому зберіганню не підлягають; обсяги пропозиції і попиту на хлібобулочні вироби в усіх регіонах традиційно великі, а асортимент товарів, представлених на ринку, є досить широким; обсяги попиту на хлібобулочні вироби можуть бути нижчими за потреби споживачів, оскільки з урахуванням національних традицій, а також через низькі доходи і нерозвиненість транспортно-збутової інфраструктури населення частково забезпечує себе за рахунок домашньої випічки; національна особливість споживання пов'язана з наданням переваги «живим хлібам»; як соціально значимий для країни, ринок хлібобулочних виробів підлягає державному регулюванню, при цьому методи такого регулювання мають бути різними [48].

Основними проблемами розвитку ринку хлібобулочних виробів на сучасному етапі є [19]: монополізація ринку окремими товаровиробниками; зниження обсягів промислового виробництва хлібобулочних виробів і зростання питомої ваги виробів домашньої випічки у структурі споживання; скорочення асортименту та зниження якості хлібобулочних виробів; ускладнення їх доставки через проблеми із транспортною і збутовою інфраструктурою; низька ефективність функціонування підприємств хлібопекарської галузі.

Відтак, важливим завданням подальшого розвитку ринку хлібобулочних виробів є найповніше задоволення потреб споживачів у якісній продукції за прийнятною ціною і одержання на цій основі достатнього прибутку підприємствами-виробниками хлібобулочних виробів.

Харчова цінність хліба залежить від виду і сорту борошна, технології виготовлення і вологості виробу. На відміну від багатьох інших продуктів, хлібні вироби здатні забезпечувати організм людини значною кількістю енергії та майже усіма життєво необхідними речовинами: білками, вуглеводами, вітамінами, мінеральними речовинами, а булочні вироби ще й жирами. Так, у хлібобулочних виробках із пшениці вищого ґатунку міститься близько 50 % вуглеводів, 5-8 % білків та близько 1 % жирів. Енергетична цінність: 100 г продукту становить 220...250 ккал. У середньому щоденно людина споживає 250-350 г хліба та біля 100 г булочних виробів, що складає 1/3 енергетичної цінності добового раціону харчування дорослої людини. Засвоюваність хімічних речовин хлібобулочних виробів організмом людини висока: білків – на 70-90 %, вуглеводів – на 94-98 %, жирів – на 92-95 % [19; 48; 52].

Асортимент хлібобулочних виробів, які виробляються українськими підприємствами, налічує понад тисячу найменувань (рис. 1.4).

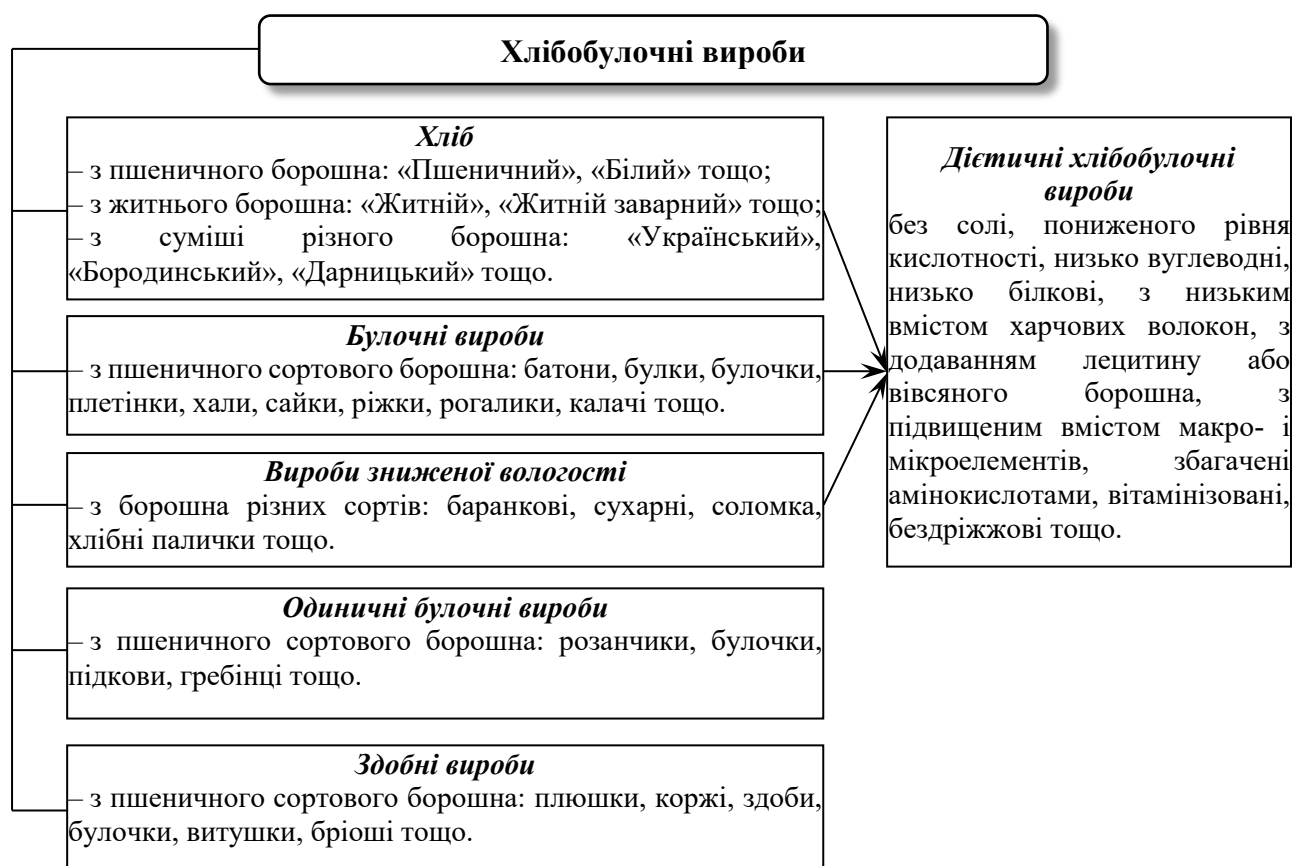


Рис. 1.4. Асортимент хлібобулочних виробів

Джерело: сформовано автором на основі [19; 48; 52]

Результати досліджень свідчать, що найбільшу питому вагу у вітчизняному хлібопеченні займають пшеничний (близько 38,6 %) та житній (близько 30,3 %) хліби. Булочні вироби формують близько 21 % ринку, решту 4,9 % в асортиментному ряді складають здобні хлібобулочні та бубличні вироби, грінки, сухарі, пиріжки, пончики, пряники, печиво тощо [27; 55]. Крім традиційних виробів, в Україні важливим є випуск інноваційної хлібної продукції (рис. 1.5).

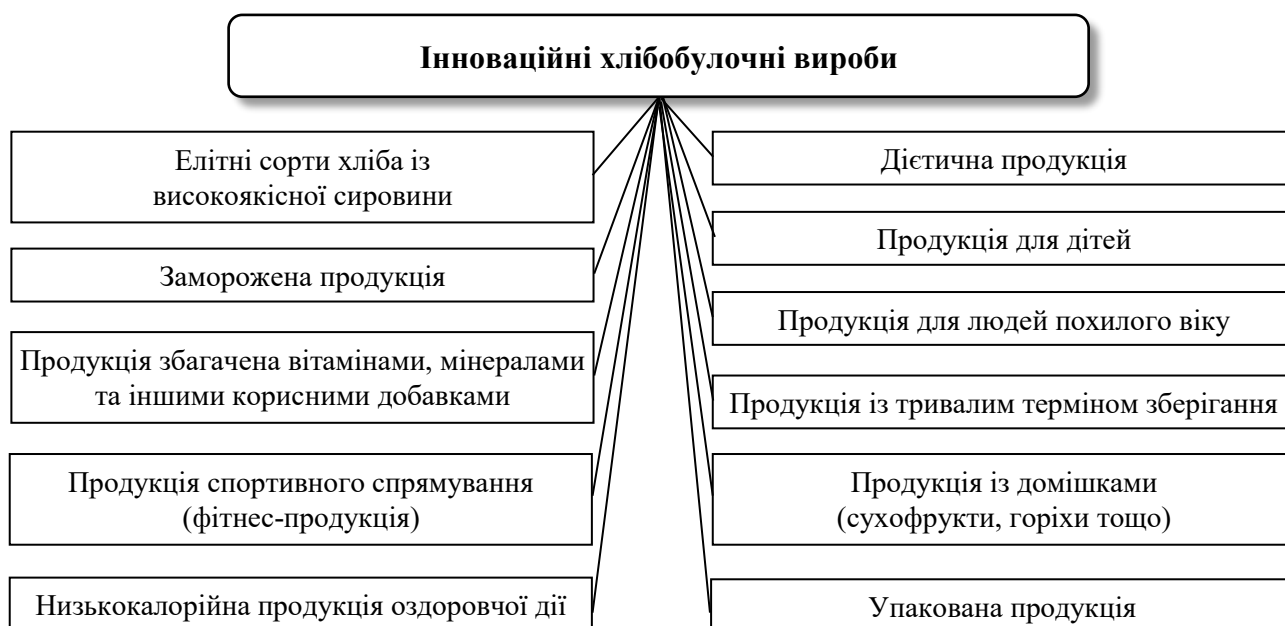


Рис. 1.5. Основні напрямки інновацій в хлібопекарській галузі України

Джерело: *сформовано автором на основі [19; 48; 52]*

Повномасштабна війна в Україні стала каталізатором негативних процесів у хлібопекарській галузі, яка є стратегічною для держави. Виробники вимушені реагувати на нові виклики, спричинені негативними чинниками, що, зокрема, пов'язані зі здорожчанням сировини, енергоносіїв та паливно-мастильних матеріалів, порушенням логістичних потоків тощо [31, с. 28].

Хлібопекарська промисловість вважається однією з найбільш розвинених та представлена широкою мережею вітчизняних хлібозаводів і пекарень, що забезпечують населення продукцією. Задля задоволення потреб споживачів та з огляду на світові тенденції формування асортименту виробники активно впроваджують нові види виробів. Ситуація, що склалась на сьогодні в державі,

для підприємств харчової промисловості є вкрай складною. Проте важливим завданням для виробників залишається забезпечення населення якісною, безпечною продукцією у широкому асортименті [31, с. 29].

У 2021 р. у відсотковому співвідношенні серед основних харчових продуктів, що входять до споживчого кошика, на хлібні продукти припадає 9 % споживання, або 92,7 кг на одну особу за рік (рис. 1.6). Середньодобове споживання хліба становить 250 г на людину при закладеній нормі у продовольчому кошику 270 г [31, с. 30].



Рис. 1.6. Розподіл споживання харчових продуктів у 2021 р., що входять до споживчого кошика, кг/рік на одну особу

Джерело: сформовано автором на основі [18].

Попри значущість у харчовому раціоні людини останніми роками спостерігається падіння обсягів виробництва та споживання хлібної продукції (рис. 1.7) [31, с. 30].

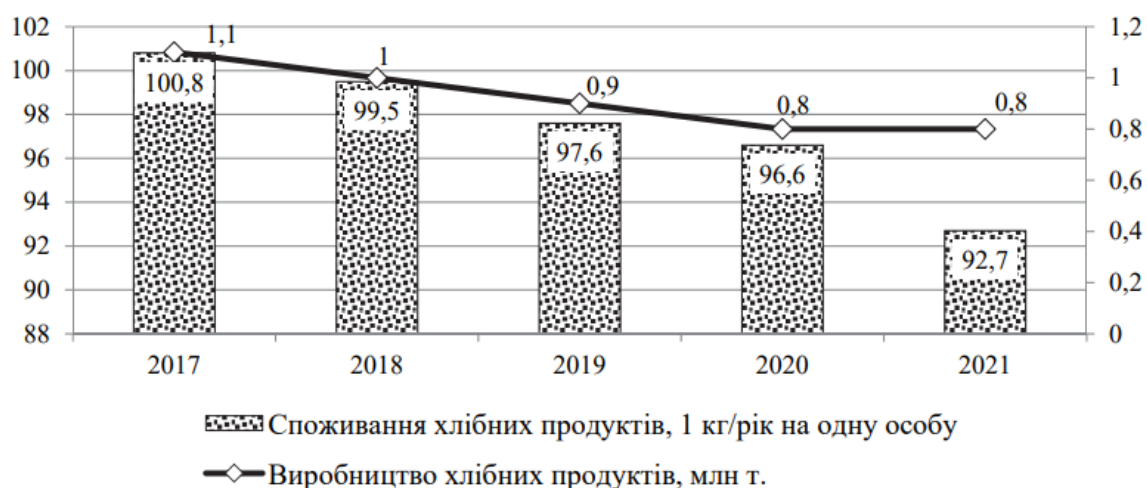


Рис. 1.7. Динаміка виробництва та споживання хліба і хлібобулочних виробів в Україні за 2017-2021 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [18]

Серед основних чинників, що спричиняють негативну динаміку зазначених показників, можна виділити зростання вартості хлібу та зміну культури споживання. Від початку повномасштабної війни виробники хлібопекарської галузі стикнулися з новими викликами, пов'язаними зі знищенням енергетичної інфраструктури та віяловим відключенням електроенергії, значним подорожчанням логістики та міграційними процесами населення, що призвело до скорочення обсягів виробництва у 2022 році в межах 20 % (рис. 1.8) [31; 34].

Наведені дані свідчать, що збільшення цін на хліб та хлібобулочні вироби відбувається на фоні зростання інфляційних процесів. Подорожчання хліба, насамперед, зумовлено високими цінами на сировинні складові: борошно, цукор, яйця, оліє-жирову продукцію, а також зростанням цін на енергоносії та паливно-мастильні матеріали [13]. Так, споживчі ціни у 2022 р. зросли на хліб і хлібобулочні вироби поліпшеної рецептури на 30,3 %, традиційні види хліба – на 22,1 %, тоді як інфляція в Україні за рік становила 22,6 % [18].

Аналіз групового асортименту хліба та хлібобулочних виробів у період з 2017 по 2021 р. свідчить про скорочення обсягів промислового виробництва традиційних видів хліба простої рецептури і найнижчого цінового діапазону, а саме хліба житнього, пшеничного, житньо-пшеничного, булочних виробів (таблиця 1.1).

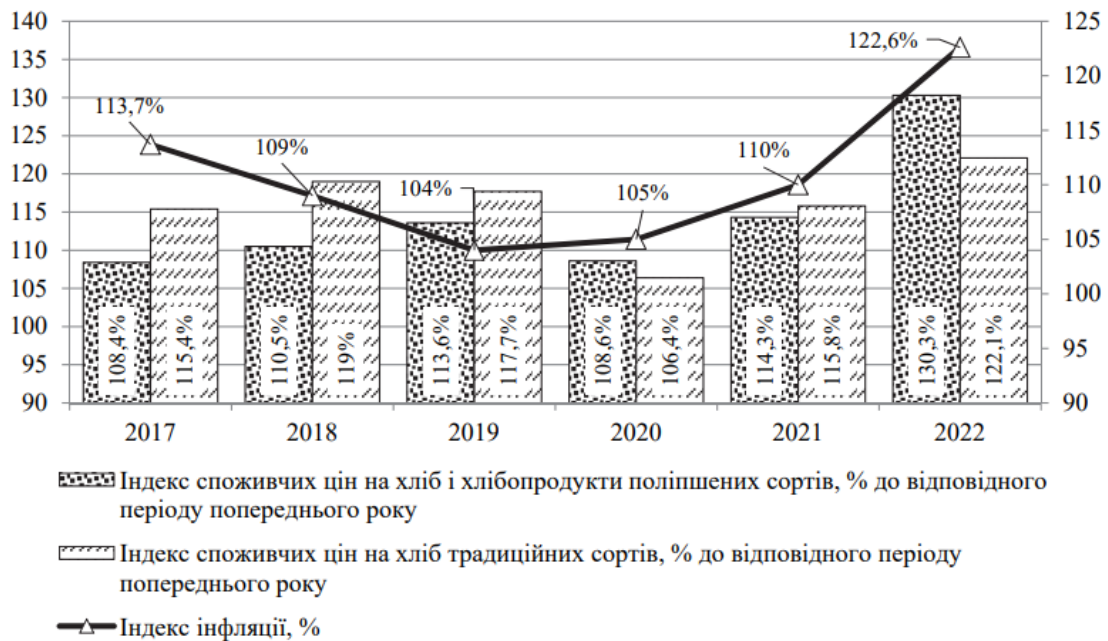


Рис. 1.8. Динаміка інфляції та індексу споживчих цін на хліб і хлібобулочні вироби в Україні за 2017-2022 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [18]

Водночас, спостерігається суттєве збільшення обсягів виробництва інших видів, що належать до більш високої цінової категорії, наприклад хлібобулочних виробів із додатковими властивостями: безглютеновий хліб, вироби з фортифікованого борошна, білковий, бездріжджовий, з добавками тощо [18].

Таблиця 1.1

Груповий асортимент виробництва хліба і хлібобулочних виробів в Україні за період з 2017 по 2021 р.

Вид продукції	Обсяг виробництва хліба і хлібобулочних виробів, тис. т				
	2017	2018	2019	2020	2021
Хліб житній	9,3	6,5	8,3	6,2	5,4
Хліб пшеничний	449,1	408,1	364,9	322,4	350,6
Хліб житньо-пшеничний і пшенично-житній	342,3	305,9	269,4	242,4	252,8
Вироби булочні	265,2	245,3	238,1	211,4	223,4
Хліб дієтичний	1,6	1,5	1,3	1,0	1,1
Хліб інший	5,6	7,7	10,9	11,4	11,8

Джерело: сформовано автором на основі [18]

Так, у 2021 р. порівняно з 2017 р. обсяги виробництва у цьому сегменті зросли на 10,7 %. На рис. 1.9 наведено структуру асортименту хлібобулочної продукції у 2021 р.

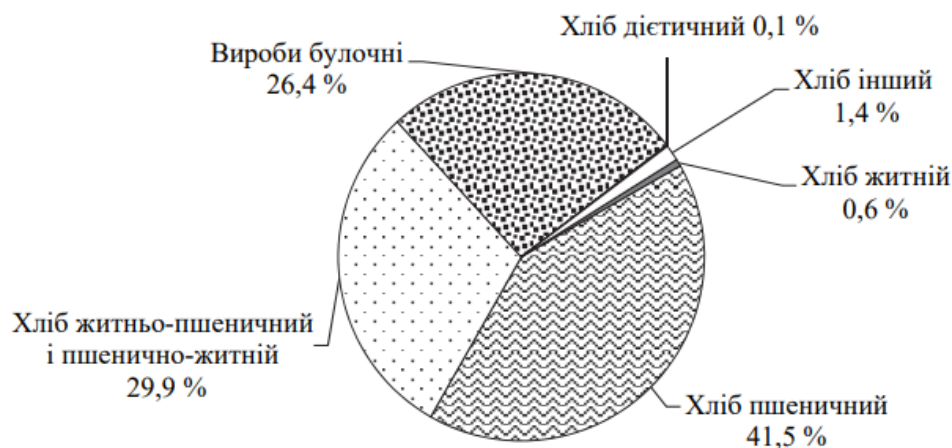


Рис. 1.9. Структура асортименту хліба та хлібобулочних виробів у 2021 р.

Джерело: сформовано автором на основі [18; 31]

Діаграма наочно демонструє, що найбільша частка в асортименті припадає на хліб пшеничний. Хліб житньо-пшеничний і булочні вироби займають, відповідно, майже третину і чверть асортименту. Це є свідченням того, що більшість населення віддає перевагу традиційним видам хліба.

Відзначимо, що потреби споживачів продукції хлібопекарської галузі щороку зростають. Покупці стають більш вибагливі та першочергово звертають увагу саме на смакові властивості, надаючи перевагу виробам з додаванням різної додаткової сировини, яка покращує смак та підвищує біологічну цінність продуктів. Загалом покупці за останні роки у цілому не змінили своїх вподобань, часто купують хлібобулочні вироби різних видів, тож потреба у виробництві широкого асортименту зберігається [25; 28; 31, с. 36].

Через повномасштабне вторгнення підприємства харчової промисловості опинились у важких та невизначених умовах існування, що негативно відбивається на їхній діяльності під постійним ризиком існування. Зокрема, значні проблеми спостерігаються у логістиці, роботі з постачальниками, збутом

продукції, забезпеченні виробництва безперебійним теплом, водо- та енергопостачанням. Тому вкрай важливо зробити об'єктивну оцінку зовнішніх та внутрішніх чинників, а також можливостей і загроз, характерних для підприємств хлібопекарської промисловості [31, с. 36].

Відзначимо, що основними причинами зниження обсягу виробництва у хлібопекарській галузі фахівці вважають: перехід до раціонального використання хлібобулочної продукції; випікання хлібобулочних виробів у домашніх умовах; низьку купівельну спроможність населення тощо. Крім того, однією з причин, що призвела до скорочення є втрата виробничих потужностей внаслідок втрати частини території країни [24, с. 83].

Підприємства хлібопекарської галузі постійно працюють у напрямі удосконалення організації виробничого процесу, зокрема переходять на порційні способи приготування тіста, організовують при заводах пекарні, укомплектовані імпортом обладнанням, що дає змогу значно розширити асортимент виробів та впроваджувати прискорені технології випікання [45].

Потужний вплив на розвиток хлібопекарських підприємств відіграє зміна попиту на хлібобулочну продукцію. Його варто відрізняти від фактичних обсягів виробництва. По-перше, попит виражає сукупну потребу населення у výroбах із зернових. По-друге, динаміка змін попиту більшою мірою ніж обсяги виробництва говорять про зміну смакових та споживчих вподобань покупців хлібобулочних виробів [24, с. 83].

Поглиблення спаду виробництва хліба та хлібобулочних виробів дає підстави зробити припущення про розширення тіньового ринку виробництва хліба, зокрема збільшення виробництва хліба міні-пекарнями та супермаркетами, що виробляють хліб під власною торговою маркою. Це викликано: адміністративним регулюванням й стримуванням цін на хліб, що виробляється промисловими хлібозаводами, та, як наслідок, їх збитковим виробництвом і нестачею обігових коштів; конкурентними перевагами виробників хліба, що оподатковуються за спрощеною системою; відсутністю державної підтримки промислових виробників хліба [24, с. 83].

Враховуючи фактичні обсяги споживання хліба і хлібобулочних виробів населенням України, можна стверджувати, що ринок хліба та хлібобулочних виробів України є насиченим. Проте, споживання хліба та хлібобулочних виробів у значних обсягах в Україні є традиційним, тому малоімовірно, що з розвитком економіки фактичне споживання продукції втратить своє значення, а виявлена зміна смаків призведе до падіння споживання до масштабів, що загрожують економічній основі функціонування галузі. Скоріше варто очікувати зміни структури смаків у бік менш калорійної продукції, більшого розмаїття на рівні асортименту, скорочення обсягів «соціальних» видів хліба та хлібобулочних виробів та збільшення ексклюзивних та «елітних» сортів [24; 61].

Таким чином, ринок хліба та хлібобулочних виробів в Україні характеризується стабільним попитом на продукцію, однак спостерігається тенденція зниження обсягів виробництва, що пов'язано зі скороченням споживання, що викликане демографічною ситуацією в країні (скорочення чисельності населення), змінами смаків, й відповідно, змінами у структурі харчування та збільшенням обсягів випікання хліба невеликими пекарнями, супер- та гіпермаркетами, а також домашніми господарствами [24; 45].

Доволі інтенсивний рівень конкуренції на ринку хлібобулочних виробів в Україні спостерігається між великими хлібо заводами і міні-пекарнями. Особливістю ринку хліба є його локальний характер через нетривалий термін зберігання продукції. Тому основна увага зосереджується на місцевих конкурентах. Основними чинниками конкурентоспроможності на ринку є успішність боротьби за існуючі ніші, формування стійкої лояльності покупців, дозована та влучна пропозиція нової продукції.

Основним джерелом фінансування діяльності підприємств галузі є власні фінансові ресурси. Крім того, можуть використовуватися кредитні кошти, внески учасників, надходження від продажу активів тощо. Держава здійснює підтримку підприємств промисловості на етапі закупівлі зерна та борошна, а також у закупівлі вантажних автотранспортних засобів, сільгосптехніки та обладнання для виробництва і переробки сільськогосподарської продукції [63].

Специфіка хлібопекарської галузі полягає у тому, що ресурс її розвитку доцільно розглядати не лише в обсязі, а й у структурі виробництва, зважаючи на те, що ринок є постійним, стабільним і орієнтованим на внутрішнє споживання. Водночас, існують загрози та ризики, які стримують піднесення ринку та призводять до збиткових результатів діяльності. Ризики діяльності зумовлені дією макроекономічних (екзогенних) та внутрішньогалузевих (ендогенних) чинників. Найбільшу загрозу створюють економічна, політична нестабільність, невизначене правове поле та зростання цін на сировину [7, с. 151].

На рис. 1.10 наведено SWOT-аналіз ринку хлібобулочних виробів, який виявив його сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. Не зважаючи на те, що хлібопекарські підприємства виробляють продукт першої необхідності щоденного вжитку, вони мають постійно вдосконалювати виробничі процеси, організаційні системи, відносини з постачальниками та споживачами продукції, налагоджувати зв'язки з науково-дослідними установами з метою розширення асортименту хлібопекарської продукції та технології її виробництва, щоб виробляти й реалізувати якісний продукт швидше ніж конкуренти та забезпечити виграшну позицію на ринку хліба та хлібобулочних виробів [38; 73, с. 53].

У процесі реалізації хлібопекарської продукції, підприємства мають за мету: досягнення максимального прибутку і забезпечення високої якості основного соціального продукту. Оскільки, товаровиробник не може нехтувати соціальною відповідальністю перед споживачем у гонитві за прибутком та завжди має турбуватися про безпечність продукту, що він виробляє [71-73].

Низький рівень маркетингу у підприємствах хлібопекарської галузі, які працюють в умовах нестабільної економіки, пояснюється неринковими бар'єрами входу й функціонування на ринку хліба та хлібобулочних виробів, через що господарюючі суб'єкти не мають особливої потреби у розвинутій маркетинговій діяльності. Зміни ситуації на ринку, поява конкурентів із сусідніх областей, – дестабілізують позиції регіональних виробників. З огляду на сучасні тенденції виникає потреба у розширенні традиційної вітчизняної маркетингової практики просування хлібобулочної продукції [73, с. 54].

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
– стійкий попит на продукцію, історичні традиції споживання; – широкий асортимент хлібобулочної продукції; – максимальне територіальне охоплення; – достатність сировини; – багаторічний досвід роботи підприємств; – наявність галузевих об'єднань, асоціацій; – діалог між галузевими об'єднаннями та органами державного управління; – забезпеченість торгівлі продукцією повсякденного попиту; – наявність сучасних холдингів із замкненим циклом виробництва.	– зношеність основних фондів підприємств; – високий рівень собівартості деяких хлібобулочних виробів; – незбалансованість технологічного ланцюга «зерно-борошно-хлібопродукція»; – зарегульованість ціноутворення; – плинність кадрів, низький рівень заробітної плати; – географічна обмеженість постачання хліба нетривалого зберігання; – консервативний попит населення; – насиченість ринку; – відсутність налагодженої інфраструктури ринку; – експорт сировини (пшениці) з низькою доданою вартістю; – недозавантаженість виробництв.
Можливості (O)	Загрози (T)
– будівництво та розвиток високотехнологічних комплексів із замкненим циклом виробництва з одночасним розвитком мобільних малих та середніх підприємств; – маркетингове просування інноваційної продукції; – можливість зростання сегменту виробів для людей з особливими харчовими потребами; – налагодження інформування населення щодо продукції з особливими властивостями; – впровадження дотацій населенню при переході на ринковий механізм ціноутворення; – імпортозаміщення хлібних сумішей, тари, пакування; – поява нових технологій у галузі; – гармонізація національного законодавства з міжнародним; – зростання кількості споживачів, що дотримуються здорового харчування; – можливість запроваджувати гнучку асортиментну політику; – збільшення продукції з підвищеною доданою вартістю.	– широкомасштабні воєнні дії та кризові явища в економіці та суспільстві; – виїзд висококваліфікованих працівників за кордон через воєнні дії; – падіння макроекономічних показників; – інфляційно-девальваційні процеси; – зростання курсу валют; – зростання цін на сировину, енергоресурси та інші складові собівартості; – зниження купівельної спроможності населення; – висока частка «тіньового» ринку; – зарегульованість ціноутворення; – плинність кадрів та низький рівень заробітної плати; – стійке падіння обсягів виробництва; – відсутність доступу до фінансово-кредитних ресурсів для поновлення обігових коштів підприємств; – логістичні проблеми.

Рис. 1.10. SWOT-аналіз ринку хлібобулочних виробів

Джерело: [7; 8; 19; 27; 31; 48]

Необхідно зауважити, що крім великих компаній, вітчизняний ринок хліба та хлібопродуктів включає ще близько 400 міні-пекарень з продуктивністю від 1 т. на рік. Сьогодні міні-пекарні дедалі частіше пропонують нестандартні види хлібної продукції. З огляду на те, що все більша чисельність населення прагне вести здоровий спосіб життя і бореться із зайвою вагою, зростає популярність інноваційних продуктів, а саме хліба дієтичного та лікувально-профілактичного спрямування, що містить зернові суміші, висівки, фруктозу, мед, горіхи, овочеві та фруктові добавки. Натомість споживання традиційних сортів хліба за останні роки характеризується тенденцією до зниження обсягів їх споживання [71, с. 97].

В умовах скорочення споживання хліба та хлібобулочних виробів велике значення має стратегічна поведінка, яка дасть змогу підприємствам хлібопекарської галузі вижити у конкурентній боротьбі в довгостроковій перспективі. Саме розробка системи стратегічного управління конкурентоспроможністю хлібопекарських підприємств призначена для підтримки та вирішення проблем організаційно-виробничої діяльності [4].

Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств хлібопекарської галузі є досить складним творчим процесом, що потребує високої кваліфікації менеджерів та фахівців-маркетологів. Передусім воно базується на прогнозуванні різних сфер діяльності підприємства (організаційна, фінансово-економічна, виробнича, маркетингова, логістично-збутова, інвестиційно-інноваційна діяльність тощо) [73]. Складність такого процесу зумовлюється розширеним пошуком та оцінкою альтернативних варіантів стратегічних управлінських рішень, які мають відповідати місії та цілям підприємства. Варто зазначити, що певну складність стратегічного управління конкурентоспроможністю складає необхідність періодичної корекції з урахуванням змін умов зовнішнього середовища [71, с. 98].

Стратегічне управління конкурентоспроможністю має спиратися на передбачення можливих загроз та ризиків, аналіз конкурентних ситуацій у хлібопекарській галузі, визначати стратегічну конкурентну позицію, розробку заходів щодо зниження негативних наслідків конкурентної боротьби, реалізацію коригуючих дій для подальшого розвитку хлібопекарських підприємств [4].

Основними причинами зниження конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі, переважно, є погіршення якості сировини, нерегулярне оновлення обладнання, суттєві коливання кон'юнктури ринку, зниження конкурентного потенціалу, а також відсутність чіткої стратегії розвитку [71-73].

Усунення впливу цих негативних чинників є можливим за рахунок розроблення ефективного організаційно-економічного механізму підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі.

Розроблений механізм має охоплювати сукупність засобів та методів створення системи цілісного розвитку підприємства з метою покращення результатів його діяльності (рис. 1.11).



Рис. 1.11. Організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності підприємства хлібопекарської галузі

Джерело: [25; 62; 71-73]

Отже, ключовими чинниками, які впливатимуть на конкурентні позиції усіх суб'єктів галузі є [71, с. 99]: покращення якості сировини, розширення сировинної бази; приведення якості продукції у відповідність до світових

стандартів; впровадження оновленого асортименту хліба; використання високопродуктивних та енергозберігаючих технологій; раціоналізація усіх виробничих процесів; удосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації виробничого персоналу; удосконалення системи збуту продукції; швидке реагування на зміни смаків споживачів.

1.3. Інноваційно-інвестиційний вектор розвитку хлібопекарської галузі України

На сьогодні необхідною умовою виживання хлібопекарських підприємств в зовнішніх мінливих умовах виступає впровадження інновацій. Значення інноваційної стратегії розвитку для даного сектору важко переоцінити, оскільки саме він дозволяє забезпечити досягнення постійних конкурентних переваг і конкурентоспроможність продукції [22, с. 60].

Сучасні умови функціонування української економіки вимагають від підприємств харчової промисловості реалізації нових ідей, впровадження інноваційно-інвестиційної стратегії. В умовах жорсткої конкуренції, як внутрішньої, так і зовнішньої, інвестиції та інновації відіграють важливу роль у стратегічному розвитку підприємства. Інноваційні ідеї, продукти, технології та управлінські рішення визначають успіх суб'єктів підприємницької діяльності, забезпечують фінансову стабільність. Основна продукція хлібопекарських підприємств – хліб і хлібобулочні вироби різних сортів і видів, що є необхідним продуктом щоденного споживання. Це обумовлює стратегічне значення хлібопечення як галузі, що забезпечує населення країни харчовим продуктом, який задовольняє значну частину добової потреби в життєвій енергії та поживних речовинах. Тому стабільне та ефективне господарювання підприємств галузі має для країни важливе соціально-економічне і політичне значення. Продовольча безпека має забезпечуватись державним регулювання виробництва і управління рухом продовольства, інвестиційно-інноваційною діяльністю.

Отже, тісний взаємозв'язок інвестицій та інновацій на підприємстві не дозволяє розглядати вказані процеси незалежно один від одного. Формування мобільних інвестиційно-інноваційних систем, які динамічно розвиваються є одним з основних етапів на шляху досягнення фінансово-економічної стабільності підприємств харчової промисловості. Таким чином, головною задачею є розробка моделі, побудованої з використанням інвестиційних та інноваційних можливостей підприємства, що базується на маркетингових дослідженнях і яка сприяє підвищенню прибутковості, що гарантує соціально-економічний ефект в умовах значною інфляції [21, с. 66].

Значимість хлібопекарської промисловості для стратегічного успішного розвитку економіки України важко переоцінити. Діяльність підприємств базується на розумінні потреб споживачів із зростаючими вимогами до якості продукції на тлі скорочення рівня споживання, динамічних змін кон'юнктури ринку і високого рівня конкуренції з проявами експансії. Сучасні тенденції розвитку хлібопекарських підприємств ознаменувалися зростанням кількості міні-пекарень і скороченням обсягів споживання продукції, що обумовлено як скороченням обсягів виробництва, так і потребами внутрішнього ринку [47].

На сьогодні основною проблемою більшості хлібопекарських підприємств в Україні є низька інноваційна активність, застарілі основні виробничі фонди, низький рівень завантаження виробничих потужностей, низький рівень конкурентоспроможності багатьох видів продукції, відсутність реальних джерел фінансування, брак оборотних коштів тощо. Зазначене обумовлює необхідність активізації інноваційної діяльності, оскільки адаптація національних хлібопекарських підприємств до сучасних умов економіки, що характеризується жорсткістю і мінливістю ринкового середовища при одночасному загостренні конкурентної боротьби, пов'язана із інноваціями і інноваційним розвитком, як рушійними силами економічного зростання. Саме перехід на шлях інноваційного розвитку дозволить забезпечити підприємствам стійке функціонування за рахунок успішного конкурування на основі впровадження інновацій, випуску конкурентного продукту з високими споживацькими та естетичними

характеристиками, ефективного використання власного виробничого потенціалу. У свою чергу це зумовлює гостру потребу формувати стратегії розвитку, орієнтованих на активізацію інноваційної активності на хлібопекарських підприємствах [22; 51; 70].

Під інноваційною стратегією розуміють сукупність дій і методів ведення інноваційної діяльності, яка забезпечує досягнення конкурентних переваг розробкою та впровадженням інновацій. Відзначимо, що існує значна кількість класифікацій, кожна з яких виділяє різні типи інноваційних стратегій. Розглянемо більш детально основні з них, які можуть застосовуватися вітчизняними хлібопекарськими підприємствами.

Так, наступальна (агресивна) застосовується в діяльності підприємств, що виводять на ринок товари з кардинально іншими якостями. В рамках зазначеної інноваційної стратегії виділяють наступні різновиди [50]: стратегія досягнення переваг за витратами, що реалізується за рахунок здешевлення виробничої діяльності внаслідок впровадження нових технологічних підходів; стратегія створення нових ринків, яка впроваджується шляхом розробки і випуску абсолютно нових видів продукції; стратегія орієнтації на певний сегмент покупців з метою максимального задоволення потреб певної групи споживачів.

Захисні інноваційні стратегії мають такі різновиди [22, с. 61]: оборонна стратегія сконцентрована у напрямі підтримки існуючих позицій підприємств-конкурентів на певних ринках. Головним її компонентом є оптимізація співвідношення «витрати-результати» щодо інноваційних процесів. Вона є характерною для підприємств, які повністю задоволені своїми ринковими позиціями і спрямована на їх утримання. При цьому параметри певної продукції покращуються системно, але не суттєво. Такі підприємства, зазвичай, не зацікавлені у подальшому інноваційному розвитку, оскільки мають намір використовувати вигоду від свого лідерства, зокрема й шляхом створення обмежувальних вхідних бар'єрів; імітаційна стратегія застосовується підприємствами, що не стали «піонерами» у просуванні нововведень. У першу чергу вона є прийнятною для підприємств, що не є лідерами щодо інновацій,

проте мають достатній потенціал для копіювання споживчих властивостей нововведень, що пропонуються провідними конкурентами. Поділяється на такі підтипи [15]: наслідування; диференціація; копіювання; удосконалення.

Необхідно звернути увагу на те, що в жорстких конкурентних умовах відокремлені, самостійно функціонуючі хлібопекарські підприємства не мають гарантій стабільного функціонування на основі ефективного досягнення поставлених цілей. Це обумовлено тим, що останнім часом значного поширення набули різні форми кооперації, які є складовими елементами стратегій розвитку підприємств, у тому числі, інноваційних. Отже, на сьогодні для підприємств хлібопекарської промисловості є доцільним виділення в окремий вид інноваційних стратегій синергетичної стратегії інноваційного розвитку, яка має в своїй основі об'єднання підприємств, в першу чергу, їх наукових потенціалів, що призводить до прискорення генерації і практичного застосування інновацій. Така необхідність обумовлюється тим, що в ринковій економіці успішна конкуренція стає функцією командної боротьби, а не суперництва певних суб'єктів. Одними з найважливіших конкурентних переваг підприємств сьогодні стають процеси інтеграції, кооперації, об'єднання і взаємодії – прикладної науки і реального виробництва, інновацій та інвестицій, підприємств між собою – на противагу ізольованого функціонування поодиноці [22, с. 62].

Кооперація, інтеграція і співробітництво на основі принципу конкуренції призводять до з'єднання в рамках об'єднання підприємств конкурентних і кооперативних відносин, які виступають джерелом колективних конкурентних переваг, що сприяє створенню і розширенню інновацій і створює значні конкурентні бар'єри для інших учасників ринку [22; 69].

Таким чином, процеси кооперації та інтеграції тісно поєднані з інноваційною складовою діяльності підприємств, оскільки процеси організації підприємств у різноманітні інтегровані структури забезпечують ефективні економічні, науково-технічні і організаційні зміни для всіх учасників. Глобальною тенденцією сучасного етапу вважають утворення різних добровільних об'єднань – з метою проведення спільних наукових досліджень, впровадження більш ризикованих наукових проєктів тощо [22, с. 62].

Відзначимо, що реалізовувати синергетичну інноваційну стратегію підприємства можуть як у межах використання наступальних стратегій, так і захисних. При цьому, об'єднання зусиль дозволяє підприємствам активізувати інноваційну діяльність і набагато легше здійснювати інноваційні прориви, що доводить необхідність використання зазначеної стратегії хлібопекарськими підприємствами в Україні. На сьогодні об'єднання підприємств є однією з найефективніших форм організації інноваційних процесів, за якої на ринку конкурують вже не окремі підприємства, а цілі комплекси, які скорочують свої трансакційні витрати завдяки спільній технологічній кооперації [44].

Реалізація синергетичної інноваційної стратегії забезпечує підприємствам безсумнівні переваги, особливо стосовно формування нових знань, НДДКР і ноу-хау. Об'єднання ресурсів та інноваційних потенціалів, довгострокова взаємодія і співпраця організацій, розвиток їхньої взаємної довіри набагато швидше призводять до загальної генерації нововведень, причому вартість останніх є меншою, а швидкість їхньої підвищується [81].

Відзначимо, що об'єднання підприємств може бути інноваційним не лише через безпосередню спрямованість на нововведення. Інновації можуть безпосередньо виникати завдяки більш досконалій організації діяльності підприємств і процесу виробництва, формування стійкої взаємодії з усіма учасниками, отриманню та поширенню необхідних знань і технологій, тісної взаємодії та кооперації при одночасному збереженні конкуренції, яка є двигуном інновацій в межах створеного об'єднання [79-80].

Варто відзначити, що особливістю інноваційної стратегії розвитку для хлібопекарських підприємств України є узгодження економічних запитів виробників та соціальних інтересів споживачів і суспільства. Основою ефекту масштабу виробництва є наявність у вигляді однієї з фірм ядра інноваційного об'єднання для певного виробництва. Ефект охоплення в загальному вигляді виникає при реалізації фактору технології, що можливо використати одночасно у виробництві кількох видів продукції. При групуванні фірм цей ефект суттєво посилюється, через виникнення можливості використати багатофункціональний

фактор на різноманітних підприємствах із мінімізацією витрат щодо його передачі. Стає можливою також економія внаслідок скорочення витрат на розробку різних технологій для різноманітних областей застосування, завдяки розвитку в об'єднанні однієї технології, яка є базовою [79-80].

Крім того, об'єднання підприємств зазвичай призводить до появи критичного ефекту, який виникає, коли для здійснення первинної інновації необхідно провести значну кількість вторинних змін, внаслідок чого прибуток може бути менше витрат від реорганізації. В межах об'єднання фірми можуть мінімізувати витрати на вторинні зміни, що дає їм можливість впроваджувати різноманітні інновації [80, с. 101].

Однією з першочергових причин низького рівня інноваційної активності хлібопекарських підприємств є відсутність чітко сформульованих стратегій інноваційного розвитку. При цьому, реалізація синергетичної інноваційної стратегії шляхом об'єднання зусиль вітчизняних хлібопекарських підприємств дозволить їм досягти найвищих результатів від раціонального поєднання зусиль і сприятиме досягненню довгострокової конкурентоспроможності та прибутковості в мінливому ринковому середовищі [22, с. 63].

Відзначимо, що одним з основних напрямків інвестиційно-інноваційної діяльності є інвестування соціально-господарського розвитку на основі застосування інноваційних технологій та розробки нових інноваційних продуктів, що дають змогу підвищити соціально-економічну ефективність [21].

В останні роки в галузі багато зроблено щодо вдосконалення технології виробництва хлібобулочних і кондитерських виробів, розширенню асортиментного ряду, модернізації виробництва. Основними напрямками розширення асортименту хлібобулочних виробів на сьогодні є [61]: розробка продукції для спеціального дієтичного харчування, з використанням солодових екстрактів та сухих квасив, з новими смаковими якостями, виробництво на лініях з прискореним тісто приготуванням; розробка заходів націлених на подовження термінів реалізації та збереження свіжості хліба; впровадження нових технологій з використанням нетрадиційних видів начинок; оновлення асортименту; подовження термінів зберігання продукції.

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ МІНІ-ПЕКАРНІ НА БАЗІ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

2.1. Організаційно-економічна характеристика та аналіз економічної ефективності виробництва продукції у фермерському господарстві

Фермерське господарство, бізнес-процеси якого виступають об'єктом цього наукового дослідження, територіально розміщується та має юридичну адресу в Новопокровській ОТГ Чугуївського району Харківської області. Господарство спеціалізується на виробництві та реалізації продукції галузі рослинництва.

Відзначимо, що у широкому сенсі, спеціалізацію в аграрному секторі національної економіки необхідно розглядати як форму суспільного поділу праці, що виникає у результаті постійного розвитку продуктивних сил. За своєю сутністю спеціалізація сільського господарства означає концентрацію зусиль суб'єкта господарювання на вирощуванні конкретних культур та/або видів тварин із метою підвищення ефективності та результативності господарської діяльності. Спеціалізація сільськогосподарського виробництва – це процес або стратегічний підхід, за якого підприємства або цілі регіони зосереджують свою діяльність на обмеженому асортименті продукції або видах діяльності. Це означає, що сільське господарство спеціалізується на вирощуванні конкретних культур або ж має, здебільшого, тваринницький напрямок, замість того, щоб займатися усіма можливими видами діяльності.

Економічна сутність спеціалізації сільськогосподарського виробництва полягає в ефективному використанні усіх наявних ресурсів та підвищенні продуктивності за рахунок концентрації на певних видах продукції. Це передбачає використання спеціалізованого обладнання, технічних засобів, технологічних підходів тощо, що сприяють найбільш ефективному виробництву конкретного виду продукції з урахуванням природно-кліматичного чинника.

Спеціалізація дозволяє отримувати переваги в масштабах виробництва, знижувати витрати та підвищувати конкурентоспроможність, що, в свою чергу, сприяє успішному розвитку підприємства та підвищенню його ефективності.

Необхідно відзначити, що спеціалізація сільськогосподарського виробництва містить декілька основних аспектів, що визначають її характер та ефективність: визначення конкретних видів культур або тварин, на які зорієнтована виробничо-господарська діяльність; використання спеціального та спеціалізованого обладнання й технологій для виробництва обраної продукції; адаптація сільськогосподарських процесів до вимог обраного напрямку спеціалізації; врахування природно-кліматичних умов, родючості ґрунтів, доступності водних ресурсів тощо, що впливає на вибір напрямку спеціалізації; раціональне використання робочої сили, капіталу та землі; забезпечення стійкого економічного розвитку через зосередження зусиль на найбільш прибуткових напрямках виробництва; аналіз ринкової конкуренції та визначення конкурентних переваг в обраному секторі; врахування споживчого попиту, ринкових тенденцій та можливостей експорту продукції; розробка стратегій збуту та застосування маркетингових підходів із метою підвищення популярності продукції; визначення оптимального балансу між витратами та прибутками у контексті обраної спеціалізації тощо.

З метою визначення рівня спеціалізації необхідно здійснити розрахунок коефіцієнту спеціалізації за наведеною нижче формулою (2.1):

$$K_c = \frac{100}{\sum_{i=1}^n P_i(2i-1)}, \quad (2.1)$$

де P_i – питома вага конкретного виду продукції у сумі виручки від реалізації;

i – порядковий номер продукції у ранжируваному ряді за її часткою у виручці.

Підприємства мають суттєві відмінності у рівні спеціалізації. Такі відмінності виражаються через розподіл підприємств за показником коефіцієнта спеціалізації. Підприємства, де цей коефіцієнт становить менше 0,20 мають низький рівень спеціалізації. Середній рівень є у підприємств, у яких він

знаходиться у діапазоні від 0,21 до 0,40. Якщо ж показник коливається від 0,41 до 0,60, тоді підприємство має високий рівень спеціалізації. І, нарешті, спеціалізація вважається поглибленою, якщо коефіцієнт перевищує 0,60. Залежно від рівня спеціалізації, кількості та співвідношення різних галузей, підприємства класифікуються як вузькоспеціалізовані, глибокоспеціалізовані, спеціалізовані та підприємства комбінованої спеціалізації.

Усі необхідні підрахунки визначення обсягу та структури товарної продукції нами були здійснені у таблиці (додаток А). На підставі отриманих результатів обчислені коефіцієнти спеціалізації за три попередні роки:

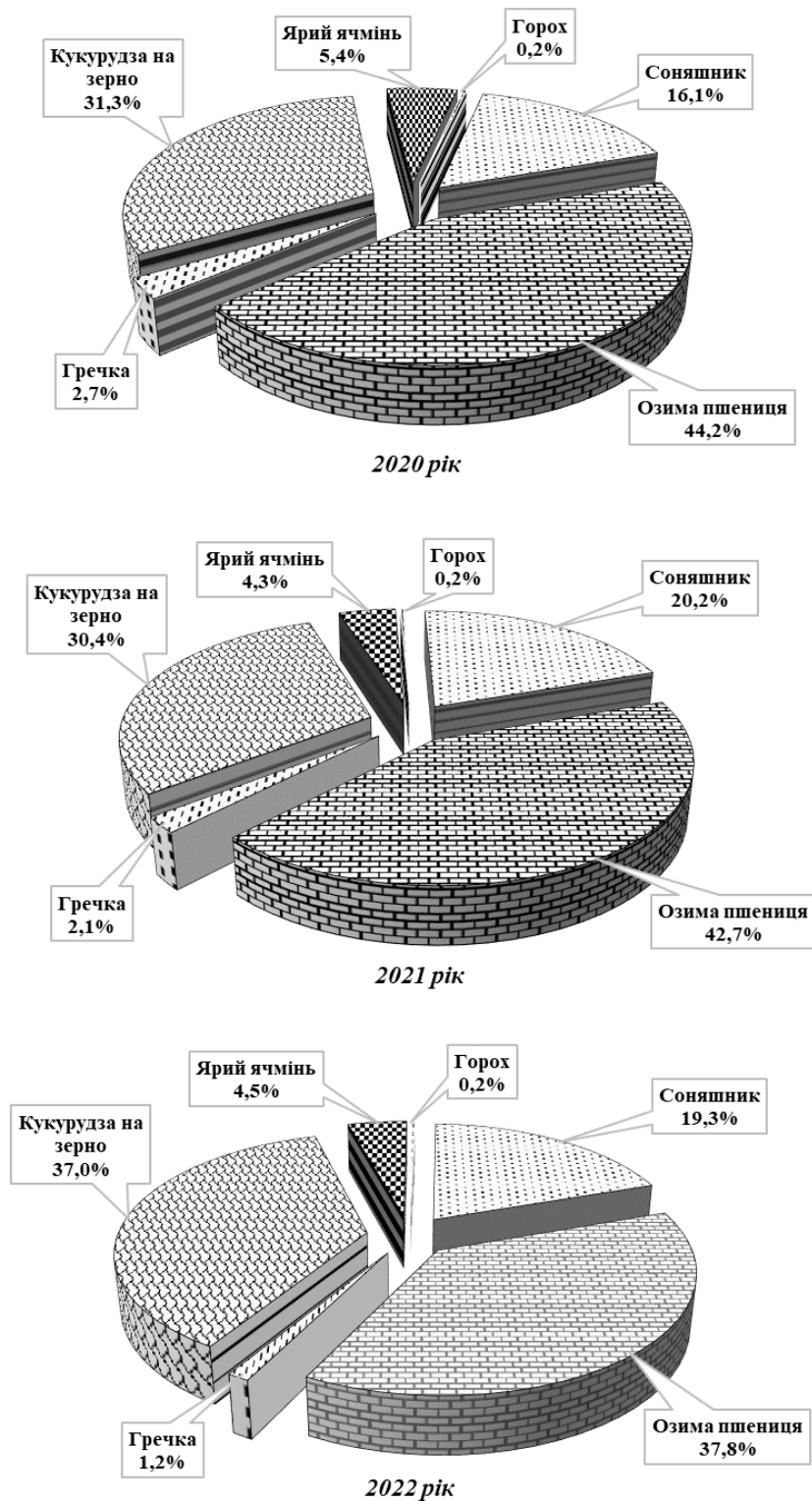
$$K_{C\ 2020} = 100 / 283,43 = 0,353;$$

$$K_{C\ 2021} = 100 / 286,76 = 0,349.$$

$$K_{C\ 2022} = 100 / 290,16 = 0,345;$$

Аналіз обсягу та структури товарної продукції за вказані роки показав, що фермерське господарство за досліджуваний період мало чітко виражену зернову спеціалізацію, про що свідчить сумарна частка зернових у виручці від реалізації. Так, у 2020 році на озиму пшеницю та кукурудзу на зерно припадало у сумі 75,58 %, у 2021 році – 73,11 %, а у 2022 році – 74,76 % у структурі виручки від реалізації. Маємо змогу відмітити той факт, що коливання за роками є несуттєвими. Третє місце щороку традиційно займає насіння соняшнику. Його частка змінюється за роками у діапазоні від 16,09% до 20,22 %. В абсолютному вимірі вартість товарної продукції у 2020 році становила 70891,13 тис. грн, у 2021 році відбулося її збільшення до позначки в 90944,6 тис. грн або на 28,29 %. У той же час у 2022 році вона скоротилася у порівнянні з 2021 роком на 5,65 % або на 4857,3 тис. грн до позначки в 85801,9 тис. грн. Необхідно відзначити, що вказана негативна динаміка вартості товарної продукції у 2022 році цілком обумовлена зниженням рівня урожайності основних сільськогосподарських культур. Вказаний негативний вплив не змогла повністю нівелювати, навіть, позитивна динаміка цін на продукцію.

Структура товарної продукції у період 2020-2022 роки наочно проілюстрована на рис. 2.1.



**Рис. 2.1. Структура товарної продукції
фермерського господарства за 2020-2022 роки**

Джерело: розроблено автором

Нижче здійснимо оцінку ефективності виробництва продукції в досліджуваному господарстві. Перш за все відзначимо, що економічна ефективність відображає ступінь досягнення очікуваного результату в тій чи іншій діяльності за рахунок витрачання ресурсів. У контексті сільськогосподарського виробництва, економічна ефективність визначається на основі оптимального використання усіх необхідних ресурсів для виробництва якісної продукції та досягнення максимального прибутку.

Основними особливостями обчислення економічної ефективності у сільськогосподарському виробництві є наступні:

- ефективність може бути виміряна за допомогою валового продукту, який являє собою вартість усієї виробленої сільськогосподарської продукції;
- раціональне використання ресурсів пов'язане з ефективністю виробництва, а обчислення собівартості дозволяє визначити, наскільки економічно використовуються ресурси для виробництва одиниці продукції;
- розмір валового прибутку свідчить про ефективність господарської діяльності підприємства;
- продуктивність праці працівників є одним з основних показників ефективності використання людських ресурсів;
- впровадження сучасних технологій та ефективне використання новітніх зразків сільськогосподарської техніки суттєвим чином впливають на економічну ефективність;
- якість системи управління та прийняття стратегічних рішень визначає ефективність діяльності підприємства;
- якість виробленої продукції, застосовувані маркетингові стратегії та інші аспекти впливають на ринкову позицію підприємства та його конкурентоспроможність;
- вплив сільськогосподарської діяльності на навколишнє середовище має суттєве значення, оскільки використання екологічно чистих технологій виробництва здатне підвищити загальну ефективність та сприяти сталому розвитку тощо.

Окреслені особливості сукупно формують комплексний підхід до вимірювання економічної ефективності сільськогосподарського виробництва, враховуючи різні аспекти діяльності, управління та взаємодії з оточуючим середовищем. Обчислення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва може містити різноманітні показники та розрахунки, але основна мета полягає у забезпеченні оптимального використання ресурсів для досягнення максимального прибутку.

Аналізуючи стан виконання виробничої програми по фермерському господарству в галузі рослинництва (додаток Б), що є на даний час єдиною галуззю суб'єкта господарювання, необхідно відзначити, що загальна фактична посівна площа повністю відповідає запланованому її розміру. У той же час, у структурі посівних площ відбулися деякі зміни. Так, у порівнянні із планом відмічається незначне збільшення посівних площ під озимою пшеницею (на 30 га), ярим ячменем (на 2 га) та соняшником (на 5 га). Таке збільшення відбулося за рахунок скорочення посівних площ під гречкою та кукурудзою на зерно відповідно на 10 га та 27 га. Тобто вказані зміни хоча й мали місце, проте були не суттєвими. Що стосується урожайності, то ситуація у 2022 році склалася наступна. По суті, підприємство недовиконало план з урожайності за усіма сільськогосподарськими культурами. Найвідчутнішим недовиконання є по озимій пшениці, де за планом очікувалося отримати 45,0 ц/га, а фактично господарство вийшло лише на рівень у 35,0 ц/га, тобто недовиконання становило близько 22,2 % або 10 ц/га. Урожайність гречки на 2,0 ц/га була нижчою від плану, кукурудзи на зерно – на 5,0 ц/га, ярого ячменю – на 7,0 ц/га, гороху – на 3,0 ц/га і, зрештою, соняшнику лише на 1,0 ц/га. Відмітимо, що вказані зміни, а більшою мірою саме зниження рівня урожайності культур, мали для підприємства вкрай негативні наслідки. Відтак, фактичний валовий збір був нижчим ніж плановий на 14,43 %, тобто підприємство у грошовому вираженні отримало 87064178,0 грн, при тому, що планувало отримати 101745413,5 грн. У тому числі за рахунок низької урожайності у цілому було недоотримано 14795723,1 грн, а найбільше саме по озимій пшениці та кукурудзі на зерно. При

цьому, зміна структури посівів майже не позначилася на виконанні виробничої програми. Приріст за рахунок впливу цього чинника становив лише 0,11 %.

На підставі здійснених розрахунків норми прибутку та визначення ступеня впливу на її зміну у період з 2020-го по 2022 роки (додаток В) маємо змогу зробити наступні узагальнені висновки. Як ми можемо побачити, наявні суттєві коливання отриманого економічного ефекту. Так, якщо у 2020 році прибуток підприємства становив 17654,8 тис. грн, то у 2021 році відбулося його суттєве підвищення на 61,8 % до рівня у 28568,7 тис. грн, що обумовлювалось, головним чином, більш динамічним зростанням реалізаційних цін, аніж собівартості виробництва продукції. Проте, у 2022 році, – у році початку повномасштабної війни в Україні, ситуація у виробничо-господарській діяльності підприємства суттєво погіршилася, що позначилося на зменшенні рівня прибутку у порівнянні з попереднім роком на 11585,6 тис. грн, або на 40,55 %. Здебільшого, саме це стало основною причиною зниження норми прибутку по підприємству у 2022 році у співставленні з 2020 роком на 4,4 відсоткових пункти та на 28,9 відсоткових пункти по відношенню до 2021 року. Звичайно, зміна середньорічної вартості основних і оборотних фондів також мала місце й певним чином вплинула на динаміку показника норм прибутку, проте такий вплив був меншим і не завжди за роками негативним. Отже, відхилення норми прибутку у 2022 році порівняно з 2020 роком за рахунок суми прибутку відбулося скорочення на 2,5 в.п., а за рахунок суми основних і оборотних засобів – на 1,9 в.п. По відношенню до 2021 року ситуація цілком інша. Так, недоотримання суми прибутку обумовило зниження норми прибутку на 42,4 в.п., у той же час, скорочення вартості засобів виробництва позитивно позначилося на нормі прибутку, підвищивши її на 13,5 в.п.

Подальший аналіз економічної ефективності виробничо-господарської діяльності фермерського господарства передбачав встановлення впливу чинників на розмір прибутку від реалізації продукції за її видами у 2022 році (додаток Г) та у цілому по підприємству (додаток Д). Як ми можемо переконатися, основними чинниками, що здійснюють безпосередній вплив на

розмір прибутку є обсяг виробництва і його структура, а також собівартість та ціна реалізованої продукції. За результатами комплексних розрахунків стає зрозумілим, що усі перелічені вище чинники мали негативний вплив на кінцевий результат, проте ступінь їх впливу був різним. У цілому підприємство недоотримало у порівнянні з планом 10594305,6 грн прибутку. У відсотковому відношенні недовиконання становило 38,42 %, у тому числі за рахунок зниження обсягу та зміни структури виробництва й реалізації – 4093105,0 грн або 38,63 %, за рахунок зростання собівартості – 6048463,8 грн або 57,09 % та найменше за рахунок зниження ціни – 452736,8 грн або лише 4,28 %. У розрізі окремих видів продукції ситуація склалась наступна. Найгіршою вона була при виробництві кукурудзи на зерно. За цією продукцією підприємство недоотримало прибутку на суму 5161001,6 грн, де, цілком очевидно, найбільш негативний вплив зробило зростання собівартості, зменшивши прибуток на 1958057,6 грн або на 37,94 %. Зниження обсягу реалізації зменшило результат на 1687200,0 грн, а зменшення ринкових цін – на 1515744,0 грн. Можна стверджувати, що у більшості випадків ситуація є подібною, проте ціна реалізації не завжди мала негативний вплив на розмір прибутку. Відповідно, за такими видами продукції як озима пшениця, горох, ярий ячмінь та гречка вплив цього чинника мав позитивне значення, проте, нажаль, це не виправило кінцевий результат, про що зазначалося вище.

Наступним кроком у здійсненні комплексного аналізу ефективності виробничо-господарської діяльності фермерського господарства є оцінка економічної ефективності виробництва продукції рослинництва за 2020-2022 роки у цілому та у розрізі окремих її видів (додаток Е). Необхідно звернути увагу, що за останні три роки відбулося зростання витрат як у цілому по господарству на 22,02 %, так і по озимій пшениці та кукурудзі на зерно. При чому, по озимій пшениці воно було майже не відчутним і становило лише 0,54 %, у той час як по кукурудзі на зерно витрати збільшилися на 75,2 %. За вказаний інтервал часу відбулося скорочення обсягів виробництва та урожайності як по пшениці, так і по кукурудзі, що не може не викликати занепокоєння, оскільки, наприклад, зниження на 27,08 % урожайності пшениці та на 19,64 % кукурудзи

до відповідних рівнів 2022 року у 35,0 ц/га та 45,0 ц/га свідчить про суттєві проблеми у дотриманні технологій вирощування, викликає обґрунтовані питання до якості посівного матеріалу та достатності внесення поживних речовин та застосування засобів захисту рослин. Вказане свідчить про необхідність вжиття невідкладних заходів, спрямованих на зниження негативного впливу наведених чинників, у іншому разі негативна динаміка, очевидно, зберігатиметься й надалі, а ситуація буде погіршуватися. Ще одним підтвердженням слугує різке падіння рівня рентабельності від господарської діяльності з 45,8 % у 2021 році до 24,68 % у 2022 році або на 8,49 в.п., тобто собівартість виробництва зростає більшими темпами ніж ринкові ціни реалізації, що суттєво підсилює негативний ефект на тлі суттєвого зниження урожайності та обсягів виробництва.

Розрахунок показників економічної ефективності реалізації усіх видів продукції господарства за останні три роки здійснено у таблиці (додаток Ж). Необхідно звернути увагу на те, що за вказаний період у чотирьох з шести видів продукції, що виробляється підприємством, окрім гречки та ярого ячменю, відбулося зростання повної собівартості. Найскладнішою з поміж інших є ситуація при виробництві соняшнику. Тут собівартість за три роки майже подвоїлася, збільшившись у порівнянні з базовим 2020 роком на 93,45 %. У цілому по господарству зростання повної собівартості становило 29,27 %, що, при збільшенні за аналогічний проміжок часу виручки на 21,03 %, призвело до зниження прибутку на 3,8 % та падіння рівня рентабельності з 33,16 % у 2020 році до 24,68 % у 2022 році або на 8,49 в.п. По відношенню до 2021 року зниження рентабельності є ще відчутнішим, оскільки становило 21,12 в.п. Дійсно, станом на 2022 рік усі види сільськогосподарської продукції ще залишаються рентабельними, проте динаміка скорочення ефективності по 4 з 6 з них викликає занепокоєння. Більш-менш стабільною залишається ситуація з озимою пшеницею та гарну динаміку демонструє ярий ячмінь, проте останній займає у структурі прибутку вкрай незначну частку, для того щоб мати змогу нівелювати проблеми в інших напрямках і забезпечити позитивну динаміку для підприємства в цілому.

У таблицях здійснено оцінку відхилення від плану рентабельності виробництва (додаток З) та продажу (додаток И) аграрної продукції фермерського господарства у 2022 році. Перш за все необхідно відзначити недовиконання плану в рентабельності виробництва (додаток З) за усіма видами продукції окрім гречки, де позитивного результату вдалося досягти за рахунок, головним чином, зниження собівартості продукції у порівнянні із запланованим її рівнем. Що стосується порівняння рівня рентабельності виробництва з попереднім періодом, то єдиною продукцією, що продемонструвала позитивну динаміку був ярий ячмінь (приріст рентабельності у порівнянні із 2021 роком становив 7,84 в.п.). Можна зробити висновок, що у цілому ситуація має тенденцію до погіршення та потребує ухвалення виважених управлінських рішень, спрямованих на стабілізацію, а також виявлення резервів поліпшення, можливо, зокрема, через впровадження прогресивних підходів, сучасних інструментів та високотехнологічних рішень. На підставі аналізу виконання плану з рентабельності продажу продукції у фермерському господарстві (додаток И) можемо впевнено констатувати, що стан справ є вельми подібним до рентабельності виробництва із тією лише відмінністю, що відрізняються значення показників, зайвий раз підтверджуючи тезу про необхідність вжиття невідкладних заходів, спрямованих на недопущення ситуації, за якої підприємство опинилося б у кризовому стані. Рівень рентабельності виробництва та реалізації продукції фермерського господарства за 2022 рік проілюстровано також на рис. 2.2.

Відзначимо, що, нажаль, у сучасних реаліях війни перспективи розвитку економіки в цілому та її аграрного сектору зокрема залишаються вкрай примарними і сподіватися на суттєве підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світових ринках, у реаліях перенасичення продовольчих ринків, не варто. При цьому, очікуване зростання цін реалізації продукції, скоріш за все, відбуватиметься значно меншими темпами аніж собівартість виробництва, що обумовлюється перш за все зростанням цін на енергоресурси, добрива, засоби захисту тощо.

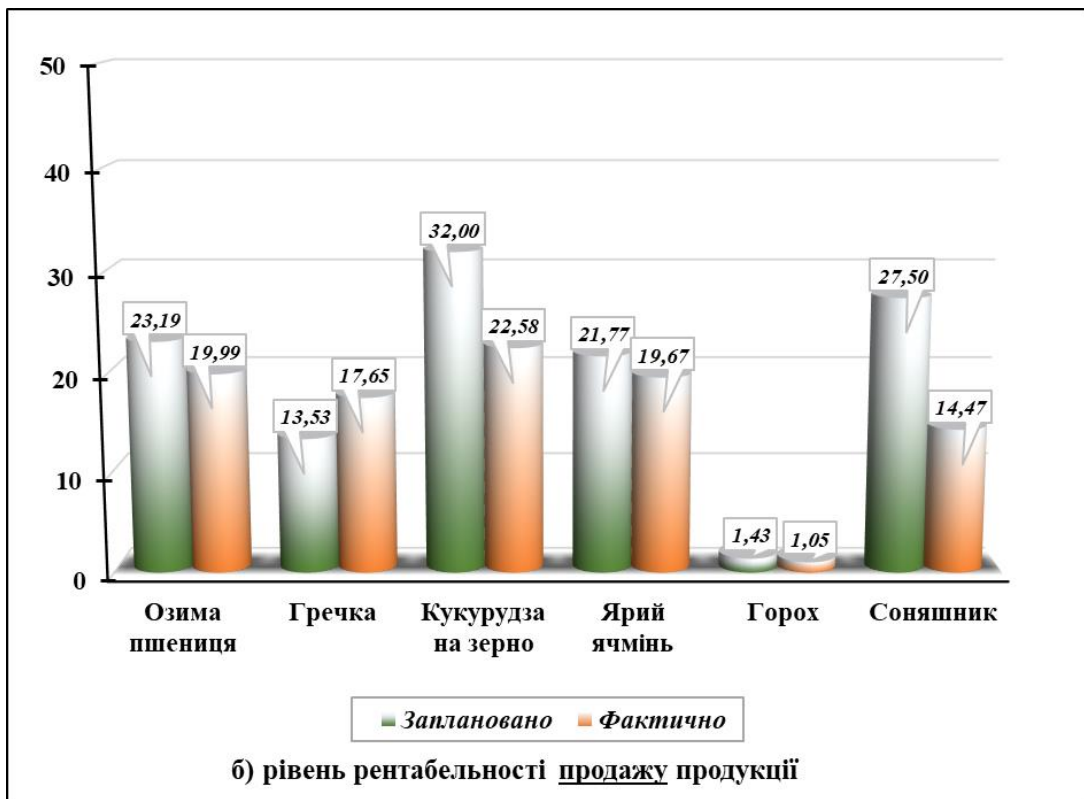
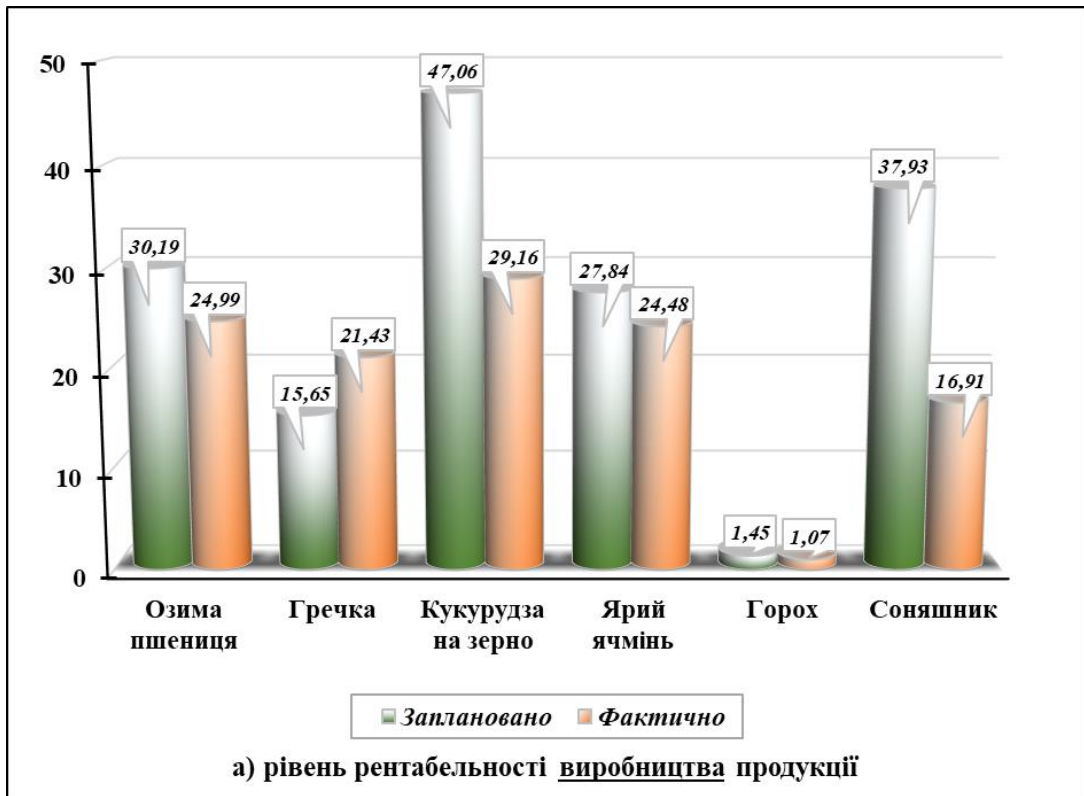


Рис. 2.2. Рівень рентабельності виробництва та продажу окремих видів продукції за 2022 рік у ФГ

Джерело: розроблено автором

У таких умовах для досліджуваного аграрного підприємства доцільним є: критичний перегляд асортименту продукції, з метою зосередження на найбільш перспективних напрямках виробництва; раціоналізація використання сировини й матеріалів, з метою зниження матеріало- та енергоємності продукції; удосконалення технології, підвищення продуктивності і якості праці; пошук нових та розширення наявних ринків збуту, зокрема й за кордоном; переорієнтація з виробництва сировини на здійснення поглибленої її переробки з метою створення високоякісної, високотехнологічної продукції із значною доданою вартістю тощо.

Необхідно підкреслити, що на рівень економічної ефективності сільськогосподарського виробництва та загальну ефективність діяльності підприємства можуть здійснювати суттєвий вплив різноманітні аспекти. До основних з них, які найбільше впливають на економічну ефективність, відносять:

- використання сучасних технологій, застосування високопродуктивної ресурсоощадної техніки та впровадження інноваційних підходів;
- ефективне стратегічне планування, усебічний контроль та прийняття виважених управлінських рішень;
- суттєві, а також не очікувано різкі зміни споживчого попиту та пропозиції на цільових ринках;
- зміни цін на ресурси, такі як пальне, енергія, добрива та інші;
- природно-кліматичні умови здатні здійснювати потужний вплив на рівень урожайності та якість кінцевої сільськогосподарської продукції, що визначає рівень доходів підприємства;
- застосування сучасних методів селекції, що призводить до отримання рослин з вищим рівнем урожайності, стійких до хвороб та наявністю інших корисних властивостей;
- раціональне використання водних ресурсів, включаючи системи крапельного зрошення та водозаощаджувальні технології;

- впровадження систем органічного землеробства з метою забезпечення високої якості продукції та позитивного впливу на навколишнє природне середовище;
- активне дослідження ринку, виявлення нових споживачів та розробка ефективних стратегій маркетингу задля розширення ринку збуту;
- впровадження агротуризму може стати додатковим джерелом доходу та сприяти розвитку сільськогосподарських територій;
- розвиток сільськогосподарських кооперативів з метою підвищення ефективності закупівлі, збут та розвитку сільськогосподарської інфраструктури;
- впровадження системи управління якістю, адже дотримання стандартів якості, таких як ISO, допоможе забезпечити високу якість продукції та відповідність міжнародним вимогам;
- взаємодія з іншими галузями, такими як наука, інновації та освіта, сприяє вирішенню складних завдань та створенню сприятливих умов для розвитку сільськогосподарського сектору;
- наявність якісної інфраструктури, а також логістичних можливостей здатних суттєвим чином полегшити та пришвидшити рух продукції на ринок, що впливає на конкурентоспроможність підприємства тощо.

Наведений перелік, звичайно, не є вичерпним і може доповнюватися тими, що обумовлюються специфікою діяльності того чи іншого суб'єкта господарювання. Утім, всі аспекти, так чи інакше, взаємодіють між собою та формують складний контекст, який визначає економічну ефективність сільськогосподарського підприємства.

На завершення необхідно відзначити, що підприємства аграрної сфери є, безперечно, ключовими елементами у забезпеченні інших секторів національної економіки необхідною сировиною та населення продовольством. З метою забезпечення динамічного розвитку та конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, важливим напрямом є впровадження переробки власної сировини у готову продукцію, що суттєво підвищує ефективність господарської діяльності та призводить до численних переваг.

По-перше, впровадження переробки власної сировини дозволяє збільшити прибутковість сільськогосподарського підприємства. Замість того, щоб просто продавати сировину на ринку, підприємство може додатково отримати прибуток, переробляючи її у високоякісну готову продукцію. Це може включати обробку сільськогосподарських культур в продукти з вищою доданою вартістю, такі як консерви, соки, або інші продукти, що мають великий попит на ринку.

По-друге, такий підхід сприяє диверсифікації виробництва та зниження ризиків. Замість того, щоб зосереджуватися лише на вирощуванні та продажу базових сільськогосподарських культур, підприємство може розширити свою діяльність, виробляючи ширший асортимент товарів, а також надаючи додаткові послуги. Це зменшує чутливість до коливань цін на одній або кількох культурах і робить підприємство менш вразливим до ризиків економічних змін або природно-кліматичних катастроф.

По-третє, впровадження переробки сприяє підвищенню внутрішньої ефективності виробництва. Сільськогосподарські підприємства, які самостійно переробляють власну сировину, можуть контролювати якість та процес виробництва, що призводить до покращення параметрів кінцевого продукту. Крім того, підприємство може використовувати власні технології та інновації для оптимізації виробничих процесів, зменшення витрат та підвищення якості продукції.

Отже, впровадження переробки власної сировини у готову продукцію є надважливим стратегічним кроком для вітчизняних сільськогосподарських підприємств у досягненні динамічного, успішного, усебічного розвитку та підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності. Цей підхід дозволяє підприємствам не лише підвищувати прибутковість, але й робить їх більш конкурентоспроможними на цільових, зокрема й міжнародних продовольчих ринках, стійкими до виникнення ризиків та сприяє створенню інноваційного та ефективного національного аграрного сектору, здатного забезпечити продовольчу безпеку країни.

2.2. Обґрунтування капіталовкладень у реалізацію проєкту та розрахунок економічної ефективності виробництва й реалізації хліба та хлібобулочних виробів

Хліб та хлібобулочні вироби є не лише невід'ємною частиною нашого щоденного раціону харчування, але й ключовим елементом національної економіки та соціокультурного життя усього суспільства. Хлібопекарська галузь має, без перебільшення, величезне значення для нашої країни, впливаючи на її економічний розвиток та продовольчу безпеку, забезпечуючи населення життєво важливим продуктом та обумовлюючи культурні та соціальні аспекти.

Хлібопекарська галузь є однією з найбільших галузей харчової промисловості України та має відчутний економічний вплив на неї. Виробництво хлібобулочних та інших хлібних виробів забезпечує значну кількість робочих місць та сприяє стабільності зайнятості у кожному регіоні. При цьому, галузь генерує суттєві податкові надходження та сприяє формуванню ВВП країни.

Хліб, як основне джерело вуглеводів та поживних речовин, відіграє критичну роль у харчовій безпеці держави. Його загальна цінова доступність дозволяє найширшому колу населення забезпечити себе енергією та необхідними поживними речовинами.

Виробництво та споживання хлібних виробів також має глибокі соціокультурні корені. Він вважається символом традиції та є важливою частиною обрядів та свят. Пекарні наразі стають центрами суспільного життя, де формується спільнота навколо людей, які разом споживають свіжий хліб та пекарські вироби.

Хлібопекарська галузь також активно працює над інноваціями та адаптацією до змін споживацьких уподобань. Розвиток нових технологій та методів приготування дозволяє створювати більше здорових та екологічно чистих виробів, що відповідає сучасним тенденціям у галузі харчування.

Відзначимо, що міні-пекарні та великі хлібокомбінати мають свої конкурентні переваги та недоліки, проте існує низка чинників, що роблять міні-

пекарні привабливішими в певних ринкових умовах, зокрема:

- міні-пекарні є більш гнучкими та швидше реагують на зміни в ринкових умовах, смакових трендах та запитах споживачів. Адаптивна гнучкість міні-пекарень дозволяє їм експериментувати зі смаками, інгредієнтами та стилями виробництва, що призводить до створення виняткових та унікальних продуктів, які привертають увагу споживачів;

- міні-пекарні, здебільшого, фокусуються на обслуговуванні місцевого ринку, виробляючи свіжий хліб та інші продукти саме для таких споживачів. Це є привабливим для тих, хто ставить у пріоритет підтримку місцевих підприємців та якість продукції. Міні-пекарні сприяють розвитку економіки громади, надаючи робочі місця та підтримуючи інші місцеві підприємства, такі як постачальники інгредієнтів та заклади торгівлі;

- міні-пекарні здійснюють значно менші вуглецеві викиди та інший негативний екологічний вплив порівняно з великими виробниками, оскільки працюють на місцевому рівні, що сприяє зменшенню транспортних витрат;

- міні-пекарні спроможні забезпечити більш високий контроль якості, оскільки виробництво є меншим та локалізованішим, що дозволяє краще слідкувати за всіма етапами виробництва та оперативно провадити необхідні зміни. Міні-пекарні можуть зосереджуватися на обмеженому, але більш вишуканому асортименті хлібних виробів;

- міні-пекарні створюють особистісні зв'язки зі споживачами та спільнотою, що дозволяє пекарні реагувати на фідбек та побажання споживачів, що сприяє формуванню з ними тісних взаємовідносин. Крім того вони можуть брати участь у місцевих подіях, співпрацювати з місцевими підприємцями та розвивати власний бренд через взаємодію зі спільнотою.

Звісно, ефективність та конкурентоспроможність міні-пекарень обумовлюється впливом різноманітних чинників, таких як ринкові умови, місцева конкуренція, якість продукції тощо. Загалом, вибір між міні-пекарнею та великим хлібокомбінатом залежить від конкретних цілей, ресурсів та стратегій підприємця. Кожен з цих форматів має свої переваги, і успішний бізнес може залежати від здатності використовувати їх відповідно до конкретного контексту.

На даний час існує велика різноманітність видів і рецептур високоякісного хліба, булок, батонів, багетів, булочок тощо, зокрема й хлібобулочних виробів дієтичного призначення. Незважаючи на те, що потужні хлібозаводи намагаються максимально повно задовольняти запити споживачів, міні-пекарням, усе ж таки, легше змінювати асортимент, оскільки у них відсутня потреба у суттєвій модернізації обладнання на противагу хлібозаводам.

Проте, перш за все, споживача цікавить саме якість і свіжість продукту, відповідно до чого перевага міні-пекарень є очевидною. У такому виробництві вельми зацікавлені супермаркети або мережеві магазини, оскільки власна міні-пекарня гарантує наявність свіжого хліба високої якості, а також забезпечує стабільність його постачань до торговельної мережі.

Необхідно відзначити, що виробництва зерна для досліджуваного фермерського господарства має, безумовно, стратегічне значення, проте, внаслідок погіршення соціально-економічної ситуації в країні у цілому та в Харківському регіоні зокрема, обумовленого широкомасштабною війною, його економічна ефективність за останні роки має тенденцію до зниження. Відтак, зниження ефективності виробництва сировини доводить необхідність впровадження поглибленої переробки зерна, з метою створення доданої вартості та підвищення ефективності господарської діяльності в цілому. Одним із найбільш перспективних, на наш погляд, шляхів є впровадження міні-пекарні на базі фермерського господарства. З огляду на те, що на території Новопокровської ОТГ розташовано ДП «Новопокровський КХП», який є одним з провідних в країні виробників борошна, то проблем у забезпеченні основною сировиною не виникатиме. Крім того, виробництво борошна здійснюватиметься в основному зі збіжжя фермерського господарства. Вказане дозволить не лише переорієнтувати певну частину зерна, яка реалізовувалась у минулі роки на ринку як сировина, на продукцію поглибленої переробки з доданою вартістю, а також матиме певний соціальний ефект, оскільки введення в дію міні-пекарні забезпечить створення додаткових робочих місць на підприємстві.

Проаналізувавши потенційний ринок збуту хлібобулочних виробів, його особливості, місткість та можливість розширення у перспективі, вважаємо за доцільне придбання обладнання продуктивністю 200 кг тіста за зміну. При цьому, рекомендуємо на початковому етапі здійснювати виробництво обмеженого асортименту традиційної для більшості споживачів продукції з наступним поступовим його розширенням. Зокрема, планується виробляти наступний асортимент: хліб білий (формовий); паляницю українську; батон нарізний. Річна продуктивність комплексу технологічного обладнання по борошну становитиме, при однозмінному режимі роботи та щоденному виробництві, – 73,0 т /рік.

Обчислення загального обсягу виробництва хліба та хлібобулочних виробів, а також валової виручки від реалізації здійснимо у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Розрахунок надходжень від реалізації хліба та хлібобулочної продукції

Найменування продукції	Кількість, од.	Ціна реалізації, грн /од.	Виручка від реалізації, грн
1	2	3	4
Хліб білий (формовий) (вага – 600 г)	99280	23,5	2333080,0
Паляниця українська (вага – 500 г)	19856	27,5	546040,0
Батон нарізний (вага – 500 г)	59568	24,5	1459416,0
Разом			4338536,0

Таким чином, за умови виробництва та реалізації 99280 буханців хлібу білого (формованого) за ціною 23,5 грн /од. міні-пекарня отримає 2333080,0 грн виручки, при реалізації 19856 одиниць паляниці української – 546040,0 грн, а 59568 батонів нарізних мають забезпечити 1459416,0 грн валового доходу. Сукупно розмір валової виручки від реалізації передбачається отримати на рівні 4338536,0 грн.

У вартість комплексу технологічного обладнання для міні-пекарні закладено витрати на монтажні, пусконаладжувальні роботи та гарантійне обслуговування виробником, що у сукупності становить 657 982,5 грн з ПДВ. Ставка ПДВ – 20,0 %. Обладнання потребує будівництва приміщення загальною

площею 100 м², вартість такого будівництва складатиме 820 000,0 грн. Отже, капіталовкладення у реалізацію проєкту становитимуть 1 477 982,5 грн.

Розмір капітальних витрат, при цьому, буде складатись із суми витрат у реалізацію проєкту із впровадження міні-пекарні за мінусом розміру ПДВ у вартості обладнання, монтажних та пусконаладжувальних робіт, а також у вартості будівництва приміщення і становитиме **1 231 652,1 грн** ($1\,477\,982,5 - (1\,477\,982,5 \cdot 20 \div 120)$).

Розмір відносних капіталовкладень розраховується за формулою (2.2):

$$K_B = \frac{K}{A} \text{ грн./т (грн./кг)}, \quad (2.2)$$

де K – сумарні абсолютні капіталовкладення, грн;

A – річний обсяг виробництва хліба та хлібобулочних виробів у фізичній вазі, кг.

Підставивши дані до формули (2.2) отримаємо наступний результат:

$$K_B = \frac{1231652,1}{99280,0} = 12,41 \text{ грн/кг}$$

Експлуатація технологічного обладнання та устаткування, необхідного для виробництва хліба та хлібобулочних виробів, пов'язана із виникненням наступних поточних витрат:

B_C – на сировину, грн;

A_M – на амортизацію, грн;

B_P , – на поточний та капітальний ремонт, грн;

B_{TO} – на технічне обслуговування обладнання, грн;

B_E – на електроенергію, грн;

$З_{II}$ – на оплату праці з нарахуваннями, грн;

B_B – на воду для технологічних потреб, грн;

B_O – на опалення приміщення, грн;

B_I – інших витрат, грн;

B_3 – загальновиробничих витрат, грн.

Відповідно, формула собівартості виробництва хліба та хлібобулочних виробів матиме наступний вигляд:

$$C = B_C + A_M + B_P + B_{TO} + B_E + 3_{II} + B_B + B_O + B_I + B_3 \text{ грн} \quad (2.3.)$$

Витрати на сировину (B_C) містять річні витрати на придбання борошна у розрізі сортів (гатунків), дріжджів, солі та води для харчового використання, рослинної олії і розраховуються за формулою (2.4):

$$B_C = K_C \cdot C_C \text{ грн.}, \quad (2.4)$$

де K_C – річна кількість необхідної сировини, t (кг, л);

C_C – ціна одиниці виміру сировини, грн.

Розрахунок витрат на сировину доцільно здійснити у таблиці 2.2. Відзначимо, що для виробництва вище зазначеного обсягу хліба та хлібобулочних виробів за їх різновидами необхідно мати наступну структуру борошна: 70 % – вищого; 20 % – першого; 10 % – другого сорту (гатунку).

Таблиця 2.2

Витрати на сировину

Найменування сировини	Кількість, т (кг, л)	Ціна, грн /т (кг, л).	Вартість, грн
1	2	3	4
Борошно вищого сорту, кг	51100,0	20,0	1022000,0
Борошно I сорту, кг	14600,0	14,5	211700,0
Борошно II сорту, кг	7300,0	12,0	87600,0
Разом по борошну, т	73000,0	18,1	1321300,0
Дріжджі сухі, кг	262,8	656,0	172396,8
Сіль кам'яна харчова, кг	700,0	11,5	8050,0
Вода питна, л	64240,0	0,1	6424,0
Олія рослинна, л	153,3	55,0	8431,5
Разом			1516602,3

Сума амортизаційних відрахувань (A_M), розраховується виходячи з норми амортизаційних відрахувань 15,0 % на обладнання та 5,0 % на будівлі та споруди, норма відрахувань на поточний ремонт (B_P) відповідно на обладнання і будівлі та споруди – 6,5 % та 2,0%.

Витрати на амортизацію та ремонт розраховані в таблиці (Додаток К).

Витрати на технічне обслуговування (B_{TO}), приймаємо на рівні 3,0 % від балансової вартості обладнання, що складатиме **44 339,5 грн на рік**.

Ефективний фонд часу роботи обладнання (E_ϕ), розраховується, виходячи з однозмінного режиму роботи при тривалості робочої зміни 12 годин, 365 робочих днів і коефіцієнту одночасної роботи обладнання – 0,72 за наступною формулою (2.5):

$$E_\phi = D \cdot T \cdot K_{OP} \text{ год.}, \quad (2.5)$$

де D – кількість днів роботи обладнання;

T – тривалість роботи обладнання за день, *годин*;

K_{OP} – коефіцієнт одночасної роботи обладнання.

Підставивши значення в формулу (2.5) отримаємо:

$$E_\phi = 365 \cdot 12 \cdot 0,72 = 3153,6 \text{ год.}$$

Витрати на електроенергію (B_E), розраховуються виходячи з встановленої потужності електричного обладнання (24 кВт - год.), ефективного фонду часу роботи та ціни 1 кВт. - год. електроенергії, за наступною формулою (2.6):

$$B_E = W \cdot E_\phi \cdot C_E \text{ грн.}, \quad (2.6)$$

де W – сукупна потужність обладнання, *кВт - год.*;

E_ϕ – ефективний фонд часу роботи обладнання, *годин*;

C_E – тариф на електроенергію, *грн /кВт.*

Розрахунок матиме наступний вигляд:

$$B_E = 24 \cdot 3153,6 \cdot 3,7282 = 282174,0 \text{ грн}$$

Обсяг спожитої електроенергії, при цьому, складатиме **75686,4 кВт. - год.** ($24 \cdot 3153,6$).

Витрати на оплату праці персоналу ($З_{П}$), формуються із заробітної плати за тарифними ставками та відповідних нарахувань ЄСВ на фонд оплати праці.

Розрахунок витрат на оплату праці персоналу проводиться, виходячи з його чисельності, що є необхідною для забезпечення безперебійної та ритмічної роботи обладнання. Розрахунок приведений в таблиці 2.3.

Витрати на оплату праці з нарахуваннями

Категорії працівників	Чисельність, осіб	Заробітна плата за місяць, грн	Фонд оплати праці, грн	Нарахування на фонд оплати праці Єдиного соціального внеску (22,0 %), грн				Всього	Фонд оплати праці з нарахуваннями, грн
				у тому числі					
				до пенсійного фонду, 17,28 %	на випадок безробіття, 1,58 %	від нещасних випадків, 1,44 %	від тимчасової втрати працездатності, 1,7 %		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Технолог	1	17200	17200,0	2972,2	271,8	247,7	292,4	3784,0	20984,0
Пекарі-кондитери	3	12400	37200,0	6428,2	587,8	535,7	632,4	8184,0	45384,0
Підсобні робітники	1	8300	8300,0	1434,2	131,1	119,5	141,1	1826,0	10126,0
Разом за місяць									76494,0
Разом за рік									917928,0

Витрати на воду для технологічних потреб (B_B), розраховуються виходячи з норми витрачання води ($m^3 / год.$), ефективного часу роботи обладнання ($годин$) та вартості $1 m^3$ води ($грн$) за формулою (2.7):

$$B_B = E_{\phi} \cdot H_{BB} \cdot C_B \text{ грн.}, \quad (2.7)$$

де E_{ϕ} – ефективний фонд часу роботи обладнання, $годин$;

H_{BB} – норма витрачання води, $m^3 / год.$;

C_B – ціна води, $грн / m^3$.

Розрахунок матиме наступний вигляд:

$$B_B = 3153,6 \cdot 0,1 \cdot 40,0 = 12614,4 \text{ грн}$$

Середньомісячне споживання газу в опалювальний період року залежить від площі приміщення що опалюється та тарифу на газ, який складає $14,5889 \text{ грн} / m^3$. При цьому встановлюємо за місяць на опалення $1 m^2$ приміщення – $6,0 m^3$ газу. Відповідно до цього споживання газу, при площі в

100 м², складе 600 м³. Опалювальний період дорівнює 6 календарним місяцям.

Витрати на опалення приміщення (B_O) розраховуються за формулою (2.8):

$$B_O = M_C \cdot T_O \cdot M_O \text{ грн.}, \quad (2.8)$$

де M_C – середньомісячне споживання газу, в опалювальний період, м³;

T_O – тариф на опалення, грн/м³;

M_O – тривалість опалювального сезону, місяців.

Застосувавши формулу (7) отримаємо:

$$B_O = 600 \cdot 6 \cdot 14,5889 = 52520,04 \text{ грн}$$

Розмір інших витрат (B_I) складає 5,0 % від суми фонду оплати праці з нарахуваннями, амортизаційних відрахувань та відрахувань на поточний ремонт, а розмір загальновиробничих витрат (B_3), приймаємо на рівні 15,0 %.

Формули для розрахунку будуть мати наступний вигляд:

$$B_I = \frac{(3_{II} + A_M + B_P) \cdot 5}{100} \text{ грн.}, \quad (2.9)$$

$$B_3 = \frac{(3_{II} + A_M + B_P) \cdot 15}{100} \text{ грн.}, \quad (2.10)$$

де 3_{II} – витрати на оплату праці з нарахуваннями, грн;

A_M – витрати на амортизацію, грн;

B_P – витрати на ремонт, грн.

Підставимо значення до відповідних формул і отримаємо такі результати:

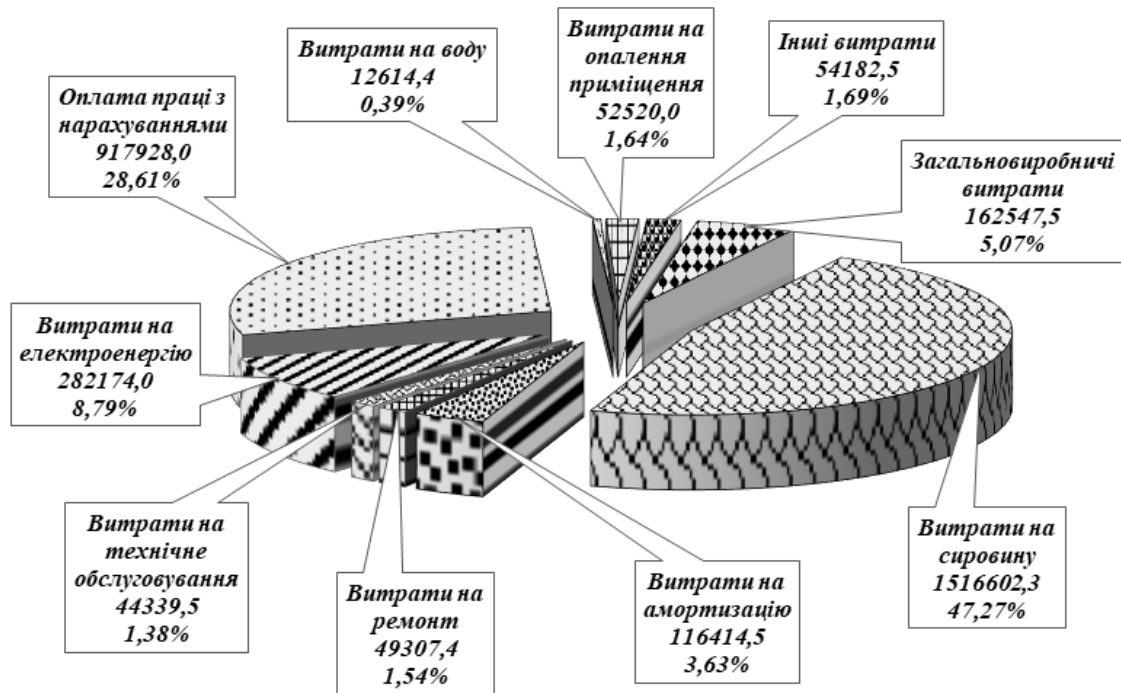
$$B_I = \frac{(917928,0 + 116414,5 + 49307,4) \cdot 5}{100} = 54182,5 \text{ грн}$$

$$B_3 = \frac{(917928,0 + 116414,5 + 49307,4) \cdot 15}{100} = 162547,5 \text{ грн}$$

Після проведених розрахунків необхідно визначити загальну суму витрат на виробництво хліба та хлібобулочних виробів, використовуючи формулу (2.3):

$$C = 1516602,3 + 116414,5 + 49307,4 + 44339,5 + 282174,0 + 917928,0 + \\ + 12614,4 + 52520,04 + 54182,5 + 162547,5 = 3208630,14 \text{ грн}$$

Загальний розмір та частку кожного елементу витрат, пов'язаних із виробництвом хліба та хлібобулочних виробів, представлено на рис. 2.3.



**Рис. 2.3. Структура собівартості виробництва
хліба та хлібобулочних виробів**

Джерело: розроблено автором

Нижче проведемо розрахунок показників економічної ефективності.

1. Зобов'язання з ПДВ ($Z_{\text{ПДВ}}$) грн.

Зобов'язання з ПДВ за звітний період розраховується на основі застосування відповідної ставки (20,0 %) до валової виручки (валового доходу) від реалізації продукції. Необхідно зважати на те, що розмір зобов'язання з ПДВ включено до ціни реалізації продукції, оскільки ПДВ є непрямим податком. Відповідно, формула матиме наступний вигляд:

$$Z_{\text{ПДВ}} = \frac{ВД \cdot 20,0}{120,0} \text{ грн.}, \quad (2.11)$$

де $ВД$ – розмір валової виручки (валового доходу) від реалізації продукції, грн.

Підставляючи дані в формулу (2.11) отримаємо:

$$З_{ПДВ} = \frac{4338536,0 \cdot 20,0}{120} = 723089,33 \text{ грн}$$

2. *Кредит з ПДВ ($K_{ПДВ}$) грн*, розраховується на витрати, що пов'язані із придбанням сировини, матеріалів та основних засобів у постачальників – платників ПДВ та інших витрат, якщо такі мають місце і передбачені, за ставкою 20,0 % від розміру таких витрат. Методика розрахунку є аналогічною до методики обчислення зобов'язання з ПДВ і має наступний вигляд:

$$K_{ПДВ} = \frac{H_C \cdot 20,0}{120,0} + \frac{O_{OЗ} \cdot 20,0}{120,0} + \dots \text{ грн.}, \quad (2.12)$$

де H_C – покупні сировина та матеріали, *грн*;

$O_{OЗ}$ – вартість покупного обладнання тощо, *грн*.

Підставляючи дані в формулу (2.12) отримаємо:

$$K_{ПДВ} = \frac{(1516602,3 + 1477982,5 + 282174,0 + 12614,4 + 52520,04) \cdot 20}{120} = 556982,21 \text{ грн}$$

3. *ПДВ до бюджету ($B_{ПДВ}$) грн*. Визначається, як різниця між зобов'язанням та кредитом з ПДВ за наступною формулою (2.13):

$$B_{ПДВ} = З_{ПДВ} - K_{ПДВ} \text{ грн.} \quad (2.13)$$

Застосувавши формулу (2.13) отримаємо:

$$B_{ПДВ} = 723089,33 - 556982,21 = 166107,12 \text{ грн}$$

4. *Сума балансового прибутку (БП) грн*, визначається за наступною формулою (2.14):

$$БП = ВД - B_{ПДВ} - С \text{ грн.} \quad (2.14)$$

Підставивши дані до формули (2.14) отримаємо:

$$БП = 4338536,0 - 166107,12 - 3208630,14 = 963798,74 \text{ грн}$$

5. Обчислення суми податку на прибуток (Π_{Π}), грн. Податок на прибуток визначається за ставкою 18,0 % від балансового прибутку. Розрахунок проводиться за формулою (2.15):

$$\Pi_{\Pi} = \text{БП} \cdot \frac{18,0}{100} \text{ грн} \quad (2.15)$$

Підставляючи дані до формули (2.15) маємо наступний результат:

$$\Pi_{\Pi} = \frac{963798,74 \cdot 18,0}{100} = 173483,77 \text{ грн}$$

6. Чистий прибуток (ЧП) грн, визначається за наступною формулою (2.16):

$$\text{ЧП} = \text{БП} - \Pi_{\Pi} \text{ грн.}, \quad (2.16)$$

Вносимо дані до формули (2.16) і отримуємо, що чистий прибуток дорівнює:

$$\text{ЧП} = 963798,74 - 173483,77 = 790314,97 \text{ грн}$$

7. Енергоємність (E_{ϵ}) кВт. – год. /кг, визначаємо з розрахунку на фізичну масу, а не на одиницю виробленої продукції, оскільки вона представлена в асортименті різної ваги. Розрахунок проводимо за формулою (2.17):

$$E_M = \frac{Q_{EE}}{A} \text{ кВт.-год./кг}, \quad (2.17)$$

де Q_{EE} – витрати електроенергії на виробничі потреби, кВт. – год.;

A – фізичний обсяг виробленого хліба та хлібобулочних виробів, кг.

Підставляючи дані в формулу (2.17) отримаємо:

$$E_M = \frac{75686,4}{99280,0} = 0,76 \text{ кВт.-год./кг.}$$

8. Продуктивність праці ($\Pi_{\text{ПР}}$) кг /люд.-год., також розраховуємо на фізичну масу виробленої продукції за формулою (2.18):

$$\Pi_{\text{ПР}} = \frac{A}{\text{Ч} \cdot \text{Д} \cdot T_{\text{ЗМ}}} \text{ кг / люд.-год.}, \quad (2.18)$$

де Ч – чисельність осіб основного виробничого персоналу;

Д – кількість днів роботи;

$T_{\text{ЗМ}}$ – тривалість зміни, годин.

Підставляючи дані в формулу (2.18) отримаємо:

$$P_{\text{пр}} = \frac{99280,0}{3 \cdot 365 \cdot 11} = 8,24 \text{ кг / люд.-год.}$$

9. Рентабельність виробленої продукції ($P_{\text{чп}}$) %, визначаємо за наступною формулою (2.19):

$$P_{\text{чп}} = \frac{\text{ЧП}}{C} \cdot 100 \%, \quad (2.19)$$

де ЧП – чистий прибуток, грн.

Підставляючи дані в формулу (2.19) отримаємо:

$$P_{\text{чп}} = \frac{790314,97}{3208630,14} \cdot 100 = 24,63\%$$

10. Термін окупності первинних капітальних вкладень (строк повернення капіталу) ($T_{\text{ок}}$) міс., визначаємо за формулою (2.20):

$$T_{\text{ок}} = \frac{K}{\text{ЧП}} \cdot 12 \text{ місяців}, \quad (2.20)$$

де K – сумарні капіталовкладення, грн.

Підставивши дані до формули (2.20) одержимо такий результат:

$$T_{\text{ок}} = \frac{1231652,1}{790314,97} \cdot 12 = 18,7 \text{ місяців.}$$

Результати проведених розрахунків, показників економічної ефективності, доцільно представити у таблиці 2.4.

Отже, відкриття на базі фермерського господарства міні-пекарні вимагатиме здійснення капітальних інвестицій на придбання необхідного обладнання та будівництва приміщення у сумі 1 231 652,1 грн. Питомі капіталовкладення, при цьому, становитимуть 12,41 грн /кг, а очікуваний термін окупності капіталовкладень – 18,7 місяців або близько 1,5 року. Міні-пекарня на першому етапі вироблятиме обмежений асортимент продукції, а саме лише 3 найменування: «Хліб білий (формовий)» – 60 %; «Паляниця українська» – 10 %; «Батон нарізний» – 30 % від загального обсягу продукції. Загальні витрати на виробництво та реалізацію вказаної продукції становитимуть

3 208 630,14 грн, а чиста виручка від реалізації після сплати ПДВ дорівнюватиме 4 172 428,88 грн. Розмір чистого прибутку, що залишиться після сплати податку на прибуток дорівнюватиме 790314,97 грн, а рівень рентабельності – 24,63 %, що в умовах війни є достатньо непоганим результатом. Крім того, введення в дію міні-пекарні матиме значний соціальний ефект, оскільки дозволить створити 5 нових робочих місць та забезпечити наповнення бюджету за рахунок сплати відповідних зборів та платежів додатковими грошовими коштами. Річний фонд оплати праці становитиме 917928,0 грн.

Таблиця 2.4

Показники економічної ефективності функціонування міні-пекарні

Показник	Значення
1. Валова виручка від реалізації, <i>грн</i>	4338536,0
2. Зобов'язання з ПДВ, <i>грн</i>	723089,33
3. Кредит з ПДВ, <i>грн</i>	556982,21
4. ПДВ до бюджету, <i>грн</i>	166107,12
5. Чиста виручка від реалізації, <i>грн</i>	4172428,88
6. Витрати на виробництво та реалізацію продукції, <i>грн</i>	3208630,14
7. Балансовий прибуток, <i>грн</i>	963798,74
8. Податок на прибуток, <i>грн</i>	173483,77
9. Чистий прибуток, <i>грн</i>	790314,97
10. Енергоємність, <i>кВт. – год. / кг</i>	0,76
11. Продуктивність праці, <i>кг /люд.-год.</i>	8,24
12. Рентабельність, %	24,63
13. Абсолютний розмір капіталовкладень, <i>грн</i>	1231652,1
14. Термін окупності абсолютних капіталовкладень, <i>місяців</i>	18,7

Відзначимо, що проведені нами комплексні розрахунки обґрунтування доцільності здійснення капітальних інвестицій та оцінки економічної ефективності виробництва й реалізації продукції свідчать про доцільність впровадження даного інвестиційного проєкту, а можливість у майбутньому розширення асортименту сприятиме посиленню конкурентних позицій міні-пекарні на місцевому ринку.

2.3. Комплексна оцінка ефективності залучених у реалізацію проєкту капітальних інвестицій

Зазначимо, що інвестиції є невід’ємною частиною сучасної економічної системи, що відіграють надважливу роль у стимулюванні економічного розвитку держави. Термін «інвестиції» можна визначити як цілеспрямовану діяльність, пов’язану із вкладанням коштів або ресурсів у певні активи з метою отримання прибутку чи збільшення їх вартості. Це може включати придбання фінансових і реальних активів, участь у капіталі підприємств або розвиток нових технологій.

Інвестиційна діяльність, у свою чергу, є комплексним процесом, що охоплює визначення цілей, аналіз ризиків, вибір оптимальних стратегій та управління портфелем активів. Задачею інвестора є ефективне розподілення своїх ресурсів для досягнення максимальної доходності при мінімізації ризиків. Цей процес може передбачати інвестування в різноманітні активи, такі як акції, облігації, нерухомість, технологічні стартапи чи інші форми бізнесу.

Інвестиції виступають не лише як інструмент заробітку для індивідуальних інвесторів, але й як ключовий каталізатор економічного розвитку країни. Цей процес стимулює інновації, сприяє створенню нових робочих місць та підтримує стабільність грошово-фінансової системи. Уряди багатьох країн світу активно впливають на інвестиційну діяльність через податкові стимули, регулювання та інші політичні заходи з метою залучення внутрішніх і зовнішніх інвесторів.

У той же час, інвестиції не є універсальною панацеєю від виникнення ризиків, тому успішна інвестиційна стратегія вимагає обізнаності, досліджень та обачливості. Ризики можуть включати фінансові, ринкові, технологічні та інші чинники, які здатні вплинути на прибутковість інвестицій.

Отже, інвестиції та інвестиційна діяльність є невід’ємними частинами сучасної економіки, що сприяють розвитку підприємництва, наукових досліджень та інновацій. Для досягнення успіху в цьому процесі, інвесторам важливо володіти не лише необхідними фінансовими знаннями, але й стратегічним мисленням та умінням ефективно управляти ризиками.

Капітальні інвестиції є істотним елементом стратегічного розвитку підприємств та економічного прогресу. Цей термін визначає великі фінансові вкладення, спрямовані на придбання, розширення або модернізацію активів з метою отримання довгострокового ефекту. Основною характеристикою капітальних інвестицій є їх вплив на формування інфраструктури та здатність сприяти динамічному економічному розвитку.

Необхідно чітко розуміти, що фінансування інвестиційних проєктів є широким та багатогранним процесом. Капітальні інвестиції можуть охоплювати будівництво нових об'єктів, модернізацію технологічних процесів, придбання високопродуктивного обладнання та багато іншого.

Однією з ключових особливостей фінансування інвестиційних проєктів є необхідність у значних фінансових ресурсах, що може забезпечуватися внутрішніми резервами компанії, банківськими кредитами, емісією корпоративних облігацій чи залученням інвестицій від інституційних інвесторів. Кожен із цих джерел фінансування має свої переваги та недоліки і вибір конкретного залежить від низки чинників, зокрема від масштабу проєкту, терміну окупності, поточної фінансової ситуації компанії, ринкових умов тощо.

Однією з найважливіших рис фінансування капітальних інвестицій є довгостроковий характер вкладення коштів, що вимагає детального планування та стратегічного управління ресурсами, оскільки інвестори часто очікують отримати прибуток не відразу, а впродовж тривалого періоду. Інвестиційні проєкти також пов'язані з ризиками, врахування яких є необхідним етапом в процесі ухвалення рішення щодо фінансування.

Отже, капітальні інвестиції відіграють надважливу роль у формуванні сучасної економіки. Проте їх успішне втілення в життя вимагає обміркованої стратегії фінансування, ретельного аналізу ризиків та глибокого розуміння довгострокових зисків для усіх зацікавлених сторін. Основна ідея полягає в тому, щоб впевнено рухатися вперед, утверджуючи інновації та забезпечуючи динамічність економічного розвитку.

Головним критерієм оцінювання капітальних інвестицій є їх окупність. Окупність – це інтервал часу, за який інвестиції повертаються внаслідок отриманих прибутків або грошових потоків. Це головний критерій оцінювання капітальних інвестицій, оскільки він вказує на те, як швидко і чи ефективно проєкт компенсує витрати та починає приносити прибуток. До переліку основних показників ефективності реальних інвестиційних проєктів відносять: чистий приведений дохід; індекс дохідності; індекс рентабельності; період окупності; внутрішня ставка рентабельності тощо.

Найчастіше для оцінки проєктів капітальних вкладень використовують показник чистих грошових потоків (Net Cash Flow) – різниця між грошовими витратами та грошовими надходженнями в рамках конкретного періоду, враховуючи вплив усіх чинників, таких як витрати, доходи та податки. Цей показник вказує на фактичний грошовий потік, що залишається після врахування всіх витрат і доходів.

Чисті грошові надходження (Net Cash Inflow – NCI) – це сума грошових коштів, які надходять до підприємства від усіх джерел за певний період за мінусом витрат, пов'язаних із цими надходженнями. Цей показник відображає чистий приріст грошових ресурсів, доступних підприємству.

Чисті інвестиції (Net Investment) – це різниця між обсягом вкладень у капітальні активи (зазвичай обладнання, будівлі тощо) та сумою виручених коштів від продажу чи зносу таких активів за певний період часу. Це показник відображає зміну обсягу капітальних активів підприємства.

Отже, на практиці найчастіше застосовуються декілька основних методів оцінки ефективності капітальних інвестицій, а саме:

1) Метод чистого приведенного ефекту (NPV) – обчислюється як різниця між сумою чистих грошових потоків та витратами на інвестиційний проєкт, дисконтовані за поточною вартістю;

2) Метод індексу рентабельності (дохідності) інвестиції (PI) – визначається як відношення суми дисконтованих грошових потоків до витрат на проєкт, дозволяючи визначити ефективність інвестицій у порівнянні з їх вартістю;

3) Метод внутрішньої ставки рентабельності інвестицій (IRR) або норми рентабельності інвестиційного проєкту (ROI) – визначає прибутковість інвестицій як відсоток від витрат чи прибутку, що надає можливість оцінити ефективність проєкту.

4) Метод простої (бухгалтерської) норми прибутку (ARR) – розраховується як середня річна прибутковість проєкту відносно його вартості, дозволяючи оцінити доцільність інвестицій;

5) Бездисконтний метод терміну окупності інвестицій (PP) – визначає термін, необхідний для повного відшкодування витрат на інвестиційний проєкт без урахування дисконту часової вартості грошей.

6) Дисконтний метод терміну окупності проєкту (DPP) – встановлює період часу, необхідний для того, щоб дисконтовані чисті грошові потоки стали додатними, враховуючи часову вартість грошей.

Отже, введення в дію міні-пекарні потребує здійснення капітальних інвестицій у сумі **1 231 652,1 грн** (абсолютні капіталовкладення). Плановий період, у продовж якого, як очікується, інвестиційний проєкт має окупитися становить 3 роки, сума чистих грошових надходжень складається із суми амортизаційних відрахувань та розміру чистого прибутку.

При цьому дисконтна ставка складає (r) 27,0 %, а середньозважена ціна капіталу (CC) приймається на рівні – 15,0 %.

У розрахунках умовно приймаємо, що за період експлуатації інвестиційного проєкту (3 роки) фінансово-господарська діяльність міні-пекарні знаходитиметься на постійному рівні, тобто ціна, обсяг реалізації, розмір витрат, прибуток тощо не змінюватимуться впродовж усього зазначеного терміну.

Отже, проведемо відповідні розрахунки за вказаними вище методами оцінки ефективності капітальних інвестицій.

1. За методом чистої теперішньої вартості.

Одним із базових і найбільш популярних методів оцінки капітальних інвестицій є метод розрахунку чистої теперішньої вартості (NVP), що визначається як різниця між теперішньою вартістю майбутніх чистих грошових надходжень і теперішньою вартістю чистих інвестицій, характеризує прогнозну оцінку змін економічного потенціалу підприємства за умов прийняття до

реалізації проєкту. Розрахунки величин дисконтованих доходів та чистої теперішньої вартості здійснюються за наведеними нижче формулами:

$$PV = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+r)^k}, \quad (2.21)$$

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+r)^k} - IC, \quad (2.22)$$

де P_k – річні доходи;

r – дисконтна ставка;

k – роки експлуатації проєкту.

Якщо: $NPV > 0$, – проєкт прибутковий;

$NPV < 0$, – проєкт збитковий;

$NPV = 0$, – проєкт не матиме ані позитивного, ані негативного економічного ефекту.

Підставивши значення до формули (2.22) отримаємо:

$$NPV = \frac{906729,47}{(1+0,27)^1} + \frac{906729,47}{(1+0,27)^2} + \frac{906729,47}{(1+0,27)^3} - 1231652,1 = 487137,73 \text{ грн}$$

Оскільки $NPV = 487137,73$ грн, що > 0 , відповідно проєкт є прибутковим і може бути рекомендований до впровадження.

2. За методом індексу рентабельності.

Характеризує дохід на одиницю витрат. Розрахунок здійснюється за наведеною нижче формулою (2.23):

$$PI = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+r)^k} : IC, \quad (2.23)$$

де PI – індекс рентабельності;

Значення зіставляється з 1.

Якщо: $PI > 1$, – проєкт прибутковий;

$PI < 1$, – проєкт збитковий;

$PI = 1$, – проєкт не матиме ані позитивного, ані негативного економічного ефекту.

Розрахунок матиме наступний вигляд:

$$PI = \frac{906729,47}{(1+0,27)^1} + \frac{906729,47}{(1+0,27)^2} + \frac{906729,47}{(1+0,27)^3} \div 1231652,1 = 1,4.$$

Оскільки $PI = 1,4$, що більше 1, – проєкт ефективний і його доцільно впроваджувати.

3. За методом норми рентабельності інвестиційного проєкту.

Внутрішня ставка рентабельності (IRR) – це значення дисконтної ставки, за якої $NPV = «0»$. Показує максимально допустимий рівень витрат, який може мати місце при реалізації даного проєкту. При цьому максимально допустимим рівнем витрат виступає середньозважена ціна капіталу (CC) – 15,0 %.

Якщо: $IRR > CC$, – проєкт приймається, оскільки є ефективним;

$IRR < CC$, – проєкт відхиляється, адже є збитковим;

$IRR = CC$, – проєкт є і не прибутковим, і не збитковим.

Для визначення IRR використовується метод послідовних інтеграцій, за яким обираються 2 значення дисконтної ставки $r_1 < r_2$, таким чином, щоб в інтервалі (r_1, r_2) функція $NPV = f(r)$ змінювала значення з «+» на «-» або навпаки.

Розрахунок проводиться за запропонованою формулою (2.24):

$$IRR = r_1 + \frac{f(r_1)}{f(r_1) - f(r_2)} \times (r_2 - r_1), \quad (2.24)$$

Дисконтні ставки зручно обчислити в таблиці (Додаток Л).

Підставимо отримані значення до формули (2.24):

$$IRR = 52 + \frac{15530,56}{15530,56 - (-25763,69)} \cdot (55 - 52) = 53,13\%$$

Оскільки $IRR = 53,13\% > 15,0\% (CC)$, – проєкт є ефективним і, очевидно, може бути рекомендованим до впровадження.

4. За методом простої норми прибутку.

Показник (ARR) розраховується як відношення середньої величини чистого прибутку (PN) до середньої величини інвестицій (IC). Середня ж величина інвестицій визначається діленням суми абсолютних капітальних вкладень на 2, якщо передбачається ліквідаційна вартість (RV), вона відраховується.

Розрахунок проводиться за формулою (2.25):

$$ARR = \frac{P\bar{N}}{1/2(IC - RV)} \cdot 100, \quad (2.25)$$

Підставимо значення до формули (2.25) і отримаємо:

$$ARR = \frac{790314,97}{1/2 \cdot (1231652,1)} \cdot 100 = 128,33\%$$

Оскільки $ARR = 128,33\%$, тобто більше 100% , відповідно проєкт є ефективним і може бути впровадженням.

5. Бездисконтний метод терміну окупності інвестицій.

Залежить від рівномірності надходження доходів. Якщо з року в рік дохід розподілений рівномірно, то строк окупності (PP) визначається, як відношення обсягу інвестицій (IC) на величину річного чистого грошового потоку (P_K) за формулою (2.26):

$$PP = IC : P_K, \quad (2.26)$$

Підставивши значення у формулу (2.26), отримаємо наступний результат:

$$PP = \frac{1231652,1}{906729,47} = 1,36$$

Отримані результати розрахунку свідчать про те, що через 1,36 року сума чистих грошових надходжень дорівнюватиме обсягу здійснених капітальних інвестицій у розмірі 1231652,1 грн. Відповідно, термін окупності проєкту є меншим ніж період очікуваної експлуатації у 3 роки, що є цілком прийнятним.

6. Дисконтний метод терміну окупності інвестицій.

Розрахунок проводиться за формулою (2.27):

$$n = \frac{IC}{\sum_{k=1}^n \frac{P_K}{(1+r)^k}}, \quad (2.27)$$

Підставивши значення до формули (2.27) отримаємо:

$$n = \frac{1231652,1}{\frac{1718789,83}{3}} \approx 2,15$$

Тривалість періоду окупності є меншою ніж встановлені 3 роки, відповідно проєкт є ефективним і його доцільно впроваджувати.

Результати проведених розрахунків оцінки ефективності капітальних інвестицій у відкриття міні-пекарні доцільно узагальнити в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

**Результати оцінки ефективності капітальних інвестицій
у відкриття міні-пекарні**

Найменування методу оцінки	Нормативне значення прибутковості проєкту	Фактичне значення
1. Метод чистої теперішньої вартості (NVP)	$NPV > 0$	487134,73
2. Метод індексу рентабельності (PI)	$PI > 1$	1,4
3. Метод норми рентабельності (IRR)	$IRR > CC$	53,13
4. Метод простої норми прибутку (ARR)	$ARR > 100 \%$	128,33
5. Бездисконтний метод терміну окупності (PP)	$PP < \text{терміну експлуатації}$	1,36
6. Дисконтний метод терміну окупності (DP)	$DP < \text{терміну експлуатації}$	2,15

Отже, проведена нами комплексна оцінка ефективності здійснення капітальних інвестицій, пов'язаних із відкриттям міні-пекарні з річною продуктивністю по сировині 73,0 т за усіма основними методами (таблиця 2.5) довела доцільність впровадження запропонованого інвестиційного проєкту. Так, зокрема, за методом чистої теперішньої вартості було отримано суму 487137,73 грн, яка суттєво перевищує нормативне значення. Відповідно, за методом індексу рентабельності було отримано 1,4, що перевищує нормативне значення «1» на 40 %. Результати отримані за методами норми рентабельності та простої норми прибутку також підтверджують ефективність здійснення капіталовкладень, оскільки суттєво перевищують гранично встановлені значення. Щодо дисконтного методу, то термін окупності склав 2,15 року при очікуваному експлуатаційному періоді – 3 роки. Результати, що показують усі методи оцінки доводять доцільність здійснення капітальних інвестицій у відкриття міні-пекарні.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Підсумовуючи результати проведених наукових досліджень за темою кваліфікаційної (бакалаврської) роботи: «Обґрунтування доцільності впровадження інвестиційного проєкту із введення в дію міні-пекарні у фермерському господарстві», можемо зробити наступні висновки:

1. Підприємства хлібопекарської галузі працюють, наразі, у надскладних умовах широкомасштабної війни. Попри створення ними продукту першої необхідності щоденного вжитку людини, вони мають постійно удосконалювати виробничі процеси, налагоджувати взаємовідносини із постачальниками сировини і споживачами хлібопекарської продукції, поглиблювати контакти з науково-дослідними установами з метою розширення асортименту та удосконалення технології, щоб виробляти й реалізовувати якісний продукт.

2. Стратегія розвитку вітчизняної хлібопекарської галузі тривалий час була зорієнтована на створення висококонцентрованого виробництва з будівництвом великих хлібозаводів та необхідністю значних обсягів перевезень сировини й готової продукції до торгівельної мережі. Натомість, провідні країни у розвитку хлібопекарської промисловості рухаються в напрямі створення широкої мережі дрібних хлібопекарських підприємств із безпосереднім продажем продукції поблизу місця виробництва. Переваги таких пекарень очевидні: вони забезпечують населення свіжою продукцією; не потребують віддалених транспортних її перевезень; знаходяться безпосередньо біля споживача. Крім того, оснащені сучасним високотехнологічним обладнанням, такі підприємства за рівнем продуктивності праці аж ніяк не поступаються великим хлібозаводам, маючи більш широкі можливості у швидкій зміні асортименту продукції.

3. Для забезпечення економічної стійкості хлібопекарних підприємств необхідні гнучкість та швидкість реакції на зміни кон'юнктури ринку, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції, висока інвестиційна активність, ліквідність та фінансова стабільність. Досягнення економічної стійкості хлібопекарними підприємствами можливе лише за умови використання елементів сучасного менеджменту, ефективного маркетингу, досконалого

контролінгу, своєчасної реакції на зміни зовнішнього середовища та формування конкурентних переваг розвитку. Одним із головних чинників забезпечення стійкого розвитку, а отже й ефективного функціонування хлібопекарного підприємства, є забезпечення його інноваційної діяльності, що пов'язана з використанням наукових досліджень і розробок, науково-технічних досягнень, які пропонують нові високоінтелектуальні технології.

4. Ринок хліба та хлібобулочних виробів є одним зі стратегічних ринків України, що забезпечує її продовольчу безпеку та соціальну стабільність у суспільстві. Основою конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі є конкурентоспроможність продукції, яка безпосередньо залежить від якісних, нормативно-правових та економічних параметрів. Незважаючи на зниження рівня споживання хліба та хлібопродуктів, скорочення чисельності населення та економічні пертурбації, в Україні є всі необхідні передумови для ефективного розвитку та забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі.

5. Інноваційна діяльність є однією з найголовніших умов підвищення рівня ефективності діяльності підприємств. Інтенсивний шлях розвитку хлібопекарних підприємств, на основі застосування інновацій, сприятиме найкращим перспективам їх розвитку. По-перше, використання новітніх технологій у виробництві обумовлює підвищення ефективності та покращення якості продукції. По-друге, інновації можуть сприяти в удосконаленні рецептур та інгредієнтів. По-третє, використання екологічно чистого пакування, створення унікального бренду та запровадження інтелектуальних маркетингових стратегій можуть посилити конкурентоспроможність продукції. По-четверте, впровадження енергоефективних технологій та застосування відновлюваних джерел енергії сприяє розвитку хлібопекарень, що не лише зменшує негативний екологічний вплив, але й знижує енергоємність.

6. Суб'єкт господарювання аграрної сфери національної економіки, бізнес-процеси якого нами детально та комплексно досліджувалися, має виражену зернову спеціалізацію виробництва, оскільки у структурі виручки саме на зернові за останні роки припадало у межах 73-76 %. Соняшник, при цьому,

забезпечував 16-20 % виручки, стабільно посідаючи третє місце. У фермерському господарстві відмічається хитка фінансово-економічна ситуація, обумовлена, здебільшого, наслідками повномасштабної війни та світової пандемії. Зокрема, у 2022 році ситуація у виробничо-господарській діяльності суттєво погіршилася, що позначилося на зменшенні прибутковості у порівнянні з 2021 роком на 11585,6 тис. грн або на 40,55 %. При цьому, ключовими чинниками, що мали найсуттєвіший вплив були обсяг і структура виробництва, а також собівартість та ціна реалізації. Відзначимо, що 2020-го року ФГ недоотримало у порівнянні із планом 10594305,6 грн або 38,42 % прибутку, у тому числі за рахунок зниження обсягу та зміни структури – 4093105,0 грн, через зростання собівартості – 6048463,8 грн, внаслідок зниження рівня цін – 452736,8 грн. У цілому по господарству відмічається зростання повної собівартості, яке становило 29,27 %, що, при збільшенні виручки лише на 21,03 %, призвело до зниження розміру прибутку на 3,8 % та падіння рівня рентабельності з 33,16 % у 2020 році до 24,68 % у 2022 році або на 8,49 в.п. Станом на 2022 рік усі види сільськогосподарської продукції залишаються рентабельними, проте динаміка скорочення ефективності за більшістю із них викликає занепокоєння, що потребує ухвалення адекватних ситуації виважених управлінських рішень, спрямованих на стабілізацію, а також виявлення резервів поліпшення результатів виробничо-господарської діяльності.

7. Підприємства аграрної галузі, безумовно, мають стратегічне значення у забезпеченні населення продовольчими товарами. Із метою їх динамічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності доцільним, на нашу думку, є здійснення глибокої переробки сировини у готову продукцію, що суттєво підвищить ефективність господарської діяльності. Впровадження переробки власної сировини дозволить збільшити прибутковість, сприятиме диверсифікації виробництва та зниженню ризиків, зменшить чутливість до коливань цін, зробить підприємство менш вразливим до економічних змін та природно-кліматичних катаклізмів, сприятиме підвищенню внутрішньої ефективності виробництва тощо.

8. Переваги відкриття міні-пекарні є очевидними, адже вони є більш привабливими за рахунок наступних аспектів: більш гнучкі та швидше реагують на зміни в ринкових умовах, смакових трендах та запитах споживачів; фокусуються на обслуговуванні місцевого ринку; сприяють розвитку економіки громади, створюючи нові робочі місця; здійснюють значно менший негативний екологічний вплив; спроможні забезпечити більш високий контроль якості; здатні концентруватися на обмеженому, але більш вишуканому асортименті хлібних виробів тощо. Отже, одним із найбільш перспективних, на наш погляд, шляхів підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності фермерського господарства, у сучасних реаліях, є впровадження міні-пекарні.

9. Детальний аналіз ринку збуту хлібобулочних виробів, виявлення його специфічних особливостей, ємності та можливостей подальшого розширення дозволяє надати обґрунтовану пропозицію щодо придбання технологічного обладнання продуктивністю 200 кг тіста за зміну з річною продуктивністю 73,0 т /рік готової продукції. Відкриття міні-пекарні вимагатиме здійснення капітальних інвестицій у сумі 1 231 652,1 грн. Загальні витрати на виробництво та реалізацію продукції становитимуть 3 208 630,14 грн, а чиста виручка від реалізації дорівнюватиме 4 172 428,88 грн. Розмір чистого прибутку становитиме 790314,97 грн, а рівень рентабельності – 24,63 %. Введення в дію міні-пекарні матиме також суттєвий соціальний ефект, оскільки дозволить створити 5 нових робочих місць. Здійснена комплексна оцінка ефективності капітальних інвестицій за усіма методами довела доцільність впровадження запропонованого інвестиційного проєкту. Так, зокрема, за методом чистої теперішньої вартості було отримано 487137,73 грн. За методом індексу рентабельності – 1,4. За дисконтним методом термін окупності становив 2,15 року при очікуваному експлуатаційному періоді – 3 роки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / за ред.: М.В. Присяжнюка, М.В. Зубця, П.Т. Саблука та ін. К. : ННЦ ІАЕ, 2011. 1008 с.
2. Азізов С.П., Канівський П.К. Організація аграрного виробництва і бізнесу: підручник / за ред. проф. С.П. Азізова. К. : «Фенікс», 2006. 790 с.
3. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник. К. : КНЕУ, 2013. 779 с.
4. Балабанова Л.В., Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навчальний посібник. Київ : Професіонал, 2006. 448 с.
5. Бойко І.А. Дослідження ризиків підприємств хлібопекарської галузі України. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент.* 2015. Вип. 12. С. 73-77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_12_18
6. Бойчик І.М. Економіка підприємства : підручник. К. : Вид-во «Кондор», 2016. 378 с.
7. Бокій О.В. Обґрунтування напрямів розвитку ринку хлібобулочних виробів України. *Продовольчі ресурси.* 2017. № 8. С. 149-160. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pr_2017_8_25
8. Бокій О.В. Шляхи поліпшення діяльності ринку хлібобулочних виробів України. *Продовольчі ресурси.* 2017. № 9. С. 16-25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pr_2017_9_4
9. Бровкіна Ю.О. Фактори внутрішнього середовища та їхній вплив на економічну безпеку хлібопекарських підприємств. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія: Економіка і менеджмент.* 2015. № 1. С. 93-99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsuem_2015_1_14
10. Буряк П.Ю. Інтегровані підприємницькі структури: формування, ефективність, потенціал: монографія. Львів : Логос, 2007. 468 с.

11. Васільцова О.В. Уточнення структури основних засобів хлібопекарських підприємств в контексті особливостей галузі. *Економіка, фінанси, право*. 2014. № 5. С. 13-18. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfipr_2014_5_5.pdf
12. Випічка хлібу як успішний напрямок для малого бізнесу. URL: <http://ideya-biznesa.pp.ua/vipichka-xlibu-yak-uspishnij-napryamok-dlya-malogo-biznesu.html> (дата звернення: 03.03.2024).
13. Войтенко О., Кійко В., Янчик М. Тенденції розвитку хлібопекарської галузі України. *Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: матеріали Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів* (Київ, квітень-травень 2022 р.). Київ: НУХТ. Ч. 1. С. 74. URL: <http://conferencenuft.ho.ua/Books%20of%20abstracts/2022/Part%201.pdf>
14. Галушко В.П. Виробнича економіка: навчальний посібник. Вінниця: Нова Книга, 2005. 400 с.
15. Ганущак Л.М. Шляхи використання зарубіжного досвіду управління інноваційним потенціалом підприємств в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 4(58). С. 135-142.
16. Гуткевич С.А. Управление инвестиционным процессом в аграрной сфере. К. : ИАЭ УААН, 2000. 267 с.
17. Дем'яненко С.І. Менеджмент аграрних підприємств : навчальний посібник. К. : КНЕУ, 2005. 317 с.
18. Статистичний щорічник України за 2021 рік; за ред. І.Є. Вернер. Київ, 2022. 447 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 03.03.2024).
19. Дзюба О.М. Регіональний ринок хлібопекарської продукції, нові його форми і види. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2010. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2010_2_18
20. Дунда С.П. Основні шляхи розвитку хлібопекарних підприємств. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2013. Вип. 5. С. 35-39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_ekon_2013_5_9

21. Дурбалова Н.І. Інноваційно-інвестиційний вектор розвитку хлібопекарських підприємств. *Економіка харчової промисловості*. 2019. Т. 11, Вип. 3. С. 66-72. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2019_11_3_9
22. Дурбалова Н.І. Основні складові інноваційної стратегії розвитку хлібопекарських підприємств. *Економіка харчової промисловості*. 2020. Т. 12, Вип. 3. С. 60-65. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2020_12_3_8
23. Дурбалова Н.І. Система стратегічного управління хлібопекарськими підприємствами. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 55(1). С. 100-107. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2020_55\(1\)_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2020_55(1)_18)
24. Жайворонок Л.В. Структурні особливості виробництва та ринку хлібобулочних виробів України. *Економіка та держава*. 2017. № 1. С. 82-87. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2017_1_20
25. Завертаний Д.В. Організаційно-економічні засади формування конкурентних стратегій підприємств хлібопекарської галузі України: дис...канд. екон. наук: 08.00.04. Тернопіль. 2019. 206 с.
26. Звичайний хліб у час війни став символом і надією на виживання. URL: <https://harch.tech/2022/12/30/oleksandr-taranenko-zvyhajnyj-hl%D1%96b-u-chas-vijny-stav0symvolom-ta-nafieu-na-vyzyvannia> (дата звернення: 03.03.2024).
27. Зеркіна О., Нікішина О., Бондаренко С., Маковоз О., Дурбалова Н. Інституційне забезпечення формування відтворювальної логістики на ринку хліба та хлібобулочних виробів України. *Agricultural and resource economics: international scientific e-journal*. 2022. Vol. 8, № 3. С. 153–177. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/areis_2022_8_3_10
28. Індекс інфляції в Україні 2022. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation> (дата звернення: 03.03.2024).
29. Іоргачова К.Г., Лебеденко Т.Є. Хлібобулочні вироби оздоровчого призначення з використанням фіто добавок. К. : Прес, 2015. 464 с.
30. Камінський А.Б. Концептуальні підходи до вимірювання фінансових ризиків. *Фінанси України*. 2006. № 5. С. 78-85.

31. Кійко В., Мельник О., Гавриленко О. Хлібопекарська галузь України в умовах воєнного часу. *Товари і ринки*. 2023. № 1. С. 27-40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tovary_2023_1_5

32. Коваленко Л.О., Міхеєнко Т.В. Проблеми та перспективи розвитку хлібопекарської промисловості. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2014. № 2(22). С. 19-24.

33. Коваль В.В., Трохимець О.І., Бровкіна Ю.О. Аналіз факторів впливу на ефективність управління бізнесом хлібопекарських підприємств. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2021. № 4. С. 117-122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2021_4_21

34. Кондіус І.С., Радчук Ю.Л. Тенденції розвитку хлібопекарської галузі в Україні. *Економічний форум*. 2019. № 2. С. 47-56.

35. Кравченко О.В. Основні фактори та методика оцінки ефективності функціонування підприємств хлібопекарської промисловості. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2012. Вип. 31(1). С. 221-226. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2012_31\(1\)_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2012_31(1)_48)

36. Красільнікова К.Є. Напрями розвитку виробництва хлібопекарських підприємств. *Агросвіт*. 2015. № 13. С. 43-47. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2015_13_10

37. Крушина М.О. Значення хлібопекарської галузі у забезпеченні продовольчої безпеки України. *Управління розвитком соціально-економічних систем: матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 21-22 березня 2024 року): тези доповіді*. Харків: ДБТУ, 2024. Ч. 1. С. 236-240.

38. Крушина М.О. Основні чинники та напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі України. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством: Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції присвяченої пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи Фесенка Дмитра Мусійовича (м. Полтава, 28-29 березня 2024 року): тези доповіді*. Полтава: ПДАУ. С. 858-860.

39. Курило Л.І., Ларчева К.О. Маркетингові заходи збільшення обсягів збуту для хлібопекарських підприємств. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: Економічні науки. 2021. № 5(2). С. 9-16.
URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2021_5\(2\)_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2021_5(2)_3)

40. Кушнір Т.Б., Шевчук В.Ю. Організаційно-економічні аспекти регулювання системи хлібозабезпечення регіону. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2010. Вип. 1. С. 374-380.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2010_1_55

41. Лебеденко Т.Є., Соколова Н.Ю., Кожевникова В.О. Современные представления о пищевой ценности хлебобулочных изделий. Основные направления для их коррекции. *Зернові продукти і комбікорми*. 2015. Т. 2, Вип. 58. С. 19-25.

42. Марченко В.Н. Перспективи експортно-орієнтованого розвитку виробництва вибухозахищеного електрообладнання в Україні шляхом створення кластера. *Економічний вісник Донбасу*. 2004. № 1. С. 51-56.

43. Методичні вказівки до виконання та захисту кваліфікаційної роботи за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти: для здобувачів спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форми навчання / укладачі: А.Ф. Гацько, О.О. Гуторова, Ю.М. Сагачко, О.В. Смігунова, С.С. Ткачова. Харків : ДБТУ, 2023. 81 с.

44. Мінгальова Ж., Ткачова Ж. Кластери та формування структури регіону. *Світова економіка і міжнародні відносини*. 2000. № 5. С. 97-102.

45. Навольська Н.В. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку хліба і хлібобулочних виробів Тернопільського регіону. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 2. С. 163-167.

46. Ніколаєнко С.М., Куліш С.Г., Янченко А.В. Аналіз виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип. 3(20). С. 252-257. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-3-43>

47. Офіційний веб-сайт Державного служби статистики України.
URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.03.2024).

48. Пахомська О.В. Дослідження ринку хліба та хлібобулочних виробів України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 5(1). С. 87-90. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2018_5\(1\)_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2018_5(1)_17)
49. Петруха С.В., Колотуша М.М. Методологія аналізу фінансових результатів роботи хлібопекарської підгалузі харчової промисловості України. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 4. С. 118-137.
50. Письмак В. Нові форми організації інноваційного процесу. *Економіст*. 2003. № 9. С. 53-65.
51. Підвищення конкурентоздатності економіки областей Заходу та Півдня України на основі формування нових виробничих систем (кластерів): монографія / заг. ред. С.І. Соколенка. К., 2005. 238 с.
52. Повержук У.-Ю. Управління підприємствами хлібопекарської галузі в умовах невизначеності ринку. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 3. С. 94-99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppeu_2017_3_14
53. Пугаченко О.Б. Особливості хлібопекарного виробництва та їх вплив на склад і облік запасів. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Сер. Економічні науки*. 2009. № 15. С. 310-319.
54. Ревенков А. Стан і перспективи розвитку харчової промисловості. *ЕКО*. 2013. № 12. С. 10-21.
55. Родченко В.Б. Основні тенденції та перспективи розвитку ринку хлібопекарської продукції регіону. *Ефективна економіка*. 2010. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=426>
56. Сичевський М.П., Васильченко О.М., Коваленко О.В. Хлібопекарська галузь України: тенденції та проблеми її розвитку. *Економіка АПК*. 2018. № 5. С. 14-23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2018_5_4
57. Скакуненко О.О. Теоретико-методичні аспекти стійкого розвитку хлібопекарних підприємств. *Агросвіт*. 2013. № 24. С. 80-84. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2013_24_16
58. Скалюк Р.В., Декалюк О.В. Ефекти та ефективність інноваційної діяльності промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 1. С. 149-154.

59. Скопенко Н.С., П'янкова О.В. Теоретико-методологічні засади ризик-менеджменту як інструменту управління господарським ризиком. *Економіка і організація управління*. 2014. № 1(17), 2(18). С. 235-243.

60. Скопенко Н. Особливості розвитку інтеграційної взаємодії підприємств харчової промисловості України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2014. № 5(158). С. 28-32.

61. Соколова Н.Ю., Котузаки О.М., Пожиткова Л.Г. Аналіз проблем хлібопекарської галузі, стан ринку та актуальні шляхи розширення асортименту. *Зернові продукти і комбікорми*. 2018. Т. 3, вип. 18. С. 51-55. DOI: <https://doi.org/10.15673/gpmf.v18i3.1074>

62. Солдаткіна О. Особливості оцінки конкурентоспроможності продовольчих товарів. *Вісник ОДУ*. 2013. № 8. С. 59-66.

63. Солдаткіна О. Результати маркетингового дослідження споживчих переваг на ринку хлібобулочних і кондитерських товарів. *Вісник ОДУ*. 2011. № 5. С. 59-63.

64. Солдаткіна О. Розробка маркетингової стратегії хлібопекарського підприємства. *Вісник ОДУ*. 2011. № 8. С. 130-135.

65. Солдаткіна О. Управління структурою товарного асортименту хлібопекарського підприємства як фактором підвищення його конкурентоспроможності. *Вісник ОДУ*. 2014. № 14. С. 49-57.

66. Споживання хлібобулочних виробів знижується: українці все більше купують заморожений хліб. URL: <https://agroportal.ua/publishing/lichnyi-vzglyad/spozhivannya-hlibobulochnih-virobiv-znizhuyetsya-ukrajinci-vse-bilshe-kupuyut-zamorozheniy-hlib.2022> (дата звернення: 09.03.2024).

67. Стадник В.В., Йохна В.М., Михальчик Т.В. Проблеми управління інвестиційним забезпеченням інноваційного розвитку вітчизняних виробничих підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 2. Т. 1 С. 128-132.

68. Ступак С.М. Діагностика стратегічних факторів активізації інноваційної діяльності хлібопекарських підприємств. URL: : <http://intkonf.org/stupak-sm-diagnostika-strategichnih-faktoriv-aktivizatsiyi-innovatsiynoyi-diyalnosti-hlibopekarskih-pidpriemstv/> (дата звернення: 09.03.2024).

69. Товста Т.Л. Інноваційна активність діяльності підприємств харчової промисловості. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 62(8). С. 326-330.

70. Украинцы едят все меньше хлеба. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ru/rubric-economy/2852514-ukraincy-edat-vse-mense-hleba-berezem-koselki-zdorove-figuru.html> (дата звернення: 20.03.2024)

71. Урба С.І., Коковська С.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств хлібопекарської галузі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 20(3). С. 95-100. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_20\(3\)_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_20(3)_22)

72. Фасхiev X. Як оцінити і управляти якістю і конкурентоспроможністю товарів і послуг. *Маркетинг в Україні і за кордоном*. 2014. № 3. С. 67-81.

73. Федорова Т.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю хлібопекарських підприємств. *Молодий вчений*. 2014. № 8(2). С. 53-56. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_8\(2\)_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_8(2)_14)

74. Ціни на хліб б'ють рекорди. URL: <https://harch.tech/2022/08/05/ciny-na-hlib-bjut-rekordy> (дата звернення: 09.03.2024).

75. Череп А.В., Ясир А.М. Інвестиційно-інноваційна діяльність як фактор ефективного розвитку підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2009. № 1. С. 159-161.

76. Шпичак О.М. Економіко-організаційні неузгодженості взаємовідносин у продуктових ланцюгах в умовах інфляційно-девальваційних процесів. *Економіка АПК*. 2015. № 6. С. 85-95.

77. Шульгіна Л.М., Юхименко В.В. Інноваційний розвиток підприємств: формування стратегій: монографія. К. : Univest PrePress, 2015. 212 с.

78. Якуніна Е. Підвищення ефективності розвитку харчової промисловості в Україні за допомогою інструментів стратегічного управління. *Підприємництво*. 2014. № 17. С. 26-33.

79. Bondarenko S., Lagodienko V., Sedikova I. & Kalaman O. (2018). Application of Project Analysis Software in Project Management in the PreInvestment Phase. *Journal of Mechanical Engineering and Technology*, vol. 9(13), pp. 676-684.
80. Durbalova N., & Sedikova I. (2019). Strategic management competitive potential of the enterprise. *Food Industry Economics*, vol. 11, issue 4, pp. 58-64. DOI: <https://doi.org/10.15673/fie.v11i4.1547>
81. Kalaman O., Savenko I., & Dolynska O. (2019). Conceptual positions of enterprise strategy functioning. *Food Industry Economics*, vol. 11, issue 3, pp. 50-58. DOI: <https://doi.org/10.15673/fie.v11i3.1461>
82. Koval V., Hrymalyuk A., Kulish A., Kontseva V., Boiko N., & Nesenenko P. (2021). Economic policy of industrial development and investment approach to the analysis of the national economy. *Estudios De Economia Aplicada*, no. 39(6). DOI: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i6.5263>
83. Koval V., Prymush Y., & Popova V. (2017). The influence of the enterprise life cycle on the efficiency of investment. *Baltic Journal of Economic Studies*, no. 3(5), pp. 183-187. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-183-187>
84. Petrenko V., Liubich V., Bondar V. (2017). Baking quality of wheat grain as influenced by agriculture systems, weather and storing conditions. *Romanian agricultural research*. vol. 34. pp. 69-76.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Динаміка обсягу та структури товарної продукції ФГ у період з 2020 по 2022 роки

Продукція	Роки											
	2020				2021				2022			
	тис. грн	P_i	i	$P_i(2*i-1)$	тис. грн	P_i	i	$P_i(2*i-1)$	тис. грн	P_i	i	$P_i(2*i-1)$
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Озима пшениця	31366,16	44,25	1	44,25	38873,43	42,74	1	42,74	32421,49	37,79	1	37,79
Гречка	1933,65	2,73	5	24,55	1932,90	2,13	5	19,13	1041,88	1,21	5	10,93
Кукурудза на зерно	22212,45	31,33	2	94,0	27621,48	30,37	2	91,12	31724,26	36,97	2	110,92
Ярий ячмінь	3805,08	5,37	4	37,57	3929,41	4,32	4	30,24	3847,25	4,48	4	31,39
Горох	169,09	0,24	6	2,62	202,76	0,22	6	2,45	204,2	0,24	6	2,62
Соняшник	11404,7	16,09	3	80,44	18384,63	20,22	3	101,08	16562,83	19,3	3	96,52
Всього по ФГ	70891,13	100,0	X	283,43	90944,6	100,0	X	286,76	85801,9	100,0	X	290,16

ДОДАТОК Б

Виконання виробничої програми по галузі рослинництва ФГ у 2022 році

Культури	Посівна площа, га			Урожайність, ц /га			Валовий збір, ц (грн)		Валовий збір з фактичних площ при плановій урожайності, ц	Відхилення (+,-) від плану з валового збору продукції			У тому числі за рахунок зміни			
	за планом	фактично	відхилення (+,-)	за планом	фактично	відхилення (+,-)	за планом	фактично		ц	ціна 1 ц, грн	на суму, грн	площ посіву		урожайності	
													ц	грн	ц	грн
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Озима пшениця	1270	1300	30	45,0	35,0	-10,0	57150,0	45500,0	58500,0	-11650,0	721,6	-8406640,0	1350,0	974160,0	-13000,0	-9380800,0
Гречка	80	70	-10	10,0	8,0	-2,0	800,0	560,0	700,0	-240,0	1860,5	-446520,0	-100,0	-186050,0	-140,0	-260470,0
Кукурудза на зерно	1027	1000	-27	50,0	45,0	-5,0	51350,0	45000,0	50000,0	-6350,0	715,8	-4545330,0	-1350,0	-966330,0	-5000,0	-3579000,0
Ярий ячмінь	180	182	2	40,0	33,0	-7,0	7200,0	6006,0	7280,0	-1194,0	642,6	-767264,4	80,0	51408,0	-1274,0	-818672,4
Горох	23	23	0	15,0	12,0	-3,0	345,0	276,0	345,0	-69,0	756,3	-52184,7	0,0	0,0	-69,0	-52184,7
Соняшник	360	365	5	25,0	24,0	-1,0	9000,0	8760,0	9125,0	-240,0	1930,4	-463296,0	125,0	241300,0	-365,0	-704596,0
Разом по фермерському господарству, грн	2940	2940	0	X	X	X	101745413,5	87064178	101859901,5	X	X	-14681235,1	X	114488,0	X	-14795723,1
у відсотках до плану	X	X	X	X	X	X	100,0	85,57	100,11	X	X	-14,43	X	0,11	X	-14,54

ДОДАТОК В

Розрахунок норми прибутку і впливу чинників на її зміну у 2020-2022 роках у фермерському господарстві

Показники	Роки			Відхилення звітнього року (+,-) від рівня	
	2020	2021	2022	2020 р	2021 р
<i>A</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1. Прибуток, тис. грн	17654,8	28568,7	16983,1	-671,7	-11585,6
2. Середньорічна вартість основних виробничих і оборотних засобів, тис. грн	26543,0	31389,0	27335,0	792,0	-4054,0
3. Норма прибутку (рядок 1 : рядок 2 x 100), %	66,5	91,0	62,1	-4,4	-28,9
4. Норма прибутку, % а) при фактичній сумі прибутку першого року і фактичній сумі основних виробничих і оборотних засобів звітнього року $\frac{\text{гр. 1 рядок 1} \times 100}{\text{гр. 3 рядок 2}}$	X	X	64,6	X	X
б) при фактичній сумі прибутку другого року і фактичній сумі основних виробничих і оборотних засобів звітнього року $\frac{\text{гр. 2 рядок 1} \times 100}{\text{гр. 3 рядок 2}}$	X	X	104,5	X	X
5. Відхилення норми прибутку (+,-) за рахунок зміни: а) суми прибутку (рядок 3 гр. 3 – рядок 4а гр. 3; рядок 3 гр. 3 – рядок 4б гр. 3)	X	X	X	-2,5	-42,4
б) суми основних виробничих і оборотних засобів (рядок 4а гр. 3 – рядок 3 гр. 1; рядок 4б гр. 3 – рядок 3 гр. 2)	X	X	X	-1,9	13,5

ДОДАТОК Г

**Розрахунок впливу основних чинників на величину прибутку
від реалізації сільськогосподарської продукції в 2022 році у фермерському господарстві**

Види продукції	Кількість реалізованої продукції, ц			Повна собівартість 1 ц грн			Середня ціна реалізації 1 ц, грн			Загальний результат, прибуток (+), збиток (-), грн			Відхилення фактичного прибутку від планового (+,-), грн			
	план	факт	відхилення від плану (+,-)	план	факт	відхилення від плану (+,-)	план	факт	відхилення від плану (+,-)	за планом		факт	усього	у т. ч. за рахунок зміни		
										на 1 ц, грн	усього			обсягу реалізованої продукції	собівартості	ціни реалізації
А	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Озима пшениця	57150,0	44930,0	-12220,0	530,0	577,3	47,3	690,0	721,6	31,6	160,0	9144000,0	6481601,8	-2662398,2	-1955200,0	-2126986,2	1419788,0
Гречка	800,0	560,0	-240,0	1470,0	1532,2	62,2	1700,0	1860,5	160,5	230,0	184000,0	183876,0	-124,0	-55200,0	-34804,0	89880,0
Кукурудза на зерно	51350,0	44320,0	-7030,0	510,0	554,2	44,2	750,0	715,8	-34,2	240,0	12324000,0	7162998,4	-5161001,6	-1687200,0	-1958057,6	-1515744,0
Ярий ячмінь	7200,0	5987,0	-1213,0	485,0	516,2	31,2	620,0	642,6	22,6	135,0	972000,0	756637,1	-215362,9	-163755,0	-186914,1	135306,2
Горох	345,0	270,0	-75,0	690,0	748,3	58,3	700,0	756,3	56,3	10,0	3450,0	2151,9	-1298,1	-750,0	-15749,1	15201,0
Соняшник	9000,0	8580,0	-420,0	1450,0	1651,2	201,2	2000,0	1930,4	-69,6	550,0	4950000,0	2395879,2	-2554120,8	-231000,0	-1725952,8	-597168,0
Разом по господарству	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	27577450,0	16983144,4	-10594305,6	-4093105,0	-6048463,8	-452736,8

ДОДАТОК Д

**Розрахунок впливу основних чинників на відхилення фактичної суми прибутку від планової
в 2022 році у фермерському господарстві, грн**

<i>Показники та алгоритми розрахунку</i>	<i>План</i>	<i>Фактично реалізовано продукції за плановими собівартістю і цінами</i>	<i>Фактично</i>
<i>А</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
1. Повна собівартість реалізованої сільськогосподарської продукції	74434050,0	62770295,0	68818758,8
2. Виручка від реалізації продукції	102011500,0	86254640,0	85801903,2
3. Прибуток (рядок 2 – рядок 1)	27577450,0	23484345,0	16983144,4
4. Відхилення від планового прибутку – всього (гр. 3 – гр. 1 рядка 3)	X	X	-10594305,6
у т. ч. за рахунок зміни:			
а) обсягу реалізації продукції (плановий прибуток помножений на % перевиконання плану реалізації і поділений на 100)	X	X	0,0
б) повної собівартості реалізованої продукції (гр. 3 – гр. 2 рядка 1, взяти з протилежним знаком)	X	X	-6048463,8
в) середньої ціни реалізації (гр. 3 – гр. 2 по рядку 2)	X	X	-452736,8
г) структури реалізованої продукції (гр. 2 рядка 3 – гр. 1 рядка 3 – гр. 3 рядка 4а)	X	X	-4093105,0
Розрахунок впливу чинників:			
а) $27577450,0 \cdot (0,0) / 100 = 0,0$ грн			
б) $-(68818758,8 - 62770295,0) = -6048463,8$ грн			
в) $85801903,2 - 86254640,0 = -452736,8$ грн			
г) $23484345,0 - 27577450,0 - 0,0 = -4093105,0$ грн			

ДОДАТОК Е

Економічна ефективність виробництва продукції рослинництва у фермерському господарстві за 2020-2022 роки

Показники	В цілому по рослинництву				Озима пшениця				Кукурудза на зерно			
	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2022 р. у % до 2020 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2022 р. у % до 2020 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2022 р. у % до 2020 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Площа посіву (зібрана площа), га	2940,0	2940,0	2940,0	100,0	1275,0	1260,0	1300,0	101,96	950,0	1020,0	1000,0	105,26
Затрати всього, тис. грн.	71350,8	91883,5	87064,2	122,02	24264,0	24672,4	24395,7	100,54	13276,6	17873,8	23260,1	175,20
Збір продукції, ц:	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
– у первісно-оприбуткованій масі;	X	X	X	X	61715,0	58035,0	45593,0	73,88	53431,0	50073,0	45077,0	84,36
– у фізичній масі після доробки.	X	X	X	X	61200,0	57960,0	45500,0	74,35	53200,0	49980,0	45000,0	84,59
Урожайність, ц /га	X	X	X	X	48,0	46,0	35,0	72,92	56,0	49,0	45,0	80,36
Прямі затрати праці, тис. люд-год.	41,7	43,1	34,8	83,6	19,0	20,3	15,0	79,14	17,0	18,0	15,3	89,87
Трудомісткість, люд-год. /ц	X	X	X	X	0,31	0,35	0,33	106,45	0,32	0,36	0,34	106,25
Виручка від реалізації, тис. грн.	70891,1	90944,6	85801,9	121,03	31366,2	38873,4	32421,5	103,36	22212,4	27621,5	31724,3	142,82
Обсяг реалізації, ц	X	X	X	X	61430,0	57770,0	44930,0	73,14	52186,0	49230,0	44320,0	84,93
Ціна реалізації, грн. /ц	X	X	X	X	510,6	672,9	721,6	141,32	425,6	561,1	715,8	168,17
Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	53236,3	62375,9	68818,8	129,27	25648,3	26304,4	25939,9	101,14	14735,2	18263,3	24561,3	166,68
Повна собівартість одиниці реалізованої продукції, грн. /ц	X	X	X	X	417,5	455,3	577,3	138,28	282,4	371,0	554,2	196,27
Загальна сума прибутку (збитку), тис. грн.	17654,8	28568,7	16983,1	96,2	5717,9	12569,0	6481,6	113,36	7477,2	9358,1	7163,0	95,80
Прибуток (збиток):	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
– на 1 ц, грн.;	X	X	X	X	93,1	217,6	144,3	154,98	143,3	190,1	161,6	112,80
– на 1 га, грн.	X	X	X	X	4484,6	9975,4	4985,8	111,18	7870,7	9174,6	7163,0	91,01
Рівень товарності, %.	X	X	X	X	100,38	99,67	98,75	98,38	98,09	98,50	98,49	100,40
Рівень рентабельності, %	33,16	45,80	24,68	-8,49 в.п.	22,29	47,78	24,99	2,69 в.п.	50,74	51,24	29,16	-21,58 в.п.

Додаток Ж

Економічна ефективність реалізації сільськогосподарської продукції
у фермерському господарстві за 2020-2022 роки

Види продукції	Повна собівартість, грн			2022 р. у % до 2020 р.	Виручка від реалізації, грн			2022 р. у % до 2020 р.	Прибуток, грн			2022 р. у % до 2020 р.	Рентабельність, %			2022 р. до 2020 р. (+,-)
	2020 р.	2021 р.	2022 р.		2020 р.	2021 р.	2022 р.		2020 р.	2021 р.	2022 р.		2020 р.	2021 р.	2022 р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Озима пшениця	25648253,6	26304414,1	25939886,2	101,14	31366158,0	38873433,0	32421488,0	103,36	5717904,4	12569018,9	6481601,8	113,36	22,29	47,78	24,99	2,69
Гречка	1210158,82	1256167,98	858004,0	70,9	1933654,4	1932896,8	1041880,0	53,88	723495,58	676728,82	183876	25,41	59,79	53,87	21,43	-38,35
Кукурудза на зерно	14735238,96	18263345,4	24561257,6	166,68	22212449,04	27621476,1	31724256,0	142,82	7477210,08	9358130,7	7162998,4	95,8	50,74	51,24	29,16	-21,58
Ярий ячмінь	4154833,76	3368651,28	3090609,14	74,39	3805079,39	3929409,36	3847246,2	101,11	-349754,37	560758,08	756637,06	-216,33	-8,42	16,65	24,48	32,9
Горох	164576,89	180380,2	202049,1	122,77	169090,97	202756,4	204201,0	120,76	4514,08	22376,2	2151,9	47,67	2,74	12,41	1,07	-1,68
Соняшник	7323242,7	13002904,8	14166952,8	193,45	11404697,0	18384625,6	16562832,0	145,23	4081454,3	5381720,8	2395879,2	58,7	55,73	41,39	16,91	-38,82
Разом по господарству	53236304,73	62375863,76	68818758,84	129,27	70891128,8	90944597,3	85801903,2	121,03	17654824,07	28568733,5	16983144,36	96,2	33,16	45,8	24,68	-8,49

ДОДАТОК 3

Рівень рентабельності виробництва продукції за 2022 рік у фермерському господарстві

Види продукції, галузей	План			Фактично			Рівень рентабельності в попередньому році	Відхилення рівня рентабельності звітнього року (+,-), % від	
	Собівартість реалізованої продукції, грн.	Прибуток (+), збиток (-), грн.	Рівень рентабельності, %	Собівартість реалізованої продукції, грн.	Прибуток (+), збиток (-), грн.	Рівень рентабельності, %		Плану	Рівня попереднього року
<i>A</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>
Озима пшениця	30289500	9144000	30,19	25939886	6481601,8	24,99	47,78	-5,20	-22,80
Гречка	1176000	184000	15,65	858004	183876	21,43	53,87	5,78	-32,44
Кукурудза на зерно	26188500	12324000	47,06	24561258	7162998,4	29,16	51,24	-17,90	-22,08
Ярий ячмінь	3492000	972000	27,84	3090609,1	756637,06	24,48	16,65	-3,35	7,84
Горох	238050	3450	1,45	202049,1	2151,9	1,07	12,41	-0,38	-11,34
Соняшник	13050000	4950000	37,93	14166953	2395879,2	16,91	41,39	-21,02	-24,48
Разом по господарству	74434050	27577450	37,05	68818759	16983144	24,68	45,80	-12,37	-21,12

ДОДАТОК И

Рівень рентабельності продажу продукції за 2022 рік у фермерському господарстві

Види продукції, галузей	План			Фактично			Рівень рентабельності в попередньому році	Відхилення рівня рентабельності звітнього року (+,-), % від	
	Виручка від реалізації, грн.	Прибуток (+), збиток (-), грн.	Рівень рентабельності, %	Виручка від реалізації, грн.	Прибуток (+), збиток (-), грн.	Рівень рентабельності, %		Плану	Рівня попереднього року
<i>A</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>
Озима пшениця	39433500	9144000	23,19	32421488	6481601,8	19,99	32,33	-3,20	-12,34
Гречка	1360000	184000	13,53	1041880	183876	17,65	35,01	4,12	-17,36
Кукурудза на зерно	38512500	12324000	32,00	31724256	7162998,4	22,58	33,88	-9,42	-11,30
Ярий ячмінь	4464000	972000	21,77	3847246,2	756637,06	19,67	14,27	-2,11	5,40
Горох	241500	3450	1,43	204201	2151,9	1,05	11,04	-0,37	-9,98
Соняшник	18000000	4950000	27,50	16562832	2395879,2	14,47	29,27	-13,03	-14,81
Разом по господарству	102011500	27577450	27,03	85801903	16983144	19,79	31,41	-7,24	-11,62

ДОДАТОК К

Розрахунок амортизаційних відрахувань та витрат на ремонт

Найменування	Кількість, од.	Вартість одиниці обладнання з монтажем (приміщення) з ПДВ, грн	Загальна вартість з ПДВ, грн	Балансова вартість, грн	Амортизаційні відрахування		Витрати на ремонт	
					ставка відрахувань, %	грн	ставка відрахувань, %	грн
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Пароконвекційна піч зі зволоженням EME 72 (Giorik (Італія))	1	137478,0	137478,0	114565,0	15,0	17184,8	6,5	7446,7
Вітрина кондитерська CUBE 0.6W 3P (Igloo (Польща))	1	108405,0	108405,0	90337,5	15,0	13550,6	6,5	5871,9
Піч подова Т 3 (GGF (Італія))	1	69625,5	69625,5	58021,3	15,0	8703,2	6,5	3771,4
Розстійна шафа GIORIK CL 912 (Giorik (Італія))	1	64894,5	64894,5	54078,8	15,0	8111,8	6,5	3515,1
Морозильна шафа UBC OPTIMA LB (UBC (Україна))	1	56844,0	56844,0	47370,0	15,0	7105,5	6,5	3079,1
Холодильна шафа UBC SUPER LARGE AB (UBC (Україна))	1	53028,0	53028,0	44190,0	15,0	6628,5	6,5	2872,4
Спиральний тістоміс IM 22 2V (GGF (Італія))	1	48684,0	48684,0	40570,0	15,0	6085,5	6,5	2637,1
Міксер планетарний PLUTONE LT 7 (Sirman (Італія))	1	21681,0	21681,0	18067,5	15,0	2710,1	6,5	1174,4
Ванна мийна зварна трисекційна 1800X700X850 (Україна)	1	13894,5	13894,5	11578,8	15,0	1736,8	6,5	752,6
Ваги торговельні AP-EX 6 (CAS (Корея))	1	13065,0	13065,0	10887,5	15,0	1633,1	6,5	707,7
Стіл виробничий з дерев'яною стільницею 1800X700X850MM (Україна)	1	12856,5	12856,5	10713,8	15,0	1607,1	6,5	696,4
Підставка для пароконвектомата 820X750X850 (Україна)	1	12027,0	12027,0	10022,5	15,0	1503,4	6,5	651,5
Плита індукційна NATASCHA (SARO (Німеччина))	1	10101,0	10101,0	8417,5	15,0	1262,6	6,5	547,1
Ваги настільні SW-2 (CAS (Корея))	1	6636,0	6636,0	5530,0	15,0	829,5	6,5	359,5
Стіл виробничий з полицею 1500X700X850 (Україна)	2	6345,0	12690,0	10575,0	15,0	1586,3	6,5	687,4
Стелаж виробничий 4 полки 1500X400X1800 (Україна)	1	6262,5	6262,5	5218,8	15,0	782,8	6,5	339,2
Зонт витяжний пристінний TEXHO-2 1000X1000X400 (Україна)	1	6262,5	6262,5	5218,8	15,0	782,8	6,5	339,2
Водонагрівач ANCONA 10 (SARO (Німеччина))	1	3547,5	3547,5	2956,3	15,0	443,4	6,5	192,2
Вартість будівництва приміщення	1	820000,0	820000,0	683333,3	5,0	34166,7	2,0	13666,7
Разом			1477982,5	1231652,1	X	116414,5	X	49307,4

ДОДАТОК Л

**Визначення дисконтних ставок для розрахунку норми рентабельності інвестиційного проєкту
(введення в дію міні-пекарні)**

Роки	Грошовий потік, грн	Розрахунок № 1		Розрахунок № 2		Розрахунок № 3	
		дисконтні множники при $r = 27,0\%$	PV	дисконтні множники при $r = 52,0\%$	PV	дисконтні множники при $r = 55,0\%$	PV
1	2	3	$4=2 \times 3$	5	$6=2 \times 5$	7	$8=2 \times 7$
0	-1231652,1	1,00000	-1231652,1	1,00000	-1231652,1	1,00000	-1231652,1
1	906729,47	0,78740	713960,21	0,65789	596532,55	0,64516	584986,75
2	906729,47	0,62000	562173,40	0,43283	392455,62	0,41623	377410,81
3	906729,47	0,48819	442656,22	0,28475	258194,49	0,26854	243490,84
			NPV = 487137,73		NPV = 15530,56		NPV = -25763,69