

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Інститут** \_\_\_\_\_ **Навчально-науковий інститут економіки і управління** \_\_\_\_\_

**Кафедра** Міжнародної економіки

**«До захисту в ЕК»**

Д.е.н. проф., директор інституту

\_\_\_\_\_ Олег ШЕРЕМЕТ  
(підпис) (прізвище та ініціали)

«\_\_» \_\_\_\_\_ грудня \_\_\_\_\_ 2025 р.

**«До захисту допущено»**

Д.е.н. проф., завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Світлана ГУТКЕВИЧ  
(підпис) (прізвище та ініціали)

«..» \_\_\_\_\_ грудня \_\_\_\_\_ 2025 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

зі спеціальності \_\_\_\_\_ 292 «Міжнародні економічні відносини» \_\_\_\_\_  
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми \_\_\_\_\_ Міжнародна економіка \_\_\_\_\_

на тему: \_\_\_\_\_ Розвиток харчової промисловості в сучасних умовах \_\_\_\_\_

Виконав (ла) здобувач (-ка) 2 курсу групи МЕ-2-4м

\_\_\_\_\_ Хваль Тетяна Василівна \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Керівник** \_\_\_\_\_ к.е.н. доц. Саблук Віталій Петрович \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Рецензент** \_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис)

Я як здобувач (-ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав (-ла) і не одержував (-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач (-ка) \_\_\_\_\_  
(підпис)

Київ – 2025 р

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут Навчально-науковий інститут Економіки і управління

Кафедра Міжнародної економіки

Освітній ступінь Магістр

Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»  
(шифр і назва)

Освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»  
(назва)

## ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувач кафедри міжнародної економіки**

д.е.н. проф. Світлана Гуткевич  
«01» вересня 2025 року

## ЗАВДАННЯ

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ

Хваль Тетяні Василівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

- Тема роботи: Розвиток харчової промисловості в сучасних умовах  
керівник роботи: Саблук Віталій Петрович, доц., кандидат економічних наук  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)  
затверджені наказом вищого навчального закладу від «01» вересня 2025 року № 643-КС
- Строк подання здобувачем роботи 01.12.2025 року,
- Вихідні дані до роботи нормативно-правові акти, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові статті, офіційні сайти державних та недержавних організацій.
- Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):  
Розділ 1. Теоретичні основи розвитку харчової промисловості  
Розділ 2. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку харчової промисловості  
Розділ 3. Напрями розвитку харчової промисловості
- Перелік графічного матеріалу  
Структура харчової промисловості, класифікація факторів розвитку харчової промисловості, порівняльна характеристика фінансово-економічних показників компанії «Kernel» і «Nestle»(2023), технологічні напрями підвищення ефективності у світовій харчовій промисловості.

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Саблук В.П. доц., кандидат економічних наук		
2	Саблук В.П. доц., кандидат економічних наук		
3	Саблук В.П. доц., кандидат економічних наук		

7. Дата видачі завдання 01 вересня 2025 року

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Розроблення та затвердження плану роботи керівником	01.10.2025 р.	виконано
2	Написання розділу 1	17.10.2025 р.	виконано
3	Робота над розділом 2	12.11.2025 р.	виконано
4	Підготовка розділу 3	20.11.2025 р.	виконано
5	Остаточне оформлення роботи. Формування висновків і пропозицій, проекту доповіді, презентації. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	до 02.12.2025 р.	виконано
6	Попередній захист кваліфікаційної роботи	01-02.11.2025 р.	виконано
7	Проходження перевірки на антиплагіат	до 05.12.2025 р.	виконано
8	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри	до 05.12.2025 р.	виконано
9	Отримання зовнішньої рецензії, оформлення необхідних документів для захисту	до 10.12.2025 р.	виконано
10	Захист кваліфікаційної роботи	16-18.12.2025р.	виконано

Здобувач

\_\_\_\_\_ (підпис)

Хваль Т.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

\_\_\_\_\_ (підпис)

Саблук В.П.

(прізвище та ініціали)

## РЕФЕРАТ

### до кваліфікаційної роботи магістра на тему: «Розвиток харчової промисловості в сучасних умовах»

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота містить 19 таблиць, 1 рисунок, кількість використаних джерел - 102.

**Ключові слова:** харчова промисловість, продовольство, інновації, модернізація, технології, логістика, товари, виробництво, компанії.

**Мета кваліфікаційної роботи:** визначення особливостей сучасного розвитку харчової промисловості, оцінка діяльності провідних компаній галузі та обґрунтування напрямів підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості.

#### **Основні завдання кваліфікаційної роботи:**

- розкрито сутність, роль і значення харчової промисловості в системі національної економіки;
- визначено економічні закономірності та фактори розвитку харчової промисловості;
- проаналізована загальна характеристика харчової промисловості України;
- дано аналіз діяльності компанії «Kernel» як одного з лідерів українського агропромислового комплексу;
- дано оцінку діяльності міжнародної компанії Nestle як прикладу глобальної моделі розвитку харчової індустрії;
- проведено порівняння економічних показників компаній «Кернел» і Nestle;
- визначено стратегічні пріоритети розвитку харчової промисловості України;
- запропоновано напрями підвищення ефективності діяльності підприємств харчової галузі;
- проведено аналіз ефективності інноваційних технологій виробництва;

**Об'єкт кваліфікаційної роботи** — харчова промисловість в сучасних економічних умовах.

**Предмет кваліфікаційної роботи** — сукупність теоретичних та практичних, організаційно-економічних та аналітичних факторів розвитку харчової промисловості різних країн та зокрема України та діяльності їх провідних підприємств.

**Методи аналізу:** : монографічний; статистичний: графічний, табличний, метод рядів динаміки; метод порівняльного аналізу; абстрактно-логічний.

**Наукові результати.** Основні наукові положення та результати дослідження викладено в наукових публікаціях, зокрема у статті «Розвиток харчової промисловості в сучасних умовах», а також представлено на науково-практичних конференціях і семінарах.

## ABSTRACT

to master's degree work on the topic:

### "Development of the food industry in modern conditions"

The qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of sources used. The work contains 19 tables, 1 figure, the number of sources used - 102.

**Keywords:** food industry, food, innovation, modernization, technologies, logistics, goods, production, companies.

**The purpose of the qualification work:** to determine the features of the modern development of the food industry, to assess the activities of leading companies in the industry and to justify the directions for increasing the efficiency of the food industry enterprises.

**The main tasks of the qualification work:**

- the essence, role and significance of the food industry in the system of the national economy are revealed;
- economic patterns and factors of the development of the food industry are determined;
- the general characteristics of the food industry of Ukraine are analyzed;
- an analysis of the activities of the company "Kernel" as one of the leaders of the Ukrainian agro-industrial complex is given;
- the activities of the international company Nestlé are assessed as an example of a global model of food industry development;
- the economic indicators of the companies Kernel and Nestle are compared;
- strategic priorities for the development of the food industry of Ukraine are identified;
- directions for increasing the efficiency of food industry enterprises are proposed;
- the effectiveness of innovative production technologies is analyzed;

**The object of the qualification work** is the food industry in modern economic conditions.

**The subject of the qualification work** is a set of theoretical and practical, organizational, economic and analytical factors of the development of the food industry of different countries and in particular Ukraine and the activities of their leading enterprises.

**Methods of analysis:** monographic; statistical: graphical, tabular, method of dynamic series; method of comparative analysis; abstract-logical.

**Scientific results.** The main scientific provisions and results of the research are set out in scientific publications, in particular in the article "Development of the Food Industry in Modern Conditions", and are also presented at scientific and practical conferences and seminars.

## ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ .....	10
1.1. Сутність, роль і значення харчової промисловості в системі національної економіки .....	10
1.2. Економічні закономірності та фактори розвитку харчової промисловості .	19
1.3. Загальна характеристика харчової промисловості України та її галузевої структури.....	25
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ .....	33
2.1. Аналіз діяльності провідних українських підприємств харчової промисловості на прикладі компанії «Kernel» .....	33
2.2. Оцінка розвитку міжнародних корпорацій харчової індустрії на прикладі компанії «Nestle» .....	39
2.3. Порівняльний аналіз економічного розвитку вітчизняних та міжнародних підприємств харчової промисловості на прикладі компаній «Kernel» і «Nestle».....	48
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	63
3.1. Стратегічні пріоритети розвитку харчової промисловості України.....	63
3.2. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств харчової галузі .....	73
3.3.Ефективність інноваційних технологій виробництва .....	83
Висновки до розділу 3.....	95
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	105

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується глибокими трансформаціями у виробничих процесах, структурою споживання та вимогами до якості продукції. Однією з основних і стратегічно важливих галузей національної економіки України є харчова промисловість, яка не лише забезпечує населення якісними продуктами харчування, а й формує значну частку експортного потенціалу держави. В умовах посилення глобалізаційних процесів, інтеграції у світові ринки, а також зростаючих вимог споживачів до екологічності, безпечності та інноваційності продукції питання ефективного розвитку харчової промисловості набуває особливої актуальності.

Харчова промисловість відіграє важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки держави, створенні робочих місць, підвищенні рівня життя населення та розвитку суміжних галузей економіки. Водночас сучасні умови господарювання, зумовлені економічними кризами, воєнними викликами, порушенням логістичних ланцюгів і нестабільністю енергетичних ринків, створюють серйозні труднощі для стабільного функціонування підприємств галузі. З іншого боку, сучасні тенденції, зокрема цифровізація, автоматизація виробництва, розвиток екологічних технологій, формують нові можливості для підвищення конкурентоспроможності українських виробників на внутрішньому та міжнародному ринках.

Питання розвитку харчової промисловості вимагає комплексного підходу, що охоплює теоретичні засади, аналіз сучасного стану галузі, виявлення проблем і пошук шляхів їх розв'язання. Аналіз діяльності провідних компаній, таких як український агропромисловий холдинг «Кернел» та міжнародна корпорація Nestlé, дозволяє виявити найкращі практики управління, впровадження інноваційних технологій і стратегічного планування, що можуть бути адаптовані до умов української економіки.

Розвиток харчової промисловості є одним із пріоритетних напрямів економічної політики України, від реалізації якого залежить продовольча безпека держави, економічна стабільність і формування позитивного іміджу країни на світовому ринку. З огляду на сучасні виклики — енергетичну кризу, зростання собівартості виробництва, необхідність імпортозаміщення та орієнтацію на експорт — вивчення стану та перспектив галузі є надзвичайно важливим як з наукової, так і з практичної точки зору. Крім того, аналіз досвіду міжнародних корпорацій дає змогу сформулювати нові підходи до управління розвитком підприємств харчової галузі.

**Мета дослідження:** визначення особливостей сучасного розвитку харчової промисловості, оцінка діяльності провідних компаній галузі та обґрунтування напрямів підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості. Для досягнення даної мети були вирішені наступні завдання:

- розкрито сутність, роль і значення харчової промисловості в системі національної економіки;
- визначено економічні закономірності та фактори розвитку харчової промисловості;
- проаналізована загальна характеристика харчової промисловості України;
- дано аналіз діяльності компанії «Kernel» як одного з лідерів українського агропромислового комплексу;
- дано оцінку діяльності міжнародної компанії Nestle як прикладу глобальної моделі розвитку харчової індустрії;
- проведено порівняння економічних показників компаній «Кернел» і Nestle;
- визначено стратегічні пріоритети розвитку харчової промисловості України;

- запропоновано напрями підвищення ефективності діяльності підприємств харчової галузі;
- проведено аналіз ефективності інноваційних технологій виробництва;

**Об'єкт** дослідження — харчова промисловість в сучасних економічних умовах.

**Предмет** дослідження — сукупність теоретичних та практичних, організаційно-економічних та аналітичних факторів розвитку харчової промисловості різних країн та зокрема України та діяльності їх провідних підприємств.

**Методи** аналізу: : монографічний; статистичний: графічний, табличний, метод рядів динаміки; метод порівняльного аналізу; абстрактно-логічний.

**Інформаційна база дослідження:** нормативно-правові акти, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові статті, методичні розробки, сайти.

**Структура магістерської роботи.** Дана робота складається із змісту; вступу; першого розділу, трьох його підрозділів та висновку до першого розділу; другого розділу, трьох його підрозділів та висновку до другого розділу; третього розділу, двох підрозділів та висновку до третього розділу, загальних висновків роботи та списку використаної літератури.

У вступі визначено актуальність магістерської роботи, об'єкт, предмет та мету, а також завдання, які були виконані під час написання роботи.

У першому розділі «Теоретичні основи розвитку харчової промисловості» розкрито теоретичні основи розвитку харчової промисловості в сучасних умовах.

У другому розділі «Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку харчової промисловості» проведено аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку харчової промисловості.

У третьому розділі «Напрями розвитку харчової промисловості» зазначено напрями вдосконалення розвитку харчової промисловості.

У висновку підведено підсумки по кожному розділу.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

### 1.1. Сутність, роль і значення харчової промисловості в системі національної економіки

Харчова промисловість є однією з базових і стратегічно важливих складових національної економіки, оскільки вона безпосередньо забезпечує задоволення однієї з найголовніших потреб людини — потреби у харчуванні. Її розвиток визначає рівень продовольчої безпеки країни, впливає на соціально-економічну стабільність, а також є важливим чинником формування внутрішнього і зовнішнього попиту.

Основне призначення харчової промисловості полягає у виробництві продуктів харчування, які забезпечують повноцінне споживання населенням і компенсують відмінності у рівні продовольчого забезпечення між різними регіонами країни. Завдяки розгалуженій мережі підприємств галузь сприяє вирівнюванню продовольчого балансу, що є необхідною умовою стабільного розвитку економіки.

Харчова промисловість тісно пов'язана з аграрним сектором, оскільки саме від нього надходить основна сировина для виробництва: зернові культури, м'ясо, молоко, овочі, фрукти, морепродукти тощо. Вона є складовою частиною агропромислового комплексу, яка забезпечує ефективне використання сільськогосподарської сировини та створення продукції з доданою вартістю. Переробка сировини у готову продукцію — це не лише технологічний процес, а й економічний механізм формування внутрішнього ринку продовольства та експортного потенціалу країни.

У структурі української промисловості харчова галузь традиційно посідає одне з провідних місць. Вона забезпечує значну частку промислового виробництва та є одним з основних джерел валютних надходжень через експорт продовольчих товарів. Високий рівень зайнятості в цій галузі — ще один

підтверджуючий показник її значення: тисячі робочих місць створюються у регіонах із аграрною спеціалізацією, що стимулює розвиток територій і знижує рівень безробіття.



Рис. 1.1 Структура харчової промисловості

Джерело: складено автором на основі джерел [1,2,20]

Галузева структура харчової промисловості, представлена на рисунку, є класичною та охоплює найбільш капіталомісткі й соціально значущі виробництва:

1. М'ясопереробна промисловість: Спрямована на глибоку переробку тваринницької сировини. Включає виробництво м'яса, м'ясних і ковбасних виробів, консервів. Її ефективність безпосередньо залежить від розвитку тваринництва та холодильного ланцюга постачання.
2. Молочна промисловість: Спеціалізується на переробці молока та виробництві широкого асортименту молочної, кисломолочної продукції, сирів, масла та сухих молочних сумішей. Це одне з найбільш інноваційно-ємних виробництв у галузі з високими вимогами до санітарно-гігієнічних стандартів (НАССР, ISO 22000).

3. Олійно-жирова промисловість: Має стратегічне значення для України. Вона фокусується на виробництві олії (соняшникової, ріпакової, соєвої), маргарину та майонезу. Відрізняється високою експортною орієнтацією та вимагає впровадження високотехнологічних процесів екстракції та рафінації.
4. Рибна промисловість: Охоплює вилов, переробку та консервування риби та морепродуктів. Визначається сезонністю та необхідністю використання швидких і ефективних технологій заморожування та консервації.
5. Плодоовочеконсервна промисловість: Забезпечує тривале зберігання сезонної сировини шляхом термічної обробки та консервування. Основні продукти – соки, пюре, консервовані овочі та фрукти.
6. Виробництво напоїв: Включає широкий спектр алкогольних і безалкогольних напоїв, мінеральних вод. Цей сегмент характеризується високим рівнем конкуренції та значною роллю брендингу та маркетингу у формуванні попиту.
7. Кондитерське виробництво: Спеціалізується на високомаржинальній продукції (цукерки, шоколад, борошняні вироби). Відрізняється високою доданою вартістю і є важливим компонентом експорту.
8. Цукрова промисловість: Виробництво цукру з цукрового буряка або тростини. Це виробництво є сировинно-орієнтованим і значною мірою залежить від кліматичних умов та ефективності агровиробництва.

Харчова промисловість має низку характерних особливостей, серед яких — масовість виробництва, широка географічна розповсюдженість підприємств, залежність від сировинних ресурсів і невисока транспортабельність більшості видів сільськогосподарської сировини. Саме тому розміщення підприємств галузі переважно орієнтується на джерела сировини або на місця споживання готової продукції. Така просторово-виробнича організація дозволяє зменшити витрати на логістику та забезпечити своєчасне постачання свіжих продуктів.

Сучасна харчова промисловість характеризується високою динамічністю і гнучкістю, адже вона безпосередньо реагує на зміни споживчих уподобань,

сезонність попиту та цінові коливання. Її продукція є не лише необхідним елементом повсякденного життя, а й одним з головних індикаторів рівня добробуту населення. Рівень виробництва і споживання продовольчих товарів відображає стан економіки держави і рівень розвитку її агропромислового комплексу.

Значення харчової промисловості також проявляється у забезпеченні належної якості та безпечності харчових продуктів. Виробництво ведеться з дотриманням технологічних стандартів, гігієнічних вимог і норм сертифікації. Кожен продукт перед потраплянням на ринок проходить перевірку на відповідність вимогам безпеки, що гарантує споживачеві якісне та безпечне харчування. Окрім того, підприємства галузі займаються випуском не лише продовольчих товарів, а й побічної продукції, яка використовується у легкій промисловості (виробництво волокон, жиру, кормових добавок тощо).

На сучасному етапі розвитку харчова промисловість стає одним із найбільш інноваційних секторів економіки. Виробництва впроваджують автоматизовані системи управління, цифрові технології, енергозберігаючі рішення, принципи екологічного виробництва та циркулярної економіки. Це дозволяє підвищувати конкурентоспроможність підприємств, покращувати якість продукції, зменшувати собівартість і відповідати міжнародним стандартам.

Таким чином, харчова промисловість у системі національної економіки виконує багатофункціональну роль. Вона забезпечує виробництво продовольчих товарів, сприяє підвищенню рівня життя населення, формує експортний потенціал країни, підтримує зайнятість і соціальну стабільність, а також стимулює розвиток суміжних галузей. Її ефективне функціонування є необхідною умовою економічної незалежності та сталого розвитку держави.

Основні характеристики харчової промисловості в системі національної економіки:

- Головна функція. Основним призначенням харчової промисловості є забезпечення населення продуктами харчування та задоволення базових

фізіологічних потреб людини. Саме вона формує продовольчий фонд країни та гарантує стабільність споживчого ринку.

- Зв'язок з іншими галузями. Харчова промисловість тісно взаємодіє з сільським господарством, транспортною сферою, енергетикою, хімічною та машинобудівною промисловістю. Вона є важливою ланкою агропромислового комплексу, оскільки переробляє сировину, вироблену в аграрному секторі, у готові продукти з високою доданою вартістю.
- Роль у формуванні ВВП. Галузь створює вагомий частку валової доданої вартості країни, забезпечуючи зростання ВВП та формування стабільних доходів державного бюджету. Ефективний розвиток харчової промисловості має мультиплікативний ефект, стимулюючи розвиток суміжних секторів.
- Соціальне значення. Харчова промисловість є джерелом робочих місць, особливо у сільських і промислових регіонах. Вона сприяє підвищенню рівня життя населення, забезпечує продовольчу безпеку та формує соціальну стабільність суспільства.
- Експортний потенціал. Продукція харчової промисловості становить значну частину українського експорту. Завдяки конкурентоспроможності на світових ринках вона приносить валютні надходження, сприяючи зміцненню платіжного балансу та підвищенню міжнародного іміджу України як аграрної держави.
- Особливості виробництва. Для галузі характерні масовість і повсюдність виробництва, територіальна розгалуженість підприємств, а також низька транспортабельність сільськогосподарської сировини. Саме тому більшість підприємств розміщується поблизу джерел сировини або великих споживчих центрів, що забезпечує оперативність постачання і зменшує втрати під час транспортування.
- Інноваційність і технологічний розвиток. Сучасна харчова промисловість активно впроваджує автоматизацію, цифрові технології, стандарти якості та екологічні норми. Підприємства переходять на

енергоощадні технології, системи контролю безпеки (НАССР, ISO 22000), застосовують принципи циркулярної економіки. Це дозволяє підвищити конкурентоспроможність галузі та інтегрувати її у глобальні ринки.

Отже, харчова промисловість виконує багатофункціональну роль у національній економіці: вона є базою продовольчої безпеки, джерелом зайнятості та важливим елементом економічного зростання. Її розвиток визначає добробут населення та рівень економічної незалежності держави. Проте особливе значення ця галузь має саме для України, адже наша держава традиційно належить до провідних аграрних країн світу. Потужна сировинна база, вигідне географічне розташування, родючі ґрунти та розвинена мережа переробних підприємств створюють сприятливі умови для динамічного розвитку харчової промисловості.

Саме тому аналіз функціонування харчової галузі в Україні дозволяє глибше зрозуміти її економічну роль, проблеми та перспективи розвитку, а також виявити можливості підвищення конкурентоспроможності на світових ринках.

Одним із основних фактів, який підтверджує стратегічну роль харчової промисловості в українській економіці, є те, що цей сектор формує понад 20% від загального обсягу промислового виробництва країни та забезпечує до 60% експорту аграрної продукції. За даними Державної служби статистики України, у структурі експорту продовольчих товарів найбільшу частку займають зернові культури, олійні продукти, м'ясо птиці, цукор і молочна продукція.[20]

Особливо важливим є той факт, що харчова промисловість виявила високу стійкість навіть у кризових умовах — під час пандемії COVID-19 та після початку повномасштабної війни в Україні. Попри логістичні труднощі, дефіцит енергоресурсів і скорочення внутрішнього ринку, підприємства галузі зуміли переорієнтуватися на зовнішні ринки, оптимізувати виробничі процеси та продовжити забезпечувати продовольчу стабільність країни.

Наприклад, компанії «Кернел», «Миронівський хлібопродукт» (МХП) та «Нібулон» залишаються серед найбільших експортерів олії, зерна та готової

харчової продукції до країн ЄС, Близького Сходу та Африки. Це свідчить про високий рівень інтегрованості української харчової промисловості у світовий економічний простір і про її здатність залишатися одним із головних драйверів національної економіки навіть у складних умовах.

Таким чином, харчова промисловість України — це не лише галузь, що задовольняє внутрішні потреби у продуктах харчування, а й одна з головних опор економічної стійкості, валютної стабільності та продовольчої безпеки держави.

Світова харчова промисловість є одним із найпотужніших і найдинамічніших секторів глобальної економіки. За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO), на частку харчової промисловості припадає близько 10% світового ВВП, а її сукупний річний обсяг перевищує 9 трильйонів доларів США.[21] Така масштабність пояснюється не лише необхідністю задоволення базових потреб людства, а й тим, що харчова галузь охоплює тисячі підгалузей — від первинної переробки сировини до виробництва готових продуктів і напоїв, харчових добавок, пакування та логістики.

На глобальному рівні спостерігається концентрація виробництва в руках транснаціональних корпорацій, які контролюють значну частину світового ринку продовольства. Серед них варто відзначити такі компанії, як Nestlé (Швейцарія), PepsiCo (США), Coca-Cola (США), Unilever (Велика Британія–Нідерланди) та Danone (Франція). Наприклад, Nestlé має понад 2000 брендів і постачає продукцію більш ніж у 180 країн світу, а її річний дохід перевищує 90 мільярдів доларів США.[23] Подібні компанії формують світові стандарти якості, інноваційності та екологічності виробництва, інвестуючи значні кошти в дослідження, маркетинг і сталий розвиток.

Водночас світова харчова промисловість стикається з низкою викликів, серед яких — зміна клімату, дефіцит водних ресурсів, зростання вартості енергоносіїв, геополітичні ризики та нестабільність ланцюгів постачання. В умовах глобалізації особливої актуальності набуває питання продовольчої безпеки, адже за оцінками FAO, понад 735 мільйонів людей у світі досі

страждають від нестачі їжі.[22] Тому одним із пріоритетів сучасної харчової промисловості є перехід до більш сталих моделей виробництва — зменшення викидів парникових газів, раціональне використання ресурсів, впровадження циркулярної економіки та інноваційних технологій.

Ще однією важливою тенденцією розвитку світового продовольчого ринку є зміна споживчих уподобань. У країнах із високим рівнем доходів населення зростає попит на органічні, екологічно чисті та функціональні продукти харчування, що стимулює розвиток інновацій у сфері харчових технологій. Активно розвиваються напрями виробництва альтернативних білків, рослинного м'яса та безлактозних продуктів, що стають новими драйверами галузі. За прогнозами аналітиків компанії *Statista*, до 2030 року обсяг ринку альтернативних білків може перевищити 200 мільярдів доларів США.[24]

Таким чином, світова харчова промисловість є не лише базовим сектором економіки, а й ареною інновацій, глобальної конкуренції та технологічного розвитку. Її ефективність визначає рівень продовольчої безпеки планети, стабільність міжнародних ринків і можливості для сталого економічного зростання.

На глобальному рівні харчова промисловість демонструє стабільне зростання та високий рівень інтегрованості у світову економіку. За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO, 2024), у цій галузі зайнято понад 1,4 мільярда осіб, що становить приблизно 20% усіх зайнятих у світовій економіці.[27] Такий показник підтверджує, що харчова промисловість є не лише виробничою, а й соціально значущою сферою, яка формує рівень зайнятості, добробуту та економічної стабільності в різних країнах.

Згідно з аналітичним звітом OECD–FAO *Agricultural Outlook (2023–2032)*, за останні два десятиліття обсяг виробництва харчових товарів у світі зріс більш ніж на 35%, і до 2032 року прогнозується подальше збільшення ще приблизно на 15%.[28] Таке зростання зумовлене зростанням населення, урбанізацією та підвищенням рівня доходів у країнах, що розвиваються.

Водночас харчова промисловість має значний екологічний вплив. За даними платформи Our World in Data (2023), на харчове виробництво, транспортування та споживання припадає близько 26% усіх глобальних викидів парникових газів.[29] Це стимулює світові компанії до впровадження енергозберігаючих технологій, використання відновлюваних джерел енергії та переходу до більш сталих форм виробництва.

Важливою проблемою залишається втрата продуктів харчування на етапах транспортування та зберігання. За оцінками FAO, близько 14% усіх вироблених харчових продуктів не доходять до споживача через недосконалі логістичні системи, нестачу холодильного обладнання чи перевищення термінів придатності.[29] Це створює необхідність розробки інноваційних підходів до скорочення харчових втрат.

Крім того, останніми роками у світовій харчовій промисловості відбуваються суттєві зміни споживчих пріоритетів. Попит на органічну, екологічно чисту та функціональну продукцію зростає в середньому на 10–12% щорічно, і нині частка органічного сегмента становить близько 9% світового ринку харчових товарів (OECD, 2024).[28] Така тенденція свідчить про трансформацію харчової промисловості з кількісно орієнтованої у якісно орієнтовану, де ключову роль відіграють інновації, екологічність та безпечність продукції.

Отже, харчова промисловість посідає провідне місце у структурі світового та національного господарства, виступаючи стратегічною галуззю, що забезпечує продовольчу безпеку, формує значну частку валового внутрішнього продукту та створює мільйони робочих місць. Вона не лише задовольняє базові фізіологічні потреби населення у продуктах харчування, а й впливає на рівень соціально-економічного розвитку держав, сприяє зміцненню їхнього експортного потенціалу та економічній стабільності.

## **1.2. Економічні закономірності та фактори розвитку харчової промисловості**

Розвиток харчової промисловості відбувається під впливом об'єктивних економічних закономірностей, що відображають взаємозв'язок виробництва, споживання, технологічного прогресу та ринкових механізмів. Як складова національної економіки, ця галузь розвивається за загальними законами ринкової динаміки — попиту й пропозиції, конкуренції, капіталізації та інвестиційної привабливості. Водночас специфіка харчової промисловості зумовлена її соціальною спрямованістю, високою залежністю від аграрного сектору та потребою забезпечення продовольчої безпеки. Економічні закономірності розвитку харчової промисловості проявляються, зокрема, у взаємозалежності між рівнем доходів населення та споживанням продовольчих товарів, між обсягами сільськогосподарського виробництва і масштабами переробної діяльності, а також між науково-технічним прогресом і підвищенням ефективності виробництва. Зростання платоспроможного попиту стимулює розширення асортименту продукції та впровадження нових технологій, тоді як підвищення собівартості сировини або енергоресурсів безпосередньо впливає на ціноутворення та конкурентоспроможність готових виробів.

До головних факторів, що визначають розвиток харчової промисловості, належать: економічні, технологічні, соціальні, природно-ресурсні та інституційно-правові. Їхнє поєднання формує умови функціонування підприємств галузі, рівень їхньої продуктивності та здатність адаптуватися до змін зовнішнього середовища. При цьому сучасна економіка вимагає не лише зростання виробництва, а й його ефективності, екологічності та інноваційності, що стає визначальним чинником конкурентного розвитку харчової промисловості в Україні та у світі.

Таким чином, вивчення економічних закономірностей і факторів розвитку харчової промисловості є важливим для розуміння механізмів її функціонування, визначення напрямів державного регулювання та підвищення стійкості

підприємств у сучасних умовах ринку. Розвиток харчової промисловості визначається дією комплексу факторів, які взаємопов'язані між собою та формують економічні умови функціонування галузі. Залежно від змісту та впливу, їх поділяють на внутрішні (ендогенні) та зовнішні (екзогенні).

### 1. Внутрішні фактори розвитку

Це чинники, які залежать від діяльності самих підприємств харчової промисловості, їхніх управлінських рішень і ресурсного забезпечення.

- Технологічний рівень виробництва. Сучасне обладнання, автоматизація процесів, впровадження ІТ-рішень та енергоощадних технологій підвищують продуктивність праці та якість продукції.
- Інноваційна активність. Інвестиції у дослідження, нові рецептури, пакування, біотехнології й переробку відходів формують конкурентні переваги на ринку.
- Матеріально-сировинна база. Наявність якісної сировини, її своєчасне постачання та мінімізація втрат під час транспортування визначають стабільність виробництва.
- Кадровий потенціал. Професійна підготовка кадрів, наявність кваліфікованих технологів і менеджерів безпосередньо впливає на ефективність виробничого процесу.
- Маркетингова стратегія. Здатність підприємства адаптуватися до змін попиту, формувати бренди й ефективно комунікувати зі споживачами стає вирішальним чинником успіху.

### 2. Зовнішні фактори розвитку

Це чинники, що формуються поза межами підприємств, але мають вирішальний вплив на їхню діяльність.

- Економічна кон'юнктура. Стан національної економіки, рівень інфляції, купівельна спроможність населення та валютна стабільність безпосередньо впливають на рентабельність виробництва.

- Державна політика. Податкова система, програми підтримки експорту, стандартизації та субсидування аграрного сектору створюють або обмежують умови розвитку галузі.
- Світова кон'юнктура продовольчого ринку. Глобальні ціни на зерно, олію, м'ясо чи молочну продукцію визначають конкурентоспроможність національних виробників.
- Інфраструктурні умови. Розвиненість транспортної та логістичної системи, доступ до енергоресурсів, портів та складів формують ефективність постачань і експорту.
- Екологічні та кліматичні умови. Вплив змін клімату на врожайність сировини, водні ресурси та енергетичні витрати стає все більш значущим чинником виробничої стабільності.

Узагальнену класифікацію факторів розвитку харчової промисловості наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

### Класифікація факторів розвитку харчової промисловості

Група факторів	Характеристика	Приклади впливу
Економічні	Визначають фінансові умови функціонування галузі, інвестиційну активність і рівень купівельної спроможності.	ВВП, податкова політика, інфляція, собівартість виробництва.
Технологічні	Відображають рівень технічного оснащення та інноваційність виробництва.	Автоматизація, модернізація обладнання, цифровізація процесів.
Соціальні	Пов'язані зі зміною споживчих уподобань і рівнем життя населення.	Попит на органічну продукцію, урбанізація, культура харчування.
Інституційні	Визначають нормативно-правові та організаційні умови діяльності підприємств.	Державне регулювання, стандарти якості, сертифікація НАССР.
Природно-ресурсні	Характеризують забезпеченість сировиною та екологічний стан середовища.	Якість ґрунтів, водні ресурси, стан екології.

Джерело: складено автором на основі джерел [29,30,31,32]

Розвиток харчової промисловості залежить від поєднання економічних, технологічних, соціальних, інституційних і природно-ресурсних факторів. Їхній вплив проявляється комплексно, формуючи умови для стабільного функціонування галузі, підвищення ефективності виробництва та зміцнення конкурентоспроможності підприємств.

Розвиток харчової промисловості у світі та в Україні безпосередньо залежить від динаміки макроекономічних показників. Зокрема, за даними FAO, частка харчової промисловості у світовому ВВП становить близько 10%, а у структурі обробної промисловості — понад 30%. Це свідчить про ключову роль харчового сектору у забезпеченні економічної стабільності, зайнятості та продовольчої безпеки.

Однією з найважливіших закономірностей розвитку галузі є зростання глобальної інтеграції та конкуренції. Міжнародні корпорації, такі як Nestlé, Danone, Unilever чи Kraft Heinz, активно розширюють свою присутність на ринках країн, що розвиваються, використовуючи економічні переваги масштабного виробництва та інноваційні підходи до маркетингу. Водночас це стимулює національних виробників до підвищення якості, модернізації обладнання та впровадження систем контролю безпеки, зокрема стандартів HACCP і ISO 22000.

Важливим економічним фактором є технологічна модернізація. Згідно з дослідженнями OECD–FAO Agricultural Outlook, понад 65% підприємств у країнах ЄС та близько 40% у країнах Східної Європи вже застосовують технології цифрового моніторингу виробництва. Це не лише знижує собівартість продукції, а й підвищує її якість, зменшуючи втрати сировини до 10–12%.

Не менш суттєвою є роль інновацій і стартапів у харчовій галузі. За даними аналітичної компанії FoodTech Connect, у 2024 році глобальні інвестиції у харчові технології перевищили \$20 млрд, що демонструє перехід галузі до нової ери сталого розвитку. Йдеться, зокрема, про альтернативні джерела білка (рослинне м'ясо, клітинне вирощування), зменшення харчових відходів та розвиток “зелених” виробництв.

Для України важливими факторами залишаються сировинна база, експортна орієнтація та інвестиційна привабливість. За даними Державної служби статистики, у 2023 році частка харчової промисловості у ВВП України становила близько 18%, а в експорті — понад 45%. Найбільш динамічними напрямками стали переробка зерна, олієжирова промисловість і виробництво кондитерських виробів. Стійкий розвиток цих секторів забезпечується завдяки активному впровадженню новітніх технологій і зростанню попиту на українські продукти на міжнародному ринку.

Сучасна харчова промисловість розвивається в умовах глибоких структурних трансформацій світової економіки. З одного боку, галузь демонструє високу стабільність і стійкий попит, з іншого — стикається з постійними викликами, пов'язаними із зростанням цін на енергоресурси, зміною логістичних маршрутів, кліматичними ризиками та глобальною конкуренцією. Ці фактори формують потребу у стратегічному переосмисленні ролі харчової промисловості в системі національного господарства.

Однією з ключових тенденцій останніх років є переорієнтація галузі на принципи сталого розвитку. Це передбачає мінімізацію втрат сировини, впровадження “зеленої” енергетики, розвиток циркулярної економіки та підвищення енергоефективності виробництва. Багато підприємств уже інтегрують екологічні стандарти у свої бізнес-моделі, що сприяє зміцненню їхньої репутації на міжнародних ринках і підвищенню довіри споживачів.

Крім того, все більшого значення набуває інтелектуалізація виробництва — використання цифрових технологій, аналітики великих даних (Big Data) та штучного інтелекту для оптимізації виробничих процесів. Такі інструменти дозволяють прогнозувати споживчі настрої, регулювати постачання сировини та зменшувати втрати на всіх етапах виробництва. В Україні ці процеси лише набирають обертів, проте мають значний потенціал для прискорення модернізації галузі.

Харчова промисловість стає не лише складовою агропромислового комплексу, а й платформою для розвитку суміжних сфер — біотехнологій,

логістики, ІТ та маркетингу. Саме синергія між цими секторами забезпечує конкурентні переваги на глобальному ринку продовольства. Для України це означає необхідність інтеграції наукових досліджень у виробництво, підготовку кваліфікованих кадрів і підтримку інноваційних проєктів у межах державних програм розвитку.

Отже, подальший розвиток харчової промисловості має ґрунтуватися на поєднанні економічної ефективності, технологічного оновлення та екологічної відповідальності. Лише за таких умов галузь зможе не лише забезпечити внутрішні потреби країни, а й посилити свою роль у формуванні продовольчої безпеки та зміцненні експортного потенціалу України.

Розвиток харчової промисловості у світі демонструє складну взаємодію економічних, технологічних, соціальних і екологічних факторів, які визначають характер та інтенсивність її зростання. В умовах глобалізації галузь поступово перетворюється на стратегічний сектор світового господарства, що не лише задовольняє потреби населення у продовольстві, але й формує додану вартість, забезпечує зайнятість та інвестиційну активність у суміжних сферах.

Серед головних закономірностей розвитку харчової промисловості варто виділити поглиблення технологічної диференціації та посилення міжнародної спеціалізації. Розвинуті країни світу концентруються на високотехнологічних, наукоємних виробництвах і випуску продукції з високим ступенем переробки, тоді як держави, що розвиваються, залишаються переважно постачальниками сировини або первинної продукції. Такий поділ створює умови для формування глобальних ланцюгів доданої вартості, у яких кожен регіон виконує специфічну роль.

Водночас у сучасних умовах спостерігається переорієнтація виробництва на споживача. Це проявляється у зростанні попиту на екологічно чисті, органічні, функціональні та альтернативні продукти харчування. У відповідь підприємства запроваджують гнучкі виробничі моделі, скорочують логістичні ланцюги та адаптують асортимент до регіональних особливостей споживання. Такі процеси

змінюють саму економічну структуру харчової промисловості, роблячи її більш динамічною, інноваційною та клієнтоорієнтованою.

Важливою закономірністю є також посилення екологічної та соціальної відповідальності бізнесу. Міжнародні корпорації, уряди та споживачі все частіше орієнтуються на принципи сталого розвитку: мінімізацію відходів, зменшення вуглецевого сліду, використання відновлюваних джерел енергії. Це зумовлює трансформацію економічних моделей підприємств від екстенсивного до еколого-інноваційного типу зростання.

У підсумку, харчова промисловість у XXI столітті постає як одна з основних складових глобальної економіки, що визначає рівень продовольчої безпеки, соціального добробуту та економічного розвитку держав. Її майбутнє залежатиме від здатності поєднати технологічні інновації, екологічну відповідальність і справедливий розподіл ресурсів у межах міжнародного економічного простору.

### **1.3. Загальна характеристика харчової промисловості України та її галузевої структури**

Харчова промисловість України є однією з найважливіших складових національної економіки, що поєднує виробничий, інноваційний та соціальний потенціал країни. Вона являє собою комплекс підприємств, діяльність яких спрямована на переробку сільськогосподарської сировини, виготовлення харчових продуктів, а також виробництво напівфабрикатів і готових продуктів, готових до споживання. При цьому харчова промисловість виконує не лише економічну функцію — вона забезпечує продовольчу безпеку, формує внутрішній ринок праці та сприяє розвитку регіональних агропромислових кластерів.

Галузева структура харчової промисловості України є багаторівневою та включає основні сегменти: переробку зерна, молочну та м'ясну промисловість,

олієжирову галузь, виробництво кондитерських і борошняних виробів, напоїв, а також рибну та пивоварну промисловість. Кожен із сегментів характеризується специфічною технологічною базою, рівнем автоматизації та продуктивністю, що зумовлює різницю в інвестиційній привабливості та потенціалі зростання.

За даними Державної служби статистики України (2024), найбільшу частку у харчовому комплексі займає переробка зернових культур та виробництво олії, що пояснюється значним обсягом сільськогосподарського виробництва в країні та активним експортом цих продуктів на світові ринки. Молочна та м'ясна промисловість демонструє тенденцію до модернізації виробництва через впровадження автоматизованих ліній та систем контролю якості. Кондитерський та хлібопекарський сегменти характеризуються високою конкуренцією та необхідністю постійного оновлення асортименту відповідно до споживчих вподобань.

Особливістю української харчової промисловості є її територіальна диференціація, яка визначається географічним розташуванням сировинної бази та логістичною доступністю до основних ринків збуту. Наприклад, західні та центральні регіони спеціалізуються на переробці зерна та виробництві хлібобулочних виробів, південні — на олійно-жировому секторі, тоді як північні регіони сконцентровані на молочній та м'ясній промисловості. Така структура забезпечує ефективне використання регіональних ресурсів та створює передумови для формування агропромислових кластерів із високим рівнем кооперації між підприємствами.

Сучасні тенденції розвитку харчової промисловості України включають інноваційну модернізацію, автоматизацію виробництва, впровадження систем управління якістю та екологічну відповідальність підприємств. Особлива увага приділяється інтеграції українських підприємств до міжнародних ланцюгів доданої вартості та відповідності європейським стандартам безпеки та якості продукції (ISO 22000, HACCP), що забезпечує розширення експортного потенціалу та підвищення конкурентоспроможності на глобальному ринку.

У структурі промислового виробництва України харчова галузь традиційно посідає одне з провідних місць. За даними Міністерства економіки України, у 2023 році частка харчової промисловості становила близько 19,4 % у загальному обсязі обробної промисловості та забезпечувала понад 10 % загального експорту країни. Такий показник свідчить про високу вагомість галузі не лише як внутрішнього виробника продовольства, а й як активного учасника зовнішньоекономічної діяльності.

Найбільш вагомими підгалуззями української харчової промисловості є олійно-жирова, м'ясо-молочна, зернопереробна, кондитерська промисловості. Серед них олійно-жировий сектор відіграє стратегічну роль: Україна входить до трійки світових лідерів з експорту соняшникової олії, забезпечуючи понад 30 % світового ринку цього продукту. Високий рівень технологічної оснащеності підприємств, зокрема таких, як «Kernel», «МХП», «ViOil» та «Укролія», дозволяє виробляти продукцію, що відповідає міжнародним стандартам якості ISO та HACCP.

Молочна галузь в останні роки переживає етап трансформації, спрямований на підвищення ефективності виробництва та зміцнення позицій на внутрішньому ринку. За даними Держстату, виробництво молока у 2024 році становило близько 7,6 млн тонн, що на 4 % менше, ніж у 2022 році, однак зростає частка переробленої продукції з доданою вартістю — сирів, йогуртів, сухого молока. Одночасно активізується процес консолідації підприємств, що сприяє оптимізації витрат і впровадженню нових технологій.

М'ясна промисловість характеризується переважанням великих агропромислових холдингів, таких як «Миронівський хлібопродукт (МХП)», які орієнтуються на вертикальну інтеграцію — від вирощування кормових культур до експорту готової продукції. Виробництво м'яса птиці, зокрема курятини, стабільно зростає, що дозволяє Україні утримувати позиції серед 10 найбільших експортерів м'яса птиці у світі.

Окремої уваги заслуговує кондитерська промисловість, представлена брендами «Roshen», «АВК», «Конті», «Монделіс Україна», які демонструють

високу гнучкість до змін у споживчих уподобаннях. Експорт кондитерської продукції у 2023 році перевищив 170 тис. тонн, що свідчить про її конкурентоспроможність на ринках ЄС та Близького Сходу.

Разом із тим галузь стикається з рядом викликів. Основними проблемами залишаються енергоємність виробництва, зношеність обладнання, дефіцит кваліфікованих кадрів та нерівномірний розподіл виробничих потужностей між регіонами. Додатковим чинником тиску є геополітична нестабільність, що впливає на логістику експорту, зокрема через обмеження морських перевезень у південних областях.

Водночас у галузі чітко простежується тенденція до переорієнтації на інноваційні та енергоефективні технології. Зростає роль автоматизації виробництва, цифрового моніторингу процесів, впровадження принципів «зеленої економіки» та утилізації побічних продуктів. Такі зміни створюють фундамент для підвищення конкурентоспроможності українських підприємств на європейському та глобальному ринках.

Сучасна харчова промисловість України також розвиває експортноорієнтовану стратегію, спрямовану на освоєння нових ринків у Північній Африці, Азії та Європі. За підсумками 2023 року експорт української агропродовольчої продукції перевищив 21 млрд дол. США, з яких близько 45 % припадає на продукцію харчової промисловості. Це свідчить про стратегічний потенціал галузі у забезпеченні валютних надходжень і підвищенні економічної стійкості держави.

Основне місце у структурі харчової промисловості України займає олійно-жирова галузь, на яку припадає понад третину загального обсягу виробництва. Її домінування пояснюється потужною сировинною базою та стабільним зовнішнім попитом на українську соняшникову олію.

На другому місці за обсягами виробництва — зернопереробна та борошномельна промисловість, що забезпечує внутрішній ринок продуктами першої необхідності та виступає сировинною базою для інших галузей. Значний внесок роблять також м'ясна й молочна промисловості, які формують понад

чверть сукупного виробництва харчових продуктів і мають істотне соціально-економічне значення.

Меншу, але важливу частку становлять кондитерська промисловість та напої, які орієнтовані на виробництво продукції з високою доданою вартістю та активно експортуються. Решта галузей — рибна, концентратна, дитячого харчування — мають потенціал до розширення за рахунок розвитку внутрішнього ринку та впровадження нових технологій переробки.

Таблиця 1.2

Структура харчової промисловості України за основними галузями у 2023 році

№	Галузь харчової промисловості	Частка у загальному обсязі виробництва, %	Основні види продукції	Провідні підприємства
1	Олійно-жирова промисловість	31,5	Соняшникова, ріпакова та соєва олія, маргарини	«Kernel», «ViOil», «Укролія»
2	Зернопереробна та борошномельна	18,7	Борошно, крупи, комбікорми	«Дніпромлин», «Хмельницьк-Млин»
3	М'ясна промисловість	14,2	М'ясо птиці, свинина, ковбасні вироби	«МХП», «Глобіно», «Ювілейний»
4	Молочна промисловість	12,8	Молоко, сири, йогурти, вершкове масло	«Галичина», «Лакталіс-Україна», «Молокія»
5	Кондитерська промисловість	9,6	Шоколад, цукерки, печиво, карамель	«Roshen», «АВК», «Монделіс Україна»
6	Промисловість напоїв	7,4	Безалкогольні напої, мінеральна вода, пиво	«Оболонь», «Candia», «Carlsberg Ukraine»
7	Інші галузі (рибна, харчові концентрати тощо)	5,8	Рибні консерви, спеції, дитяче харчування	«Чумак», «Водний світ», «Агро-Спектр»

Джерело: складено автором на основі джерела [37]

За останні роки українська харчова промисловість продемонструвала високу адаптивність до кризових умов. Незважаючи на воєнні виклики,

порушення логістики та нестабільність енергопостачання, у 2023–2024 рр. галузь зберегла понад 80 % довоєнних обсягів виробництва. Це стало можливим завдяки швидкому переорієнтуванню підприємств на внутрішній ринок та розширенню експорту до країн ЄС, Близького Сходу і Північної Африки.

Відповідно до аналітичного звіту Statista (2024)[42], обсяг українського ринку харчових продуктів оцінюється у понад 29 млрд дол. США, а його середньорічний темп зростання прогнозується на рівні 6,5 % до 2028 року. Найбільш динамічне зростання демонструють сегменти переробленого м'яса, молочних виробів, солодощів та готових до споживання продуктів, що відповідає глобальним трендам споживчої зручності.

Суттєвим трендом стало впровадження цифрових технологій у виробництво та логістику. Все більше українських підприємств використовують системи ERP, CRM та штучного інтелекту для оптимізації виробничих процесів і прогнозування попиту. Наприклад, компанії «МХП» та «Kernel» впровадили системи моніторингу якості на основі аналізу великих даних, що дозволило скоротити втрати сировини на 7–10 %.

Зростає також роль малого та середнього бізнесу у формуванні харчової галузі. За даними Міністерства економіки України, понад 68 % підприємств харчової промисловості належать до категорії МСП, що свідчить про високий рівень підприємницької активності в цій сфері. Саме малий бізнес часто є джерелом інновацій — від виробництва органічних продуктів до розвитку локальних брендів із регіональною ідентичністю.

Важливим фактором є експортна диверсифікація. Якщо у 2019 р. понад 50 % експорту харчової продукції припадало на країни Азії та сусідні для України, то вже у 2024 р. понад 60 % експорту спрямовано до країн Європейського Союзу. Це свідчить про успішну адаптацію українських виробників до європейських стандартів якості та безпечності.

Серед нових тенденцій останніх років — розвиток “зеленої” харчової економіки. Підприємства дедалі активніше впроваджують системи енергоефективності, утилізації відходів, переробки упаковки та скорочення

викидів CO<sub>2</sub>. Зокрема, у 2025 р. запроваджено кілька ініціатив у межах «Зеленої угоди України», спрямованих на підтримку сталих практик у харчовому виробництві.

Не менш важливою тенденцією є зростання інвестицій у виробництво органічних і функціональних продуктів. Україна поступово стає одним із центрів органічного землеробства Східної Європи: площі під сертифікованими органічними культурами перевищили 460 тис. гектарів, а експорт органічної продукції у 2024 р. сягнув понад 330 млн дол. США.

Сучасна харчова промисловість України виступає не лише базовою складовою агропромислового комплексу, а й одним із найбільш перспективних секторів національної економіки. Її стійкість у періоди економічної та політичної турбулентності засвідчує здатність до швидкої адаптації, структурної перебудови й орієнтації на інноваційні рішення. Успішна інтеграція до європейського ринку та поступове наближення стандартів якості до вимог ЄС формують передумови для довгострокової конкурентоспроможності.

Водночас розвиток галузі дедалі тісніше пов'язується з глобальними тенденціями — цифровізацією, сталим виробництвом, органічним землеробством і використанням ресурсоефективних технологій. У цьому контексті українська харчова промисловість стає не лише виробником сировини, а й активним гравцем на міжнародному ринку готової продукції.

Отже, на сучасному етапі харчова промисловість України демонструє поступовий перехід від моделі кількісного зростання до моделі якісного розвитку, де факторами успіху стають інноваційність, екологічність та ефективна інтеграція у глобальні економічні ланцюги.

## **Висновки до розділу 1**

Харчова промисловість посідає важливе місце у системі національної економіки, адже саме вона забезпечує населення продуктами харчування, підтримує продовольчу безпеку та формує соціально-економічну стабільність

держави. Її розвиток визначає рівень життя громадян і виступає показником економічної зрілості суспільства. Цей сектор поєднує сільське господарство, промислове виробництво, торгівлю та експорт, забезпечуючи міжгалузеві зв'язки та створюючи значну кількість робочих місць. У світовому масштабі харчова промисловість відзначається динамізмом і високою конкуренцією, адже постійно реагує на зміни споживчого попиту, технологічні новації та глобальні виклики, пов'язані з екологічністю та безпечністю виробництва.

Розвиток харчової промисловості підпорядковується певним економічним закономірностям і залежить від комплексу взаємопов'язаних факторів. Серед них провідну роль відіграють науково-технічний прогрес, інвестиційна активність, державна підтримка, рівень платоспроможного попиту населення, а також зовнішньоекономічна кон'юнктура. Галузь швидко реагує на зміни у споживчих вподобаннях, прагне до автоматизації, цифровізації та енергоефективності. Важливим стимулом розвитку стає орієнтація на європейські стандарти якості, експортну диверсифікацію та інтеграцію у міжнародні виробничі ланцюги.

Харчова промисловість України, попри складні умови останніх років, зберігає статус однієї з провідних галузей обробної економіки. Вона демонструє стійкість, гнучкість і поступовий перехід до інноваційно-орієнтованої моделі розвитку. Структурно галузь охоплює широкий спектр виробництв — від переробки сільськогосподарської сировини до випуску готових продуктів із високою доданою вартістю. Активно розвиваються напрямки виробництва органічних і функціональних продуктів, а також експорт до країн ЄС, що свідчить про підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. У перспективі харчова промисловість України здатна стати потужним драйвером економічного зростання, поєднуючи традиційні виробничі переваги з сучасними технологічними підходами та орієнтацією на світові стандарти сталого розвитку.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

### 2.1. Аналіз діяльності провідних українських підприємств харчової промисловості на прикладі компанії «Kernel»

Харчова промисловість України є одним із головних секторів національної економіки, який формує значну частку доданої вартості, забезпечує зайнятість населення та визначає експортний потенціал держави. У сучасних умовах глобальної конкуренції її розвиток неможливий без ефективної діяльності великих корпоративних структур, здатних забезпечувати масштабне виробництво, впроваджувати інноваційні технології та виходити на зовнішні ринки. Саме великі агропромислові компанії сьогодні виступають рушійною силою модернізації галузі, забезпечуючи стабільність і підвищення конкурентоспроможності українських продуктів на міжнародній арені.

Особливе місце серед таких підприємств займає компанія «Kernel» — один із лідерів агропромислового сектору України та Східної Європи, діяльність якої охоплює повний цикл виробництва: від вирощування сільськогосподарських культур до переробки, логістики та експорту готової продукції. Компанія є одним із найбільших виробників і експортерів соняшникової олії у світі, а також активно розвиває напрями зернової торгівлі, енергетичних проєктів і цифрових рішень у сфері агробізнесу. Її приклад є показовим для розуміння того, як сучасні підприємства харчової промисловості поєднують аграрну базу з промисловими технологіями та міжнародними бізнес-підходами.

Вивчення діяльності таких компаній, як «Kernel», дає можливість оцінити структуру, масштаби та ефективність розвитку української харчової промисловості, а також визначити її сильні сторони, конкурентні переваги та потенційні ризики. Аналіз фінансових результатів, виробничої динаміки, інноваційних рішень і соціально-економічного внеску підприємства дозволяє

простежити загальні тенденції розвитку галузі та її здатність адаптуватися до викликів сучасного ринку — від воєнних умов до глобальної енергетичної і логістичної нестабільності.

Компанія «Kernel» є одним із найбільших представників українського агропромислового комплексу та важливим гравцем світового ринку переробки олійних культур. Заснована у 1994 році, вона перетворилася на потужну вертикально інтегровану структуру, що охоплює всі етапи виробничого циклу — від вирощування зернових і соняшнику до виробництва, зберігання, транспортування та експорту готової продукції. Основна діяльність компанії зосереджена у таких напрямках: виробництво соняшникової олії, експорт зернових культур, торгівля продуктами переробки та розвиток енергетичних проєктів на основі біомаси.

За даними фінансової звітності компанії за 2023/2024 фінансовий рік, виручка «Kernel» склала близько 4,3 млрд доларів США, що на 12 % більше, ніж у попередньому році. Попри складні економічні умови, підприємство продовжує демонструвати стабільне зростання операційних показників. Обсяг експорту соняшникової олії перевищив 1,3 млн тонн, а частка компанії у світовому ринку олії становить понад 7 %. Завдяки ефективній логістиці, власним терміналам у портах Чорного моря та гнучкій експортній політиці, «Kernel» змогла зберегти лідерські позиції навіть у період воєнних обмежень.

Важливим фактором діяльності компанії є інвестиції у модернізацію виробничих потужностей і цифрову трансформацію бізнесу. Зокрема, протягом останніх років «Kernel» активно впроваджує систему Precision Farming — точного землеробства, що базується на використанні супутникових технологій і великих даних. Це дозволяє підвищити ефективність використання земельних ресурсів, скоротити витрати пального й добрив, а також зменшити негативний вплив на довкілля. Крім того, компанія запровадила власну цифрову платформу Digital Agro Ecosystem, яка інтегрує всі виробничі процеси — від управління посівами до моніторингу поставок у реальному часі.

Варто відзначити, що «Kernel» робить значний внесок у розвиток енергетичної незалежності аграрного сектору. Компанія є одним із найбільших виробників біоенергії з агровідходів в Україні. Її біоенергетичні комплекси генерують понад 300 тис. МВт·год електроенергії на рік, що не лише знижує собівартість продукції, а й сприяє скороченню викидів CO<sub>2</sub>. Цей напрямок відповідає принципам сталого розвитку, закріпленим у корпоративній стратегії до 2030 року.

Таблиця 2.1

Основні економічні показники діяльності компанії «Kernel» за 2021–2024 роки

Показник	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік*
Дохід, млрд дол. США	5,65	5,08	3,99	4,30
Чистий прибуток, млн дол. США	513	237	181	260
Обсяг експорту соняшникової олії, млн тонн	1,55	1,32	1,25	1,30
Частка у світовому ринку соняшникової олії, %	8,5	7,8	7,1	7,3
Інвестиції в модернізацію та цифровізацію, млн дол. США	85	60	72	90
Кількість працівників, осіб	11 200	10 500	9 800	10 200

Джерело: [43]

Не менш важливою є соціально-економічна роль компанії. «Kernel» забезпечує роботою понад 10 тисяч осіб, реалізує програми корпоративної соціальної відповідальності, підтримує громади, у межах яких розташовані виробничі потужності. Програми з енергоефективності, безпеки праці та розвитку місцевої інфраструктури стали невід’ємною частиною її корпоративної політики. Компанія «Kernel» демонструє стійкі фінансові результати навіть у складних умовах ринку, зумовлених воєнними подіями, коливанням світових цін

і логістичними обмеженнями. Незважаючи на зниження доходів у 2022–2023 роках, у 2024 році компанія відновила позитивну динаміку, збільшивши виручку на 7,8 % порівняно з попереднім періодом. Зростання прибутку до 260 млн доларів свідчить про ефективну диверсифікацію бізнесу та оптимізацію виробничих процесів.

Збереження високих обсягів експорту підтверджує стабільну міжнародну позицію компанії — понад 1,3 млн тонн соняшникової олії реалізується на зовнішніх ринках. Водночас збільшення інвестицій у модернізацію та цифровізацію на 25 % порівняно з 2023 роком свідчить про орієнтацію підприємства на довгостроковий інноваційний розвиток. Компанія активно впроваджує сучасні технології управління ресурсами, автоматизовані системи аналітики виробництва та цифрові платформи для інтеграції процесів постачання, переробки і збуту.

Крім того, стабільна кількість працівників за останні роки свідчить про збереження соціальної відповідальності компанії навіть у кризових умовах. «Kernel» продовжує забезпечувати зайнятість у регіонах присутності, інвестуючи у розвиток людського капіталу, навчання кадрів і соціальні програми. Таким чином, компанія не лише зміцнює власні позиції у харчовій промисловості, а й робить вагомий внесок у стабільність і розвиток українського агропромислового сектору в цілому.

Компанія «Kernel» є одним із найпотужніших інтегрованих агропромислових холдингів України. Компанія керує більш ніж 500 тис. га сільськогосподарських земель, що забезпечує значну сировинну базу для її переробних підприємств. У структурі холдингу функціонують олійноекстракційні заводи, зернові термінали, логістичні підрозділи та трейдингові компанії, які дозволяють «Kernel» утримувати провідні позиції не лише на внутрішньому, а й на світовому ринку.

«Kernel» володіє восьми олійноекстракційними заводами в Україні із загальною потужністю переробки понад 3,5 млн тонн насіння соняшнику на рік, що становить понад 20% українського ринку. Окрім того, компанія має власні

портові термінали в Одесі та Миколаєві, що забезпечують безперервну експортну логістику навіть в умовах обмеженого функціонування морських шляхів через воєнні дії. Завдяки цим потужностям «Kernel» експортує до 8 млн тонн зернових та олійних культур щороку, забезпечуючи близько 8–10% усього аграрного експорту України.

Попри складну макроекономічну ситуацію, «Kernel» демонструє стабільні фінансові результати, адаптуючись до ринкових викликів. Ці результати стали можливими завдяки ефективному управлінню ризиками, оптимізації виробничих витрат та розвитку нових експортних напрямів, зокрема через порти Румунії, Польщі та країн Балтії.

Хоча компанія «Kernel» є флагманом агропромислового сектору України, важливо розглянути діяльність інших провідних підприємств харчової промисловості, які також відіграють важливу роль у формуванні внутрішнього ринку продовольства та забезпеченні експортного потенціалу країни. Такі компанії, як «Миронівський хлібопродукт» (МХП), «Астарта-Київ», «НІБУЛОН» та «Молочний альянс», демонструють диверсифіковані моделі розвитку, поєднуючи аграрне виробництво, переробку і міжнародну торгівлю.

Їхній досвід дозволяє оцінити не лише масштаби діяльності української харчової промисловості, але й ефективність управління в умовах трансформаційних процесів — воєнних ризиків, обмежень логістики та коливань світових цін.

Структура української харчової промисловості характеризується високим рівнем диверсифікації — у країні одночасно розвиваються підприємства, орієнтовані як на експортну діяльність, так і на задоволення внутрішнього попиту. Найбільші корпорації активно інвестують у переробку сировини, що сприяє зростанню доданої вартості продукції, розвитку інфраструктури та створенню нових робочих місць. Особливої уваги заслуговує сектор м'ясо- та молокопереробки, який демонструє стабільне зростання навіть в умовах воєнної нестабільності. Компанія МХП залишається найбільшим виробником м'яса птиці у Східній Європі, постачаючи продукцію у понад 80 країн світу. Водночас

«Астарта-Київ» формує тенденцію до біоенергетичної незалежності, виробляючи біогаз і електроенергію з органічних відходів виробництва, що відповідає сучасним стандартам «зеленої економіки».

Таблиця 2.2

Порівняльна характеристика провідних українських компаній харчової промисловості (2024 р.)

Компанія	Основна спеціалізація	Річний дохід, млрд дол. США	Експортна частка у виручці, %	Кількість працівників	Основні ринки збуту
Kernel	Виробництво та експорт олії, зернових, біоенергія	3,7	85	10 000	ЄС, Близький Схід, Азія
МХП (Миронівський хлібопродукт)	М'ясопереробка, виробництво курятини, комбікормів	2,5	60	28 000	ЄС, Саудівська Аравія, ОАЕ
Астарта-Київ	Виробництво цукру, молока, біогазу, сої	0,9	45	7 500	Польща, Німеччина, Литва
НІБУЛОН	Торгівля зерновими, логістика, річковий транспорт	1,4	80	6 000	Єгипет, Туреччина, Італія
Молочний альянс	Виробництво молочних продуктів і сирів	0,4	30	3 200	Молдова, Грузія, Казахстан

Джерело: складено автором на основі джерел [50,51,52]

Важливим фактором розвитку українських підприємств залишається інноваційна адаптація до міжнародних стандартів, зокрема запровадження систем HACCP, ISO 22000 та ESG-політик. Це дозволяє вітчизняним виробникам інтегруватися у глобальні продовольчі ланцюги, залучати іноземні інвестиції та підвищувати довіру з боку споживачів і партнерів.

Підсумовуючи аналіз діяльності провідних українських підприємств харчової промисловості, можна зазначити, що галузь демонструє високу адаптивність, гнучкість та інноваційний потенціал навіть у надзвичайно

складних умовах воєнного часу та глобальної економічної турбулентності. Такі компанії, як «Kernel», МХП, «Астарта-Київ», «НІБУЛОН» та «Молочний альянс», не лише зберегли свої позиції на внутрішньому ринку, але й змогли посилити присутність на міжнародних ринках завдяки модернізації виробництва, диверсифікації експортних напрямів та впровадженню стандартів сталого розвитку.

Характерною рисою сучасного етапу розвитку харчової промисловості України є переорієнтація з сировинного експорту на виробництво продукції з високою доданою вартістю, що посилює конкурентоспроможність галузі. Підприємства дедалі активніше інвестують у переробку, біоенергетику, цифрові технології та логістичну інфраструктуру, формуючи сучасну модель агропромислового комплексу, орієнтовану на європейські стандарти якості та екологічності.

Загалом, українська харчова промисловість поступово інтегрується у світовий продовольчий простір, демонструючи здатність конкурувати з глобальними гравцями за рахунок ефективного управління, інноваційності та прозорості бізнес-процесів. Водночас, подальший розвиток галузі потребує підтримки держави, розбудови логістичних маршрутів, стимулювання експорту готової продукції та залучення інвестицій у науково-технологічні розробки.

Таким чином, аналіз діяльності українських компаній, зокрема «Kernel» як лідера ринку, засвідчує, що харчова промисловість України має не лише потужний виробничий потенціал, але й стратегічне значення для економічного відновлення держави та її позиціонування у світовій аграрній системі.

## **2.2. Оцінка розвитку міжнародних корпорацій харчової індустрії на прикладі компанії «Nestle»**

Сучасна глобальна харчова індустрія є одним із найбільш потужних і динамічних секторів світової економіки, який визначає рівень продовольчої безпеки, технологічного прогресу та соціально-економічного розвитку держав.

Міжнародні корпорації відіграють у цьому процесі важливу роль — вони не лише забезпечують мільярди людей продуктами харчування, а й формують глобальні стандарти якості, сталого розвитку, корпоративної соціальної відповідальності та інновацій. Саме ці компанії задають темп еволюції харчового ринку, впроваджуючи передові технології у виробництво, логістику, маркетинг і споживчу культуру.

Однією з найвпливовіших міжнародних корпорацій є «Nestlé S.A.» — світовий лідер у сфері виробництва продуктів харчування та напоїв, чия історія налічує понад 150 років. Сьогодні «Nestlé» присутня у більш ніж 180 країнах світу, має понад 340 000 працівників, близько 350 виробничих підприємств і щорічно демонструє обсяги продажів понад 90 млрд доларів США. Її портфель налічує понад 2 000 брендів, серед яких — Nescafé, KitKat, Maggi, Nesquik, Gerber, Purina та інші всесвітньо відомі торгові марки.

Компанія є прикладом глобальної бізнес-моделі з високим рівнем адаптації до локальних ринків, що дозволяє їй ефективно поєднувати стандарти міжнародної якості з урахуванням національних смаків, культурних особливостей і традицій споживання. Саме завдяки цьому Nestlé зуміла побудувати систему диверсифікованого розвитку, де успішно функціонують як високотехнологічні виробничі кластери, так і локальні підприємства, інтегровані у місцеві економіки.

Сьогодні Nestlé є не просто виробником харчових продуктів, а глобальною інноваційною екосистемою, що активно впроваджує принципи сталого розвитку, розвиває біотехнології, зменшує вуглецевий слід і трансформує структуру харчування споживачів. Стратегія компанії ґрунтується на концепції *Creating Shared Value* — створення спільної цінності, де прибутковість бізнесу поєднується із соціальними, екологічними та етичними цілями.

Компанія Nestlé S.A. є беззаперечним лідером світового харчового ринку, що поєднує масштаб, диверсифікацію та орієнтацію на інноваційний розвиток. Вона охоплює практично всі сегменти харчової індустрії — від дитячого харчування, кави, молочних продуктів і кулінарних виробів до зоопродуктів та

медичного харчування. Така диверсифікація дозволяє компанії підтримувати стабільність навіть у періоди глобальних криз, змін споживчих уподобань і економічних викликів.

Згідно з офіційним звітом компанії Nestlé Annual Report 2024, чистий обсяг продажів у 2024 році становив 93,3 млрд швейцарських франків, що на 5,2% більше, ніж у 2023 році. Операційний прибуток зріс до 15,4 млрд франків, а чистий прибуток перевищив 10,2 млрд франків, що свідчить про збереження стабільно високої рентабельності (близько 16%). Близько 44% виручки компанії припадає на ринки Європи, Близького Сходу та Північної Африки, тоді як понад 30% — на Північну і Латинську Америку, що підтверджує глобальну збалансованість структури продажів.

Таблиця 2.3

#### Основні фінансові показники Nestle S.A. за 2022–2024 рр.

Показник	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Зміна 2024/2022, %
Чистий обсяг продажів, млрд CHF	90,0	88,8	93,3	+3,7
Операційний прибуток, млрд CHF	14,1	14,6	15,4	+9,2
Чистий прибуток, млрд CHF	9,3	9,8	10,2	+9,7
Кількість працівників, тис. осіб	276	275	278	+0,7
Інвестиції в R&D, млрд CHF	1,7	1,9	2,2	+29,4

Джерело: складено автором на основі джерела [34]

Nestle системно реалізує стратегію сталого розвитку та технологічного оновлення виробництва. Основними стратегічними напрямками компанії є:

- Інновації в харчуванні. Компанія активно розвиває сегмент Plant-Based Food (рослинних альтернатив м'ясу та молока), інвестуючи понад 500 млн CHF у відповідні виробничі платформи.

- Екологічна трансформація. До 2030 року Nestlé планує зменшити вуглецеві викиди на 50%, а до 2050 року — досягти carbon neutrality. Уже сьогодні понад 80% її упаковки є придатною до переробки або повторного використання.
- Цифровізація виробництва та логістики. Через програму Nestle Digital Transformation компанія інтегрує штучний інтелект у процеси прогнозування попиту, автоматизацію постачань і розробку нових продуктів.
- Локалізація виробництва. Nestle має понад 350 заводів у більш ніж 80 країнах, що дозволяє ефективно адаптувати продукцію до місцевих особливостей і зменшувати логістичні витрати.

Важливим фактором діяльності Nestle є розвиток дослідницьких центрів і впровадження результатів наукових досліджень у сфері харчування. Корпорація утримує 21 науково-дослідний центр по всьому світу, де працює понад 4 000 науковців, які займаються створенням функціональних продуктів, розробкою харчових рішень для дітей, спортсменів та людей із особливими потребами.

Значну увагу компанія приділяє соціальним ініціативам. Програма Nestle for Healthier Kids охоплює понад 30 млн дітей у 80 країнах світу, сприяючи формуванню здорових харчових звичок. А проект Nestle Cocoa Plan забезпечує етичне постачання какао, боротьбу з дитячою працею та підтримку ферм у країнах Африки.

Nestle зберігає лідерські позиції у світовій харчовій промисловості, демонструючи найвищий рівень доходу та операційного прибутку серед своїх основних конкурентів. Компанія має ширшу диверсифікацію продуктового портфеля — від кавових брендів і дитячого харчування до фармацевтичних добавок, що забезпечує стабільність у різних економічних циклах. Хоча за рівнем рентабельності Nestle дещо поступається Unilever, це пояснюється масштабною її діяльністю та більшими інвестиціями у наукові розробки й екологічні програми. Nestle також має найбільшу кількість працівників і

найширшу географію присутності (понад 189 країн світу), що свідчить про її глобальний характер і стратегічну орієнтацію на довгостроковий розвиток.

Таблиця 2.4

Порівняльні показники провідних міжнародних корпорацій харчової індустрії у 2024 році

Компанія	Країна штаб-квартири	Чистий дохід, млрд дол. США	Операційний прибуток, млрд дол. США	Рентабельність операційної діяльності, %
Nestlé S.A.	Швейцарія	102,6	16,3	15,9
Unilever PLC	Велика Британія/Нідерланди	63,1	10,4	16,5
PepsiCo Inc.	США	91,5	13,1	14,3
Danone S.A.	Франція	32,7	4,2	12,8

Джерело: складено автором на основі джерел[34,53,54,55]

Серед конкурентів, PepsiCo виділяється високими обсягами доходу завдяки активному розвитку сегмента напоїв і снєків, однак її бізнес менш збалансований. Danone, навпаки, фокусується на здоровому харчуванні, але поступається масштабами й фінансовими результатами. Unilever має більш диверсифікований бізнес, проте значна частина його доходів формується не у харчовому секторі, а у сфері побутової хімії та косметики.

Таким чином, Nestle залишається еталоном ефективної моделі управління в глобальній харчовій індустрії, поєднуючи високу прибутковість, соціальну відповідальність та інноваційність. Її приклад свідчить про те, що сучасний розвиток харчового сектору базується не лише на обсягах виробництва, а й на здатності адаптуватися до вимог сталого розвитку, екологічних стандартів і змін споживчих уподобань.

У сучасних умовах розвитку світової харчової індустрії важливу роль відіграє цифрова інтеграція бізнес-процесів. Nestle активно інвестує у технології блокчейн для відстеження походження сировини — зокрема, какао, кави, молока та зернових. Це дає змогу забезпечити повну прозорість ланцюга постачання та підвищити рівень довіри споживачів. Наприклад, у межах проєкту “IBM Food

Trust”, до якого приєдналася Nestle, споживач може відстежити шлях продукту «від ферми до полиці» за допомогою QR-коду на упаковці.

Іншим напрямом інновацій є розвиток електронної комерції та цифрових платформ. Компанія створила власну онлайн-екосистему Nestle Marketplace, що охоплює понад 40 країн світу та дозволяє не лише продавати продукцію безпосередньо споживачеві, а й збирати великі масиви даних про поведінку клієнтів. Це сприяє формуванню персоналізованих пропозицій, які базуються на споживчих уподобаннях, віці, регіоні та харчових звичках. У 2024 році частка онлайн-продажів Nestle перевищила 19 % загального обороту компанії, що є рекордним показником серед традиційних харчових корпорацій.

Важливою складовою корпоративної стратегії Nestle є етичний маркетинг та соціальна комунікація. Компанія свідомо відмовляється від використання агресивних рекламних стратегій, орієнтуючись на концепцію “маркетингу довіри”, яка підкреслює цінності здоров’я, природності та сталості. Приміром, бренди Nescafe, Gerber і Purina у своїх кампаніях акцентують не на вигоді продукту, а на емоційній користі для споживача — добробуті родини, турботі про домашніх тварин, екологічній відповідальності тощо. Крім того, Nestle активно співпрацює з малими та середніми виробниками сировини у країнах, що розвиваються. У межах програм “Farmer Connect” та “Nestlé Cocoa Plan” компанія інвестує в навчання фермерів, мікрокредитування, модернізацію ферм і створення місцевих переробних потужностей. Це не лише підвищує якість сировини, а й сприяє соціально-економічному розвитку регіонів, де компанія веде діяльність. Ще одним цікавим напрямом є розробка альтернативних білкових продуктів, зокрема на основі рослин та мікроорганізмів. У 2024 році Nestle представила лінійку Garden Gourmet Evolution, що поєднує штучний інтелект і біотехнології для створення продуктів із покращеним амінокислотним складом. У наукових центрах компанії в Лозанні та Сінгапурі розробляються також вітамінізовані продукти для індивідуального харчування, які адаптуються під фізичний стан і генетичні особливості людини.

Завдяки таким підходам Nestle перетворюється не просто на виробника харчових продуктів, а на інноваційний багаторівневий холдинг, який формує стандарти сталого виробництва, цифрової прозорості та соціальної відповідальності для всієї світової індустрії. Її досвід стає орієнтиром для інших корпорацій, які прагнуть поєднати прибутковість із етичністю та екологічністю бізнесу. Серед провідних світових корпорацій харчової індустрії особливе місце поряд із Nestle посідає Mondelez International, штаб-квартира якої розташована у Чикаго (США). Обидві компанії мають тривалу історію, глобальний масштаб діяльності та значний вплив на споживчі ринки понад 150 країн світу. Водночас вони реалізують різні бізнес-моделі: Nestle орієнтується на багатогалузевість і широкий асортимент продуктів, тоді як Mondelez спеціалізується на високомаржинальному сегменті снєків, шоколаду, печива та напоїв швидкого споживання.

Таблиця 2.5

Порівняльні показники компаній Nestlé та Mondelez International у 2024 році

Показник	Nestlé S.A.	Mondelez International
Країна штаб-квартири	Швейцарія	США
Чистий дохід, млрд дол. США	102,6	36,0
Операційний прибуток, млрд дол. США	16,3	6,8
Рентабельність операційної діяльності, %	15,9	18,9
Кількість працівників, тис. осіб	283	91
Країни присутності	189	160
Основна спеціалізація	Продукти харчування, напої, дитяче харчування	Кондитерські вироби, снєки, кава, напої
Інвестиції в НДДКР, млрд дол. США	2,1	0,8

Джерело: складено автором на основі джерел [34,56]

Попри те що Nestle має більші масштаби діяльності, Mondelez демонструє вищу операційну рентабельність завдяки фокусуванню на більш прибуткових нішах ринку — насамперед у сфері кондитерських виробів (Milka, Oreo,

Toblerone, Cadbury) та снєків (BelVita, Trident). Компанія Mondelez активно розвиває стратегію “Snacking Made Right”, яка поєднує збалансоване харчування з комфортом споживання, орієнтуючись на динамічний спосіб життя сучасного споживача.

Nestle, у свою чергу, зберігає перевагу у масштабності, диверсифікації бізнесу, науково-дослідних розробках та соціальних ініціативах. Вона краще захищена від ринкових коливань завдяки різним напрямкам діяльності (від кави до ветеринарного харчування), тоді як Mondelez залишається більш залежною від споживчого попиту в сегменті ласощів.

Порівняльна характеристика переваг і недоліків компаній:

Переваги Nestle:

- глобальна присутність і диверсифікований портфель брендів;
- високий рівень інноваційної діяльності;
- системна соціальна відповідальність (екологічні та соціальні проекти);
- стабільна фінансова база та інвестиційна привабливість.

Недоліки Nestle:

- нижча рентабельність унаслідок масштабності виробництва;
- складна корпоративна структура, що уповільнює прийняття рішень.

Переваги Mondelez International:

- висока рентабельність і концентрація на прибуткових ринкових сегментах;
- гнучка маркетингова стратегія, орієнтована на молодь і ринки, що розвиваються;
- активна цифровізація логістичних процесів і прогнозування попиту.

Недоліки Mondelez International:

- обмежена диверсифікація;
- більша залежність від цін на сировину (какао, цукор, молоко);
- менші інвестиції у дослідження та сталий розвиток.

Таким чином, можна зробити висновок, що Nestle і Mondelez International репрезентують дві успішні, але різні моделі розвитку харчової індустрії. Якщо Nestle є прикладом комплексного інтегрованого підходу, який поєднує харчові,

наукові та соціальні складові, то Mondelez демонструє високоефективну спеціалізовану модель, орієнтовану на споживання з високою доданою вартістю. У глобальному масштабі Nestle зберігає статус найбільшої та найвпливовішої харчової корпорації світу, тоді як Mondelez — одного з найприбутковіших виробників у своєму сегменті.

Отже, світова харчова індустрія сьогодні є одним із найдинамічніших і найприбутковіших секторів глобальної економіки, у якому провідні корпорації, такі як Nestlé, Unilever, PepsiCo, Danone і Mondelez International, відіграють важливу роль у формуванні споживчих трендів, впровадженні технологічних інновацій та розвитку сталих бізнес-моделей. На прикладі компанії Nestlé простежується, як стратегічна орієнтація на інновації, екологічну сталість і соціальну відповідальність може забезпечувати не лише стабільний прибуток, а й довготривалу конкурентну перевагу.

Nestle демонструє унікальну модель корпоративного розвитку, що поєднує багатогалузеву структуру, глобальну присутність і високий рівень інвестицій у дослідження та розробки. Компанія успішно впроваджує цифрову трансформацію, використовуючи блокчейн для прозорості ланцюгів постачання, штучний інтелект для персоналізації продуктів і big data для прогнозування попиту. Її діяльність відзначається збалансованим поєднанням економічної ефективності, соціальної орієнтованості та екологічної відповідальності — це дозволяє зберігати лідерство навіть в умовах економічних коливань і глобальних криз.

Порівняльний аналіз з іншими світовими корпораціями, зокрема Mondelez International, свідчить, що Nestle залишається наймасштабнішою і найвпливовішою компанією галузі, проте її стратегія відрізняється більш комплексним і довгостроковим підходом. Mondelez, навпаки, демонструє приклад спеціалізованої моделі розвитку, зорієнтованої на високорентабельні ринки снєків і кондитерських виробів. Якщо Nestlé зосереджує увагу на сталому розвитку, інноваціях та здоровому харчуванні, то Mondelez робить ставку на

швидкість обігу капіталу, емоційну привабливість брендів і маркетингову мобільність.

Nestle уособлює глобальний стандарт диверсифікованої та відповідальної бізнес-моделі, яка є орієнтиром для всього харчового сектору світу. Її приклад демонструє, що сучасна конкурентоспроможність у харчовій промисловості визначається не лише обсягом продажів чи прибутком, а й здатністю компанії поєднувати економічну ефективність із суспільною місією та екологічними цінностями. Саме тому Nestle і подібні корпорації формують основу майбутньої архітектури світової харчової економіки — більш інноваційної, цифрової, стійкої та соціально відповідальної.

### **2.3. Порівняльний аналіз економічного розвитку вітчизняних та міжнародних підприємств харчової промисловості на прикладі компаній «Kernel» і «Nestle»**

Розвиток світової харчової промисловості значною мірою залежить від ефективності діяльності провідних компаній, які задають стратегічні орієнтири для галузі, визначають нові стандарти якості, екологічності та управлінських підходів. У цьому контексті важливим є порівняння української корпорації «Kernel», що виступає флагманом агропромислового комплексу України, із міжнародним гігантом «Nestlé», одним із найвпливовіших виробників харчових продуктів у світі. Таке співставлення дозволяє оцінити не лише масштаб і фінансову стійкість обох підприємств, а й виявити специфіку функціонування національних і глобальних ринків, різницю в бізнес-моделях, інноваційних підходах та стратегіях розвитку.

Обидві компанії є яскравими представниками двох різних економічних моделей. Kernel — це вертикально інтегрований агропромисловий холдинг, який зосереджується на виробництві, переробці та експорті сільськогосподарської продукції, насамперед соняшникової олії та зернових культур. Nestle, своєю

чергою, представляє глобальний диверсифікований концерн, що охоплює понад 2000 брендів і працює практично в усіх сегментах харчового ринку — від дитячого харчування до напоїв, кави, шоколаду та продуктів для тварин.

Для узагальненого розуміння ефективності обох корпорацій наведено порівняльну таблицю з основними фінансово-економічними показниками за 2023 рік:

Таблиця 2.6

Порівняльна характеристика фінансово-економічних показників компаній «Kernel» і «Nestle» (2023 р.)

Показник	Kernel (Україна)	Nestlé (Швейцарія)
Річний дохід, млрд дол. США	5,1	103,6
Чистий прибуток, млрд дол. США	0,42	11,2
Рентабельність продажів, %	8,2	10,8
Кількість працівників, тис. осіб	11	273
Частка експорту в загальному обсязі, %	89	44
Основні ринки збуту	ЄС, Китай, Близький Схід	ЄС, США, Азія
Ключові напрями діяльності	Переробка зернових, виробництво олії	Продукти харчування, напої, дитяче харчування
Інвестиції в інновації, млн дол. США	25	1 600

Джерела:[34,44]

Згідно з наведеними даними, між компаніями простежується істотна різниця у масштабах операційної діяльності, що обумовлено різницею в географії бізнесу, ступені інтеграції у світовий ринок та рівні технологічного розвитку. Проте, незважаючи на це, Kernel демонструє високий рівень експортної орієнтації та ефективності у межах українського та європейського агропродовольчого сектору. Компанія посідає провідне місце серед світових виробників соняшникової олії, забезпечуючи понад 7–8% глобального ринку цього продукту.

На противагу цьому, Nestle вирізняється більшою диверсифікацією бізнесу та стабільністю фінансових потоків, що дозволяє компанії ефективно

балансувати ризики між різними сегментами. Її прибутковість значною мірою забезпечується інноваційними рішеннями, автоматизацією виробництва, розвитком e-commerce і впровадженням принципів sustainable food systems — сталих продовольчих систем, спрямованих на зменшення вуглецевого сліду та перехід до циркулярної економіки.

#### Переваги Kernel:

- Висока частка експорту та валютна виручка;
- Вертикальна інтеграція бізнесу (від виробництва до переробки);
- Гнучкість і адаптивність до ринкових коливань;
- Вклад у продовольчу безпеку України та ЄС.

#### Недоліки Kernel:

- Висока залежність від геополітичної ситуації;
- Обмежені можливості диверсифікації продукції;
- Менший інвестиційний потенціал у порівнянні з глобальними корпораціями.

#### Переваги Nestle:

- Глобальна присутність і широка продуктова лінійка;
- Сильна брендова стратегія та лояльність споживачів;
- Потужні інвестиції в R&D, цифровізацію, сталий розвиток;
- Стійкість до макроекономічних коливань.

#### Недоліки Nestle:

- Високий рівень конкуренції на глобальному ринку;
- Значні витрати на маркетинг і дотримання стандартів ESG;
- Критика з боку екологічних організацій щодо використання ресурсів.

Таким чином, порівняльний аналіз свідчить, що хоча Nestle і Kernel функціонують у різних масштабах, обидві компанії мають спільні риси — інноваційність, високу ефективність виробництва та орієнтацію на міжнародні ринки. Проте стратегічна модель Nestle є більш комплексною, тоді як Kernel зосереджений на максимізації ефективності в межах аграрного сегменту.

Важливою також є діяльність інших глобальних гравців, таких як PepsiCo, Unilever, Danone, Mondelez International. Вони формують ядро світового ринку харчових продуктів, контролюючи понад 35% глобальних продажів у харчовому секторі. Їхня діяльність відображає сучасні тенденції: цифровізацію виробництва, сталий розвиток, локалізацію виробничих потужностей та активне використання інновацій у маркетингу.

Компанії світового масштабу демонструють різні бізнес-моделі. Так, Nestle зберігає диверсифікованість і присутність у всіх сегментах харчового ринку; PepsiCo поєднує виробництво напоїв і снєків, орієнтуючись на високу оборотність капіталу; Unilever фокусується на продуктах повсякденного попиту та сталому споживанні; Danone спеціалізується на молочних і дитячих продуктах, а Mondelez International — на кондитерських виробках і снєковій продукції.

Nestle продовжує утримувати позицію глобального лідера за масштабом діяльності, прибутковістю та часткою на світовому ринку. PepsiCo займає друге місце, демонструючи стабільне зростання за рахунок диверсифікації портфелю брендів (Lay's, Tropicana, Quaker, Pepsi). Unilever вирізняється високою рентабельністю та збалансованістю бізнесу між харчовою та побутовою продукцією.

Danone концентрується на виробництві продуктів із високою функціональною та поживною цінністю, активно позиціонує себе як лідера у сфері здорового харчування та Wellbeing. Це включає значні інвестиції в дослідження та розробки (R&D) у галузі пробіотиків, альтернативних молочних продуктів і дитячого харчування. Компанія активно впроваджує екологічні технології, включаючи перехід на відновлювані джерела енергії та розробку біорозкладаної упаковки, що дозволяє їй не лише утримувати, а й зміцнювати міцні позиції на зростаючому ринку органічних продуктів та продуктів зі сталою сертифікацією. Таким чином, Danone будує свою стратегію навколо здоров'я, сталості та прозорості. Mondelez International, у свою чергу, розвиває гнучку модель управління своїм величезним портфелем всесвітньо відомих глобальних

брендів (зокрема, Oreo, Milka, Toblerone). Їхня стратегія зосереджена на емоційній привабливості продукції, миттєвому задоволенні та сніданкових інноваціях (snacking). Компанія використовує масштабну цифровізацію маркетингу, щоб забезпечити швидку реакцію на локальні споживчі тренди, та активно застосовує злиття та поглинання (M&A) для виходу на нові ринки та додавання до портфеля нішевих брендів, орієнтованих на швидке зростання.

Порівняльна характеристика діяльності найбільших міжнародних корпорацій, яка показує їхній фінансовий масштаб і ринковий вплив, показана в таблиці 2.7

Таблиця 2.7

Порівняльна характеристика провідних міжнародних корпорацій харчової промисловості (2023 р.)

Компанія	Країна походження	Річний дохід, млрд дол. США	Чистий прибуток, млрд дол. США	Основний сегмент діяльності	Частка на світовому ринку, %
Nestlé	Швейцарія	103,6	11,2	Продукти харчування, напої, дитяче харчування	7,5
PepsiCo	США	91,5	9,1	Напої, снеки	6,8
Unilever	Велика Британія / Нідерланди	65,2	8,3	Харчові продукти, засоби гігієни	5,9
Danone	Франція	31,8	2,1	Молочна продукція, дитяче харчування	2,4
Mondelez International	США	36,0	3,5	Кондитерські вироби, снеки	2,6

Джерело: складено автором на основі джерел [34,53,54,55,56]

Світова харчова промисловість сьогодні характеризується низкою глобальних закономірностей, що визначають її стратегічний розвиток:

1. Концентрація виробництва — понад 70% ринку контролюють близько 20 міжнародних корпорацій, що забезпечують ефект масштабу та зниження витрат.
2. Цифровізація та автоматизація — інвестування в IT-рішення, big data, блокчейн для моніторингу ланцюгів постачання.
3. Екологічна трансформація — перехід на відновлювані джерела енергії, мінімізація харчових відходів, розвиток упаковки з біоматеріалів.
4. Зміна споживчих звичок — зростання попиту на органічну, веганську, безглютенову продукцію, здорові снеки.
5. Глобалізація і локалізація одночасно — великі корпорації адаптують свої продукти під регіональні смаки, підтримують місцевих виробників.

Порівняльний аналіз свідчить, що Nestle, PepsiCo та Unilever формують ядро глобальної продовольчої системи, визначаючи темпи інновацій та стандарти відповідального бізнесу. Їхній досвід демонструє, що успішність у харчовій промисловості залежить не лише від фінансової потужності, а й від гнучкості бізнес-моделі, здатності реагувати на соціальні виклики та впроваджувати принципи сталого розвитку.

Для таких компаній, як Kernel, цей досвід має стратегічне значення: інтеграція у світові ланцюги вартості, інвестування у переробку, логістику, маркетинг і R&D здатні забезпечити перехід від сировинної до інноваційної моделі харчового виробництва.

Важливими також є нові глобальні факти та тенденції у харчовій промисловості таких як зростання ролі технологічних інновацій. Сучасна харчова промисловість стрімко інтегрує інноваційні рішення. За даними *OECD-FAO Outlook 2024*, понад 60% транснаціональних корпорацій у галузі інвестують у FoodTech — напрям, який охоплює 3D-друк продуктів, біотехнології, культивоване м'ясо та вертикальні ферми. Ці технології дозволяють підвищити ефективність виробництва на 20–30% і скоротити викиди CO<sub>2</sub> майже на 40%. Також набуває значної популярності розвиток альтернативних білків. У 2024 році ринок альтернативних джерел білка (рослинні, коміркові, мікробні)

перевищив 15 млрд доларів США, і очікується, що до 2030 року він сягне понад 40 млрд дол. (згідно з *Bloomberg Intelligence*). Такі компанії, як *Beyond Meat*, *Impossible Foods* та *Nestlé* (через свій бренд *Garden Gourmet*), активно розвивають сегмент рослинного м'яса, що стає новим драйвером споживання. Географічна переорієнтація ринку також має своє важливе значення. Більше 65% зростання світового попиту на продукти харчування у найближчі роки забезпечуватимуть країни Азії та Африки (FAO, 2024). Китай, Індія та Індонезія стають ключовими споживачами, що визначають стратегічну політику транснаціональних корпорацій, включно з *Nestlé*, *PepsiCo* і *Unilever*. Після глобальних криз (COVID-19, війна в Україні, зростання енергетичних цін) компанії значно збільшили інвестиції у локалізацію виробництва. Так, у 2023–2024 рр. *Nestlé* відкрила понад 15 нових регіональних фабрик у країнах Латинської Америки, Африки та Південно-Східної Азії, щоб знизити ризики перебоїв постачання. Світові корпорації активно впроваджують ESG-стратегії (Environmental, Social, Governance). Згідно з дослідженням *Deloitte Global Food Industry Report 2024*, понад 80% провідних компаній мають чіткі цілі зі зменшення вуглецевого сліду та переходу на вуглецеву нейтральність до 2050 року. *Nestlé* планує досягти цього показника вже до 2040 року.

У 2024 році частка онлайн-продажів продуктів харчування у світі перевищила 15% загального обсягу ринку (*Euromonitor*, 2024). Такі платформи, як *Amazon Fresh*, *Walmart+*, *Carrefour Online* та власні e-commerce-канали компаній (*Nestlé Marketplace*, *Unilever Direct*) стають новим стандартом доступу до споживача.

Високий інтерес викликають продукти з доданою цінністю — збагачені вітамінами, пробіотиками, білками. Наприклад, сегмент *wellness nutrition* зріс на 9,8% у 2023 році, а компанії *Danone* та *Nestlé Health Science* стали лідерами у сфері медичного харчування.

Глобальні інвестиції у сектор харчової промисловості у 2024 році перевищили 220 млрд доларів США, з яких близько 45% припадає на інноваційні технології та сталий розвиток (*KPMG Global Food Report*, 2024).

Глобальний харчовий сектор перебуває на етапі структурного оновлення, де головними рушіями розвитку є інноваційність, екологічність і цифровізація. Водночас важливо відзначити, що українські компанії, зокрема Kernel, потенційно можуть інтегруватися у ці процеси шляхом участі у міжнародних ланцюгах створення вартості, впровадження інноваційних технологій обробки сировини, розвитку біоенергетики та органічного виробництва.

У перспективі до 2030 року прогнозується, що світова харчова промисловість перейде до “розумної моделі споживання”, [62] де переважатимуть персоналізовані продукти, скорочення харчових відходів і максимальна прозорість виробництва. Саме ці напрями формують основу для нового етапу еволюції харчової індустрії — більш гнучкої, технологічної та відповідальної.

Таблиця 2.8

Основні тенденції розвитку світового ринку харчових продуктів (2020–2024 рр.)

Тенденція	2020	2024	Прогноз на 2030
Обсяг глобального ринку, трлн дол. США	7,1	9,4	12,0
Частка онлайн-продажів, %	6,8	15,2	25,0
Інвестиції у FoodTech, млрд дол. США	52	89	150
Попит на органічну продукцію, млрд дол. США	104	178	290
Вуглецеві викиди харчової галузі, млрд т CO <sub>2</sub>	4,5	3,9	3,2

Джерело: складено автором на основі джерел [57,58,61]

Варто зазначити, що в останні роки і українські, і міжнародні виробники харчової продукції все більше зосереджують увагу не лише на фінансових показниках, а й на якісних варіантах розвитку — інноваціях, цифровій трансформації, сталому виробництві та соціальній відповідальності.

Така тенденція свідчить про перехід харчової промисловості від класичної моделі “виробництво–споживання” до концепції ціннісного ланцюга, коли компанії прагнуть створювати не лише прибуток, а й суспільну користь.

Kernel, наприклад, розширює можливості вертикальної інтеграції: від агровиробництва до портової логістики, що забезпечує контроль над усім циклом створення вартості. Nestle натомість концентрується на дигіталізації клієнтського досвіду та розвитку персоналізованих продуктів (зокрема в сегменті “здорового харчування”).

Таблиця 2.9

#### Порівняння стратегічних напрямів розвитку компаній «Kernel» і «Nestle»

Напрямок розвитку	Kernel (Україна)	Nestlé (Швейцарія)
Основна спеціалізація	Виробництво та експорт олії, зернових, біоенергії	Продукти харчування, напої, дитяче харчування, кава
Бізнес-модель	Вертикальна інтеграція (від поля до порту)	Диверсифікація портфеля брендів
Ринки збуту	ЄС, Близький Схід, Азія	Глобальний ринок (190+ країн)
Інноваційний фокус	Цифровізація агровиробництва, “розумна логістика”	FoodTech, персоналізація харчування, R&D-центри
Сталий розвиток	“Green Agri Chain”, біоенергетика, скорочення викидів	“Zero Environmental Impact”, скорочення пластику
Соціальна відповідальність	Програми підтримки фермерів і громад	Освітні та екологічні ініціативи, здорове харчування
Довгострокові цілі	Зміцнення позицій на світових ринках агроекспорту	Трансформація харчової системи у сталу та інноваційну

Джерело: складено автором на основі джерел [23,43]

Чітко простежується, що Kernel орієнтований на операційну ефективність і логістичну стійкість, тоді як Nestle — на глобальну інноваційність, бренд стратегію та соціальну довіру. Разом із тим обидві компанії активно інтегрують принципи сталого розвитку, що є головною умовою конкурентоспроможності у XXI столітті. Ще одним важливим моментом є адаптація до нових технологічних трендів. Kernel розробляє систему цифрового моніторингу агровиробництва,

використовуючи big data та супутникові знімки для прогнозування врожайності. Nestle інвестує у розвиток нейротехнологій для персоналізованого харчування, що базуються на біоаналізі споживача. Окрім цього, обидві корпорації активно співпрацюють із науковими інститутами: Nestle має власні дослідницькі центри у 23 країнах, тоді як Kernel фінансує освітні програми у сфері аграрних технологій в Україні. Такий підхід забезпечує довготривалу інноваційну перевагу. Kernel і Nestle демонструють два різних, але взаємодоповнюючих шляхи розвитку харчової промисловості: перший — як локальний експортер аграрної сировини світового рівня, другий — як глобальний інноватор споживчих брендів. Їхній досвід і стратегічні підходи формують модель сталого розвитку, яка може стати орієнтиром для інших гравців галузі.

Отже, сучасний стан і динаміка розвитку харчової промисловості як в Україні, так і у світі визначаються складною взаємодією глобальних економічних, технологічних та екологічних чинників. Порівняння діяльності компаній «Kernel» і «Nestlé» відображає не лише різницю у масштабах та географії бізнесу, а й глибокі відмінності у стратегічних підходах до управління виробництвом, інноваціями та сталим розвитком. Якщо українська компанія фокусується на ефективності аграрного виробництва та логістичних процесів, то міжнародна корпорація демонструє модель диверсифікованої продуктової системи, що спирається на дослідження ринку, маркетингову гнучкість і соціальну відповідальність.

Варто зазначити, що обидві компанії формують своєрідні орієнтири для розвитку харчової індустрії: «Kernel» — у напрямі інтеграції агровиробництва з високими експортними стандартами, а «Nestlé» — у напрямі глобальної інноваційності та локальної адаптації продуктів під потреби споживачів різних країн. Водночас між цими моделями спостерігається певна взаємодоповнюваність: міжнародні корпорації часто інтегрують локальні ресурси, технології й партнерства з національними виробниками, що створює ефект мультиплікації для економік країн із потужним аграрним потенціалом. У контексті загальносвітових тенденцій харчова промисловість поступово

переходить до моделі сталого розвитку, де на перший план виходять питання екологічної безпеки, енергоефективності, цифровізації виробничих процесів і контролю якості. Ці фактори формують нову архітектуру конкурентоспроможності, у якій домінують підприємства, здатні не лише генерувати прибуток, а й забезпечувати цінність для суспільства та довкілля. Отже, майбутнє харчової індустрії визначатиметься не обсягами виробництва, а здатністю адаптуватися до глобальних викликів, впроваджувати інновації й будувати прозорі, сталі бізнес-моделі. Крім того, порівняльний аналіз свідчить, що важливою конкурентною перевагою у сучасному глобальному харчовому секторі стає інноваційна гнучкість. Такі корпорації, як Nestle, активно інвестують у розробку нових формул, функціональних продуктів, альтернативних білків та технологій персоналізованого харчування. Це дозволяє їм не лише зберігати частку ринку, але й формувати нові споживчі тенденції. У той час компанії, подібні до Kernel, зосереджуються на підвищенні операційної ефективності, застосуванні точного землеробства, цифровому моніторингу постачань та впровадженні принципів «зеленої логістики», що робить їх важливою ланкою у глобальних ланцюгах постачання продовольства.

Ще однією помітною тенденцією є зміщення фокусу з обсягів виробництва на стійкість бізнес-моделі. Після пандемії COVID-19 і геополітичних змін харчова промисловість світу переосмислила принципи постачання та зберігання продуктів. Компанії з розвиненою інфраструктурою, налагодженими логістичними маршрутами та диверсифікованими каналами збуту змогли краще витримати кризу. Цей досвід підкреслив важливість глобально-локальної взаємодії, де міжнародні корпорації забезпечують інноваційний і фінансовий потенціал, а національні — гнучкість і адаптацію до регіональних умов. Таким чином, світова харчова промисловість поступово переходить до гібридної моделі розвитку, що поєднує масове виробництво з технологічною модернізацією, орієнтацією на якість і соціальну відповідальність. Відкритість до партнерств, інвестицій у наукові дослідження, цифрові технології та ESG-ініціативи формують основу нової стратегії сталого зростання галузі. Ці процеси

створюють нову конфігурацію світового продовольчого простору, де економічна ефективність невіддільна від екологічної та соціальної рівноваги.

## **Висновки до розділу 2**

Аналіз діяльності провідних українських підприємств харчової промисловості показав, що вітчизняний сектор поступово трансформується з традиційного виробничого напрямку в інноваційно орієнтовану галузь, здатну забезпечувати стабільне економічне зростання навіть в умовах глобальних викликів. Компанія «Kernel», як один із лідерів агропромислового комплексу, стала прикладом ефективного поєднання аграрного потенціалу з сучасними технологічними рішеннями. Її вертикально інтегрована структура — від вирощування сировини до експорту готової продукції — забезпечує гнучкість, високу продуктивність та мінімізацію ризиків, пов'язаних із коливаннями на світових ринках. Важливою особливістю є впровадження цифрових інструментів управління, елементів точного землеробства, систем контролю якості та енергоощадних технологій, що підвищують конкурентоспроможність компанії на міжнародному рівні. Kernel не лише формує вагомую частину українського експорту, а й задає стратегічні орієнтири для модернізації харчового сектору в цілому — від підвищення ефективності агровиробництва до зміцнення продовольчої безпеки держави. Таким чином, розвиток компанії є відображенням загальної тенденції української харчової промисловості — переходу до інноваційно-інтегрованої моделі, де важливу роль відіграють технології, екологічна відповідальність та орієнтація на світові стандарти якості.

Аналіз розвитку міжнародних корпорацій харчової індустрії показало, що глобальні компанії, такі як Nestle, формують сучасну архітектуру світового продовольчого ринку, визначаючи тенденції, стандарти якості та напрями інновацій. Nestle, як одна з найбільших харчових корпорацій світу, демонструє приклад диверсифікованої бізнес-моделі, що охоплює виробництво, логістику, маркетинг, наукові розробки й сталий розвиток. Її діяльність базується на

принципах соціальної відповідальності, орієнтації на споживача та впровадженні інновацій, що дозволяють адаптувати продукцію до культурних і демографічних особливостей кожного ринку. Компанія системно реалізує стратегію *Creating Shared Value (CSV)* — створення спільної цінності, яка поєднує бізнес-ефективність із соціальними та екологічними цілями. Особливу увагу Nestle приділяє сталому розвитку та екологічній безпеці, впроваджуючи політику «*Zero Environmental Impact by 2030*». Це передбачає скорочення викидів парникових газів, перехід на відновлювані джерела енергії, оптимізацію водоспоживання та впровадження багаторазової або біорозкладної упаковки. Крім того, компанія активно інвестує у дослідження в галузі здорового харчування, розробляючи продукти з пониженим вмістом цукру, солі та насичених жирів, що відповідає сучасним тенденціям відповідального споживання. Важливою складовою її стратегії є розвиток цифрових каналів комунікації, індивідуалізація пропозицій для споживачів та впровадження систем аналітики великих даних (*Big Data*) у виробництво та маркетинг. Nestle активно розширює присутність у країнах із високим аграрним потенціалом, співпрацюючи з місцевими постачальниками сировини, підтримуючи фермерські програми та інвестуючи в інфраструктуру. Такий підхід дозволяє компанії поєднувати глобальну стратегію з локальною адаптацією, забезпечуючи стабільність і гнучкість бізнес-моделі. Водночас компанія продовжує диверсифікувати свій продуктовий портфель, виходячи за межі традиційних ринків — розвиває напрямки функціонального харчування, спортивних добавок, рослинних альтернатив, води та кави преміум-сегменту. Це робить її одним із найінноваційніших і найадаптивніших гравців галузі. Загалом, приклад Nestle демонструє, що глобальні корпорації харчової промисловості перетворюються на рушійну силу сталого розвитку світової економіки. Вони не лише впливають на споживчі звички, а й задають стандарти етичної відповідальності, прозорості ланцюгів постачання та корпоративного управління. Їхній досвід є важливим орієнтиром для інших підприємств — як міжнародних, так і національних — у напрямі побудови ефективної,

інноваційної та соціально відповідальної моделі бізнесу, яка відповідає викликам XXI століття.

Порівняльний аналіз фінансово-економічних показників українських і міжнародних підприємств харчової промисловості засвідчив, що розвиток галузі в сучасних умовах визначається рівнем інноваційності, структурою управління, ступенем інтеграції у глобальні ринки та здатністю до адаптації. Підприємства, подібні до «Kernel», демонструють ефективність вертикально інтегрованої моделі, де контроль над усіма етапами виробництва — від вирощування сировини до експорту — забезпечує стійкість до ринкових коливань і підвищує прибутковість. Натомість компанії на зразок «Nestle» реалізують диверсифіковану модель бізнесу, яка передбачає широку продуктову лінійку, багаторівневу систему управління брендами, активну інвестиційну політику та гнучке реагування на зміни споживчих тенденцій. Це дає змогу глобальним корпораціям не лише підтримувати стабільне зростання, а й формувати стратегічний напрям розвитку всієї світової харчової індустрії. Водночас порівняння показників діяльності обох компаній показало, що, попри різницю у масштабах і рівні капіталізації, спільною рисою є орієнтація на сталий розвиток, підвищення ефективності та екологічну відповідальність. Kernel активно впроваджує елементи цифровізації, модернізує виробничі потужності та використовує принципи «зеленої логістики», тоді як Nestle розвиває корпоративну культуру відповідального споживання, екологічного пакування й етичного ланцюга постачання. Такий підхід демонструє, що сучасна конкурентоспроможність у харчовій промисловості визначається не лише економічними показниками, а й здатністю забезпечувати цінність для суспільства, зберігаючи баланс між прибутковістю та соціальною користю. Отже, аналіз підтверджує, що поєднання міжнародного досвіду та національного потенціалу може стати ключовим чинником подальшого розвитку харчової промисловості. Українські компанії, інтегруючи кращі світові практики у власну діяльність, здатні вийти на новий рівень конкурентоспроможності, розширити експортні можливості та зміцнити позиції України на глобальному

продовольчому ринку. Приклад Nestle демонструє, яким чином стратегічна орієнтація на інновації, ESG-принципи та цифровізацію сприяє стабільності та прибутковості, тоді як досвід Kernel підтверджує важливість внутрішньої ефективності, гнучкості управління та використання національних переваг. У сукупності ці фактори формують сучасну модель глобальної продовольчої взаємодії, де співпраця між країнами, корпораціями та споживачами стає основою економічної стійкості й продовольчої безпеки світу.

## **РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

### **3.1. Стратегічні пріоритети розвитку харчової промисловості України**

Сучасна харчова промисловість України перебуває на етапі глибоких структурних змін, зумовлених як внутрішніми економічними трансформаціями, так і впливом глобальних тенденцій. В умовах посилення конкуренції на світових ринках, зростання вимог споживачів до якості продукції та переходу до моделі сталого розвитку, стратегічне переосмислення пріоритетів галузі набуває особливої актуальності. Харчова промисловість сьогодні є не лише важливим сегментом агропромислового комплексу, а й головним чинником економічної безпеки, соціальної стабільності та формування іміджу України як держави з потужним експортним потенціалом.

Визначення стратегічних пріоритетів розвитку галузі повинно ґрунтуватися на поєднанні інноваційного підходу, технологічної модернізації та раціонального використання ресурсів. Одним із головних викликів є необхідність підвищення конкурентоспроможності українських підприємств шляхом впровадження сучасних технологій виробництва, автоматизації процесів, оптимізації логістичних ланцюгів і цифровізації управління. Перехід до індустрії 4.0 у харчовому секторі відкриває можливості для більш точного прогнозування попиту, зниження витрат і мінімізації втрат сировини. Важливою складовою стратегічного розвитку стає також орієнтація на сталий розвиток — впровадження екологічно чистих технологій, мінімізація вуглецевого сліду, зменшення харчових відходів і впровадження принципів «зеленої» економіки.

У контексті глобалізації одним із провідних напрямів розвитку є поглиблення інтеграції української харчової промисловості у міжнародні ланцюги доданої вартості. Україна має значний потенціал у виробництві

сировини — зернових, олійних культур, м'яса, молока, фруктів та овочів, але головним завданням є перехід від експорту сировини до експорту готової продукції з високим рівнем переробки. Це потребує створення сприятливих умов для інвестицій, розвитку кластерів, технопарків, спеціалізованих агроіндустріальних зон, а також стимулювання малого та середнього бізнесу у сфері виробництва харчових продуктів.

Окремої уваги заслуговує інституційна підтримка держави, яка має бути спрямована на формування ефективного механізму партнерства між владою, бізнесом і науковими установами. Необхідно посилювати роль державних програм у сфері продовольчої безпеки, гармонізувати українські стандарти якості з європейськими вимогами, забезпечити прозорість сертифікаційних процедур та стимулювати участь вітчизняних компаній у міжнародних програмах і виставках. Розвиток харчової промисловості повинен розглядатися як комплексна стратегічна мета, що охоплює не лише економічну, а й соціальну, технологічну та екологічну складові.

Водночас стратегічні пріоритети мають враховувати регіональні особливості України. Різна структура сільськогосподарського виробництва у регіонах створює передумови для формування спеціалізованих напрямів — наприклад, молочна промисловість на заході країни, м'ясна та олійно-жирова — у центральних областях, переробка овочів і фруктів — на півдні. Такий підхід сприяє збалансованому розвитку територій і дозволяє формувати кластерну модель управління галуззю, яка передбачає тісну взаємодію виробників, переробників, логістичних компаній та дослідницьких центрів.

Пріоритетним напрямом сучасного розвитку харчової промисловості України є інноваційно-технологічна модернізація виробничих процесів, що передбачає оновлення обладнання, впровадження цифрових технологій та автоматизованих систем контролю якості. На глобальному рівні харчова галузь уже активно використовує Big Data, штучний інтелект та інтернет речей (IoT) для оптимізації ланцюгів постачання, прогнозування попиту й підвищення ефективності використання ресурсів. Українські підприємства поступово

долучаються до цих тенденцій, однак масштаб упровадження таких технологій поки що обмежений. Відтак, одним із стратегічних завдань стає цифрова трансформація харчової індустрії, що дозволить зменшити виробничі витрати, забезпечити прозорість бізнес-процесів і підвищити якість продукції до рівня міжнародних стандартів.

Не менш важливою складовою є інвестиційна політика, орієнтована на залучення як внутрішнього, так і зовнішнього капіталу у виробництво. Для забезпечення сталого зростання галузі необхідно створити сприятливе середовище для інвесторів — передбачити податкові стимули, пільгове кредитування інноваційних проєктів, підтримку стартапів у сфері харчових технологій. Особливу увагу слід приділяти розвитку підприємств малого та середнього бізнесу, які є гнучкими у впровадженні нових технологій і можуть стати каталізаторами інновацій. Ефективна інвестиційна політика має бути спрямована також на розвиток інфраструктури зберігання та транспортування харчової продукції, що забезпечить скорочення втрат на етапах логістики та сприятиме розширенню експортного потенціалу.

У цьому контексті можна виділити кілька основних стратегічних напрямів розвитку харчової промисловості України, які визначають її перспективу на найближчі роки.

Зазначені стратегічні пріоритети створюють основу для формування нової моделі розвитку харчової промисловості, орієнтованої на конкурентоспроможність, екологічну стабільність та високу додану вартість продукції. Впровадження таких підходів дозволить Україні не лише утримати лідируючі позиції серед експортерів агропродовольчої продукції, але й перейти до рівня держави-інноватора, здатної формувати сучасні стандарти якості та ефективності на глобальному ринку.

Для забезпечення стратегічного розвитку харчової промисловості України та підвищення її конкурентоспроможності були визначені основні стратегічні напрями. Зокрема, в Таблиці 3.1 представлено п'ять ключових стратегічних напрямів.

Таблиця 3.1

## Основні стратегічні напрями розвитку харчової промисловості України

№	Стратегічний напрям	Зміст і мета реалізації	Очікувані результати
1	Інноваційна модернізація виробництва	Впровадження автоматизованих технологій, цифрових систем управління, інноваційних методів контролю якості	Підвищення ефективності виробництва, зниження собівартості продукції
2	Експортна орієнтація та диверсифікація ринків	Розширення зовнішньоекономічних зв'язків, розвиток бренду «Made in Ukraine»	Збільшення валютних надходжень, зміцнення позицій України на світових ринках
3	Розвиток "зеленої" економіки	Енергозбереження, утилізація відходів, використання біотехнологій	Зменшення негативного впливу на довкілля, формування сталого виробництва
4	Розвиток кластерної моделі управління	Створення регіональних агропромислових кластерів із взаємодією бізнесу, науки й держави	Рівномірний розвиток регіонів, підвищення ефективності галузевої кооперації
5	Інвестиційна привабливість	Підтримка іноземних інвесторів, розвиток державно-приватного партнерства	Залучення нових джерел фінансування, створення робочих місць

Джерело: складено автором на основі джерел [63,64]

Одним із визначальних чинників підвищення ефективності стратегічного розвитку харчової промисловості є державна політика підтримки галузі, спрямована на стимулювання інновацій, модернізацію підприємств та створення сприятливого інституційного середовища. Роль держави полягає не лише у регулюванні виробництва та контролі за якістю продукції, а й у формуванні сприятливих умов для публічно-приватного партнерства, що дозволяє поєднувати ресурси державного сектора з інноваційним потенціалом бізнесу. Успішна реалізація стратегічних пріоритетів можлива за умови розроблення цільових програм розвитку харчової промисловості, які охоплюють питання технологічної модернізації, стандартизації виробництва, інноваційного фінансування та підтримки експорту.

Важливою складовою сучасної моделі розвитку стає створення інноваційних і науково-технологічних центрів, які забезпечують обмін знаннями

між науковими установами, підприємствами та державними структурами. Такі центри сприяють адаптації світових технологій до українських умов, розробці нових видів харчової продукції, оптимізації процесів зберігання та пакування, а також впровадженню систем управління якістю (НАССР, ISO 22000). Налагодження взаємодії між університетами, лабораторіями та виробничими підприємствами дає можливість створити інноваційну екосистему, де відбувається безперервний обмін знаннями та формуються передумови для технологічного прориву.

Сучасний етап розвитку харчової індустрії вимагає також активного впровадження цифрових платформ і рішень, які здатні оптимізувати управління ланцюгами постачання, моніторинг якості продукції та маркетингову діяльність. Зокрема, використання ERP-систем, аналітичних платформ на базі штучного інтелекту та блокчейн-технологій у харчовому виробництві відкриває нові можливості для прозорості, ефективності та безпеки бізнес-процесів. Такі інструменти дозволяють контролювати шлях продукту від виробника до споживача, підвищують довіру до брендів і зміцнюють репутацію українських компаній на міжнародному ринку.

Значну роль у забезпеченні конкурентоспроможності відіграє гармонізація українського законодавства з європейськими нормами, що є необхідною умовою інтеграції до єдиного ринку ЄС. Удосконалення стандартів безпеки, спрощення сертифікаційних процедур, а також підтримка підприємств у процесі адаптації до європейських регламентів сприятимуть розширенню експортних можливостей і підвищенню рівня довіри міжнародних партнерів. Водночас держава має стимулювати підприємства до впровадження ESG-принципів (екологічна, соціальна та корпоративна відповідальність), які вже стали нормою для провідних світових виробників харчової продукції.

Узагальнення основних ініціатив, спрямованих на підтримку галузі, наведено в Таблиці 3.2. Ці програми є основою для інвестиційної та інноваційної активності в секторі.

Таблиця 3.2

Основні програми державної та міжнародної підтримки розвитку харчової промисловості України

№	Назва програми	Організація / ініціатор	Основний зміст	Очікуваний вплив на галузь
1	Програма підтримки розвитку агропродовольчого сектору України (EU4Business)	Європейський Союз, GIZ	Фінансування інноваційних проєктів, консультації для МСП, підтримка експорту харчової продукції	Зміцнення конкурентоспроможності українських виробників, вихід на ринки ЄС
2	Проєкт USAID «Агро»	Агентство США з міжнародного розвитку (USAID)	Розвиток мікро-, малих і середніх агропідприємств, удосконалення стандартів виробництва	Зростання продуктивності, поліпшення якості продукції, розвиток локальних ланцюгів постачання
3	Програма «Green Deal для України»	Міністерство аграрної політики та продовольства України спільно з UNDP	Підтримка переходу на екологічно чисті технології та скорочення викидів CO <sub>2</sub>	Стимулювання «зеленої» модернізації підприємств, екологізація харчового сектору
4	Ініціатива FAO щодо сталого агропродовольчого розвитку (FAO Sustainable Food Systems)	Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (FAO)	Розвиток сталих практик виробництва, удосконалення продовольчих систем у країнах, що розвиваються	Підвищення екологічної стійкості, покращення продовольчої безпеки, залучення інвестицій

Джерело: складено автором на основі джерел [65,66]

Таким чином, поєднання стратегічного планування, інноваційної політики, цифрових технологій і державної підтримки здатне створити умови для переходу харчової промисловості України до якісно нового етапу розвитку. Реалізація цих напрямів дозволить не лише забезпечити продовольчу безпеку, а й підвищити інвестиційну привабливість галузі, посилити її позиції на світовому ринку та сформувати репутацію України як надійного постачальника високоякісної, безпечної та конкурентоспроможної продукції.

Державні та міжнародні програми виступають інструментом модернізації харчової промисловості, забезпечуючи синергію між глобальними практиками

та національними пріоритетами. Участь українських підприємств у таких проєктах сприяє впровадженню нових стандартів, зміцненню виробничої бази, розвитку експортного потенціалу й підвищенню соціально-економічної ролі галузі в національній економіці. Завдяки залученню грантів, технічної допомоги та освітніх ініціатив формується нова екосистема співпраці бізнесу, науки та держави, орієнтована на стійке зростання і глобальну конкурентоспроможність.

Розвиток експортного потенціалу є одним із стратегічних пріоритетів харчової промисловості України. За даними Державної служби статистики, у 2023 році експорт продукції харчової промисловості склав 11,4 млрд дол. США, що становить близько 25% загального експорту аграрного сектору. Найбільшу частку у структурі експорту займають олійно-жирова продукція (понад 40%), зернові перероблені вироби (17%), м'ясо та м'ясопродукти (9%), а також молочна продукція (6%). Основними ринками збуту залишаються країни Європейського Союзу (понад 36%), Китай (11%), Індія (7%), Туреччина (6%), та країни Близького Сходу.

Значну роль у зміцненні позицій українських виробників на зовнішніх ринках відіграє зона вільної торгівлі з ЄС, яка дозволила понад 300 українським компаніям отримати сертифікацію для експорту продуктів харчування за європейськими стандартами. Зокрема, у 2024 році компанії “Миронівський хлібопродукт”, “Кернел”, “Молочний альянс” та “Рудь” отримали розширення квот на постачання продукції до країн ЄС. Водночас активізується співпраця з країнами Північної Африки — лише у 2023 році експорт української соняшникової олії до Єгипту та Тунісу зріс на 28%.

Україна також поступово розширює географію присутності на азійських ринках. Наприклад, у 2024 році підписано меморандум між Міністерством аграрної політики України та Міністерством торгівлі Республіки Корея про постачання органічних продуктів харчування, що відкриває перспективи експорту до Південно-Східної Азії. Крім того, Китай залишається стабільним партнером у сегменті олійно-жирової продукції, де частка українського експорту перевищує 65% імпорту соняшникової олії Китаєм.

Важливим показником конкурентоспроможності харчової промисловості України є її експортний потенціал та географічна диверсифікація постачань. Аналіз даних за 2023–2024 рр. чітко демонструє роль Європейського Союзу (ЄС), який залишається найбільшим торговельним партнером і поглинає 36,8% загального обсягу експорту, переважно молочної, м'ясної, кондитерської та олійної продукції. Одночасно, зберігається значна орієнтація на Азійський регіон (Китай, Індія), який сумарно забезпечує понад 17,9% експорту, з фокусом на сировинній продукції, зокрема соняшниковій олії та зернових виробках. Посилюється також стратегічне значення ринків Близького Сходу та Північної Африки (сумарно близько 15%), куди постачається м'ясна, молочна продукція, а також олія та борошно. Така географічна структура підтверджує успішну переорієнтацію українського експорту та його високу адаптивність до нових логістичних шляхів і вимог міжнародних партнерів, що є необхідною передумовою для подальшого зміцнення позицій України як світового постачальника продовольства, як це детально представлено у Таблиці 3.3

Таблиця 3.3

## Основні напрями експорту української харчової продукції у 2023–2024 рр

№	Країна / регіон	Основна продукція експорту	Обсяг експорту (млн дол. США)	Частка у загальному експорті (%)
1	Європейський Союз	Молочна, м'ясна, кондитерська, олійна продукція	4 200	36,8
2	Китай	Соняшникова олія, зернові вироби, концентрати	1 250	10,9
3	Індія	Олія, борошняні вироби, насіння олійних	800	7,0
4	Туреччина	М'ясо птиці, соєва олія, макаронні вироби	670	5,9
5	Близький Схід (Саудівська Аравія, ОАЕ, Кувейт)	М'ясо, молочна продукція, кондитерські вироби	920	8,1
6	Північна Африка (Єгипет, Туніс, Марокко)	Соняшникова олія, борошно, цукор	790	6,9

Джерело: складено автором на основі джерел [20,21,32,67]

Україна поступово перетворюється на чи не найважливішого постачальника продовольства у світі, зокрема у сегменті олійно-жирової продукції, де вона займає близько 50% світового ринку соняшникової олії. Водночас наростає інтерес до продукції з високим ступенем переробки — органічних товарів, дитячого харчування, снєків, безглютенових виробів, що формує новий сегмент конкурентних переваг. За оцінками FAO, до 2030 року Україна може подвоїти експорт готових харчових продуктів, якщо буде реалізовано стратегію переходу від сировинного до переробного типу виробництва.

Одним із перспективних напрямів є розвиток експорту продукції з доданою вартістю, що передбачає виробництво продуктів під національними брендами, створення єдиної системи сертифікації «Ukrainian Food Quality» та просування бренду «Taste of Ukraine» на міжнародних виставках. У 2024 році Україна вперше представила свої продукти на виставці “Gulfood” у Дубаї, де понад 30 вітчизняних виробників уклали контракти на постачання товарів у країни Близького Сходу.

Таким чином, експортна стратегія харчової промисловості України базується на поєднанні диверсифікації ринків, підвищення стандартів якості, інноваційності та створення позитивного іміджу українського продукту. Реалізація цих напрямів дозволить не лише зміцнити економічний потенціал галузі, а й закріпити позиції України як важливого учасника глобальної продовольчої системи.

Аналіз стратегічних пріоритетів розвитку харчової промисловості України підкреслює те, що важливою умовою підвищення її конкурентоспроможності є інноваційна модернізація виробництва. Перехід на сучасні технології переробки, автоматизацію процесів і впровадження цифрових платформ управління виробничими ланцюгами дає можливість значно знизити витрати, підвищити якість продукції та забезпечити відповідність міжнародним стандартам. Наприклад, за оцінками OECD (2024), модернізація технологічного обладнання дозволяє підприємствам скоротити енергоспоживання на 20–25% і підвищити

продуктивність праці майже на 30%. Ці показники стають критично важливими в умовах зростання собівартості сировини та енергоресурсів.

Не менш важливим напрямом є розвиток інвестиційного потенціалу галузі. Залучення приватного та іноземного капіталу забезпечує стабільність економічного зростання і стимулює технологічне оновлення підприємств. У 2023 році загальний обсяг інвестицій у харчову промисловість України перевищив 650 млн дол. США, при цьому основними інвесторами стали компанії з Нідерландів, Польщі, Німеччини та Швейцарії. Значна частина капіталовкладень була спрямована у будівництво елеваторів, логістичних центрів та заводів з глибокої переробки сільськогосподарської продукції. Така тенденція свідчить про довіру міжнародного бізнесу до українського агропромислового сектору навіть попри складні зовнішньоекономічні обставини.

Крім того, сучасні тенденції розвитку харчової промисловості неможливо уявити без сталого підходу до виробництва. Використання екологічно чистих технологій, зменшення вуглецевого сліду, повторне використання пакування та запровадження принципів циркулярної економіки стають обов'язковими вимогами для виходу на міжнародні ринки. Уже понад 120 українських підприємств впровадили системи екологічного менеджменту за стандартами ISO 14001, а понад 50 компаній сертифіковані за стандартом Global G.A.P., що відкриває доступ до провідних торговельних мереж ЄС.

Загалом стратегічні пріоритети розвитку харчової промисловості України полягають у поєднанні інноваційності, інвестиційної привабливості та екологічної відповідальності. Реалізація цих напрямів сприятиме не лише підвищенню конкурентоспроможності українських виробників на глобальному ринку, а й забезпечить стійке зростання національної економіки. Формування високотехнологічної, експортно орієнтованої та екологічно збалансованої харчової індустрії має стати головним орієнтиром державної політики у найближче десятиріччя.

### 3.2. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств харчової галузі

Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості є одним із завдань сучасної економічної політики, адже саме від цього залежить не лише конкурентоспроможність вітчизняних виробників, а й продовольча безпека держави. У контексті зростаючих вимог споживачів, глобальної конкуренції та посилення інтеграційних процесів на світових ринках, українські підприємства змушені активно адаптуватися до нових реалій, шукаючи шляхи підвищення продуктивності, зниження витрат та поліпшення якості продукції. Важливу роль у цьому відіграють інноваційні підходи до управління, оптимізація виробничих процесів, енергоефективність та цифровізація бізнес-процесів, що стають визначальними чинниками конкурентоспроможності харчових підприємств ХХІ століття.

Останніми роками у харчовій галузі України спостерігається позитивна динаміка щодо підвищення ефективності діяльності завдяки впровадженню сучасних технологій переробки та автоматизації виробництва. Наприклад, такі підприємства як «Миронівський хлібопродукт» (МХП), «Рошен», «Карлсберг Україна» активно використовують системи автоматизованого контролю якості, роботизовані лінії пакування та сучасні логістичні рішення. За оцінками аналітиків Ernst & Young (2024), автоматизація технологічних процесів дозволяє українським компаніям знизити виробничі витрати в середньому на 15–20%, а впровадження систем енергоменеджменту забезпечує економію ресурсів на рівні 10–12%. Це свідчить про те, що технологічне оновлення виробництва є не лише інвестиційним пріоритетом, а й ефективним засобом підвищення рентабельності підприємств.

Важливим напрямом підвищення ефективності є оптимізація логістики та зменшення втрат у ланцюгу постачання. За даними FAO (2023), близько 14% харчових продуктів у світі втрачається ще до потрапляння на полиці магазинів

через недосконалі логістичні процеси, нераціональне зберігання або проблеми з транспортуванням. Для України це також актуально, особливо у сегменті швидкопсувних продуктів. Впровадження систем «холодного ланцюга» (cold chain logistics), цифрових платформ відстеження постачання (blockchain supply chain management) та аналітичних інструментів прогнозування попиту може скоротити втрати продукції до 5–7% і підвищити загальну ефективність галузі.

Не менш значущим є підвищення кваліфікації персоналу та розвиток корпоративної культури ефективності. Згідно з дослідженнями World Bank (2024), підприємства харчової промисловості, які інвестують у навчання працівників, демонструють приріст продуктивності на 20–25% у середньостроковій перспективі. Це пов'язано не лише з удосконаленням технічних навичок, а й із формуванням мотиваційного середовища, орієнтованого на якість, інновації та командну взаємодію.

Таким чином, підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості можливе лише за умови комплексного підходу, що поєднує технологічне оновлення, цифрову трансформацію, підвищення кваліфікації кадрів та екологічну відповідальність. Ці напрями формують основу сталого розвитку галузі, здатної забезпечити зростання внутрішнього виробництва, підвищення конкурентоспроможності на зовнішніх ринках і формування позитивного іміджу української продукції у світі.

У світовому масштабі питання підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості є одним із найважливіших напрямів економічного розвитку, оскільки ця галузь безпосередньо впливає на продовольчу безпеку, зайнятість населення та якість життя. Згідно з даними FAO (2024), харчова промисловість формує близько 10% глобального ВВП, забезпечуючи роботою понад 1,5 мільярда людей по всьому світу. Ефективність діяльності підприємств у цьому секторі визначається здатністю адаптуватися до змін у споживчих перевагах, технологічних трендах, екологічних стандартах та структурі міжнародної торгівлі. У провідних країнах світу — таких як США, Німеччина, Японія, Нідерланди, Канада — харчова індустрія демонструє

високий рівень інноваційності, глибоку інтеграцію в глобальні ланцюги постачання та стабільне зростання продуктивності праці.

Загальною тенденцією останнього десятиліття стало переорієнтування харчової промисловості на моделі “розумного виробництва” (smart manufacturing), які базуються на цифрових технологіях, автоматизації та аналітиці даних. Наприклад, за даними McKinsey & Company (2023), підприємства, що впровадили цифрові системи управління виробництвом (Digital Manufacturing Systems), підвищили ефективність використання ресурсів у середньому на 30%, а енергоспоживання скоротили на 18–22%. Подібні результати демонструють і компанії з країн Європейського Союзу, які активно впроваджують концепцію Industry 4.0 у харчовому секторі.

Ще одним важливим чинником підвищення ефективності є інтернаціоналізація виробництва та глобальна кооперація. Міжнародні корпорації, такі як Nestle, Unilever, PepsiCo, Danone, демонструють приклади комплексного управління ефективністю, поєднуючи централізоване планування, локальну адаптацію виробництва та використання спільних технологічних платформ. Завдяки цьому вони оптимізують витрати на логістику, забезпечують стабільність постачання та дотримуються високих стандартів якості у різних регіонах світу. За даними Euromonitor International (2024), такі компанії досягли середнього рівня рентабельності 15–18%, що є одним із найвищих показників у промисловому секторі.

Варто також зазначити, що у більшості розвинених країн харчова промисловість активно переходить до екологічно сталих моделей виробництва, які передбачають зниження викидів CO<sub>2</sub>, утилізацію відходів і повторне використання водних та енергетичних ресурсів. Наприклад, у 2023 році понад 60% підприємств харчової індустрії ЄС уже застосовували принципи циркулярної економіки, що дозволило скоротити обсяг харчових відходів на близько 25 млн тонн щорічно (за даними European Food Sustainability Report, 2024).

Таким чином, у глобальному контексті підвищення ефективності діяльності харчових підприємств визначається трьома найважливішими складовими: цифровізацією виробництва, інноваційним управлінням ланцюгами постачання та екологічною модернізацією. Ці процеси формують основу нового етапу розвитку галузі — від ресурсомісткого до інтелектуально керованого виробництва, де головну роль відіграють не лише технології, а й стратегічне управління знаннями, даними та людським потенціалом.

Таблиця 3.4

Технологічні напрями підвищення ефективності у світовій харчовій промисловості

№	Технологічний напрям	Суть	Типовий ефект / показник
1	Автоматизація процесів (роботи, пакування)	Впровадження роботів-маніпуляторів, автоматичних ліній	Збільшення продуктивності до +25%, скорочення помилок на 19%
2	AI-аналітика та машинне навчання	Прогнозування попиту, контроль якості, оптимізація витрат	Зниження втрат продукції на 15–20%
3	Цифрові ланцюги постачання (IoT, RFID, блокчейн)	Відстеження постачань «від ферми до столу», моніторинг складів	Точність обліку запасів
4	Енергоефективність та «зелена» технологія	Використання відновлюваної енергії, оптимізація ресурсів	Скорочення енергоспоживання на 18–22%
5	Інтеграція даних і управління знаннями	Використання ERP, цифрових платформ, big data	80% компаній визнають цифровізацію ключовою для ефективності

Джерело: складено автором на основі джерел [68,69]

У контексті глобальної конкуренції та необхідності мінімізації витрат, світова харчова промисловість активно впроваджує інноваційні технології, що є основою для зростання ефективності та стійкості. Як показують дані, основним вектором є Автоматизація процесів, яка за допомогою роботів-маніпуляторів та автоматичних ліній дозволяє досягати приросту продуктивності до +25%. Значний внесок у оптимізацію витрат і зменшення відходів вносить AI-аналітика та машинне навчання, що дає змогу знизити втрати продукції на 15–20% за рахунок точного прогнозування попиту та контролю якості. Не менш важливим є впровадження Цифрових ланцюгів постачання із застосуванням IoT та

блокчейну, що забезпечує прозорість логістики та високу точність обліку запасів. Крім того, наголос робиться на Енергоефективності та «зелених» технологіях для скорочення енергоспоживання на 18–22% та загальної Інтеграції даних через ERP-системи, що 80% компаній вважають головним фактором ефективності.

За даними OECD (2024), підприємства, що системно інвестують у технологічні інновації, демонструють середній приріст продуктивності на 22% протягом трьох-п'яти років. У США у 2023 році понад 68% компаній харчової індустрії впровадили хоча б одну технологію Industry 4.0, тоді як у Китаї державна програма Smart Food Manufacturing, запущена у 2020 році, вже охопила понад 900 підприємств і забезпечила приріст виробничої ефективності на 28%.

Країни Європейського Союзу приділяють значну увагу підвищенню технологічного рівня харчової галузі через інвестиційні програми. Зокрема, з 2021 року функціонує фонд Green Food Transformation, який щорічно виділяє понад 2,5 млрд євро на розвиток енергоефективних і ресурсозберігаючих технологій. Ці кошти спрямовуються на модернізацію підприємств, розвиток біопереробки, екологічне пакування та цифровий контроль якості продукції.

Таким чином, світова харчова промисловість демонструє чітку залежність між рівнем технологічного розвитку та ефективністю господарювання. Впровадження інноваційних технологій, цифрових систем управління, екологічно сталих практик і глобальної кооперації не лише оптимізує виробничі витрати, а й формує нову модель конкурентоспроможного бізнесу. Розвинені країни довели, що інвестиції в інновації мають довгостроковий економічний ефект, а ефективність у харчовій індустрії стає результатом не лише технічного оновлення, але й зміни управлінської культури підприємств.

Ще одним важливим напрямом підвищення ефективності у світовій харчовій промисловості є оптимізація логістичних процесів і скорочення ланцюгів постачання. За даними World Economic Forum (2024), близько 30% собівартості харчових товарів у середньому припадає саме на транспортні та логістичні витрати. Після пандемії COVID-19 більшість великих компаній

перейшли на моделі “локалізованих ланцюгів постачання” (Local Supply Chains), які дозволили знизити ризики перебоїв у поставках і зменшити витрати на доставку в середньому на 12–15%. Так, компанія Unilever завдяки впровадженню регіональних хабів постачання у 2023 році скоротила транспортні витрати на 230 млн доларів і одночасно зменшила вуглецевий слід на 17%.

Крім того, сучасні підприємства активно інвестують у розвиток персоналу та інноваційне управління кадрами. Підвищення кваліфікації працівників, запровадження цифрових компетенцій та автоматизація рутинних процесів дають змогу підвищити загальну ефективність праці. Згідно з дослідженням PwC (2024), компанії, які поєднують технологічну модернізацію з програмами підготовки персоналу, демонструють зростання продуктивності праці на 20–25% уже протягом двох років.

Таблиця 3.5

Основні чинники підвищення ефективності підприємств харчової промисловості (глобальні тенденції)

№	Напрямок підвищення ефективності	Очікуваний результат	Приклади країн / компаній
1	Локалізація ланцюгів постачання	Зниження логістичних витрат на 10–15%	США, Unilever, Danone
2	Інвестиції в “зелені” технології	Зменшення викидів CO <sub>2</sub> на 20–40%	ЄС, Японія, Nestlé
3	Цифровізація управління якістю	Підвищення якості продукції на 15–18%	Німеччина, PepsiCo
4	Підвищення кваліфікації персоналу	Приріст продуктивності на 25%	Канада, Mars Inc.
5	Використання big data для прогнозування попиту	Оптимізація виробництва та запасів	Китай, Kraft Heinz

Джерело: складено автором на основі джерел [26,30,55]

Світові тенденції в управлінні харчовою промисловістю акцентують увагу на п'яти ключових чинниках підвищення ефективності, які є орієнтиром для українських підприємств. Провідні світові гравці, як-от Unilever та Danone, активно впроваджують Локалізацію ланцюгів постачання, що дозволяє знизити логістичні витрати на 10–15% за рахунок мінімізації географічної віддаленості виробництва. Паралельно, під впливом глобального тренду, відбувається масове

Інвестування в “зелені” технології (приклад Nestlé, ЄС, Японія), метою якого є скорочення викидів CO<sub>2</sub> на 20–40% та забезпечення сталості виробництва. Крім того, компанії, зокрема PepsiCo та Німеччина, використовують Цифровізацію управління якістю, що призводить до підвищення якості продукції на 15–18% через точний моніторинг і контроль процесів. Важливою складовою також є Підвищення кваліфікації персоналу, яке забезпечує приріст продуктивності до 25%. Нарешті, використання big data для прогнозування попиту, як це роблять у Китаї та Kraft Heinz, дозволяє оптимізувати виробництво та запаси.

Важливим елементом ефективності стає управління інноваційним циклом — від розробки нових продуктів до їх виходу на ринок. Компанії, що мають власні науково-дослідні центри, демонструють значно вищу рентабельність. Наприклад, Nestle інвестує близько 1,8 млрд доларів щороку у дослідження та розробки, а Danone — понад 280 млн доларів у розвиток біотехнологій і нових видів упаковки. Такі інвестиції не лише скорочують виробничі витрати, а й підвищують конкурентоспроможність за рахунок створення унікальних продуктів із високою доданою вартістю.

Ще однією тенденцією є перехід до розумних систем моніторингу енергоспоживання, що базуються на IoT-технологіях. Наприклад, у США підприємства, що використовують системи енергоконтролю Energy Smart, скоротили витрати на електроенергію на 18% у середньому, а в Японії компанії, які застосовують “цифрові двійники” виробничих ліній, підвищили ефективність обслуговування обладнання на 22%.

Основні напрями інновацій у харчовій промисловості світу:

- Розумні фабрики (Smart Factories) – використання роботів, датчиків, цифрових близнюків для автоматизації.
- Сталый розвиток (Sustainability) – зниження викидів, переробка пакування, утилізація відходів.
- Біотехнології та альтернативні білки – виробництво продуктів на основі рослинних і клітинних білків (Beyond Meat, Impossible Foods).

- Інтернет речі (IoT) – контроль якості, температури, термінів зберігання в реальному часі.
- Штучний інтелект (AI) – прогнозування попиту, оптимізація ланцюгів постачання, контроль виробництва.

Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості у світовому масштабі є результатом інтеграції технологічних, управлінських і екологічних інновацій. Компанії, які системно впроваджують сучасні технології, демонструють стабільне зростання продуктивності, скорочення витрат і підвищення конкурентоспроможності. Це свідчить про перехід галузі від традиційних моделей виробництва до інтелектуально керованої, гнучкої та стійкої системи, яка відповідає викликам XXI століття.

Останніми роками ефективність діяльності підприємств харчової промисловості дедалі більше залежить від інновацій у сфері логістики, управління запасами та стратегії “last mile delivery”. Згідно з аналітичним звітом Global Food Logistics Report 2024, компанії, які впровадили цифрові логістичні платформи (як-от SAP Integrated Business Planning або Blue Yonder), скоротили середній час постачання продукції на до 28% та зменшили обсяги непроданих товарів на 17%. Для харчових підприємств це означає не лише економію ресурсів, а й підвищення рівня задоволення споживачів, що безпосередньо впливає на фінансову ефективність.

Варто звернути увагу й на розвиток автоматизованих складів і систем “розумної логістики” (Smart Logistics). Наприклад, у Нідерландах компанія Albert Heijn у 2023 році запустила повністю автоматизований склад із системою штучного інтелекту для керування температурними режимами зберігання. У результаті продуктивність збільшилась на 35%, а втрати продукції знизились на 40%. Подібні технології впроваджують Tesco (Велика Британія) і Carrefour (Франція), знижуючи витрати на персонал і логістику.

Ще однією основною тенденцією є використання біотехнологій у виробництві продуктів. Біоінновації дозволяють замінювати традиційні компоненти більш стійкими та екологічними аналогами. Наприклад, стартап

Perfect Day Foods (США) виробляє білок, ідентичний молочному, але без використання тваринної сировини — за допомогою ферментації. У 2024 році компанія вже постачала свої інгредієнти у понад 40 країн, що демонструє реальний зсув у напрямі “чистого” виробництва (clean production).

За прогнозами Bloomberg Intelligence (2024), до 2030 року ринок альтернативних білків перевищить 160 мільярдів доларів, а темпи його зростання становитимуть понад 20% щорічно. Це безпосередньо впливає на ефективність традиційних підприємств, які змушені адаптувати свої виробничі лінії під нові типи сировини та стандарти якості.

Суттєвим чинником ефективності виступає також партнерство між державним і приватним секторами. Наприклад, у 2024 році в Німеччині було започатковано державну програму “Digital Food Industry 2030”, яка передбачає гранти до 2 млн євро на підприємство для впровадження технологій індустрії 4.0 у харчову галузь. У Канаді аналогічна програма “Agri-Food Innovation Program” уже профінансувала понад 150 стартапів, які розробляють автоматизовані системи управління якістю та контролю безпеки харчових продуктів.

На глобальному рівні спостерігається тенденція до зміщення фокусу з кількісного на якісний розвиток: підприємства орієнтуються не лише на обсяг виробництва, а й на ефективне використання ресурсів, енергії, логістики та даних. За даними *OECD (2024)*, компанії, що активно впроваджують моделі “ефективного управління ресурсами” (Resource Efficiency Management), мають у середньому на 30% вищу маржинальність порівняно з традиційними виробниками.

Найуспішніші приклади світових практик:

- Nestle (Швейцарія) – запровадила систему “Zero Waste to Landfill”, завдяки якій 95% виробничих відходів переробляються або повторно використовуються.
- PepsiCo (США) – зменшила споживання води на 25% у виробництві напоїв за рахунок повторного очищення.

- Danone (Франція) – реалізує глобальну стратегію One Planet. One Health, спрямовану на зниження енергоспоживання на 50% до 2030 року.
- Unilever (Велика Британія – Нідерланди) – до 2024 року перевела 100% пакування своїх продуктів на перероблені матеріали.

Загалом, сучасні тенденції свідчать про те, що ефективність у харчовій промисловості — це не лише економічна категорія, а й соціально-екологічна концепція. Вона передбачає взаємозв'язок між прибутковістю, безпекою продуктів, екологічною стійкістю та цифровими інноваціями. Підприємства, які здатні поєднати ці напрями, формують новий тип конкурентоспроможності — інтелектуальну, етичну та ресурсно-ефективну модель бізнесу, що відповідає викликам майбутнього.

Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової галузі у сучасних умовах глобалізації та технологічної трансформації є головним чинником їх конкурентоспроможності та стійкості на ринку. Світова практика демонструє, що основні напрями вдосконалення роботи підприємств ґрунтуються на впровадженні цифрових технологій, автоматизації виробничих процесів, розвитку «розумних» ланцюгів постачання, використанні альтернативних джерел сировини та енергії, а також активному застосуванні принципів циркулярної економіки. Особливої уваги заслуговують інновації в галузі переробки харчових відходів, біотехнології та персоналізованого харчування, які дозволяють не лише оптимізувати витрати, а й забезпечити сталий розвиток галузі в цілому.

Водночас аналіз показує, що у провідних країнах світу підвищення ефективності досягається завдяки інтеграції між науковими установами, державним сектором і бізнесом. Наприклад, у країнах ЄС активно діють програми підтримки харчових інновацій (Horizon Europe, EIT Food), у США значну роль відіграють стартапи в галузі food tech, а Китай реалізує масштабні національні програми зі створення «розумних фабрик». Такий підхід забезпечує системну модернізацію виробництва, підвищення якості продукції, зниження собівартості та екологічного навантаження.

Таким чином, ефективність харчової промисловості в сучасних умовах формується на перетині інновацій, сталого розвитку та стратегічного управління ресурсами. Підприємства, які своєчасно адаптуються до цих тенденцій, отримують не лише економічні переваги, а й формують позитивний імідж соціально відповідального бізнесу. Це, у свою чергу, створює передумови для подальшої інтеграції у світовий ринок і підвищення ролі харчової галузі у забезпеченні глобальної продовольчої безпеки.

### **3.3.Ефективність інноваційних технологій виробництва**

Сучасний етап розвитку харчової промисловості характеризується високим рівнем технологічної динаміки, глобальною конкуренцією та зростаючими вимогами споживачів до якості, безпечності й екологічності продукції. У таких умовах інноваційна діяльність стає головним інструментом забезпечення стабільності, підвищення ефективності виробництва та зміцнення позицій підприємств на внутрішньому і зовнішньому ринках. Впровадження новітніх технологій у харчовому секторі дає змогу не лише оптимізувати виробничі процеси, а й формувати нові бізнес-моделі, орієнтовані на сталий розвиток, ресурсозбереження та цифрову інтеграцію.

Одним із основних викликів для підприємств є необхідність адаптації до тенденцій Індустрії 4.0, де головну роль відіграють автоматизація, штучний інтелект, IoT, великі дані (Big Data) та блокчейн-технології. Ці інструменти дають змогу значно скоротити витрати, підвищити прозорість ланцюгів постачання, удосконалити контроль якості й поліпшити взаємодію з кінцевим споживачем. Зокрема, за оцінками PwC (2024), близько 65% світових компаній харчової промисловості вже використовують елементи цифрової автоматизації, а ще 20% перебувають на етапі активного впровадження таких рішень.

Водночас, ефективне впровадження інноваційних технологій потребує не лише інвестицій, а й системного підходу до управління змінами. Це включає формування інноваційної культури всередині підприємства, підготовку

персоналу до роботи з новими технологіями, створення внутрішніх R&D-підрозділів та розвиток партнерств із науковими інституціями. Світовий досвід показує, що інноваційно орієнтовані підприємства мають на 25–30% вищу продуктивність праці та до 20% нижчі виробничі витрати у порівнянні з традиційними виробничими структурами (OECD, 2024).

Таким чином, подальший розвиток харчової промисловості має спиратися на системне впровадження інноваційних технологій, які забезпечують підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності продукції та стійкості до глобальних викликів.

Інноваційний розвиток харчової промисловості передбачає інтеграцію сучасних технологій на всіх етапах виробничого процесу — від отримання сировини до дистрибуції готової продукції. Найбільш перспективними напрямками вважаються автоматизація, цифровізація, біотехнології, використання альтернативної сировини, а також упровадження “зелених” технологій, які знижують негативний вплив виробництва на довкілля.

1. Автоматизація та цифрові рішення. Сучасні підприємства активно впроваджують роботизовані виробничі лінії, системи контролю якості на базі штучного інтелекту та цифрові платформи управління ланцюгами постачання (Smart Supply Chain). Наприклад, компанія Nestle використовує систему “Connected Factory”, яка об’єднує всі виробничі етапи в єдину цифрову мережу. Це дозволило скоротити витрати енергії на 14% і зменшити втрати сировини на 9% у період 2021–2023 років. Подібні системи впроваджують Unilever, Mars і PepsiCo, що свідчить про глобальний тренд на інтелектуальну автоматизацію виробництва.

2. Біотехнології та нові види сировини. Широке застосування отримують технології культивування білків (plant-based і lab-grown protein), ферментації, мікробіологічного синтезу вітамінів і добавок. За даними Bloomberg Intelligence (2024), світовий ринок альтернативних білків досягне \$290 млрд до 2035 року, що становитиме близько 10% глобального ринку м’яса. Такі технології активно

використовують компанії Beyond Meat, Impossible Foods і Danone, що демонструє новий вектор сталого розвитку харчової галузі.

3. Енергоефективність і “зелена” модернізація. Одним із ключових напрямів є скорочення викидів парникових газів, повторне використання води та впровадження систем енергоменеджменту. За даними World Economic Forum (2024), до 30% підприємств харчової промисловості ЄС уже повністю перейшли на відновлювані джерела енергії, а ще близько 40% знаходяться на етапі модернізації обладнання. Прикладом є Danone, яка зменшила вуглецевий слід виробництва на 46% завдяки встановленню сонячних панелей і використанню біогазу.

4. Використання Big Data та штучного інтелекту. Аналітика великих даних дозволяє підприємствам прогнозувати попит, оптимізувати логістику та мінімізувати втрати продуктів. Наприклад, компанія Kraft Heinz запровадила систему прогнозування попиту, що зменшила запаси готової продукції на 20% і збільшила прибутковість на 12%. Схожі технології застосовують Cargill і Tyson Foods у США.

Таблиця 3.6

Рекомендації щодо впровадження інноваційних технологій у харчовій промисловості та очікувані результати

№	Рекомендація	Зміст та практичні дії	Очікуваний результат
1	Впровадження цифрових виробничих систем (Smart Factory)	Автоматизація процесів, використання IoT та аналітики даних	Зменшення витрат, підвищення ефективності
2	Інвестування в енергоефективне обладнання	Використання сучасних енергозберігаючих технологій та “зелених” джерел енергії	Зниження енергоспоживання до 20–25%
3	Розвиток біотехнологічних процесів	Застосування ферментації, натуральних замінників добавок	Поліпшення якості продукції та безпеки
4	Розвиток циркулярної економіки	Повторна переробка відходів, принцип “zero waste”	Зменшення обсягів відходів і підвищення екологічності
5	Цифрова взаємодія зі споживачем	Використання big data для персоналізації маркетингу	Зростання лояльності клієнтів і продажів

Джерело: складено автором на основі джерел [21,72,78]

Запровадження інновацій у харчовій промисловості поступово стає визначальним чинником конкурентоспроможності підприємств. У світі вже понад 65% провідних компаній сектору (Nestle, Danone, PepsiCo, Unilever) активно інвестують у Smart Factory технології, що дозволяють інтегрувати виробничі ланцюги в єдину цифрову систему. Наприклад, на підприємствах Nestle у Німеччині та Франції впроваджено повністю автоматизовані лінії контролю якості, які скоротили кількість дефектів на 30%. Компанія Danone розвиває власну програму "One Planet. One Health", спрямовану на впровадження енергоефективних технологій і зниження викидів CO<sub>2</sub>. У 2024 р. частка використання відновлюваної енергії у виробництві компанії перевищила 70%.

Важливою тенденцією стає циркулярна економіка, коли відходи перетворюються на вторинну сировину — наприклад, біогаз або кормові добавки. Такі підходи не лише скорочують витрати, а й підвищують репутацію бренду як екологічно відповідального.

Щодо українських компаній, то одним із напрямів інноваційного розвитку харчової промисловості є інтеграція цифрових платформ управління виробництвом. Українські підприємства, зокрема «Миронівський хлібопродукт» (МХП), уже активно впроваджують систему ERP та MES-рішень, які забезпечують повний контроль за виробничими циклами, витратами енергії та сировини. Це дало змогу знизити енергоспоживання на 17% та підвищити точність планування виробництва. Подібні практики активно використовуються і у світі, наприклад, у корпорації PepsiCo, де завдяки цифровим платформам вдалося скоротити простої обладнання майже на 20%. Іншим важливим вектором є використання біотехнологій у харчовій промисловості. Українські компанії, як-от «Галичина» та «Молочний Альянс», впроваджують біоферментаційні технології, що дозволяють виробляти продукти з підвищеною поживною цінністю без штучних добавок. На глобальному рівні ці ж тенденції спостерігаються у компаній Danone і Yili Group (Китай), які інвестують у біоінженерні стартапи для створення пробіотичних напоїв нового покоління.

Також перспективним напрямом є розвиток стійких логістичних ланцюгів і «зеленої» упаковки. У 2024 році українські підприємства «Roshen» та «Біосфера» почали впроваджувати біорозкладні пакувальні матеріали, що дозволило скоротити обсяг пластикових відходів на 35%. Світові гіганти Nestlé та Unilever у цьому напрямі впроваджують концепцію Loop, за якою пакування повторно використовується або переробляється у замкненому циклі. Не менш важливою стратегією є розвиток кластерної кооперації між науковими установами та підприємствами. У 2023 році в Україні створено Агропродовольчий інноваційний кластер «ФудТек Україна», який об'єднує понад 40 компаній харчової галузі, стартапів та університетів. Така співпраця сприяє швидшому комерційному впровадженню наукових розробок — зокрема, у сфері нових методів консервування та переробки.

Таблиця 3.7

## Інноваційні стратегії та приклади їх реалізації у харчовій промисловості

№	Стратегічний напрям	Приклади реалізації	Результати
1	Цифровізація виробництва	МХП (Україна), PepsiCo (США)	Оптимізація ресурсів, зниження витрат на 15–20%
2	Біотехнологічні рішення	Галичина (Україна), Danone (Франція)	Підвищення якості продукції, розвиток нових ринків
3	Екологічна упаковка	Roshen (Україна), Nestlé (Швейцарія)	Зменшення відходів, зростання лояльності споживачів
4	Кластерна співпраця	ФудТек Україна, European Food Cluster	Інтеграція науки та бізнесу, створення спільних інновацій
5	Циркулярна економіка	Unilever, Бімол (Україна)	Переробка побічних продуктів, скорочення екологічного сліду

Джерело: складено автором на основі джерел [79,80,81,82]

У перспективі до 2030 року важливо, щоб Україна не лише переймала світовий досвід, а й розвивала власні технологічні рішення. Одним із таких напрямів є створення національної програми «Інновації у харчовій промисловості», яка б поєднувала державну підтримку, грантове фінансування та податкові пільги для підприємств, що впроваджують «зелені» технології.

Подібні програми вже успішно діють у країнах ЄС: “Horizon Europe” (ЄС), “Food for Life Platform” (Нідерланди), “AgriTech Innovation Hub” (Велика Британія). Їхні результати доводять, що інвестиції в інновації у харчовій галузі приносять віддачу у вигляді 10–12% зростання продуктивності та 8–10% підвищення експортного потенціалу протягом трьох років.

Серед глобальних тенденцій, що формують майбутнє харчової промисловості, виділяється стрімке зростання інвестицій у технології харчового виробництва: згідно з даними аналітиків, ринок food-tech оцінили у приблизно USD 183,5 млрд у 2023 році, з прогнозом досягти  $\approx$  USD 355 млрд до 2030 року (CAGR  $\approx$  9,9 %). Це свідчить, що підприємства, які не включають інновації у свою стратегію, ризикують відстати від конкурентів.

Крім того, відкриття й патентування технологій у агропродовольчому комплексі також мають значні показники: за даними, понад 673 000 патентів і більше ніж 2 700 грантів були видані у секторі харчової промисловості в останні роки. Це означає, що інновації — не лише тренд, а безпосередній інструмент розвитку, який вже мають багато гравців.

Водночас варто враховувати, що не усі напрямки інновацій розвиваються рівномірно: наприклад, кількість нових продуктів у галузі зменшилась у 2022 році на 12,7% порівняно з 2021-м, що демонструє вплив зовнішніх шоків (геополітика, інфляція, перебої у ланцюгах постачання) на інноваційну активність. Це означає, що впровадження інновацій — це не лише технічне питання, а стратегічне рішення, яке має бути адаптоване до ризиків та волатильності.

Для українських підприємств це означає конкретні кроки:

- фокусування на сегментах із високою доданою вартістю (наприклад, функціональні продукти, органічні вироби, альтернативні білки) — глобально саме такі сегменти демонструють найшвидший ріст;
- активна участь у міжнародних інноваційних проєктах і грантових програмах, щоб компенсувати обмежені внутрішні ресурси — наприклад,

через співпрацю з університетами, стартапами, технологічними платформами;

- впровадження систем керування інтелектуальною власністю та стратегій патентування, аби не лише користуватись технологіями, а й створювати власні конкурентні переваги.

З точки зору результатів реалізації заходів, підприємства, що впровадили цифрові платформи та автоматизовані лінії, повідомляють про зниження виробничих витрат на 10-20% та скорочення часу розробки нових продуктів на 15-25%. Ці цифри відповідають середнім показникам у провідних країнах та можуть стати орієнтиром для українських компаній.

Для того, щоб оцінити реальні результати впровадження інновацій, необхідно застосовувати комплексну систему індикаторів (KPI), що охоплює економічні, технологічні, соціальні та екологічні фактори діяльності підприємства. Основні критерії, рекомендовані для моніторингу на рівні підприємств харчової галузі:

#### 1. Економічна ефективність.

- Підвищення рентабельності виробництва після впровадження інновацій — не менше ніж +8–12% протягом двох років.
- Зниження собівартості продукції завдяки автоматизації — у середньому на 10–15% (дані FAO та OECD, 2024).
- Зростання експорту продукції з високою доданою вартістю — на 5–7% щорічно.
- Коефіцієнт інноваційної окупності (Innovation ROI) — відношення економічного ефекту до витрат на R&D, який має перевищувати 1,2–1,5.

#### 2. Технологічна результативність.

- Частка модернізованого обладнання у виробничих лініях — не менше 60%.
- Кількість запроваджених цифрових рішень (ERP, IoT, MES, CRM) — не менше 3–5 систем на підприємство.
- Кількість нових технологічних процесів або рецептур, виведених на ринок протягом року — 2–4.

- Зменшення технологічних втрат сировини — до 3–5% (проти середнього показника 8–10%).

### 3. Екологічна результативність.

- Скорочення споживання енергії — на 20–25% після модернізації обладнання.
- Зменшення обсягів виробничих відходів — на 30–40% завдяки повторній переробці.
- Використання «зелених» джерел енергії — не менше 50% у загальній структурі споживання до 2030 року.
- Зменшення викидів CO<sub>2</sub> на одиницю продукції — на 15–20%.

### 4. Соціальна ефективність.

- Підвищення рівня кваліфікації персоналу через навчальні програми — 80–90% працівників повинні пройти перепідготовку.
- Підвищення рівня задоволеності споживачів якістю продукції — на 10–15% за даними опитувань.
- Створення нових робочих місць у науково-дослідницьких підрозділах — +5–10% до загальної чисельності персоналу.

### 5. Організаційна результативність

- Збільшення витрат на інноваційну діяльність у загальній структурі витрат — до 5–7%.
- Кількість партнерських проєктів із науковими установами та кластерними об'єднаннями — мінімум 3–4 на рік.
- Зменшення часу виходу нового продукту на ринок (Time-to-Market) — на 20–25%.

Застосування такої системи показників дає змогу підприємствам не лише кількісно оцінити результати впровадження інновацій, а й відстежувати динаміку прогресу, формувати стратегічні рішення, підвищувати ефективність управління та залучати зовнішнє фінансування. Згідно з аналітикою OECD (2024), підприємства, які системно використовують KPI у сфері інновацій,

демонструють на 30% вищу продуктивність праці і на 25% швидше відновлюються після кризових періодів.

Таблиця 3.8

Основні показники ефективності (KPI) впровадження інновацій у харчовій промисловості

№	Показник	Одиниця виміру	Цільове значення	Період оцінки
1	Рентабельність виробництва після впровадження інновацій	%	+10–12	щорічно
2	Зниження собівартості продукції	%	10–15	щорічно
3	Частка модернізованого обладнання	%	≥60	раз на 2 роки
4	Зменшення обсягів виробничих відходів	%	30–40	щорічно
5	Частка використання «зеленої» енергії	%	≥50	до 2030 р.
6	Кількість нових продуктів, виведених на ринок	од.	2–4	щорічно

Джерело: складено автором на основі джерел [83,84,85,86]

Дані, наведені в таблиці, демонструють основні напрями інноваційного розвитку харчової промисловості у світовому масштабі, які поєднують цифровізацію, екологізацію та сталу економічну ефективність. Впровадження таких стратегій сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, оптимізації виробничих процесів і зменшенню екологічного навантаження. Зокрема, ініціативи, описані у звітах FAO (2023) та Deloitte (2024), підтверджують, що впровадження інновацій у виробничі практики забезпечує зростання продуктивності на 10–20% у середньостроковій перспективі.

У межах українського ринку спостерігається активізація процесів інноваційного оновлення. Компанія «Миронівський хлібопродукт» (МХП) реалізує стратегію «Green Energy», орієнтовану на виробництво біогазу з відходів сільськогосподарського виробництва. За даними компанії, це дозволило знизити енергоспоживання на 20% і викиди парникових газів на понад 30 тис. тонн щорічно. Інший приклад — «Кернел», який запровадив інноваційні логістичні рішення та цифрову систему моніторингу ефективності елеваторів, що скоротило втрати зерна на 15%.

У контексті сучасних викликів, пов'язаних із глобальною конкуренцією, цифровізацією та нестабільністю ресурсних ринків, українські підприємства харчової промисловості потребують системних дій для зміцнення своїх позицій на внутрішньому і міжнародному ринках. Враховуючи міжнародний досвід та поточний стан галузі, можна виокремити кілька стратегічних рекомендацій щодо впровадження інноваційних технологій і підвищення ефективності діяльності.

1. Розвиток інноваційної інфраструктури підприємств. Необхідно створювати внутрішні центри досліджень і розробок (R&D), лабораторії якості та експериментальні виробництва, де випробовуватимуться нові рецептури, технології та види пакування. Це дозволить підприємствам не лише підвищити якість продукції, а й адаптувати її до міжнародних стандартів — ISO 22000, HACCP, BRCGS тощо.

2. Цифрова трансформація виробництва. Рекомендується впровадження систем автоматизованого управління виробничими процесами, зокрема технологій Big Data, IoT та блокчейн. Ці рішення забезпечують точний контроль за якістю сировини, ефективність енергоспоживання, а також прозорість ланцюгів постачання. Наприклад, компанія Kernel уже використовує блокчейн для моніторингу експорту зерна, що підвищує довіру іноземних партнерів.

3. Енергоефективність і зелена економіка. Варто поступово переходити на відновлювані джерела енергії — біогаз, сонячні панелі, утилізацію тепла та води. Це не лише знижує собівартість виробництва, а й відповідає міжнародним трендам сталого розвитку. Прикладом успішної практики є *МХП*, який запровадив власну біоенергетичну програму та скоротив використання природного газу майже на третину.

4. Розширення асортименту та впровадження нових видів продукції. Підприємствам доцільно орієнтуватися на виробництво функціональних, органічних і рослинних продуктів, попит на які у світі зростає щороку на 8–10%. Це може включати білкові заміники м'яса, безлактозні продукти, суперфуди тощо. Український ринок має потенціал для розвитку таких напрямів, адже є потужна сировинна база та науковий потенціал.

5. Впровадження системи екологічного менеджменту. Підприємствам варто інтегрувати стандарти ESG (Environmental, Social, Governance), що стають обов'язковими для експортерів до ЄС. Це підвищить інвестиційну привабливість українських компаній і сприятиме зниженню екологічних ризиків.

6. Підвищення кваліфікації кадрів і розвиток управлінських компетенцій. Необхідно створювати програми навчання персоналу сучасним технологіям, цифровим інструментам та стандартам безпеності харчових продуктів. Ефективне управління людськими ресурсами забезпечить стійкість підприємств навіть за умов кризових ситуацій.

7. Розвиток співпраці з міжнародними партнерами. Українським компаніям доцільно долучатися до глобальних ініціатив і кластерів інноваційної харчової індустрії, брати участь у програмах ЄС, таких як Horizon Europe або EIT Food. Це дозволить залучати гранти, інвестиції та отримувати доступ до сучасних технологій.

8. Підтримка державної політики інноваційного розвитку. Важливо, щоб держава сприяла створенню умов для інновацій — через податкові пільги, грантові програми, державно-приватні партнерства та розвиток індустріальних парків. Лише комплексна взаємодія держави, бізнесу та наукових установ забезпечить довгостроковий успіх харчової галузі.

В умовах воєнного стану харчова промисловість України зіштовхується з низкою системних проблем — руйнуванням логістичної інфраструктури, нестачею кадрів, зростанням цін на енергоресурси та ускладненим доступом до міжнародних ринків. Проте навіть у цих складних умовах галузь демонструє здатність до адаптації та пошуку нових моделей розвитку.

Одним із пріоритетних напрямів є забезпечення продовольчої безпеки країни. Для цього підприємствам варто розширювати внутрішнє виробництво базових харчових продуктів — борошна, олії, м'ясних і молочних виробів, — з акцентом на стабільні регіональні поставки. Розвиток локальних виробничих кластерів дозволить мінімізувати ризики, пов'язані з перебоями у транспорті та енергопостачанні.

Важливим напрямом є диверсифікація логістичних маршрутів. У період блокування морських портів українські компанії активно переходять на використання сухопутних і річкових маршрутів (через Польщу, Румунію, Словаччину). Подібна стратегія дає змогу зберігати експортний потенціал навіть в умовах воєнних ризиків. Наприклад, компанія Kernel налагодила систему залізничних перевезень через європейські термінали, що дозволило відновити понад 70% довоєнних обсягів експорту.

Не менш важливим залишається енергетичний фактор. Підприємствам варто розширювати використання автономних джерел енергії — біогазових установок, дизельних генераторів, мобільних сонячних систем. Такі рішення не лише гарантують безперервність виробничого процесу, а й знижують залежність від централізованих постачань. У 2023 році понад 40 великих підприємств харчової галузі впровадили системи резервного енергозабезпечення, що дало змогу уникнути простоїв під час блекаутів.

В умовах кадрового дефіциту особливого значення набуває автоматизація та роботизація виробництва. Використання сучасних систем контролю та обліку, «розумних» сенсорів, автоматичних пакувальних ліній дозволяє підтримувати стабільний рівень випуску продукції навіть при зменшенні чисельності персоналу.

Також доцільним є налагодження партнерства з міжнародними організаціями — Продовольчою та сільськогосподарською організацією ООН (FAO), Програмою розвитку ООН (UNDP), ЄБРР тощо. Ці структури вже реалізують програми підтримки аграрного та харчового сектору України, спрямовані на модернізацію обладнання, впровадження інновацій та підтримку експорту.

Водночас важливо забезпечити соціальну відповідальність бізнесу — збереження робочих місць, участь у гуманітарних ініціативах і програмах забезпечення військових та цивільного населення продовольством. Такі дії формують довіру до національних брендів і зміцнюють імідж українських виробників на міжнародній арені.

Отже, у сучасних умовах, зокрема в умовах воєнного стану, інноваційний розвиток стає не лише інструментом підвищення ефективності, а й важливим чинником виживання та зміцнення позицій харчової промисловості України на внутрішньому і зовнішньому ринках. Впровадження цифрових технологій, створення енергоефективних систем, розвиток R&D-інфраструктури, автоматизація виробництва та активна інтеграція в міжнародні проєкти – все це є запорукою стійкості галузі. В умовах глобальної конкуренції та викликів, спричинених воєнним станом, здатність українських підприємств адаптуватися, впроваджувати інновації та зберігати соціально відповідальну позицію визначатиме їхню конкурентоспроможність у післявоєнний період. Таким чином, інноваційність, гнучкість та стратегічне мислення є базовими компонентами відновлення та подальшого розвитку харчової промисловості України, що водночас сприятиме зміцненню продовольчої безпеки країни та її інтеграції у світові ринки.

### **Висновки до розділу 3**

Стратегічні пріоритети розвитку харчової промисловості України передбачають інтеграцію сучасних технологій, енергоефективних рішень та інноваційних підходів до всієї виробничої системи. У контексті євроінтеграції та воєнного стану важливими напрямками стають модернізація інфраструктури, забезпечення стандартів якості та безпечності відповідно до міжнародних вимог (ISO 22000, HACCP, BRCGS), а також зміцнення конкурентоспроможності на глобальних ринках. Особлива увага приділяється розвитку експорту продукції з високою доданою вартістю, переходу від сировинного експорту до виробництва готових харчових продуктів та розширенню участі українських підприємств у міжнародних продовольчих ланцюгах. Інвестиції в R&D, цифровізація виробництва та взаємодія з міжнародними технологічними партнерами дозволяють створювати продукти з високою інноваційною складовою, що відповідають запитам сучасного споживача та глобальним трендам. У результаті

реалізація таких пріоритетів забезпечить не лише зміцнення економічного потенціалу галузі, а й стійкість до зовнішніх загроз, продовольчу безпеку та інтеграцію України до світового економічного простору.

Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості в сучасних умовах є комплексним завданням, що вимагає одночасного впровадження організаційних, технологічних та управлінських рішень. Важливими напрямками є автоматизація виробничих процесів, що знижує трудомісткість, мінімізує помилки та підвищує продуктивність. В умовах глобальної конкуренції підприємства мають активніше впроваджувати цифрові технології — такі як Big Data, штучний інтелект, системи відстеження якості та блокчейн — для забезпечення прозорості ланцюгів постачання та підвищення рівня довіри споживачів. В Україні прикладами успішної цифровізації стають підприємства, які за рахунок використання сучасних ERP-систем і автоматизованих ліній скоротили витрати на виробництво на 12-18% та підвищили якість продукції. Крім того, розвиток експрес-виробництва, гнучких бізнес-моделей, енергозбереження, оптимізації логістики та інноваційної переробки відходів дає змогу українським підприємствам ефективно конкурувати з глобальними лідерами харчового сектору. У підсумку, ці напрями формують передумови для стійкого зростання, переходу на стандарти «Industry 4.0» та інтеграції в міжнародні мережі, що особливо важливо в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення економіки.

Впровадження інноваційних технологій у харчовій промисловості є вирішальним фактором у підвищенні конкурентоспроможності українських підприємств на світовому ринку, особливо в умовах воєнного стану та необхідності післявоєнного відновлення. Рекомендовані заходи — впровадження цифрових рішень, автоматизація виробничих процесів, розвиток біоенергетичних систем, створення дослідницько-виробничих центрів та перехід на сталі виробничі моделі — сприяють оптимізації виробничих витрат, підвищенню якості продукції та зменшенню залежності від імпортних технологій. Значущими є також рекомендації щодо розвитку експортного

потенціалу через сертифікацію продукції та активну співпрацю з міжнародними організаціями, такими як FAO, ЄБРР, EIT Food. Результати впровадження інновацій уже проявляються у зростанні продуктивності, розширенні асортименту, залученні інвестицій та покращенні стійкості до зовнішніх ризиків. Таким чином, реалізація запропонованих інноваційних підходів формує основу для переходу харчової промисловості України на якісно новий рівень розвитку, забезпечуючи її інтеграцію у глобальні продовольчі ланцюги та сприяючи зміцненню продовольчої безпеки країни.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Харчова промисловість є структурно важливою ланкою національної економіки, формуючи основу агропродовольчого сектору та забезпечуючи продовольчу безпеку країни. Її економічне значення зумовлене не лише обсягами виробництва, а й високим рівнем мультиплікативного впливу на суміжні галузі — сільське господарство, логістику, машинобудування, торгівлю та сферу послуг. Це один із найбільш динамічних секторів економіки, спроможний адаптуватися до структурних трансформацій, демографічних змін і нових технологічних викликів. В умовах глобалізації харчова промисловість також виступає важливим джерелом валютних надходжень через значну частку експорту обробленої сільськогосподарської продукції. Крім того, галузь генерує безліч робочих місць, особливо у сільській місцевості, сприяючи соціально-економічній стабільності та розвитку регіонів. Водночас нові виклики, такі як зміна клімату, зростання світового попиту на органічну та функціональну їжу, посилюють роль інноваційних рішень і потребують стратегічного переосмислення ролі харчової промисловості в системі економічної політики країни.

Розвиток харчової промисловості у глобальному вимірі зумовлений кількома ключовими закономірностями: зростанням населення, зміною споживчих уподобань та активною інтеграцією технологій у виробничі процеси. За даними FAO, світове виробництво харчових продуктів у 2023 році перевищило 4,6 трлн дол. США, демонструючи середньорічне зростання на рівні 3,2% за останні п'ять років. Особливо швидко зростає сегмент органічної продукції, який збільшився на 29% за період 2019–2023 рр. Водночас інвестиції в інновації досягли історичного максимуму: у 2022 році на дослідження та розробки в харчовій галузі було спрямовано понад 20 млрд дол. США, що на 14% більше, ніж у попередньому році. В Україні частка харчової промисловості становить близько 17,3% у структурі промислового виробництва, при цьому

експорт продукції галузі у 2023 р. сягнув 12,9 млрд дол. США. Головними драйверами розвитку є розширення ринку переробки сировини, інноваційні технології, зростання експорту готової продукції та адаптація до європейських стандартів якості. Також важливо відзначити вплив факторів нестійкості, таких як коливання світових цін на сировину, енергоносії та геополітичні ризики, що вимагають підвищення рівня енергоефективності та модернізації виробничих потужностей.

Харчова промисловість України є одним із найбільших секторів економіки, забезпечуючи значну частку промислового ВВП країни та формуючи понад половину обсягу експорту агропродовольчої продукції. У 2023 році експорт харчових товарів і сільськогосподарської продукції становив близько 23,5 млрд дол. США, з яких близько 17% припадало на продукцію глибокої переробки. Серед провідних підгалузей варто відзначити олійно-жировий комплекс, який забезпечує понад четвертину обсягу харчового експорту, а Україна залишається світовим лідером з експорту соняшникової олії. У м'ясній промисловості стабільне зростання показує птахівництво, зокрема ПАТ «МХП», яке входить до ТОП-10 найбільших виробників курятини в Європі. У молочній галузі, попри скорочення внутрішнього споживання, спостерігається розширення експорту сухого молока та сирів. Досягненням галузі є модернізація виробництв відповідно до стандартів ЄС, що дало змогу укласти угоди на поставки до багатьох країн. Втім, воєнний стан та логістичні проблеми вплинули на роботу сектору: зокрема у 2022 р. потужності переробки зменшилися на 18%, а експорт готової продукції скоротився приблизно на 9%. Утім, завдяки активній адаптації, галузь продовжує відновлюватися, що підтверджується зростанням обсягів виробництва в другій половині 2023 року.

Підсумовуючи діяльність компанії «Kernel», можна зазначити, що вона є яскравим прикладом ефективного розвитку українського бізнесу в аграрно-харчовій галузі з орієнтацією як на внутрішній, так і на світовий ринок. Компанія утримує позиції найбільшого в Україні та одного з найбільших у світі виробників і експортерів соняшникової олії. У 2023 році частка «Kernel» на світовому ринку

соняшникової олії перевищувала 12%, а її експортна географія охоплювала понад 80 країн. Інвестиції в логістичну інфраструктуру — зокрема, будівництво мережі зернових терміналів і елеваторів — дозволили скоротити логістичні витрати на 15–20% і зміцнити позиції в умовах блокування морських маршрутів. Фінансові результати також свідчать про сталу діяльність компанії: у 2022/23 МР чистий прибуток становив понад 400 млн дол. США, що є одним із найвищих показників серед вітчизняних агрохолдингів. Значною конкурентною перевагою «Kernel» є диверсифікований бізнес: окрім переробки олійних культур, компанія активно розвиває зерновий трейдинг, біоенергетику та цифрові інновації (платформа «Digital Agro»), що забезпечує фінансову стійкість. Водночас виклики, пов'язані з воєнним станом, зокрема втрати активів у Херсонській та Запорізькій областях, вплинули на виробничі обсяги, але не зупинили стратегічного розвитку. Це свідчить про адаптивність і перспективність українських харчових підприємств на глобальних ринках.

Аналіз діяльності Nestle засвідчує, що ця корпорація залишається одним із найпотужніших глобальних лідерів харчової промисловості, демонструючи стабільність бізнес-моделі, інноваційність та адаптивність до сучасних світових викликів. Займаючи перше місце у світі за обсягом доходів (понад 100 млрд дол. США у 2023 році), Nestle щорічно підтверджує свою здатність працювати в умовах високої конкуренції, регуляторних змін та зростання споживацьких очікувань щодо якості й безпеки харчової продукції. Вирізняючись диверсифікованим портфелем брендів, що охоплюють понад 2 000 найменувань у сегментах дитячого харчування, кави, води, кондитерських виробів, молочної продукції та кормів для тварин, Nestle активно інвестує в R&D — понад 1,7 млрд доларів щороку — що забезпечує постійну продуктову інновацію. У контексті глобальної ESG-політики компанія декларує зниження вуглецевого сліду на 25% до 2025 року та повністю безвуглецеве виробництво до 2050 року. Важливо також, що стратегія Nestle базується на локалізації виробництва та адаптації продуктів до культурних і ринкових особливостей понад 180 країн, що сприяє її стійкості навіть під час криз, таких як пандемія COVID-19 чи світова енергетична

нестабільність. Досвід Nestle може бути використаний не лише як орієнтир глобальної адаптивності, але і як модель для розвитку національних харчових компаній з амбіціями виходу на міжнародні ринки.

Порівняння діяльності компаній «Kernel» та «Nestle» демонструє принципові відмінності у масштабах, структурі доходів, стратегічних підходах і географії діяльності, що відображає як національні особливості ринку, так і глобальні тренди харчової промисловості. З одного боку, «Nestle» є типовим прикладом диверсифікованої транснаціональної корпорації, що забезпечує понад 100 млрд доларів виручки на рік завдяки роботі у понад 180 країнах та присутності у більш ніж 30 товарних категоріях. З іншого боку, «Kernel», як представник української харчової галузі, є прикладом вертикально інтегрованого агропромислового холдингу, який спеціалізується на виробництві та переробці олійних культур, зерновому трейдингу та розвитку біоенергетики. Попри значно нижчі обсяги виручки (3,4 млрд дол. США у 2022/23 МР), «Kernel» демонструє високий рівень рентабельності окремих напрямів і займає глобальні позиції у нішевому сегменті соняшникової олії. Аналіз фінансових показників також засвідчує різний вплив макроекономічних та геополітичних факторів: діяльність «Nestle» залишається стабільною завдяки гнучкому управлінню глобальними ланцюгами постачання, тоді як «Kernel» значною мірою залежить від логістики та експортних коридорів України. Однак обидві компанії демонструють спільну тенденцію до цифровізації, впровадження екологічних стандартів і локалізації виробництва. Таким чином, порівняльний аналіз показує, що українські харчові компанії можуть досягати значних результатів у нішевих ринках, використовуючи стратегії гнучкості, технологічності та концентрації на визначених сегментах — саме ці підходи можуть бути адаптовані для масштабування на міжнародному рівні.

Стратегічні пріоритети розвитку харчової промисловості України визначаються не лише внутрішніми потребами забезпечення продовольчої безпеки, а й зовнішніми чинниками — інтеграцією до європейських ринків, глобальними трендами сталого розвитку та зростаючою конкуренцією на

міжнародній арені. Україна володіє значним аграрним потенціалом, який може слугувати основою для зміцнення позицій у сегменті високовартісної переробки, проте цей потенціал потребує реалізації через інноваційні, екологічно очищені та технологічно адаптивні моделі виробництва. Модернізація технологічних ліній, розширення переліку експортних позицій, глибока переробка аграрної сировини та впровадження біоенергетичних та «зелених» рішень є основними напрямками, що здатні забезпечити не лише економічне зростання, але й зміцнення міжнародного іміджу України як надійного виробника якісної, екологічної харчової продукції. Крім того, стратегією розвитку має стати укріплення логістичної інфраструктури — у тому числі внутрішньої та портової — що дозволить мінімізувати ризики, пов'язані з воєнними діями та змінами експортних коридорів. Важливо також спрямовувати державну політику на стимулювання внутрішніх інвестицій та підтримку малого й середнього бізнесу як людей, що становлять основу розвитку високотехнологічних кластерів на місцевому рівні. Значну роль відіграє адаптація національного законодавства до стандартів ЄС, зокрема у сфері безпеки харчових продуктів, екологічного контролю й прозорості ланцюгів постачання. Саме така реформована інституційна база здатна стати каталізатором залучення іноземних інвесторів і міжнародних розробників інновацій. Отже, розвиток харчової промисловості України має стратегічно орієнтуватися на довгострокову конкурентоспроможність через поєднання технологічного оновлення, створення цінності на кожному етапі переробки, впровадження екологічних та енергоефективних рішень і побудову стійких міжнародних зв'язків. Такий підхід забезпечить можливість не тільки адаптації до нинішніх викликів, а й створить передумови для швидкого етапу посткризового зростання, що значно зміцнить позиції України в глобальній харчовій економіці.

Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової галузі повинно базуватися на системному підході до модернізації, оптимізації виробничих процесів і зміцненні інтегрованого зв'язку між усіма ланками агропродовольчого ланцюга. Насамперед йдеться про впровадження новітніх технологій —

автоматизації, Інтернету речей (IoT), біотехнологій та штучного інтелекту (AI) — які дозволяють зменшити виробничі витрати, оптимізувати використання ресурсів і підвищити контроль якості продукції. Досвід глобальних лідерів, як-от Danone, Nestle та Mars Inc., показує, що цифровізація виробництва не лише скорочує часові та логістичні витрати, але й забезпечує кращу адаптивність до коливань попиту та змін у поведінці споживачів. Наступним напрямом є підвищення рівня екологічності та соціальної відповідальності. Це особливо важливо у світлі глобальних трендів "зеленої економіки", коли екологічний слід стає одним із визначальних критеріїв для виробників харчової продукції. Компанії, що орієнтуються на впровадження замкнених циклів води, повторне використання відходів як сировини для біоенергетичних або кормових проєктів та мінімізацію парникових викидів, отримують значну конкурентну перевагу. В Україні цей процес уже почав формуватися, наприклад, у проєктах компаній «Миронівський хлібопродукт» та «Астарта-Київ», які розвивають біогазові та біоетанольні потужності в рамках декарбонізації. Окрім технологічних та екологічних чинників, ефективність підприємств харчової галузі значною мірою залежить від кадрової політики та управлінської гнучкості. Інвестиції у розвиток персоналу, створення інноваційних центрів та розширення міжнародної кооперації з університетами та дослідницькими центрами сприяють формуванню унікальної компетентності та стимулюють впровадження нових продуктів та технологій. За умов воєнного стану чи глобальних криз, здатність оперативно перебудовувати виробництво, адаптувати збут і приватні логістичні лінії стає критичним чинником стабільності. Українські підприємства вже продемонстрували цю гнучкість — наприклад, успішне перепрофілювання частини заводів на виробництво гуманітарної допомоги або продукти довготривалого зберігання для ЗСУ.

Проведений аналіз доводить, що інноваційні технології визначають стратегічний вектор розвитку харчової промисловості в умовах посилення глобальної конкуренції, зміни вимог споживачів та актуалізації питань сталого розвитку. Запровадження автоматизованих систем управління виробничими

процесами, використання Big Data, хмарних технологій і блокчейну дозволяють підвищити прозорість ланцюгів постачання, мінімізувати ризики фальсифікації та забезпечити персоналізацію продуктів. У світовій практиці це активно застосовується такими корпораціями, як PepsiCo, Unilever та Kraft Heinz, що дозволило знизити їх витрати на логістику до 15–30% та підвищити адаптивність до коливань ринку. Український сектор харчової промисловості, попри воєнні виклики, вже демонструє приклади успішної інтеграції інновацій. Зокрема, компанія “Молочний Альянс” впроваджує технологію QR-кодів для відстеження походження продукції, тоді як «Астарта-Київ» розвиває власну платформу AI-Control для прогнозування врожайності та оптимізації виробничих процесів. Такі системи стали необхідними інструментами для забезпечення експортного потенціалу та прозорості виробництва, що є важливими критеріями для виходу на ринки ЄС і Північної Америки. Крім того, за умов пошкодження інфраструктури та логістичних коридорів, підприємства подають приклади адаптації — наприклад, використання резервних енергетичних систем та мобільних модулів виробництва. Важливим фактором є орієнтація на розробку продуктів із доданою вартістю, зокрема функціональних продуктів, рослинної та органічної продукції, яка є трендом на світових ринках і вже представлена в Україні торговими марками, як-от «Люстдорф Organic» і «VegaMilk». Поєднання інноваційних технологій з тенденціями здорового харчування, індивідуалізації раціону та сталого виробництва забезпечує не лише розширення споживчої аудиторії, а й зміцнення конкурентних позицій на міжнародній арені. У результаті запропонованих заходів українські підприємства здобувають можливість підвищити операційну ефективність, забезпечити відповідність міжнародним стандартам, сформувати нові стратегічні ніші у глобальних ринкових сегментах та зміцнити експортну спроможність у постпандемічну та повоєнну перспективу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»: ВВР від 04.02.2009, № 27, ст. 349. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
2. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/436-15>
3. Митний кодекс України № 4495-VI від 13.03.2012. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
4. Податковий Кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
5. Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць [Електронний ресурс] : Закон України від 06.09.2012 р. № 5205-VI. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/%205205-17.#Text>
6. Гуткевич С. О. Інвестиційна привабливість: сутність, показники і чинники впливу / С. О. Гуткевич, О. В. Пулій // Інтелект ХХІ. Інвестиційно-інноваційна діяльність. – 2019. – № 2. – С. 88-93.
7. Гуткевич С. О. Інвестування: міжнародний досвід. Монографія / С.
8. О. Гуткевич, П. О. Сидоренко, А. С. Соломко, Р. Смик, В. Рябенко; за заг. ред. проф. Гуткевич С. О. – Харків «Діса плюс», 2017. – Т 2. - 216 с.
9. Гуткевич С. О. Інвестування: теорія і практика: навч. посіб. / С. О. Гуткевич. – К.: Вид. 2-ге, доп. – Полтава: ТОВ «АСМІ», 2011. – 245 с.
10. Гуткевич С. О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : підруч. / за ред. проф. С. О. Гуткевич. – 2-ге вид., перероблене. - Донецьк: ТОВ «Світ книги», 2013. 726 с.
11. Гуткевич С. О. Міжнародна економіка. Підручник / С. О. Гуткевич, М. Д. Корінько, М. І. Пугачов, Ю. М. Сафонов. – 2-ге вид., доп. – Х.: Діса-плюс. 2015. – 420 с.

12. Гуткевич С. О. Міжнародний менеджмент. Підручник / С. О. Гуткевич, Д. Г. Дмитренко, І. Г. Оніщенко, Ю. М. Сафонов / за ред. проф. Гуткевич С. О. – К. «Кафедра», 2015. – 526 с.
13. Гуткевич С. О. Модель розвитку галузей економіки України : моногр. / за ред. С. О. Гуткевич. – К.: НТУУ «КПІ», 2011. – 472 с.
14. Гуткевич С. О. Стратегія розвитку: інвестиційний вимір. Монографія / С. О. Гуткевич, М. І. Пугачов, Г. М. Завадських, О. Г. Занозовська / за ред. проф. Гуткевич С. О. – Харків, 2016. – 162 с.
15. Гуткевич С. О. Теоретичні засади правового регулювання інвестиційної діяльності : монографія. Т.1 / С. О. Гуткевич, І. Г. Оніщенко, В. О. Веклич та ін.; за заг. ред. С.О. Гуткевич. – К.: Діус Україна, 2015. – 310 с.
16. Пріоритети галузей економіки України: колективна монографія/ за ред. Гуткевич С.О. К.:2021.
17. Gutkevych S., Jureniene V., Sheremet O., Jurene S. Current priorities of economy: Lithuania-Ukraine. Monograph. Kharkiv: "Disa Plus", 2020. – 116p.
18. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монограф. / за ред. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2013. — 470 с.
19. Гуткевич С.О. Міжнародна економіка: самостійно: навч. посіб. / С.О.Гуткевич, Г.Г. Музиченко, Л.Г. Каїра / за ред. С.О.Гуткевич. Київ : НУХТ, 2020. 302с. Гуткевич С.О.
- 20.«ХАРЧОВА І ПЕРЕРобНА ПРОМИСЛОВІСТЬ УКРАЇНИ» (офіційний документ МЕ) — дані про зростання експорту харчових продуктів України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://me.gov.ua/download/40a91455-ab2b-479d-b52d-11ba5fef6784/file.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://me.gov.ua/download/40a91455-ab2b-479d-b52d-11ba5fef6784/file.pdf?utm_source=chatgpt.com)
21. FAO — статистика з агропромислової продукції (глобальні обсяги виробництва) - [https://www.fao.org/statistics/en?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.fao.org/statistics/en?utm_source=chatgpt.com)
22. FAO — огляд виробництва сільськогосподарських культур 2010–2023 років - [https://www.fao.org/statistics/highlights-archive/highlights-detail/agricultural-production-statistics-2010-2023/en?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.fao.org/statistics/highlights-archive/highlights-detail/agricultural-production-statistics-2010-2023/en?utm_source=chatgpt.com)

23. Nestlé — факти і цифри, річна звітність, доходи - [https://www.nestle.com/investors/annual-report/facts-figures?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.nestle.com/investors/annual-report/facts-figures?utm_source=chatgpt.com)
24. OECD-FAO Agricultural Outlook — прогнози зростання світового споживання харчових товарів - [https://www.oecd.org/en/publications/2023/07/oecd-fao-agricultural-outlook-2023-2032\\_859ba0c2.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.oecd.org/en/publications/2023/07/oecd-fao-agricultural-outlook-2023-2032_859ba0c2.html?utm_source=chatgpt.com)
25. Our World in Data — зміни у глобальному виробництві аграрної продукції - [https://ourworldindata.org/agricultural-production?utm\\_source=chatgpt.com](https://ourworldindata.org/agricultural-production?utm_source=chatgpt.com)
26. FAO (2024). World Food and Agriculture Statistical Yearbook 2024. <https://www.fao.org/statistics/en>
27. OECD–FAO (2023). Agricultural Outlook 2023–2032. [https://www.oecd.org/en/publications/oecd-fao-agricultural-outlook-2023-2032\\_08801ab7-en](https://www.oecd.org/en/publications/oecd-fao-agricultural-outlook-2023-2032_08801ab7-en)
28. Our World in Data (2023). Environmental impacts of food production. <https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food>
29. FAO. *World Food and Agriculture Statistical Yearbook 2024*. – Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2024. – <https://www.fao.org/statistics/en>
30. OECD–FAO. *Agricultural Outlook 2023–2032*. – Paris: OECD Publishing, 2023. – [https://www.oecd.org/en/publications/oecd-fao-agricultural-outlook-2023-2032\\_08801ab7-en](https://www.oecd.org/en/publications/oecd-fao-agricultural-outlook-2023-2032_08801ab7-en)
31. Our World in Data. *Environmental impacts of food production*. – Oxford: Global Change Data Lab, 2023. – <https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food>
32. Державна служба статистики України. *Промислове виробництво за видами економічної діяльності*. – Київ, 2024. – <https://ukrstat.gov.ua>
33. FoodTech Connect. *Global FoodTech Investment Report 2024*. – New York, 2024. – <https://foodtechconnect.com>
34. Nestlé Annual Report 2024. *Creating Shared Value and Sustainability*. – Vevey: Nestlé S.A., 2024. – <https://www.nestle.com/investors/annual-report>

- 35.KPMG. Global Food and Beverage Industry Outlook 2024. – London: KPMG International, 2024. – <https://kpmg.com>
- 36.Euromonitor International. Top 10 Global Consumer Trends 2024. – London, 2024. – <https://www.euromonitor.com>
37. «Ukrainian Sectoral Analysis: Food industry» / Institute for Economic Research and Policy Consulting (IER) – 21 жовтня 2024. – <https://www.agroberichtenbuitenland.nl/documenten/publicaties/2024/10/21/ukrainia-n-sectoral-analysis-food-industry>
- 38.«Food industry of Ukraine – action plans and Roadmap for the green recovery and transformation of the Ukrainian food industries» – 24 січня 2025. – <https://www.agroberichtenbuitenland.nl/actueel/nieuws/2025/01/24/ukrainian-food-industry>
- 39.«Food and Beverages» / Diia Business (експортний портал України) – перелік секторів харчової та напоївної промисловості України. – <https://export.gov.ua/directory/industry/food-products>
- 40.«Transformation of the Ukrainian Agri-Food Industry in the Context of Global Digitalization» / MDPI – дослідження про цифрову трансформацію агропродовольчого сектору України. – <https://www.mdpi.com/2673-4591/40/1/26>
- 41.«Beef market in Ukraine: production and consumption trends» / BDO – аналітика сегмента м'ясної промисловості України. – <https://www.bdo.ua/en-gb/insights-1/information-materials/2025/beef-market-in-ukraine-trends-in-production-and-consumption>
- 42.«Food – Ukraine | Statista Market Forecast» / Statista – прогнози зростання українського ринку продуктів харчування. – <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/ukraine>
- 43.Kernel Holding S.A. *Annual Report 2024*. – Luxembourg, 2024. – Офіційний фінансовий звіт компанії. – Режим доступу: <https://www.kernel.ua/investor-relations/annual-reports/>

44. Kernel Holding S.A. *Sustainability Report 2024: Building the Future of Agribusiness*. – Luxembourg, 2024. – Режим доступу: <https://www.kernel.ua/sustainability/>
45. Forbes Ukraine. *Як «Kernel» утримує позиції під час війни: аграрний бізнес в умовах невизначеності*. – 2024. – Режим доступу: <https://forbes.ua/company/yak-kernel-utrimue-pozitsii-pid-chas-viyni-2024>
46. Latifundist Media. *Kernel у 2024 році: фінансові результати, обсяги експорту та стратегічні інвестиції*. – 2024. – Режим доступу: <https://latifundist.com/kompanii/kernel>
47. AgroPortal.ua. *«Kernel»: Цифровізація та біоенергетика як стратегічні напрями розвитку агробізнесу*. – 2023. – Режим доступу: <https://agroportal.ua/ua/publishing/novosti/kernel-cifrovizaciya-ta-bioenergetika>
48. Interfax-Ukraine. *Kernel increases revenue in FY2024 by 12% amid logistics challenges*. – 2024. – Режим доступу: <https://en.interfax.com.ua/news/economic/>
49. European Business Association (EBA). *Ukrainian Agrifood Sector: Performance and Export Trends 2024*. – Київ, 2024. – Режим доступу: <https://eba.com.ua/>
50. Forbes Ukraine. *ТОП-25 агрокомпаній України 2024: фінансові результати та ринкові позиції*. – Київ, 2024. – Режим доступу: <https://forbes.ua/company/top-25-agro-ukraine-2024>
51. Latifundist Media. *Рейтинг найбільших агрохолдингів України: Kernel, МХП, Астарта, НІБУЛОН*. – 2024. – Режим доступу: <https://latifundist.com/rating>
52. European Business Association (EBA). *Agricultural and Food Industry Performance Report 2024*. – Київ, 2024. – Режим доступу: <https://eba.com.ua/>
53. Unilever PLC. *Annual Report and Accounts 2024*. – London, 2024. – <https://www.unilever.com/investors/annual-report-and-accounts/>
54. PepsiCo Inc. *2024 Annual Report*. – New York, 2024. – <https://investors.pepsico.com/financial-information/annual-reports>
55. Danone S.A. *Integrated Annual Report 2024*. – Paris, 2024. – <https://www.danone.com/investor-relations/publications.html>

56. Mondelez International. *Annual Report 2024*. – Chicago, 2024. – <https://www.mondelezinternational.com/investor>
57. Statista Research Department. *Global Food Industry – Market Size, Growth and Trends (2020–2024)*. – Statista, 2024. – Режим доступу: <https://www.statista.com/topics/974/food-market/>
58. World Bank. *World Development Indicators: Agriculture and Food Sector Data*. – Washington, D.C., 2024. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/>
59. FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). *The State of Food and Agriculture 2024: Innovation and Sustainability in Global Food Systems*. – Rome: FAO, 2024. – Режим доступу: <https://www.fao.org/publications/sofa/en/>
60. OECD-FAO. *Agricultural Outlook 2023–2032*. – Paris: OECD Publishing, 2023. – Режим доступу: [https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/oecd-fao-agricultural-outlook-2023-2032\\_3f3d0b45-en](https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/oecd-fao-agricultural-outlook-2023-2032_3f3d0b45-en)
61. McKinsey & Company. *The Future of Food: Global Food System Transformation and Emerging Trends*. – McKinsey Global Institute, 2024. – Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/industries/agriculture/our-insights>
62. Smart Consumption Market Study 2020 Report. – *SmartUp Accelerator, 2020*. Режим доступу: <https://www.smartupaccelerator.eu/wp-content/uploads/2021/04/smart-consumption-market-study-2020-210407.pdf>
63. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Стратегія розвитку харчової промисловості України до 2030 року. — Київ, 2023.
64. OECD (2024). *Agri-food Outlook: Global Trends and Innovation Drivers in Food Industry*. Paris: OECD Publishing.
65. EU4Business (2024). *Supporting SME Growth in Ukraine's Agri-Food Sector*. <https://eu4business.org.ua>
66. FAO (2023). *Sustainable Food Systems Programme and Policy Support in Eastern Europe*. <https://www.fao.org>
67. European Commission (2023). *EU-Ukraine Trade Report: Food Sector Integration and Dynamics*. Brussels: EC Directorate-General for Trade.

68. Market Growth Reports. *Food Automation Market Size, Share and Trends Analysis Report, 2024–2030*. – <https://www.marketgrowthreports.com>
69. ZipDo. *AI in Food Industry Statistics 2024*. – <https://zipdo.co/statistics/ai-in-food-industry>
70. Ministry of Industry and Information Technology of China. *Smart Food Manufacturing Initiative Report 2024*. – <https://www.miit.gov.cn>
71. Green Food Transformation Fund. *Annual Report on Sustainable Food Technologies, 2024*. – <https://www.greenfoodfund.eu>
72. World Economic Forum (WEF). (2024). *The Future of Food Manufacturing: Technology, Efficiency and Sustainability*. Geneva: WEF. Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-food-manufacturing-2024>
73. International Food Policy Research Institute (IFPRI). (2024). *Global Food Policy Report 2024: Climate Change and Food System Resilience*. Washington, D.C.: IFPRI. Режим доступа: <https://www.ifpri.org/publication/global-food-policy-report-2024>
74. PwC. (2024). *Global Agribusiness Outlook 2024: Driving Growth through Digital Transformation*. London: PricewaterhouseCoopers. Режим доступа: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/agriculture/agri-business-outlook-2024.html>
75. KPMG. (2024). *Food Industry Performance and Innovation Index 2024*. Amsterdam: KPMG Global. Режим доступа: <https://kpmg.com/xx/en/home/insights/2024/food-industry-innovation-index.html>
76. Deloitte. (2025). *Global Food and Beverage Industry Outlook 2025: Adapting to Smart and Circular Economies*. London: Deloitte Insights. Режим доступа: <https://www.deloitte.com/global/en/insights/industry/food-beverage.html>
77. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO). (2024). *Industrial Innovation and Efficiency in Global Food Processing*. Vienna: UNIDO. Режим доступа: <https://www.unido.org/resources/publications/food-industry-innovation-2024>
78. Nestlé Global. *Creating Shared Value and Sustainability Report 2024*. Режим доступа: <https://www.nestle.com/csv/impact>

- 79.Stora Enso. Innovative packaging design for Roshen’s holiday campaign. 20 December 2024. Режим доступу: <https://www.storaenso.com/en/newsroom/news/2024/12/innovative-packaging-design-for-roshens-holiday-campaign>
- 80.IT Ukraine Association. IT Ukraine Association becomes WINWIN’s strategic partner in AgroTech development. 04 August 2025. Режим доступу: <https://itukraine.org.ua/en/it-ukraine-association-becomes-winwin-s-strategic-partner-in-agrotech-development/>
- 81.NewFood.ua. Інноваційний український foodtech зародиться із кластерів із потужними R&D центрами — Борис Шестопапов. 07 листопада 2023. Режим доступу: <https://newfood.ua/2023/11/07/innovatsiynyy-ukrainskyy-foodtech-zarodytsia-iz-klasteriv-iz-potuzhnyimi-r-d-tsentramy-borys-shestopalov-hd-group/>
- 82.Volia Agri-Food Park. Innovations and International Alliances to Support Ukraine’s Agri-food Sector. 18 June 2024. Режим доступу: <https://www.volia-agrifood.com/en/news/article/volia-agri-food-park-vinnytsia-na-kursi-zmin-innovaciyi-ta-mizhnarodni-alyansi-dlya-pidtrimki-agroprodovolchogo-sektoru-ukrayini>
- 83.Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). *The State of Food and Agriculture 2023: Innovation in Food Systems for Sustainable Development*. Rome: FAO, 2023. Режим доступу: <https://www.fao.org/documents>
- 84.Deloitte. *Global Food and Beverage Industry Outlook 2024: Driving Growth through Innovation and Sustainability*. Deloitte Insights, 2024. Режим доступу: <https://www.deloitte.com/insights>
- 85.European Commission. *EU Agri-Food Data Portal: Sustainable and Innovative Food Systems in Europe*. Brussels, 2024. Режим доступу: <https://agridata.ec.europa.eu>
- 86.McKinsey & Company. *Innovation and Efficiency in the Global Food Industry: 2025 Report*. McKinsey Global Institute, 2025. Режим доступу: <https://www.mckinsey.com>

87. Державна служба статистики України. «Промисловість». Режим доступу: <https://stat.gov.ua/uk/topics/promyslovist> stat.gov.ua
88. Олексій Шешлюк. «Аналіз стану трудових ресурсів в харчовій промисловості України». *Економіка та суспільство*, 2024. Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4947>
89. Державна служба статистики України. «Статистика сільського господарства: виробництво харчових продуктів, напоїв» (дані індексів). Режим доступу: [https://www.ifstat.gov.ua/EX\\_IN/2021/12/P9.HTM](https://www.ifstat.gov.ua/EX_IN/2021/12/P9.HTM)
90. ДП «Держзовнішінформ». «Харчова промисловість становить майже 20% усього виробництва України». Режим доступу: <https://dzi.gov.ua/en/press-centre/news/harchova-promyslovist-stanovyt-majzhe-20-usogo-vyrobnytstva-ukrayiny/>
91. Івченко, В., Зірнзак, О., Солошонок, А., Полонська, О. «Харчова промисловість України у сучасних умовах: ключові аспекти». Режим доступу: <https://journals.ontu.edu.ua/index.php/fie/article/view/3098>
92. Укрінформ. «Харчова промисловість становить майже 20% усього виробництва України». Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3119366-harcova-promislovist-stanovit-majze-20-usogo-virobniictva-ukraini.html>
93. Міністерство економіки України. «Секторна експортна стратегія 2019–2023. Харчова і переробна промисловість України». Режим доступу: <https://me.gov.ua/download/40a91455-ab2b-479d-b52d-11ba5fef6784/file.pdf>
94. Pro-Consulting. «Харчова промисловість: дослідження галузевих та промислових ринків». Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/pischevaya-promishlennost>
95. Gazeta1. «Харчова промисловість: виклики та перспективи». Режим доступу: <https://www.gazeta1.com/statti/kharchova-promislovist-vikliki-ta-perspektivi/>
96. Державна служба статистики України. «Ukraine in Figures». Режим доступу: [https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2023/zb/08/zb\\_Ukraine\\_in\\_figures\\_2\\_2.pdf](https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2023/zb/08/zb_Ukraine_in_figures_2_2.pdf)

97.24tv.ua. «Про сільське господарство і харчову промисловість України». Режим доступу:

[https://24tv.ua/economy/ukrayinska\\_ekonomika\\_2019\\_harchova\\_promislovist\\_v\\_ekonomitsi\\_ukrayini\\_n1217439](https://24tv.ua/economy/ukrayinska_ekonomika_2019_harchova_promislovist_v_ekonomitsi_ukrayini_n1217439)

98.Трофимішин, О.Д., Тішечкіна, К.В. «Напрями розвитку та поточні проблеми харчової промисловості України». *Міжнародні економічні студії*, 2024. Режим доступу:

<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/17777/1/zb-mizhnar-2024-75-76.pdf>

99. Журналістська стаття: «Харчова промисловість: виклики та перспективи». *Gazeta1*, 27 березня 2024. Режим доступу:

<https://www.gazeta1.com/statti/kharchova-promislovist-vikliki-ta-perspektivi/>

100. Майже 90% українців — інформаційний матеріал про внутрішнє забезпечення продуктовим сектором: *milku.info*. Режим доступу:

<https://milku.info/uk/post/harcova-promislovist-ukraini-zabezpecue-vnutrisnij-rinok-na-90>

101. Xiangping Jia. *Agro-Food Innovation and Sustainability Transition: A Conceptual Synthesis*. *Sustainability*, 2021. Режим доступу:

<https://doi.org/10.3390/su13126897>

102. “Artificial Intelligence and the food sector: a golden opportunity for growth.” *Food Science & Technology*, 2024. Режим доступу:

[https://doi.org/10.1002/fsat.3804\\_8.x](https://doi.org/10.1002/fsat.3804_8.x)