

ПРОЕКТ З ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СИРІВ

Ткаченко В. В., Шпилька М. В., учасники проекту
«Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»
Шквиря Н.О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу
*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра
Моторного*

З кожним роком виробництво сиру стає все більш актуальним напрямком. Збільшується кількість видів, сортів, сімейств, а також відбувається вдосконалення вже існуючого асортименту. Сегмент ринку, пов'язаний з виробництвом сиру, привабливий серед вітчизняних підприємців. Це пояснюється високим попитом на дану продукцію серед населення. Дослідження свідчать, що у середньому кожен українець з'їдає 3-3,5 кг твердого сиру на рік. Згідно з прогнозами, споживання буде збільшуватися.

Цілями діяльності новоствореного підприємства будуть виробництво і реалізація сирів з добавками, а саме з грибами, французькими травами, оливками, часником та зеленню. Аналіз ринку свідчить про незначну конкуренцію на даний вид продукції з боку вітчизняних виробників. За кордоном вже існують такі сири, але вони мають високу ціну. Економічні цілі запропонованого проекту є: створення сучасного підприємства; формування економічної основи, гарантуючої повернення коштів, потрачених на реалізацію проекту; створення робочих місць, та забезпечення стабільного доходу працівникам; задоволення попиту споживача в споживанні сирів з добавками; закріплення на ринку та постійне збільшення обсягів виробництва та реалізації сирів; отримання прибутку.

За результатами проведеного анкетування виявлено переваги споживачів відносно нових видів сирів та заплановано необхідні обсяги їх виробництва. Так, у 2021 році планується виробництво 3,9т., найбільше – 57% приходить на виробництво сирів з французькими травами. В подальшому обсяги реалізації зростатимуть в середньому на 17% у рік за рахунок збільшення попиту.

Споживачами продукції виступають всі версти населення незалежно від віку та статі з середнім і високим рівнем доходу. Планується збут продукції на ринку у спеціалізованому кіоску та через власний інтернет-магазин.

Основними переваги запропонованого проекту є: висока якість продукції; використання у виробництві виключно цільного молока і натуральної сировини; відсутність консервантів і інших добавок, що позитивно позначається на смакових якостях продукції; відносно низька собівартість, що дозволить встановити конкурентну ціну; сучасне обладнання; кваліфікований персонал; інноваційна упаковка сирів.

Розраховано повну собівартість виробництва сирів, яка складатиме 65,8тис.грн. Найбільшу питому вагу у структурі витрат займають витрати на сировину 75,5%, заробітну плату – 10,1% та упаковку 2,6%. Для реалізації проекту з виробництва сирів з добавками необхідно залучення інвестицій в основний капітал (купівля обладнання для виробництва) – 68,4 тис.грн., в

оборотний капітал – 11,3тис.грн. Реалізація проекту планується за рахунок власних коштів підприємця та залучені кошти банку.

Розрахунками доведено, що виробництво нових видів сирів є ефективним для новоствореного підприємства. Так у 2021р. прибуток становить 231,4тис.грн., рентабельність виробництва та продажу відповідно 74,1% та 60,7%. Щодо динаміки даних показників на майбутні 3 роки спостерігається збільшення прибутку на 32%, рентабельності виробництва та продажу на 7,5п.п. та на 2,33п.п.

Отже, виробництво запропонованих видів сирів з добавками є вигідним для виробників і актуальним для споживачів. Реалізація проекту дозволить досягти наступних позитивних результатів: випуск конкурентоспроможних і якісних сирів; створення нових робочих місць; інноваційне виробництво в сільському господарстві; новий технологічний процес; розвиток виробництва в регіоні; задоволення попиту на даний вид продукції; збільшення податкових надходжень до державного бюджету.

Список літератури:

1. Шквиря Н.О. Розробка товарної стратегії підприємства. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 19 квіт. 2019р. Київ: КНЕУ, 2019. С. 67-71.
2. Коноваленко А.С., Болтянська Л.О., Трачова Д.М. Від ідеї до власної справи: Навчальний посібник. Мелітополь: ВПЦ «Люкс», 2017. 278 с.
3. Шквиря Н.О. Сутність та особливості маркетингового планування конкурентоспроможності продукції. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету* (економічні науки). № 3 (32), 2016. С. 164-170.
4. Шквиря Н.О., Сокіл Я.С. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямків розвитку підприємства. *Збірник наукових праць ТДАТУ* (економічні науки). Мелітополь: Люкс, 2020. № 2 (42). С. 207-212.
5. Куліш Т.В. Дослідження макросередовища ринку молока та молочних продуктів. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету* (економічні науки) № 2 (42), 2020. -с. 198-207.
6. АрестенкоТ.В., Арестенко В.В. Перспективні напрями розвитку ринку маркетингових досліджень у системі SOCIAL MEDIA MARKETING. *Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»*. – Тернопіль, 2017. №1-2 [67]. С. 109 – 113.
7. Легеза Д. Г. Влияние маркетинговых факторов на конкурентоспособность предприятий Украины. *Вестник Кыргызского Национального университета им. Ж. Баоасагина / КНУ им. Ж. Баоасагина*. Бишкек, 2015. № 6. С. 115-127.
8. Сокіл Я.С. Формування стратегії розвитку ринку. Формування ефективних механізмів господарювання: колективна монографія / кол. авторів за ред Ф.В. Зинов'єва. Саки: ПП «Підприємство Фенікс», 2013. (2-е вид.). С. 15-23.