

## Вплив вибору каналу розподілу на загальну прибутковість компанії

*Даниїл Поворозник*

*здобувач IV курсу, гр. МА-22,*

*кафедри маркетингу та поведінкової економіки,*

*ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,*

*e-mail: Povoroznykds@krok.edu.ua*

*Науковий керівник:*

*Ірина Дьячук*

*завідувач кафедри маркетингу та поведінкової економіки,*

*ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,*

*e-mail: Diachuk@krok.edu.ua,*

*ORCID: 0000-0001-7032-9379*

Актуальність теми визначається тим, що вибір каналу розподілу є важливою складовою створення прибутку компанії та подальшого просування продукції на оборотному ринку. Враховуючи те, що канали розподілу безпосередньо впливають грошовий потік підприємства, постає потреба у формуванні ефективних логістичних ланцюгів розподілу між виробником та кінцевим отримувачем. В свою чергу - це утворює тісний взаємозв'язок між учасниками логістичних операцій, які приймають участь у побудові комунікації між виробником та кінцевим споживачем.

Метою дослідження є аналіз впливу вибору каналу розподілу на прибутковість компанії та ефективність їх використання.

ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (ТМ «Молокія») є одним з провідних виробників молочної продукції в Тернопільській області, що випускає широкий асортимент молока, йогуртів, кефіру та інших молочних продуктів [1]. Для підприємства критично важливим є ефективний вибір каналів розподілу продуктів, адже від цього залежить обсяг реалізації, стабільність грошових потоків та загальна прибутковість [2]. У цьому дослідженні аналізується саме особливості каналів розподілу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та їх вплив на фінансовий результат підприємства.

Основна структура розподілу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (ТМ «Молокія») включає реалізацію через національні та регіональні торговельні мережі, супермаркети, локальні роздрібні точки, оптових дистриб'юторів, а також часткове використання власної дистрибуції для забезпечення постачань у межах Тернопільської області та суміжних регіонів [6]. Також підприємство підтримує співпрацю з оптовими компаніями та великими ритейлерами, що дозволяє ефективно масштабувати продажі та зменшувати логістичні витрати [4]. Враховуючи специфіку молочного ринку України – сезонність попиту, вимоги до холодового ланцюга та високі стандарти якості – багатоканальна стратегія розподілу відповідає типовій практиці галузі, проте породжує виклики щодо контролю за якістю продукції та управління прибутковістю [5].

Одним із важливих елементів функціонування каналів розподілу є витрати на посередників та логістичні операції. У фінансовій звітності ПрАТ «Терно-

пільський молокозавод» ці витрати відображаються у складі статей, пов'язаних із витратами на збут, транспортування та супутні операційні послуги. Конкретний розмір виплат окремим посередникам у відкритих джерелах не деталізується, проте їх наявність безпосередньо впливає на кінцеву прибутковість продукції. Саме тому оцінка ефективності каналів розподілу проводиться на основі загальних фінансових показників підприємства, що дозволяє визначити вплив витратної частини логістичних процесів на загальну маржинальність діяльності.

Фінансові показники підприємства свідчать про те, що система збуту має значний вплив на загальну економічну результативність діяльності. Чистий дохід від реалізації продукції у звітному періоді становив 4 849 354 тис. грн, тоді як собівартість реалізованої продукції – 4 383 091 тис. грн, що забезпечило отримання валового прибутку у розмірі 466 263 тис. грн (маржа близько 9,6%) [3]. Витрати на збут склали 289 014 тис. грн, тобто приблизно 6 % від чистого доходу [3]. Для підприємств молочної галузі це значення є відносно високим, що пояснюється значним географічним охопленням, потребою в охолоджуваному транспорті та необхідністю підтримувати регулярні поставки у віддалені регіони. Поєднання цих факторів підтверджує, що багатоканальна система розподілу формує суттєве навантаження на витратну частину.

Незважаючи на значний валовий прибуток, чистий фінансовий результат за період є збитковим (-61 991 тис. грн) [3]. Це свідчить про те, що ефективність каналів збуту поки не дозволяє компенсувати витрати підприємства в повному обсязі, а збутова стратегія потребує оптимізації. Частка витрат на збут у структурі загальних витрат підприємства є помітною, і її рівень безпосередньо впливає на кінцевий результат діяльності [3]. Окрім того, на показники може впливати і структура запасів, оскільки підприємство утримує 196 821 тис. грн у формі запасів, з яких майже половина – готова продукція (97 987 тис. грн) [3]. Це може свідчити про необхідність прискорення оборотності продукції та покращення логістичного планування, особливо враховуючи добовий обсяг виготовлення на рівні 250 тонн, що потребує швидкого розподілу [6].

На нашу думку, головною перевагою багатоканальної стратегії розподілу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» ТМ «Молокія» є можливість охопити максимальну кількість регіонів України та підтримувати стабільність поставок у разі локальних перебоїв у логістиці. Різні канали збуту дозволяють оптимізувати транспортні витрати, ефективніше використовувати виробничі потужності та забезпечувати безперервну діяльність підприємства, що підвищує його конкурентоспроможність.

Разом із тим, багатоканальна система створює певні ризики, пов'язані з логістикою. Основні проблеми – скорочений термін придатності молочної продукції, необхідність підтримки належного охолодження під час перевезень, а також віддаленість деяких регіонів від виробництва. Значне навантаження на канали збуту може призводити до накопичення запасів і підвищення витрат на їх зберігання, що вимагає ретельного планування та контролю оборотності продукції.

Аналіз фінансових показників дозволяє припустити, що збитковість підприємства зумовлена не лише виробничими витратами, а й високими витратами на логістику. Навіть невелике зменшення частки витрат на збут (1– 1,5 % від чистого доходу) може суттєво покращити рентабельність. Ефективне управління каналами розподілу та оптимізація логістики дозволить підвищити прибутковість підприємства та скоротити витрати на транспортування і зберігання продукції.

Пропозиції щодо покращення включають закріплення мобільності у стратегії багатоканального розподілу, розробку альтернативних маршрутів доставки та створення проміжних складів для тимчасового зберігання продукції у разі непередбачуваних обставин. Такий підхід дозволить зробити систему більш гнучкою і стійкою до ринкових та виробничих ризиків, забезпечуючи при цьому оптимальний баланс між охопленням ринку та економічною ефективністю.

Дослідження підтвердило, що багатоканальна стратегія розподілу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (ТМ «Молокія») прямо впливає на фінансові показники та прибутковість підприємства. Використання мультиканальної дистрибуції забезпечує оптимізацію товарообігу та охоплення ринку, проте спричиняє значні логістичні витрати та складські ризики. Для підвищення рентабельності рекомендовано: впровадження альтернативних логістичних маршрутів, створення проміжних складів для управління оборотністю готової продукції та оптимізація витрат на збут. Застосування цих заходів дозволить ефективно балансувати між ринковим охопленням, маржинальністю та контролем операційних витрат, що забезпечує стратегічну стійкість підприємства в умовах мінливої кон'юнктури молочного ринку.

**Ключові слова:** канали розподілу, прибутковість, логістичні ланцюги.

### Список використаних джерел

1. Офіційний сайт ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (ТМ «Молокія»). URL: [https://pjsc.molokija.com/ua/?utm\\_source=chatgpt.com](https://pjsc.molokija.com/ua/?utm_source=chatgpt.com) (дата звернення 26.11.2025).
2. Open for business. Бізнес-новини з України. URL: [https://open4business.com.ua/en/milk-production-in-ukraine-increased-in-march-but-remains-below-last-years-figures/?utm\\_source=chatgpt.com](https://open4business.com.ua/en/milk-production-in-ukraine-increased-in-march-but-remains-below-last-years-figures/?utm_source=chatgpt.com) (дата звернення 26.11.2025).
3. ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (ТМ «Молокія»). Фінансовий звіт за 2024р. URL: [https://pjsc.molokija.com/uploads/file\\_uploads/FS\\_Molokia2024\\_signed\\_1.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://pjsc.molokija.com/uploads/file_uploads/FS_Molokia2024_signed_1.pdf?utm_source=chatgpt.com) (дата звернення 27.11.2025).
4. Михайлюк К.Р. Системи каналів розподілу продукції рослинництва та чинники, визначають її профіль. Електронний ресурс. URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/43217/1/%d0%9a%d0%a0%d0%9c\\_%d0%9c%d0%b8%d1%85%d0%b0%d0%b9%d0%bb%d1%8e%d0%ba.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/43217/1/%d0%9a%d0%a0%d0%9c_%d0%9c%d0%b8%d1%85%d0%b0%d0%b9%d0%bb%d1%8e%d0%ba.pdf) (дата звернення 27.11.2025).
5. Ukraine Dairy Production Inches Down in 2024. Dairy Global. URL: [https://www.dairyglobal.net/industry-and-markets/market-trends/ukraine-dairy-production-inches-down-in-2024/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.dairyglobal.net/industry-and-markets/market-trends/ukraine-dairy-production-inches-down-in-2024/?utm_source=chatgpt.com) (дата звернення 27.11.2025).
6. Реєстраційні дані ПрАТ «Тернопільський молокозавод» URL: <https://opendatobot.ua/c/30356917> (дата звернення 27.11.2025).