

**ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ,
ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ
ВІДНОСИН**

Освітньо-професійна програма Економіка підприємства
Спеціальність 051 ЕКОНОМІКА
Ступінь вищої освіти Магістр

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Петро МАКАРЕНКО

05 грудня 2023 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

На тему: «Напрями підвищення прибутковості діяльності підприємства»

виконав здобувач вищої освіти заочної форми навчання

Колесник Віталій Іванович

Керівник кваліфікаційної роботи

Петро МАКАРЕНКО

Полтава – 2023 року

ВСТУП

Актуальність теми. Перманентність зовнішнього середовища вимагає від підприємств постійної уваги до питань підвищення прибутковості для забезпечення стійкого розвитку. Для досягнення цієї мети підприємства використовують різноманітні стратегії, спрямовані на оптимізацію фінансових показників та розширення ринкових можливостей. Однією з ключових стратегій є ефективне управління витратами. Підприємства розглядають можливості вдосконалення виробничих процесів, оптимізації ланцюга постачання та ефективного використання ресурсів для зниження загальних витрат.

Активна участь у процесах інновацій та дослідження та розробки може створити унікальні продукти чи послуги, забезпечуючи конкурентні переваги. Ефективне маркетингове управління визначається спрямованими та креативними стратегіями, які збільшують визнання бренду, розширюють клієнтську базу та стимулюють попит на продукцію чи послуги. Також, оптимізація фінансового управління, включаючи структуру капіталу та оптимальне фінансове планування, може знизити податкові обов'язки та забезпечити стійкий фінансовий розвиток. Залучення та утримання постійних клієнтів через програми лояльності також може сприяти постійному потоку прибутку та стабільності в умовах перманентного ринкового середовища. Хоча ці стратегії є важливими для підвищення прибутковості, важливо розуміти, що їхній успіх залежить від врахування конкретних умов та особливостей підприємства.

Підвищення прибутковості діяльності підприємства вимагає комплексного підходу та глибокого розуміння внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища. Тільки в узгодженому використанні цілих комплексів стратегій підприємство може досягти сталого підвищення своєї прибутковості та забезпечити стійкий успіх в довгостроковій перспективі.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційна робота виконана відповідно до планів науково-дослідних

робіт кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Полтавського державного аграрного університету з тем «Розробити наукові напрямки організаційного, економічного, фінансового і соціального розвитку, управління та регулювання в агропромисловому комплексі, на галузевому рівні та в організаційно-правових формах ринкового господарювання» (0111U002780) та «Розробити напрямки розвитку і підвищення економічної ефективності малих форм аграрного господарювання, матеріально-технічного, фінансового та інформаційно-консультаційного забезпечення» (0111U002781).

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування стратегічних заходів щодо підвищення прибутковості діяльності підприємства.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані такі **завдання**:

- виявити сутність економічного змісту понять «прибуток» та «прибутковість», «ефективність», «результативність»;
- охарактеризувати чинники, що характеризують рівень прибутковості підприємства;
- обґрунтувати методичні підходи до оцінювання рівня прибутковості та рентабельності підприємства;
- здійснити діагностику досягнутого рівня прибутковості діяльності підприємства;
- виявити причинно-наслідкові зв'язки, що виникають у процесі здійснення господарської діяльності підприємства;
- розробити заходи щодо підвищення прибутковості діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні практичні аспекти формування прибутку підприємства.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що в ній набули подальшого розвитку підходи щодо стратегічного управління прибутком на основі інтеграції функцій виробництва та маркетингу, що сприяє синергічному ефекту.

Теоретичною і методологічною основою досліджень стали основні положення економічної теорії. У процесі дослідження використані такі **методи** економічних досліджень: монографічний, аналізу і синтезу, розрахунково-конструктивний, абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формування висновків), статистико-економічний (аналіз господарської діяльності підприємства) та експериментальний (розробка системи заходів щодо підвищення прибутковості діяльності підприємства).

Джерела інформації наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем теорії і практики здійснення господарської діяльності сільськогосподарського підприємства, законодавчі та нормативні акти, аналітичні і статистичні матеріали сільськогосподарських підприємств.

Практична цінність одержаних результатів. Результати дослідження характеризуються достатнім ступенем готовності щодо використання в практичній діяльності сільськогосподарських підприємств. Застосування результатів дослідження дозволяє підвищити рівень прибутковості діяльності сільськогосподарських підприємств.

Публікації. Результати кваліфікаційної роботи опубліковані у фаховому виданні: Самойлик Ю. В., Миколенко І. Г., Зима В. А., Колесник В. І. Потенціал виробництва пивоварного ячменю: трансформаційні тенденції, чинники, ефективність. Агросвіт. 2023. № 20. С. 51-58. А також у збірниках тез наукових конференцій:

Зима В.А., Колесник В.І. Глобальна продовольча інфляція: фактори та тенденції. Наукове забезпечення міжнародних економічних відносин та соціально-економічного розвитку в аграрній і суміжних сферах в умовах глобалізації та військового стану в Україні. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (30 листопада 2022, м. Полтава). Полтава. 2022. 193 с. С. 11-14.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи – 73 сторінок, робота містить 5 рисунків, 13 таблиць, список використаних джерел (70 найменувань), 17 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність прибутковості діяльності підприємства

Прибутковість діяльності підприємства є невід'ємною частиною його фінансової стратегії та є важливим показником його ефективності. Прибутковість визначається як рівень фінансових вигод, які підприємство отримує в результаті його операційної діяльності. Прибутковість діяльності визначається різними показниками, такими як чистий прибуток, рентабельність активів, рентабельність продажів та інші. Ці показники вказують на те, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси для генерації прибутку.

Однією з ключових складових прибутковості є управління витратами. Ефективне контролювання витрат дозволяє підприємству максимізувати свій прибуток, оптимізуючи виробничі процеси, управляючи запасами та зменшуючи загальні витрати. Підвищення обсягів продажів та збільшення ринкової долі також є важливими факторами прибутковості. Розширення ринків, введення нових продуктів чи послуг, а також залучення нових клієнтів створюють можливості для збільшення прибутковості.

Інновації та технологічний прогрес грають ключову роль у сучасному підприємстві. Підприємства, які впроваджують нові технології та створюють інноваційні продукти, мають можливість не лише витіснити конкурентів, але й отримати конкурентні переваги та збільшити свою прибутковість. Важливо також враховувати фактори ризику при розгляді прибутковості. Економічні коливання, зміни в законодавстві, конкуренція на ринку та інші ризики можуть вплинути на фінансові результати підприємства. Управління ризиками стає важливим аспектом стратегії прибутковості.

Прибутковість є не тільки важливим економічним показником, але і сигналом ефективності управління. Вона відображає спроможність підприємства досягати своїх цілей, забезпечуючи сталість та стійкість в умовах змінного бізнес-середовища. Прибутковість діяльності підприємства визначає його фінансовий успіх та стійкість. Забезпечення ефективного управління витратами, розширення ринків, інновації та управління ризиками є важливими стратегіями для досягнення високого рівня прибутковості. Прибутковість визначає не лише фінансовий стан підприємства, але і його конкурентоспроможність та здатність до сталого розвитку в умовах сучасного бізнес-середовища.

У ринковій економіці прибуток є основною категорією економіки та суміжних галузей знань. Формування та збільшення прибутку є головною стратегічною метою підприємницької діяльності, основним стимулом для будь-якого виду бізнесу. Прибуток підприємства нерозривно пов'язаний із формуванням доходів підприємства. Продукція підприємства, що одержана в процесі виробництва, є валовою продукцією, її вартість визначається суспільно необхідними витратами живої і уречевленої праці та складається з вартості витрачених засобів виробництва (перенесеної вартості), і вартості, створеної живою працею. Перша частина постійно відтворюється у натурально-речовій і вартісній формах, а тому вона не є доходом. Друга частина складається з вартості, знову створеної у процесі функціонування живої праці, і утворює валовий дохід. Таким чином, валовий дохід відображає знову створену у процесі виробництва вартість або вартість валової продукції без уречевленої праці [21, с. 18]. Згідно позиції економічної теорії доходи від реалізації продукції є відокремленою частиною внутрішнього валового продукту, вираженою у грошовій формі, створеного у різних галузях національної економіки. Їх величина, обсяг і можливість відшкодовувати підприємствам витрати, що пов'язані з доставленням товару до споживача, та можливістю забезпечувати прибуток, сприяти процесу

відтворення, здійснювати сплату податків насамперед залежить від конкурентоздатності продукції і кінцевої ціни виробника (рис. 1.1).

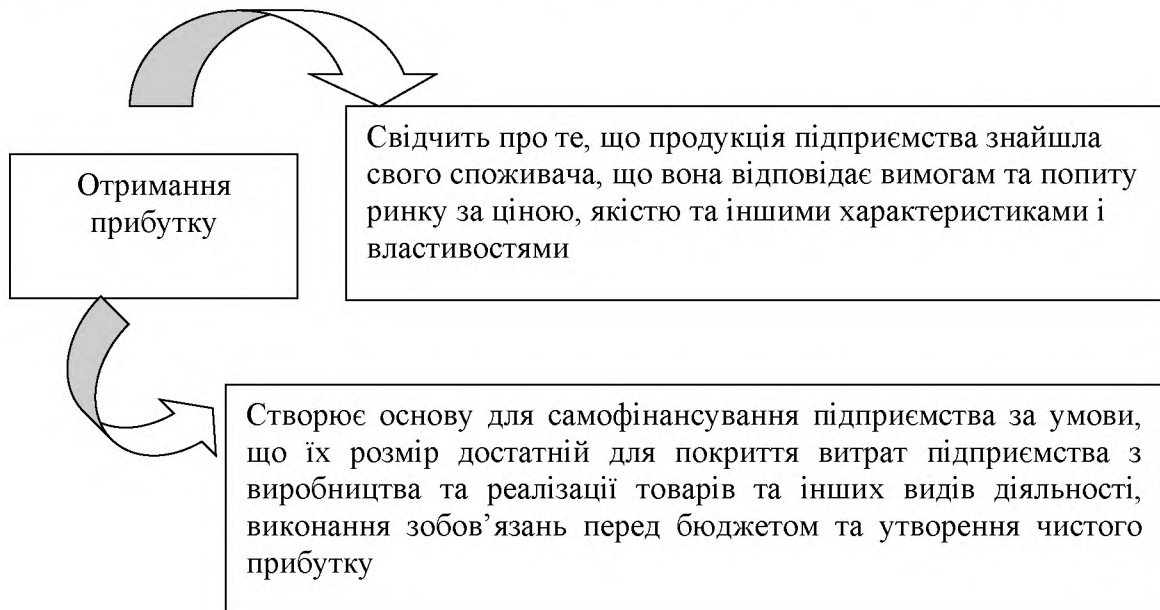


Рис. 1.1. Роль прибутку у діяльності підприємства

Джерело: узагальнено автором за [58, с. 156]

Виходячи з даних рис. 1.1, можна зазначити, що продукція високої якості, оптимальні відпускні ціни виробника і роздрібні ціни при мінімальних витратах дають можливість отримати необхідний дохід для самофінансування виробничо-комерційної діяльності без залучення кредитних коштів із зовнішніх джерел та забезпечують стабільність надходжень до бюджету.

У залежності від виду діяльності розрізняють доходи від: звичайної діяльності; надзвичайної діяльності [21, с. 19]. Склад доходів, що відносяться до відповідної групи встановлено Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати» (додаток А). Як свідчать дані додатку А, у залежності від місця виникнення доходу розрізняють доходи центрів інвестицій, центрів доходів, центрів прибутку та загальний дохід підприємства. Дохід визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що

оцінка доходу може бути достовірно визначена. У бухгалтерському обліку дохід відображається у сумі справедливої вартості отриманих активів або тих, що підлягають одержанню (рис. 1.2).

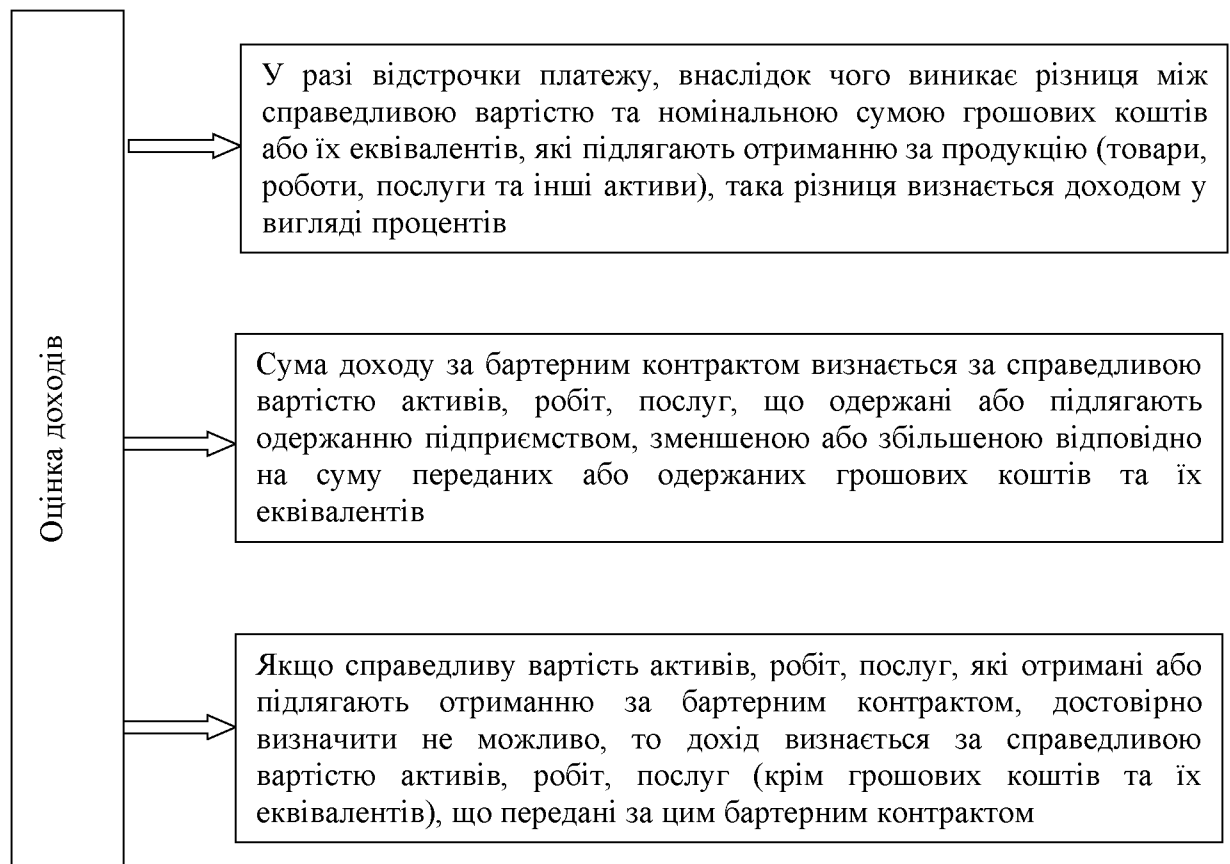


Рис. 1.2. Критерії оцінки доходу

Джерело: узагальнено автором за [11, с.28]

За даними рис. 1.2 можна зробити висновок, що сума доходу, яка виникає у результаті господарської операції, як правило, визначається шляхом домовленості між підприємством і покупцем або користувачем активу. Разом з тим, деякі види доходу мають певні особливості визначення. Різні види доходу від звичайної діяльності мають різні критерії визнання. Особливості визнання різних видів доходу від реалізації продукції (товарів, робіт та послуг) незалежно від форм власності (крім бюджетних та банківських установ) визначаються у бухгалтерському обліку і фінансовій звітності на підставі П(С)БО 15 «Дохід». Формування доходів та прибутку є базовим, ключовим питанням, але не менш важливим є питання їх

ефективного використання та розподілу. В умовах ринкової економіки проблема нестабільності прибутковості діяльності сільськогосподарських підприємств пояснюється дією низки чинників: зміною обсягів виробництва, цінами на сільськогосподарську продукцію та фактори виробництва, рівнем інфляції, зміною ставки банківського відсотку і валютного курсу, рівнем оподаткування, зміною умов зовнішньої торгівлі та державної політики [57, с.9]. Ми вважаємо, що найбільш суттєвий вплив на формування прибутків сільськогосподарських підприємств в умовах ринкової економіки чинять зміни у обсягах виробництва та рівні цін.

Прибуток є основним мотивом і джерелом коштів для діяльності підприємства. Підприємство використовує усі виробничі фактори (капітал, працю, природні ресурси) з метою створення продукції, її продажу та ту, його наступної реалізації та формування доходу. Прибуток є першочерговим джерелом покриття підприємством витрат і формування прибутку, одним з базових показників, що характеризують фінансовий стан підприємства.

Виручка від реалізації продукції, робіт і послуг є основним джерелом відшкодування коштів на виробництво і реалізацію продукції, утворення доходів і формування фінансових ресурсів. За ринкової економіки обсягу продажу і виручці приділяється особлива увага. Від величини виручки залежить не тільки внутрішньовиробниче відшкодування витрат і формування прибутку, а й своєчасність і повнота податкових платежів, погашення банківських кредитів, які впливають на рівень виплачених відсотків, що в кінцевому рахунку позначається на фінансовому результаті діяльності підприємства. Розмір виручки від реалізації продукції, за інших однакових умов, залежить від: кількості, асортименту та якості продукції, що підлягає реалізації. На розмір виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) впливають такі фактори (рис. 1.3). Збільшення реалізованої продукції прямо впливає на розмір виручки, а сама кількість реалізованої продукції залежить від обсягу виробництва товарної продукції і зміни розміру перехідних залишків нереалізованої продукції на початок і кінець року.

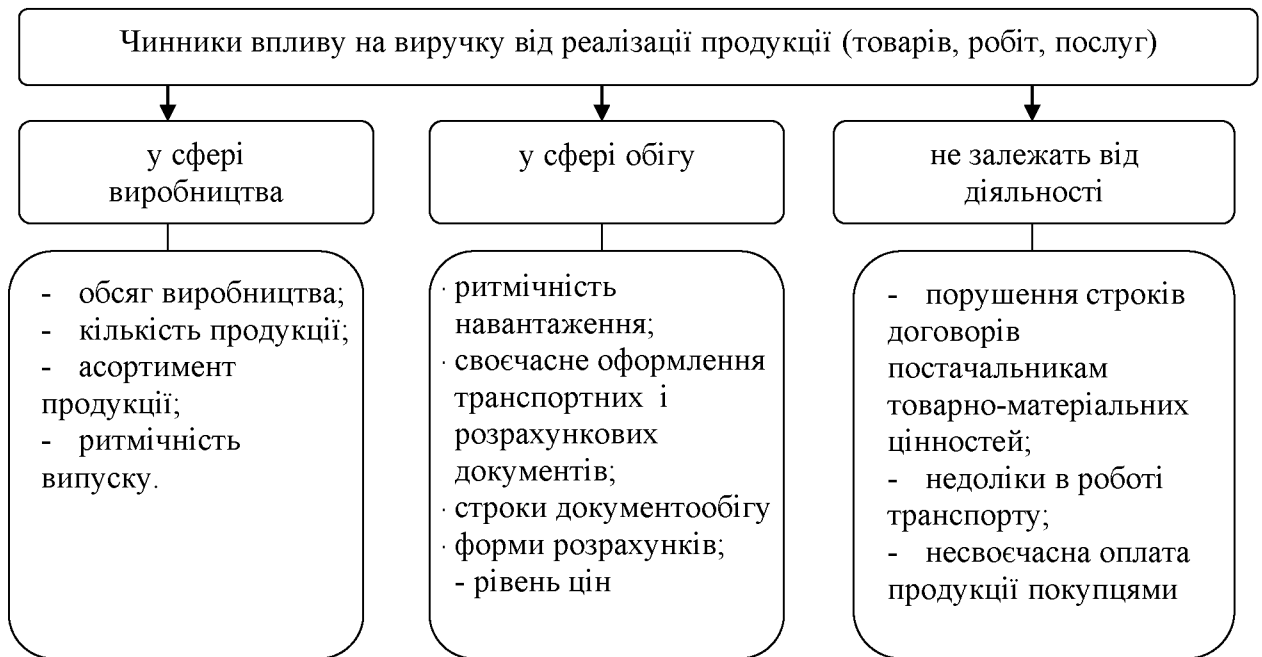


Рис. 1.3. Чинники впливу на розмір виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)

Джерело: узагальнено автором за даними [8, 11, 17, 21]

Асортимент реалізованої продукції справляє двоякий вплив на величину виручки. Зростання в загальному обсязі реалізованої продукції питомої ваги асортименту з більш високою ціною збільшує величину виручки, і навпаки – рівня реалізаційних цін. Прямий вплив на розмір виручки справляє й рівень відпускних цін.

У свою чергу, на рівень цін впливають якість і споживчі властивості, строки реалізації продукції, попит і пропонування на ринку. Виручка від реалізації продукції є фінансовою категорією, яка виражає грошові відносини між постачальниками і споживачами товару. Вона є основним джерелом грошових доходів і фінансових ресурсів підприємств. Виручка від реалізації продукції зменшується на певні податки, збори і вирахування. Розглянемо основні з них. Податок на додану вартість – це сума податку на додану вартість, що входить до доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, послуг). Акцизний збір – це сума, врахована в доходи (виручки) від реалізації підакцизної продукції (товарів, робіт, послуг). Інші вирахування з доходу – це сума наданих знижок, вартість реалізованих, але повернутих покупцями

товарів та інші суми, що підлягають вирахуванню з доходу від реалізації. Зменшення доходу підприємства на суму зазначених податків, зборів і вирахувань дає змогу отримати чистий дохід (виручку) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства. Таким чином, розрахунок чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства можна записати наступним чином :

$$\text{ЧД} = \text{ВД} - \text{ПДВ} - \text{АЗ} - \text{Ін}, \quad (1.1)$$

де: ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства, грн;

ВД – валовий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства, грн;

ПДВ – податок на додану вартість, грн;

АЗ – акцизний збір, грн;

Ін – інші вирахування з доходу.

Формування доходу від кожного виду діяльності має певні особливості (додаток Б). Діяльність будь-якого підприємства полягає у тому, щоб його фінансові результати не тільки покривали витрати виробництва, а й приносили доходи, які б дозволили здійснювати розширене відтворення його діяльності. Складна ситуація в аграрному секторі України свідчить про значні труднощі у забезпеченні не тільки розширеного, але і простого відтворення у цій сфері. У зв'язку з цим однією із головних проблем, що потребує вирішення, стає забезпечення прибутковості виробництва сільськогосподарської продукції. При аналізі особливостей формування доходів сільськогосподарських підприємств необхідно враховувати специфіку аграрної сфери. Сезонність виробництва обумовлює неритмічність використання ресурсів і здійснення процесу виробництва, неоднаковий обсяг господарської діяльності та нерівномірне надходження виручки протягом року. Тривалий процес виробництва, який багато в чому залежить від біологічних факторів, визначає відповідний рівень показників оборотності активів. У складі виробничих запасів та основних засобів сільськогосподарського підприємства присутні живі організми, що потребує обліку

біологічних факторів, які досить складно піддаються кількісному фінансовому аналізу. Товарна продукція сільського господарства набагато менша ніж валова, так як значна частина виробленого обсягу продукції використовується на власні потреби, що впливає на величину виробничих запасів. Дохід є основним джерелом покриття здійснених підприємством витрат і формування прибутку, одним з основних показників, що відбивають фінансовий стан підприємства [28, с.78]. Поняття «дохід» ширше поняття «прибуток». Прибуток підприємства є складовою частиною доходу підприємства. Прибуток – це частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність.

Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного вдосконалення його матеріальної бази і продукції всіх форм інвестування. Він є джерелом оплати податків і з урахуванням значення прибутку вся діяльність підприємства спрямована на його зростання. Слід відзначити взаємозалежні фактори прибутку: швидкість обороту оборотних фондів; ціни, тарифи; відсоткові ставки за позики; податки та податкові ставки; собівартість; продуктивність праці; фондівіддача; фондоозброєність. Розглядаючи розподіл прибутку, слід виділити такі основні напрямки:

- направляється в бюджет і позабюджетні фонди;
- направляється в банк на погашення позик і сплату відсотків;
- залишається на підприємстві;
- інші фактори розподілу.

У кінцевому рахунку прибуток підприємства використовується на:

- нагромадження (виробничий і науковий розвиток);
- соціальні потреби;
- покриття збитків та інших потреб;
- капітальні фінансові вкладення;
- споживання (виплата дивідендів, відсотків, матеріальна допомога).

Прибуток – це частина чистого доходу, одна з його форм. Визначається він за реалізованою продукцією у встановленому порядку.

Прибуток – найпростіша і одночасно найскладніша категорія ринкової економіки. Він є стрижнем і головною рушійною силою економіки ринкового типу, основним спонукальним мотивом діяльності підприємців в цій економіці [59, с.108]. За своєю величиною прибуток від реалізації продукції хоча і тотожний реалізованому чистому доходу, однак менше чистого доходу підприємства на величину, що залишилася в залишках продукції, яка використовується на внутрішньогосподарські потреби.

При дослідженні аналізу формування прибутку підприємств необхідно врахувати чинники, які впливають на розмір прибутку. Під ними розуміють причини під впливом яких формується прибуток у початковий період або виникають зміни його абсолютної величини в подальшому. Величина прибутку підприємства та його динаміка знаходиться під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, деякі з них підприємство не може проконтролювати і врахувати. До зовнішніх чинників належать: кон'юнктура ринку; зміни цін на матеріально-сировинні й паливно-енергетичні ресурси, вплив природних географічних, транспортних і технічних умов на виробництво і реалізацію продукцію, рівень розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, соціально-політична ситуація в країні тощо [33, с. 83].

Внутрішні чинники, що впливають на прибуток підприємства доречно поділити на виробничі і позавиробничі. До виробничих належать екстенсивні та інтенсивні фактори. Екстенсивні впливають на процес одержання прибутку через кількісні зміни обсягів предметів праці, часу роботи обладнання, чисельності персоналу, фонду робочого часу, розміру фінансових ресурсів. Найважливішими чинниками росту прибутку є збільшення обсягу виробництва і реалізації продукції (а звідси збільшення розміру виручки), підвищення продуктивності праці, зниження собівартості, поліпшення якості продукції [45, с. 38].

Необхідною умовою вдосконалення механізму формування та використання прибутку підприємства є розрахунок потреби прибутку. Економічне обґрунтування розрахунку потреби прибутку проводиться на

основі детального планування окремих напрямків виростання коштів для досягнення стратегічних цілей діяльності підприємства, а також він повинен бути підкріплений реальними можливостями підприємства щодо отримання необхідної суми прибутку. Для вдосконалення формування прибутку підприємства та економічного обґрунтування його потреби здійснюється планування розподілу прибутку в такому порядку:

- 1) визначення потреби у прибутку за напрямками його використання;
- 2) формування цільової структури розподілу прибутку;
- 3) визначення пріоритетності у використанні прибутку за окремими напрямками використання.

Одержання прибутку забезпечується за умовами беззбиткової діяльності підприємства, при якій споживча вартість (чистий дохід) об'єкта господарювання:

- збільшується, а витрати на його створення зменшуються;
- збільшується, а витрати на його створення не змінюються;
- збільшується більшими темпами, ніж витрати на його створення;
- не змінюється, а витрати на його створення зменшуються;
- зменшується меншими темпами, ніж витрати на його створення.

У процесі фінансового аналізу використовують різні показники фінансових результатів, які формуються за фінансовою звітністю. Основними шляхами збільшення операційного прибутку є нарощування обсягів виробництва, зниження собівартості реалізованої продукції, розумна асортиментна політика, підвищення якості продукції (рис. 1.4). Оскільки загальний прибуток є кінцевим фінансовим результатом діяльності господарюючого суб'єкта, він синтезує в собі фінансові результати роботи підприємства від різних видів діяльності. Формування прибутку відбувається при здійсненні кожної господарсько-фінансової операції у всіх видах діяльності підприємства: основної, інвестиційної та фінансової. Різниця між валовим прибутком (збитком) та витратами становить фінансовий результат від операційної діяльності підприємства (додаток В).

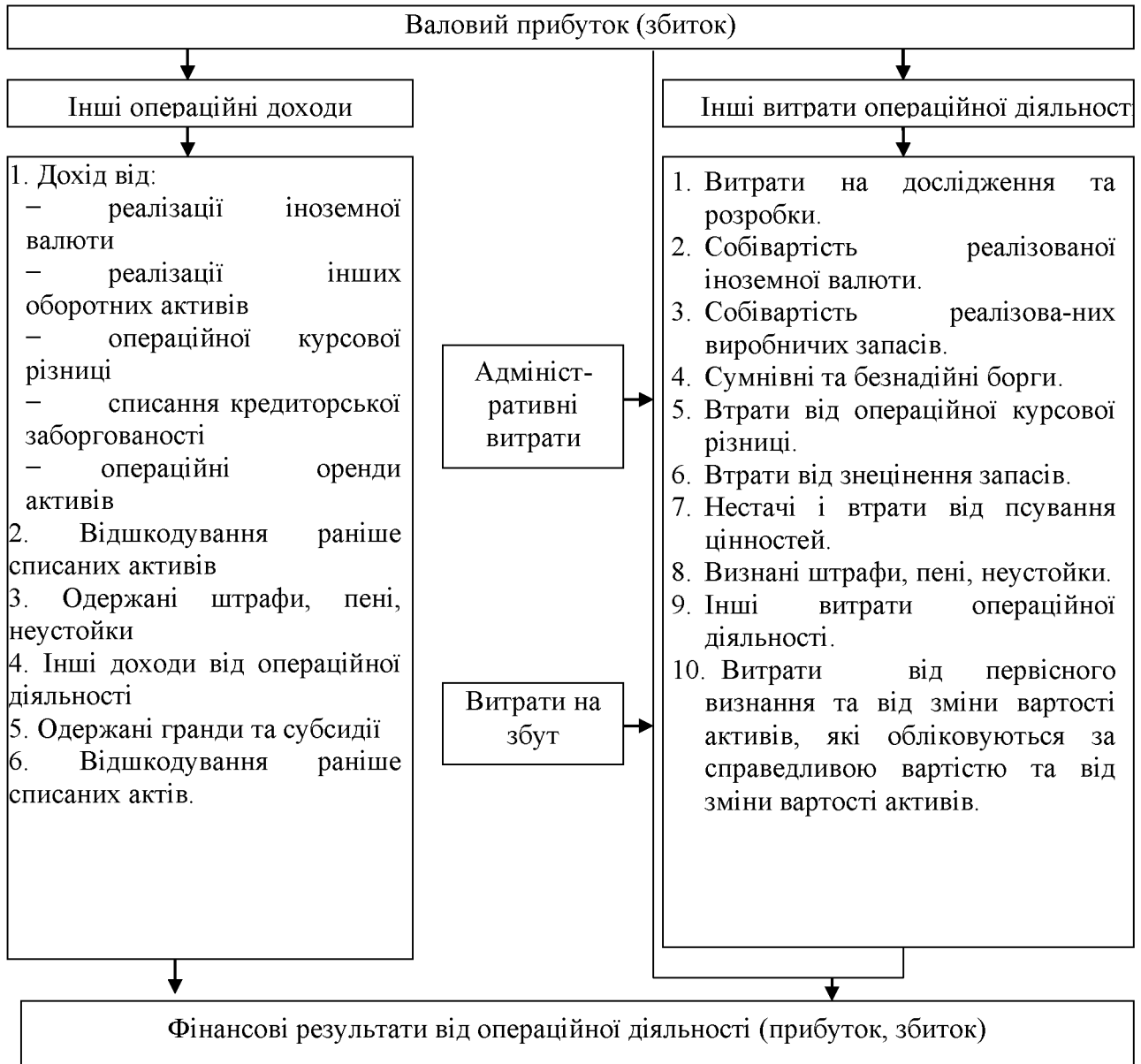


Рис. 1.4. Формування фінансових результатів від операційної діяльності

Джерело: узагальнено автором за даними [42, с.339]

Підприємство отримує доходи як від звичайної діяльності, так і в результаті надзвичайних подій. Прикладами звичайної діяльності є виробництво та реалізація продукції, розрахунки із постачальниками, покупцями та замовниками, працівниками, податковими органами, банківськими установами тощо. До звичайної діяльності також відносять такі операції, як переоцінка вартості майна підприємства, списання знецінених

запасів матеріальних цінностей, економічні санкції за порушення договірних зобов'язань або податкового законодавства та ін.

Чистий прибуток – це прибуток, який залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків і є джерелом формування фонду споживання і фонду накопичення. Чистий прибуток підприємства можна використовувати для створення фонду виплати дивідендів та виплат учасникам; поповнення резервного фонду; поповнення статутного капіталу; формування інших цільових фондів; для покриття поточних витрат (рис. 1.5).

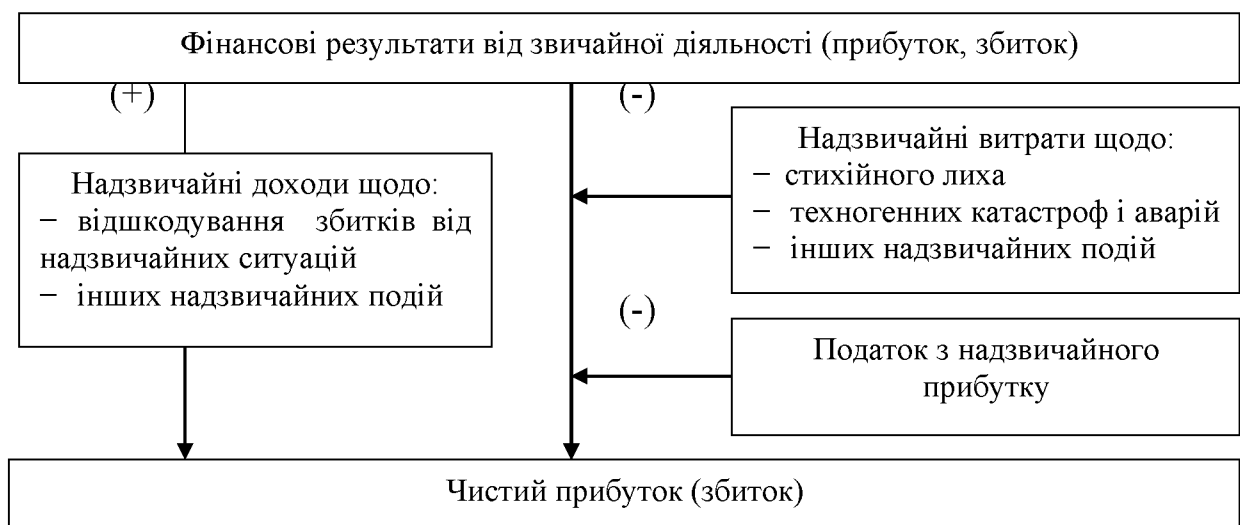


Рис. 1.5. Формування чистого прибутку підприємства

Джерело: розроблено автором

Основними принципами розподілу прибутку сільськогосподарських підприємств у ринкових умовах господарювання є:

– розподіл прибутку між державою і підприємством як господарюючим суб'єктом повинен проводитись з урахуванням інтересів держави в формуванні на відповідному рівні бюджетів і зацікавленості підприємств у стимулюванні їх діяльності;

– залучення відповідної частини прибутку державою до бюджету у вигляді податків має проводитись по твердих, невисоких ставках, встановлених державою в законодавчому порядку, розміри яких не повинні змінюватися довільно;

– прибуток, який залишається в розпорядженні підприємства, має спрямовуватися, передусім, на нагромадження, яке забезпечуватиме подальший розвиток підприємства, а в частині, яка залишилася, – на споживання для задоволення матеріальних і соціальних потреб [4, с. 112].

Прибуток сприяє стабільному розвитку аграрних підприємств, забезпечує зацікавленість трудового колективу в рості продуктивності праці, збільшенні об'ємів і ефективному веденні виробництва. Окрім цього, прибуток є стимулюючим чинником і фінансовим ресурсом в діяльності аграрних підприємств, а тому виступає важливим джерелом фінансування розширеного відтворення виробництва. Отже, роль і значення прибутку аграрних підприємств в умовах ринкової економіки характеризуються такими функціональними складовими (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Функціональні складові спрямування прибутку підприємств

Джерело: узагальнено автором за даними [21, с.20]

До чинників, які діють на утворення прибутку, належать:

- виручка від реалізації продукції;

- виручка від реалізації інших активів, враховуючи матеріальні запаси та нематеріальні активи;
- доходи від пайової участі в інших підприємствах;
- доходи за акціями, облігаціями та іншими цінними паперами;
- перевищення отриманих штрафів, пені над сплаченими .

Процес формування і використання прибутку є досить складним і неоднозначним у зв'язку із специфікою аграрної галузі. Можна виділити такі особливості формування прибутку сільськогосподарських підприємств, які впливають із особливостей їх діяльності:

1. Вища ймовірність неотримання прибутку в результаті обставин, що не залежать від підприємства (епідемія, навала сарани, посуха, ураган).
2. Частину прибутку необхідно спрямовувати на придбання та утримання дорогих основних засобів (процес виробництва здійснюється на великих площах, широко використовуються сільськогосподарські машини).
3. Формування прибутку відбувається залежно від періоду закінчення виробничого процесу, оскільки процес виробництва не збігається з календарним роком.
4. За частиною продукції не формуються фінансові результати, оскільки вона надходить до внутрішнього обороту, тобто спрямовується на внутрішньогосподарське споживання.
5. Застосовується різний порядок формування і розподілу прибутку, оскільки передбачені особливі організаційно-правові форми аграрних підприємств.
6. Значний вплив на процес формування прибутку мають природньо-кліматичні фактори (характерна сезонність виробництва)
7. Низька частка матеріального стимулювання аграріїв у собівартості продукції, що погіршує якість їх роботи.
8. Оподаткування спеціальним режимом податку на додану вартість аграрних підприємств з можливістю відшкодування частини коштів за виробничими операціями.

9. Виплата пайовикам тільки обов'язкової частки дивідендів на пай (3% від загального обсягу чистого прибутку) на більшості сільськогосподарських підприємств, що формує негативне ставлення до орендних відносин між орендодавцем і орендарем.

10. Низька інвестиційна привабливість аграрного сектора економіки в зв'язку з тривалим періодом окупності вкладених ресурсів, ризиками їх неповернення тощо [27, с.38].

Істотним фактором, що впливає на величину прибутку від продажу товарної продукції, є зміна рівня собівартості продукції. Собівартість складає частину вартості продукції і показує, в що обходиться виробництво продукції для підприємства (фірми), тому собівартість є основним ціноутворюючим чинником. Чим більше собівартість, тим вище буде ціна за інших рівних умов. Різниця між ціною і собівартістю складає прибуток.

Усупереч прямо пропорційному зв'язку впливу обсягу реалізації товарної продукції на рівень прибутку, зв'язок між величиною прибутку і рівнем собівартості зворотна. Чим нижче собівартість проданої продукції, обумовлена рівнем витрат на її виробництво і продаж, тим вище прибуток, і навпаки. Можливість підприємства впливати на формування собівартості є істотною. Можливість впливу підприємств на названі елементи витрат є обмеженою. Однак вона можлива з допомогою належного управління показниками, до яких застосовуються встановлені нормативи відрахувань: витрати на оплату праці, структура і джерела її виплати; вартість основних виробничих фондів, що належать підприємству, їх структура і джерела формування. Без обчислення собівартості неможливо визначити фінансовий результат виробничо-господарської діяльності підприємства.

Скорочення витрат на виробництво продукції, тобто зниження її собівартості, є важливим фактором збільшення прибутку від реалізації. Цього можна досягти за рахунок використання численних факторів, що впливають на скорочення витрат на виробництво продукції. Для цього необхідно знати: повний перелік указаних витрат; особливості складу і

формування витрат з урахуванням сфери й галузі діяльності підприємства. Собівартість реалізованої продукції складається з виробничої собівартості продукції, яку було реалізовано протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загально виробничих витрат та наднормативних виробничих витрат. Спроможність підприємств впливати на обсяг прибутку від реалізації, змінюючи обсяги виробництва продукції, залишки нереалізованої продукції, її рентабельність, є досить суттєвою.

Дослідження показали, що на прибутковість сільськогосподарських підприємств впливають також такі чинники, як руйнація матеріально-технічної бази; зниження відтворювальної функції земельних ресурсів; екологічна і демографічна кризи, які щорічно поглиблюються; зменшення висококваліфікованої частини трудового потенціалу; низькі закупівельні ціни і висока собівартість продукції; поглиблення диспаритету цін на сільськогосподарську та промислову продукцію; скорочення інвестицій на розробку інноваційних проектів; відсутність комплексної державної програми для забезпечення ефективного розвитку аграрних підприємств.

Значення прибутку полягає в тому, що він є основним джерелом фінансування розвитку підприємництва, вдосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Уся діяльність підприємства спрямовується на те, щоб забезпечити зростання прибутку, який є підсумковим показником, результатом фінансово-господарської діяльності підприємства.

1.2. Методичні підходи щодо оцінювання прибутковості підприємства

Прибутковість підприємства є складними багатогранними економічними категоріями, що одночасно характеризують як одержані результати діяльності підприємства так і можливості отримувати прибуток в

майбутньому. Під прибутковістю слід розуміти стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної так і всієї господарської діяльності, який полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами, в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування.

На нашу думку, таке трактування може відображати характеристику прибутковості підприємств не лише потенційно прибуткових але, головно, тих, що досягли необхідного рівня прибутку. Відповідно, прибутковість підприємства підтверджує досягнену ним, високого рівня економічну ефективність, відображаючи дійсні результати, та можливість до самофінансування, розширеного відтворення та розвитку загалом. Визначення прибутковості виробництва дає змогу порівняти мінімальну кількість необхідної продукції з тією кількістю продукції, яку господарство планує отримати у процесі виробництва. Цей аналіз також дозволяє розрахувати мінімальну ціну реалізації продукції для покриття всіх витрат, пов'язаних з виробництвом запланованої кількості продукції. Таким чином, аналіз дає можливість оцінити мінімальну кількість продукції при певній ціні (беззбитковий рівень виробництва) або визначити мінімальну ціну реалізації при запланованій кількості продукції (беззбиткова ціна реалізації).

Рівень прибутковості характеризує ефективність здійснення виробництва підприємством в умовах, що склалися на ринку, а також показує, на скільки відсотків може бути знижена реалізаційна ціна, щоб при цьому підприємство не отримувало збитків від здійснення даного виробництва.

Прибуток показує абсолютний ефект діяльності підприємства без урахування використаних при цьому ресурсів, тому його слід доповнювати показником рентабельності. Ступінь прибутковості підприємства і характеризує рентабельність.

Показник рентабельності являє свого роду синтез різних кількісних і якісних показників: зростання обсягів виробництва і продуктивності праці,

зниження собівартості продукції, ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства (основних і оборотних фондів робочої сили, землі). Зростання рентабельності виробництва забезпечує самоокупність господарства, підвищує зацікавленість працівників у результатах праці, чим вищий рівень рентабельності, тим ефективніше виробництво [28, с.78].

Рентабельність може бути розрахована по окремих продуктах та їхніх групах, окремих галузях і в цілому по сільському господарству.

У статистичному аналізі прибутковості сільськогосподарського виробництва використовуються два основних показники рентабельності: 1) рівень рентабельності продукції; 2) рівень рентабельності виробництва.

Рівень рентабельності продукції – це відношення прибутку до повної собівартості реалізованої продукції. Він показує величину прибутку в копійках з розрахунку на одну гривню витрат, що витрачені на виробництво і реалізацію товарної продукції. Рівень рентабельності для окремого виду продукції дає змогу встановити, виробництво якої продукції для підприємства економічно вигідне.

Рівень рентабельності виробництва – це відношення прибутку до середньорічної вартості основних виробничих фондів і оборотних засобів. Цей показник характеризує ефективність використання виробничих фондів у сільському господарстві.

Усі показники рентабельності можна поділити на чотири групи:

- показники рентабельності щодо реалізації;
- показники рентабельності щодо активів;
- показники рентабельності щодо власного капіталу і зобов'язань;
- показники рентабельності витрат і продукції [54, с.141].

До першої групи належать такі показники:

1. Рентабельність за валовим прибутком (маржинальним доходом) ($P_{ВП}$) – являє собою відношення валового прибутку (маржинального доходу) до чистої виручки від реалізації (чистого доходу):

$$P_{ВП} = \frac{ВП}{ЧД(ВР)} \times 100, \quad (1.2)$$

де $ВП$ – валовий прибуток (маржинальний дохід);

$ЧД(ВР)$ – чиста виручка від реалізації продукції (чистий дохід).

Рентабельність за валовим прибутком показує, скільки гривень (копійок) валового прибутку припадає на 1 грн чистої виручки. Може визначатись у відсотках. Чим вищий цей показник, тим краще.

2. Рентабельність за операційним прибутком ($P_{ОП}$) являє собою відношення операційного прибутку до чистого доходу від реалізації продукції:

$$P_{ОП} = \frac{ОП}{ЧД} \times 100, \quad (1.3)$$

де $ОП$ – операційний прибуток.

Рентабельність за операційним прибутком показує, скільки гривень (копійок) операційного прибутку припадає на 1 грн чистого доходу. Може визначатись у відсотках. Чим вищий цей показник, тим краще.

3. Рентабельність за чистим прибутком ($P_{ЧП}$) – являє собою відношення суми чистого прибутку до чистого доходу від реалізації (формула 1.4):

$$P_{ЧП} = \frac{ЧП}{ЧД} \times 100, \quad (1.4)$$

де $ЧП$ – чистий прибуток.

За світовим досвідом норма рентабельності за чистим прибутком має бути межах 6-12 %.

До показників другої групи належать такі:

1. Рентабельність активів (P_A) характеризує ефективність використання всього наявного майна підприємства та обчислюється за формулою 1.5:

$$P_A = \frac{ЧП}{A} \times 100, \quad (1.5)$$

де A – середня сума активів за балансом.

Показує, скільки чистого прибутку припадає на 1 грн вкладених активів (інвестицій). Може визначатись у відсотках. Цей показник також називають рентабельністю інвестицій.

2. Термін окупності активів (інвестицій) (TO_A) – розраховується як відношення 100 % до рентабельності активів, вираженої у відсотках:

$$TO_A = \frac{100\%}{R_A\%}, \quad (1.6)$$

де P_A – рентабельність активів виражена у відсотках.

Показує, за який період будуть компенсовані чистим прибутком інвестовані в активи кошти, тобто за який термін окупляться всі активи підприємства, враховуючи досягнутий їх рівень рентабельності за аналізований період.

3. Рентабельність оборотних активів (P_{OA}) – розраховується як відношення чистого прибутку до середньої величини оборотних активів:

$$P_{OA} = \frac{ЧП}{OA} \times 100, \quad (1.7)$$

де OA – середня величина оборотних активів.

4. Термін окупності оборотних активів (TO_{OA}) – розраховується як відношення 100 % до рентабельності оборотних активів у відсотках:

$$TO_A = \frac{100\%}{R_{OA}\%}, \quad (1.8)$$

Показниками третьої групи є:

1. Рентабельність власного капіталу (P_{BK}) відображає ефективність використання активів, утворених за рахунок власних коштів:

$$P_{BK} = \frac{ЧП}{BK} \times 100, \quad (1.9)$$

2. Термін окупності власного капіталу (TO_{BK}) – розраховується як відношення 100 % до рентабельності власного капіталу у відсотках:

$$TO_{BK} = \frac{100\%}{R_{BK} \%}, \quad (1.10)$$

3. Рентабельність позикового капіталу ($P_{ПК}$) – розраховується як відношення чистого прибутку до середньої величини позикового капіталу:

$$P_{ПК} = \frac{ЧП}{ПК} \times 100, \quad (1.11)$$

До показників четвертої групи належать:

1. Рентабельність операційних витрат ($P_{ОВ}$) – відношення прибутку від операційної діяльності до величини операційних витрат:

$$P_{ОВ} = \frac{ПОД}{ОВ} \times 100, \quad (1.12)$$

де $ПОД$ – прибуток від операційної діяльності;

$ОВ$ – операційні витрати.

Показник свідчить про ефективність операційних витрат, пов'язаних з формуванням виробничої собівартості, загальногосподарським управлінням і збутовою діяльністю та іншими операційними витратами. Ці витрати безпосередньо беруть участь у виготовленні та реалізації продукції і створюють прибуток від операційної діяльності, а показник рентабельності показує суму прибутку, одержану в розрахунку на 1 грн витрат.

2. Рентабельність продукції за валовим прибутком ($P_{ПВП}$) – визначається як відношення валового прибутку до собівартості реалізованої продукції:

$$P_{ПВП} = \frac{ПВП}{СРП} \times 100, \quad (1.13)$$

де $СРП$ – собівартість реалізованої продукції.

Рентабельність продукції за валовим прибутком показує, скільки прибутку припадає на 1 грн собівартості реалізованої продукції. Характеризує прибутковість виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг або продажу товарів.

3. Рентабельність окремих видів продукції (P_{PP}), розраховується за:

$$P_{PP} = \frac{Ц - C}{C} \times 100, \quad (1.14)$$

Рентабельність продукції показує, скільки прибутку на 1 грн собівартості реалізованої продукції [2, с.78-81].

Водночас у створеному фінансовому результаті фокусуються інтереси власника і держави, які зацікавлені в тому, щоб прибуток був значним і постійно зростав, але сперечаються за співвідношення у його розподілі. При цьому прибуток, що залишається після сплати податків, надходить у повне, нічим не регламентоване для підприємства користування. Виходячи з цього, доцільно розраховувати два показники рентабельності господарської діяльності: для оцінки загальної ефективності підприємства та його ефективності для власників.

За допомогою першого показника держава буде оцінювати можливість здійснення підприємництва за відповідним видом економічної діяльності, а за другим показником власники будуть визначати доцільність господарювання та його інвестування. Показники рентабельності господарської діяльності від усіх поточних витрат пропонується визначати за відношенням створеного і чистого прибутку до витрат, які характеризують усі використані ресурси підприємства. За показником рентабельності створеного прибутку можливо характеризувати доцільність господарювання на території України, а за чистим прибутком – привабливість підприємництва для власників. При цьому методологічно правильним було б визначення створеного прибутку з усіма видами податкових платежів. А чистого прибутку – за їх вирахуванням.

Показник рентабельності активів використовується якщо досліджуються ефективність постійних довгострокових вкладень усіх інвесторів для забезпечення господарської діяльності підприємства. Він характеризує загальну ефективність підприємництва відносно активів, відображених у балансі. Рентабельність активів дозволяє провести

порівняння прибутковості різних підприємств. Назва цього показника говорить сама за себе: він вимірює, який прибуток приносить кожна гривня, вкладена в активи підприємства, незалежно від того чи є вони власністю цього підприємства, чи одержані в борг. Такий підхід дозволяє порівнювати прибутковість підприємств з різною структурою активів і визначити, хто ж, врешті-решт, має найкращу рентабельність. Показники рентабельності власного капіталу (чистих активів) і статутного капіталу показують загальну ефективність, підприємницької діяльності відносно власних вкладень засновники підприємства при його створенні та реінвестуванні прибутку. Вони є універсальною характеристикою привабливості і вигідності інвестування для фактичних та потенційних власників, а також оцінкою вміння господарюючих суб'єктів користуватися ринком фінансових ресурсів. Ефект від залучення в господарську діяльність власного капіталу виникає тоді, коли його рентабельність більша ніж відсоток від вкладання коштів у комерційні банки. Для управління ефективністю надходження грошових потоків підприємства від підприємницької діяльності необхідно використовувати показники рентабельності чистого доходу [10, с. 39].

Ці показники дозволяють оцінити рівень прибутковості виручки, що надходить на підприємство від реалізації об'єктів підприємницької діяльності та здійснення фінансових, інвестиційних і надзвичайних операцій. Запропоновані показники рентабельності показують скільки з 1 грн чистого доходу на підприємство надходить відповідно валового, операційного, звичайного, загального та чистого прибутку. Зростання цих показників може бути наслідком двох факторів. По-перше, це свідчить про зменшення витрат на одиницю доходу або цін придбаних ресурсів. По-друге, це може бути результатом зростання цін на продані товари, продукцію, роботи, послуги та види діяльності. Показники рентабельності чистого доходу характеризують рівень ефективності господарювання відповідно за показниками: валового прибутку – результати роботи структурних підрозділів, які формують виробничі витрати, операційного прибутку –

використання ресурсів у процесі виробництва, у правління і збуту об'єктів операційної діяльності; прибутку від звичайної діяльності – формування звичайних (передбачуваних доходів); створеного (загального) прибутку – всіх господарських операцій, які передбачаються в процесі діяльності чистого прибутку – з урахуванням податкової системи і податкової політики держави щодо розподілу фінансового результату.

Рівень рентабельності в цілому по підприємству характеризує ефективність лише спожитих виробничих ресурсів і не відображує ефективності використання всіх авансованих витрат, що акумулюються у вигляді застосовуваних основних і оборотних засобів [6, с.132].

Для характеристики ступеня ефективності сільськогосподарського виробництва і подальших перспектив його розвитку цей показник надто важливий, оскільки однаковий рівень рентабельності для окремих видів сільськогосподарської продукції не створює ще рівних умов для забезпечення однакових темпів зростання обсягу виробництва цих видів продукції, що пояснюється їх різною фондомісткістю.

З економічної точки зору показник норми прибутку показує, скільки грошових одиниць прибутку приносить кожна грошова одиниця функціонуючих виробничих фондів. Зростання цього показника, як і показника рівня рентабельності, свідчить про підвищення ефективності виробництва. Важливо також зазначити, що фактично досягнута норма прибутку використовується як критерій для оцінки ефективності інвестицій за простими (недисконтованими) показниками.

Висновки до розділу 1

1. Теоретичні основи прибутковості діяльності підприємства визначаються фінансовими звітами, де ключовими показниками є чистий прибуток, рентабельність активів та інші фінансові метрики. Теоретичні

концепції прибутковості включають аналіз операційних аспектів, таких як маржинальність прибутку та рентабельність продукції, що визначають ефективність управління виробничими процесами.

2. Економічний підхід до прибутковості орієнтується на оцінку вартості капіталу та ризиків, використовуючи методи, такі як Diskonted Cash Flow (DCF), для визначення економічної привабливості інвестицій. Здійснення порівняльного аналізу з іншими підприємствами у схожій галузі дозволяє визначити конкурентоспроможність та оцінити прибутковість на фоні ринкового середовища.

3. Теоретичні основи прибутковості включають стратегічне управління, де аналіз стратегії підприємства та її вплив на фінансові результати грають важливу роль у визначенні успішності. Теоретичний підхід до прибутковості повинен враховувати ризики, що впливають на фінансовий стан підприємства, щоб забезпечити об'єктивність при оцінці його стійкості та ефективності.

4. Застосування комплексного підходу до вивчення прибутковості дозволяє отримати повний образ про фінансовий стан підприємства, враховуючи його фінансові, операційні, стратегічні та економічні аспекти. Теоретичні основи прибутковості служать не лише для внутрішнього аналізу, але й визначають стратегічні рішення та дії керівництва підприємства для досягнення максимального рівня прибутку. Оцінювання прибутковості пов'язане з іншими показниками ефективності, такими як ефективність використання ресурсів, ліквідність та інші, створюючи комплексну картину фінансового здоров'я підприємства.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНЮВАННЯ ДОСЯГНУТОГО РІВНЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Характеристика досягнутого рівня прибутковості діяльності підприємства

Досліджуване приватне сільськогосподарське підприємство є типовим представником аграрного сектору Полтавського району, розташованого за 16 км від міста Полтава. Район входить до складу Придніпровської низовини, конкретно – Полтавської рівнини, займаючи 4,4 % області з площею 1259,89 км². Він перетинає магістралі республіканського і європейського значення та має розвинуту інфраструктуру.

Сільськогосподарські землі становлять 93,5 тис. га, переважно представлені чорноземами. Регіон має виражену промислову базу, включаючи п'ять родовищ нафти, газу та газоконденсату. Економіко-географічне положення Полтавського району сприяє його розвитку, а клімат є помірно-континентальним. Для цієї території характерний помірно-континентальний клімат, середня кількість опадів становить 480-520 мм, середня температура влітку – 19-23 °С, взимку – (-8-10 °С). Однак, останнім часом, зміни в погодних умовах негативно впливають на сільське господарство. Засоби води в ґрунтах становлять 17018 м, а чорноземи типові малогумусні важкосуглинки, розташовані на плоских вододільних терасах, є найбільш поширеними. Таким чином, природні умови створюють сприятливий фундамент для сільськогосподарської діяльності, яка є домінуючою галуззю Полтавського району, де підприємство розташоване у лісостеповій зоні достатньої вологості.

Важливість організаційної та управлінської структури визначається їхнім ключовим впливом на ефективність та стійкість функціонування будь-якої організації. Ефективна організаційна структура сприяє оптимальному

розподілу обов'язків та відповідальності між підрозділами, забезпечуючи логічний та ефективний хід робочих процесів. Управлінська структура визначає систему прийняття рішень, розподіл компетенції та взаємодію між керівництвом і підлеглими. Досягнення стратегічних цілей організації неможливе без чіткої управлінської структури, що забезпечує раціональне використання ресурсів та швидке реагування на зміни в середовищі (додатки Д, Е, Ж). Отже, обидві структури взаємодіють для забезпечення гнучкості, ефективності та адаптивності організації в умовах сучасного бізнес-середовища.

Підприємство, яке було створено на базі колективного сільськогосподарського підприємства, зазнало реорганізації в 2013 році, формуючи свою структуру та склад земельних угідь шляхом об'єднання майна та підприємницької діяльності громадян з метою здобуття прибутку. Попередньо, до 2013 року, це підприємство діяло у формі товариства з обмеженою відповідальністю. Головним ресурсом аграрного підприємства є земля. Земля відіграє важливу роль у діяльності аграрного підприємства і має різноманітні значення, які визначають успішність його функціонування. Земля є основним ресурсом для вирощування рослин, таких як зернові, овочі, фрукти та інші. Якість ґрунту та його родючість впливають на урожайність і якість продукції. Для аграрних підприємств, які займаються тваринництвом, земля використовується для пасовищ та трав'яних насаджень, що є джерелом кормів для худоби. Земля може використовуватися для забезпечення пасовищ, а також для будівництва необхідних споруд. Збереження природного різноманіття та екосистем є однією з важливих функцій землі на аграрних підприємствах. Здорова екосистема сприяє збереженню родючості ґрунту та зменшенню ризику виникнення шкідників. Земельні ресурси визначають економічну стійкість аграрного підприємства. Оптимальне використання землі, її родючість та якість є ключовими факторами у виробництві сільськогосподарської продукції та визначають прибутковість підприємства. Земля є основою для життя сільських громад, забезпечуючи

робочі місця, житло та доступ до продуктів. Успішна сільськогосподарська діяльність позитивно впливає на соціальний розвиток та благополуччя сільських територій. Усі ці аспекти визначають важливість землі як ключового ресурсу для аграрних підприємств і взагалі для сталого розвитку сільськогосподарського сектору. Забезпеченість досліджуваного підприємства земельними ресурсами характеризують дані табл. 2.1.

Таблиця 2.1

**Склад і структура сільськогосподарських угідь
у підприємстві, 2018 – 2022 рр.**

Вид земельних угідь	Роки					2022 р. до 2018 р.	
	2018	2019	2020	2021	2022	абсолютне відхилення, (+, -)	відносне відхилення, %
Сільськогосподарські угіддя, га	4110	4076	4014	3974	3979	-131	-3,2
у т. ч. рілля	3914	3880	3818	3778	3783	-131	-3,3
Сінокоси та пасовища	196	196	196	196	196	0	0
Рівень розораності сільськогосподарських угідь, %	95,2	95,2	95,2	95,1	95,1	-0,1	x

Аналіз даних табл. 2.1 свідчить, що земельна площа підприємства складала у 2022 р. 3979 га, що на 131 га менше, ніж у 2018 р., починаючи із 2013 р. відбувається поступове скорочення площі земельних і сільськогосподарських угідь підприємства, це пов'язано із організаційно-правовими змінами. Площа ріллі складала у 2022 р. 3979 га, що складає 95,1 %. Такий рівень розораності є високим, це негативний чинник, враховуючи те, що у господарстві розвивається тваринництво, для розвитку якого потрібні більші площі сінокосів та пасовищ. У досліджуваному підприємстві частка цих угідь становить лише 4,9 % (196 га). Протягом 2018-2022 рр. їх площа фактично не змінювалась.

Персонал є невід'ємною складовою успішної діяльності будь-якого підприємства, маючи низку важливих функцій та значущий вплив на його результативність. Компетентний та досвідчений персонал володіє необхідними навичками і знаннями для ефективного виконання своїх

обов'язків. Професійна експертиза сприяє якісному виконанню завдань та досягненню поставлених цілей. Мотивовані та задіяні працівники можуть приносити інновації та креативні рішення. Творчий потенціал персоналу сприяє впровадженню нових ідей, покращенню процесів та зміцненню конкурентоспроможності підприємства. Ефективно взаємодіючий персонал створює сприятливу атмосферу для командної роботи. Колективність дозволяє вирішувати завдання більш швидко та ефективно, сприяючи взаємному розвитку та взаємопідтримці. Кваліфікований персонал у сфері управління є ключем до успіху. Керівники, здатні мотивувати, делегувати та ефективно керувати командою, сприяють досягненню стратегічних цілей підприємства. Участь працівників у формуванні корпоративної культури сприяє створенню єдиної команди, яка віддана спільним цілям та цінностям.

Отже, персонал виступає важливою складовою, визначаючи успіх та стабільність підприємства через свою експертизу, мотивацію та здатність пристосовуватися до змін в бізнес-середовищі. Розглянемо динаміку показників чисельності персоналу підприємства (додаток 3).

На основі аналізу даних додатку 3 можна зробити висновок, що у господарстві у 2022 р. порівняно з 2018 р. загальна середньооблікова чисельність працівників зменшилася на 24 особи (9,2 %), у тому числі зменшилась чисельність адміністративного персоналу на 3 особи (11,5 %). Такі зміни відбулись завдяки автоматизації та оптимізацією системи управління в господарстві. Щодо основного сільськогосподарського виробництва, то в цій галузі працює 215 осіб, з яких 117 осіб (54,4 %) працює в рослинництві, 98 осіб (45,6 %) – у тваринництві. Враховуючи виробничу структуру підприємства, така структура зайнятості є оптимальною. Протягом 2018-2022 рр. структура чисельності працівників, зайнятих у сільському господарстві змінилась на 2,0 %. Техніко-технологічна база для діяльності підприємства включає в себе машини та обладнання, відомі як активна частина основних засобів. Проведемо аналіз наявності виробничих засобів та показників їх використання (табл. 2.2).

**Динаміка забезпеченості підприємства основними та оборотними
засобами та ефективності їх використання, 2018 – 2022 рр.**

Показники	Роки					2022 р. у % до 2018 р.
	2018	2019	2020	2021	2022	
Нематеріальні активи на початок року	1157	1157	1041	929	663	-494,0
Нематеріальні активи на кінець року	1157	1041	929	663	547	-610,0
Вартість основних засобів на початок року	72489	90156	96386	44690	48449	-24040,0
Вартість основних засобів на кінець року	90156	96386	108197	48449	55197	-34959,0
Середньорічна вартість основних засобів	81322,5	93271	102291,5	46569,5	51823	-29499,5
Вартість оборотних засобів на початок року	66697	66620	69952	77018	82476	15779,0
Вартість оборотних засобів на кінець року	66620	69952	77018	82476	113952	47332,0
Середньорічна вартість оборотних засобів	66658,5	68286	73485	79747	98214	31555,5
Фондозабезпеченість	1958,6	2269,4	2509,6	1160,2	1304,1	-654,6
Фондоозброєність праці	341,7	395,2	467,1	213,6	238,8	-102,9
Забезпеченість основних засобів оборотними	0,82	0,73	0,72	1,71	1,90	1,1
Фондомісткість	0,77	0,89	0,86	0,37	0,36	-0,4
Фондовіддача	1,30	1,12	1,17	2,71	2,81	1,5
Коефіцієнт обороту оборотного капіталу	1,584	1,527	1,623	1,580	1,481	-0,1
Тривалість одного обороту, днів	230	239	225	231	246	15,9

Як свідчать дані табл. 2.2, середньорічна вартість основних засобів у підприємства у 2022 р. порівняно з 2018 р. скоротилась на 24040 тис. грн (на 33,2 %), досягнувши на кінець 2022 р. 55197 тис. грн. Вартість нематеріальних активів є невеликою – 663 тис. грн у 2022 р., що на 494 тис. грн, або 42,7 %, менше в порівнянні із 2018 р. Показники фондозабезпеченості та фондоозброєності праці є високими, досягаючи у 2022 р. відповідно 1294,6 тис. грн та 238,8 тис. грн, що свідчить про високий

рівень технічної оснащеності праці та переважаючий інтенсивний тип розвитку підприємства. Однак ці показники суттєво зменшуються в динаміці, вказуючи на зниження ефективності використання земельних і трудових ресурсів підприємства. Показник фондоддачі зріс і склав у 2022 р. 2,81 грн, тоді як фондоємність становила 0,36 грн і має тенденцію до зростання. Тривалість одного обороту оборотних засобів у господарстві у 2022 р. порівняно з 2018 р. збільшилась на 15,9 %, досягнувши показника у 2022 р. на рівні 246 днів. Зменшити тривалість оборотності оборотних активів у сільському господарстві вкрай складно у зв'язку з особливостями технологічного процесу. Проте, цього можна досягти, зменшуючи дебіторську заборгованість, що є особливо актуальним у періоди значної інфляції, яка зараз має місце в економіці України.

Відбувається збільшення середньорічної вартості активів підприємства (додаток К). У 2022 р. вартість активів становила 15064 тис. грн, це на 1503,5 тис. грн, або на 1 % більше, ніж порівняно із 2018 р. Найбільшу питому вагу в структурі активів складають оборотні активи – 65,2 % (98214 тис. грн) у 2022 р., варто зауважити, що до 2020 р. у господарстві була наявна важка структура активів, так як у структурі активів переважали основні засоби. У підприємстві практично відсутні нематеріальні активи, що є негативним в сучасних умовах (рис. 2.1).

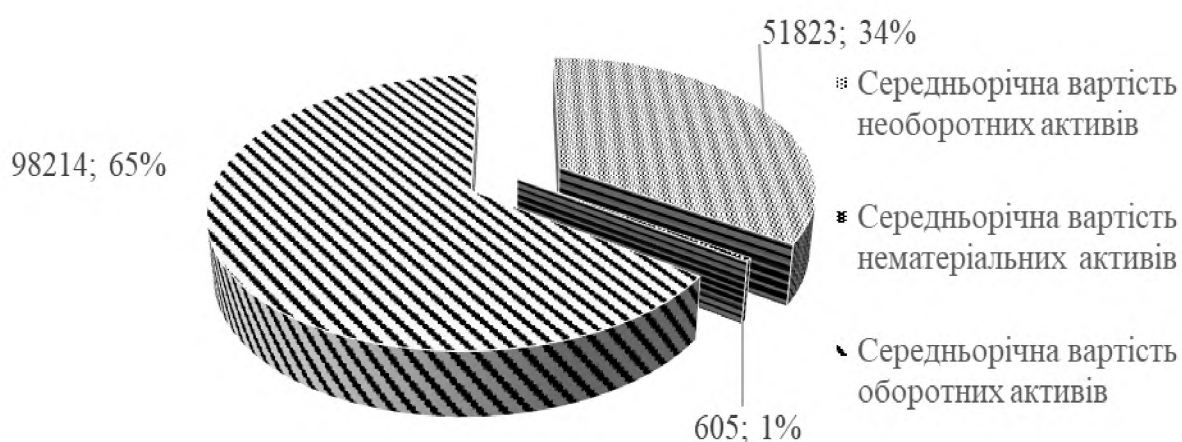


Рис. 2.1. Структура активів підприємства, 2022 р.

Розглянемо склад та структуру оборотного капіталу об'єкта нашого дослідження (додаток Л). Наявність та структура оборотних активів визначають ефективність фірми. При аналізі оборотних активів підприємства видно, що загальна вартість оборотного капіталу у 2022 р. зросла на 71 % порівняно із 2018 р. Слід відзначити, що оборотні засоби збільшуються швидше, ніж оборотні активи підприємства. Зростання вартості оборотного капіталу обумовлене збільшенням вартості запасів (79,2 %), які у структурі оборотного капіталу складають 72,3 %. На другому місці знаходиться дебіторська заборгованість за розрахунками (16,1 %), а на третьому – поточні біологічні активи (10,7 %). Серед запасів найбільший вагомий внесок має готова продукція (43,1 %), що є типовим для сільськогосподарських підприємств, які часто спрямовані на продаж продукції навесні.

Для оцінювання ефективності діяльності підприємства необхідно аналізувати товарної продукції, за цим показником також можна визначити спеціалізацію підприємства (табл. 2.3). Як свідчать показники табл. 2.3, у досліджуваному господарстві найбільш розвинутою галуззю є рослинництво, її питома вага складає 64,9 %, тваринництво становить 35,1 %. Це господарство є диверсифікованим, вирощує близько десяти сільськогосподарських культур, проте з кожним роком стає все більш помітною залежність від монокультур. Як і в більшості підприємств такого типу найбільшу питому вагу складає дохід від реалізації кукурудзи на зерно – 22 %, на другому місці дохід від реалізації молока – 20,7 %, на третьому – від реалізації соняшнику (20,5 %). Також у підприємстві вирощуються такі культури, як пшениця, жито, ячмінь, горох, ріпак, овочі, з тваринництва розвиваються: свинарство, скотарство, бджільництво. Підприємство має свою кормову базу, яка насамперед формується із багаторічних трав, а також кормових культур, ця кормова продукція іде на внутрішні потреби. Оптимальне визначення спеціалізації та поєднання галузей та напрямів діяльності підприємства є базисом для ефективної стратегії підприємства та основою для прийняття основних управлінських рішень.

**Динаміка складу і структури товарної продукції
підприємства (у порівняльних цінах), 2018–2022 рр.**

Назва продукції	Обсяг реалізації, ц						Вартість товарної продукції в середньому за 5 років, тис. грн	Питома вага до загального підсумку, %	Місце продукції за питоною вагою
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	У середньому за 5 роки			
Продукція рослинництва	х	х	х	х	х	х	52417,9	64,9	х
у тому числі: зернові та зернобобові - всього	86263	93991	118520	97652	74867	94258,6	30776,1	38,1	х
з них: пшениця	26929	14169	28131	29374	20203	23761,2	7406,8	9,2	4
кукурудза на зерно	39099	64312	83166	52391	40382	55870	17765,0	22,0	1
жито	-	-	12	471	-	241,5	71,3	0,1	11
ячмінь	9623	7451	1906	9898	11836	8142,8	2415,7	3,0	9
горох	10487	8056	5305	5307	2441	6319,2	3090,7	3,8	8
овес	125	3	-	211	5	86	26,5	0,0	13
соняшник	21298	15928	26564	22585	15167	20308,4	16587,9	20,5	3
соя	1053	197	-	-	-	625	521,4	0,6	10
ріпак (озимий і ярий)	4162	2863	6074	4440	7440	4995,8	4516,6	5,6	7
овочі відкритого ґрунту	59	4	46	14	36	31,8	16,0	0,0	14
Продукція тваринництва	х	х	х	х	х	х	28367,5	35,1	х
приріст живої маси великої рогатої худоби	2711	2353	2987	2194	2274	2503,8	5762,7	7,1	6
свиней	2789	2870	2329	2341	1956	2457	5866,5	7,3	5
молоко	38350	38382	39660	37468	37275	38227	16691,8	20,7	2
мед, кг	4,75	9,42	8,18	11,5	7,15	8,2	46,5	0,1	12
Продукція сільськогосподарства і послуги	х	х	х	х	х	х	80785,4	100,0	х

Проаналізуємо прибутковість в розрізі основних видів продукції підприємства (табл. 2.4). Прибутковість є однією з найважливіших характеристик фінансової стійкості та успішності підприємства. Цей аспект грає ключову роль у визначенні його конкурентоспроможності та можливості здійснення інновацій. Важливість прибутковості проявляється в кількох аспектах, що визначають успіх підприємства.

**Динаміка показників прибутку від реалізації 1 ц сільськогосподарської
продукції підприємства, 2018-2022 рр., грн**

Види продукції	Роки					2022 р. до 2018 р., %
	2018	2019	2020	2021	2022	
Зернові та зернобобові	72,6	173,2	223,5	134,6	132,2	182,1
з них озима пшениця	49,2	102,3	179,6	116,4	124,8	253,7
кукурудза на зерно	152,4	208,2	261,7	161,0	-	х
жито	-	-	-206,3	-1,1	1,5	2,3
ячмінь ярий	18,4	136,2	70,0	5,2	0,3	1,5
горох	125,6	157,4	49,5	1,5	18,5	-107,1
Соняшник	201,3	515,0	505,9	3175,5	667,4	331,6
Соя	177,1	303,6	-	-	-	-
Приріст живої маси великої рогатої худоби	-962,3	-1683,3	-1272,1	-81,0	-75,8	х
свиней	-543,4	-284,1	-647,7	-116,5	-112,6	х
Молоко	35,1	108,0	181,5	81,8	83,8	238,7
Мед	-3395,8	904,9	-613,2	110,5	275,0	-8,1

По-перше, прибутковість є важливим показником фінансової стабільності. Здатність генерувати прибуток свідчить про те, що підприємство здатне оплатити свої зобов'язання, включаючи виплату кредитів, заробітну плату працівникам та інші витрати. Це стає фундаментом для подальшого розвитку та інвестування в нові можливості. По-друге, прибутковість є стимулом для привертання інвесторів та залучення капіталу. Інвестори оцінюють не лише поточні доходи підприємства, а й його потенціал для майбутнього росту. Висока прибутковість створює додатковий інтерес серед інвесторів та може бути основою для залучення нових інвестицій, які сприятимуть подальшому розвитку.

По-третє, прибутковість є основою для інновацій та досліджень. Здатність генерувати прибуток надає підприємству фінансові ресурси для впровадження нових ідей, технологій та стратегій. Прибуткове підприємство може інвестувати в дослідження та розвиток, створюючи тим самим конкурентні переваги та виходячи за межі стандартних ринкових рішень.

Виходячи з даних табл. 2.4 можна зробити висновок про зростання прибутковості більшості видів сільськогосподарської продукції у підприємства. Так, у цілому прибуток від реалізації зернових та зернобобових культур у 2022 р. порівняно із 2018 р. збільшився в 1,8 рази і становив у 2022 р. 132,2 грн/ц. Найбільш прибутковим є соняшник – 667,4 грн/ц. Високими є прибутки від реалізації сої – 233,2 грн/ц, кукурудзи на зерно – 153,9 грн/ц, озимої пшениці – 124,8 грн/ц. Найбільш прибутковими дані культури були у 2021 р. Прибутковість молочної галузі становила у 2022 р. 83,8 грн/ц, що у 2,4 рази більше, ніж у 2018 р. Найвищим прибуток від реалізації 1 ц молока був у 2020 р. і становив 181,5 грн/ц. М'ясне скотарство та свинарство було збитковим протягом всього періоду.

Отже, прибутковість визначає не лише економічний успіх підприємства, але й його здатність до стійкого розвитку, інновацій та привертання інвестицій. Цей показник є керованим фактором, який вимагає уваги та стратегічного планування, спрямованого на максимізацію фінансового ефекту та досягнення довгострокової життєздатності підприємства.

2.2. Діагностика ефективності господарської діяльності підприємства

У сучасних умовах конкурентного бізнес-середовища, де ефективність та стійкість підприємства стають визначальними факторами його успіху, діагностика господарської діяльності стає ключовим інструментом для оцінки та покращення його фінансового стану. У цьому контексті, аналіз ефективності стає важливою складовою стратегічного управління. Діагностика ефективності господарської діяльності є необхідним етапом для підприємств, які прагнуть досягти стійкого успіху та забезпечити свій конкурентний авантаж на ринку. Спираючись на стратегічні орієнтири

розвитку України на період до 2030 р., проаналізовано фактичні показники за 2018–2022 рр., зокрема сформульовані на національному рівні індикатори:

- подолання голоду, а також розвиток сільського господарства;
- достойна праця та економічне зростання;
- відповідальне (зокрема безвідходне) споживання та виробництво.

Аналіз показників, що характеризують доступність збалансованого харчування для всіх верств населення України у період з 2018 р. по 2022 р. (табл. 2.5), показує, що у 2021 р. обсяг споживання м'яса і м'ясних продуктів на одну особу становив 53,8 кг/рік, що менше на 7,2 кг/рік від запланованого цільового показника на 2021 р. (61 кг/рік).

Таблиця 2.5

**Динаміка показників розвитку сільського господарства України,
2018–2022 рр.**

Показники	Роки					Цільові значення		
	2018	2019	2020	2021	2022	2020 р.	2025 р.	2030 р.
Споживання м'яса і м'ясних продуктів у розрахунку на одну особу, кг/рік	51,7	52,8	53,6	53,8	53	61	71	80
Споживання молока і молочних продуктів у розрахунку на одну особу, кг/рік	200	197,7	200,5	201,9	201,5	270	320	380
Споживання риби і рибних продуктів у розрахунку на одну особу, кг/рік	10,8	11,8	12,5	12,4	13,2	в/д ¹	в/д ¹	в/д ¹
Споживання овочів у розрахунку на одну особу, кг/рік	159,7	163,9	164,7	164	165,9	в/д ¹	в/д ¹	в/д ¹
Продуктивність праці в сільському господарстві, тис. дол. США на одного зайнятого	9,3	10,61	10,83	12,17	18,6	10	12,5	15
Індекс сільгосппродукції, %	99,1	103,3	100,2	92,8	111,4	102	102	102
Індекс виробництва харчових продуктів, %	107,1	98,5	103,9	99,5	94,1	103	103	103
Частка продукції харчової промисловості та переробки сільськогосподарської сировини в експорті, %	41	39,4	44,3	45,1	40,7	51	57	65
Частка сільськогосподарських угідь під органічним виробництвом у загальній площі сільськогосподарських угідь України, %	0,67	0,72	1,1	1,1	1,0	1,1	1,3	1,7
Індекс споживчих цін на продукти харчування, %	113,4	111,5	108,3	102,9	111,3	105	105	105

¹в/д – відсутні дані

Джерело: [16, с. 10; 17]

У 2022 р. цей обсяг склав 53 кг/рік, менше на 8 кг/рік від запланованого цільового показника на 2021 р. (61 кг/рік). Щодо споживання молока і молочних продуктів, то у 2021 р. цей показник становив 201,9 кг/рік, що менше на 68,1 кг/рік від запланованого цільового показника на 2021 р. (270 кг/рік). У 2022 р. цей обсяг склав 201,5 кг/рік, менше на 68,5 кг/рік від запланованого цільового показника на 2021 р. (270 кг/рік). Збільшення продуктивності сільського господарства удвічі є досяжним завдяки передовим технологіям. Наприклад, в 2022 р. продуктивність праці в сільському господарстві досягла 18,6 тис. дол. США на одного працівника, що становить зростання на 52,84 % порівняно з 2021 р. Щодо інших показників у 2022 р.: індекс сільськогосподарської продукції досяг 111,4 %, а індекс виробництва харчових продуктів склав 94,1 %. Аналіз показників, що стосуються створення стійких систем виробництва харчових продуктів з використанням інноваційних технологій, підтвердив, що у 2022 р.: частка продукції харчової промисловості та переробки сільськогосподарської сировини в експорті становила 40,7 %, що менше на 10,3 відсоткових пунктів від запланованого цільового показника на 2021 р. (51 %); частка сільськогосподарських угідь, які використовуються для органічного виробництва, склала 1 % від загальної площі сільськогосподарських угідь України; індекс споживчих цін на продукти харчування досяг рівня 111,3 %, перевищуючи запланований цільовий показник на 2021 р. (105 %) на 6,3 відсоткових пунктів.

Проаналізуємо динаміку доходів за різними напрямками діяльності підприємства табл. 2.6. Спостерігається загальне зростання доходів у всіх галузях підприємства, за винятком вирощування вівса та приросту живої маси свиней. Загальна сума доходів підприємства зросла на 38,4 % або 38566 тис. грн з 2018 по 2022 рік. Цей ріст обумовлений збільшенням доходів від рослинництва на 50,3 % та від тваринництва на 21,9 %. За відсотковим співвідношенням найбільше зросли доходи від реалізації ячменю (в 2,1 рази), ріпаку (в 2,9 рази) та меду (в 2 рази).

**Динаміка складу доходів від реалізації сільськогосподарської продукції
підприємства, 2018-2022 рр., тис. грн**

Види сільськогосподарської продукції	Роки					Відносне відхилення 2022 р. від 2018 р., %
	2018	2019	2020	2021	2022	
Продукція рослинництва	58445,5	55310,4	67560,2	75682,6	87821,3	150,3
у тому числі: зернові та зернобобові – всього	34369,5	37172,5	39860,1	45867	48153,9	140,1
з них: пшениця	10413,8	6105,8	11119	13882	13637,2	131,0
кукурудза на зерно	14198,3	23479,8	25644,9	25261,9	25306,6	178,2
жито	–	–	5	211	–	х
ячмінь	3497,8	3519,4	722	3818,7	7487,1	214,1
горох	6223,1	4066,4	2369,2	2614,2	1720,3	27,6
овес	36,6	1,2	–	79,2	2,7	7,4
соняшник	18936,4	15085,9	22183,4	24821,4	27636,1	145,9
соя	940,7	216,7	–	–	–	х
ріпак (озимий і ярий)	4165,0	2833,8	5486,6	4982,6	12011,1	288,4
овочі відкритого ґрунту	33,9	1,5	30,1	11,6	20,2	59,6
Продукція тваринництва	42022,2	44330,7	46686,4	45388,5	51212,4	121,9
приріст живої маси великої рогатої худоби	7430,4	7095,5	8615,4	6891,3	9216,9	124,0
свиней	8328,6	9654,1	7566,9	7524,8	6480,2	77,8
молоко	26193,8	27526,3	30454,5	30909,7	35456,1	135,4
мед, кг	29,4	54,8	49,6	62,7	59,2	201,4
Продукція сільського господарства і послуги	100467,7	99641,1	114246,6	121071,1	139033,7	138,4

Важливо відзначити, що, хоча ячмінь і мед становлять значущу частку збільшення, їх внесок в загальну структуру доходів підприємства є невеликим. Головні складові доходів підприємства в структурі – грошові надходження від реалізації молока (25 %), соняшнику (20 %) та кукурудзи на зерно (18 %). Деякі напрями діяльності, такі як пшениця, ріпак та приріст живої маси худоби, також вносять свій вагомий вклад у доходи підприємства. Позитивно слід відмітити те, що підприємство є диверсифікованим, що сприяє розподілу ризиків та уникнення загальних втрат, які можливі при зосередженні на одній культурі чи галузі (рис. 2.2).

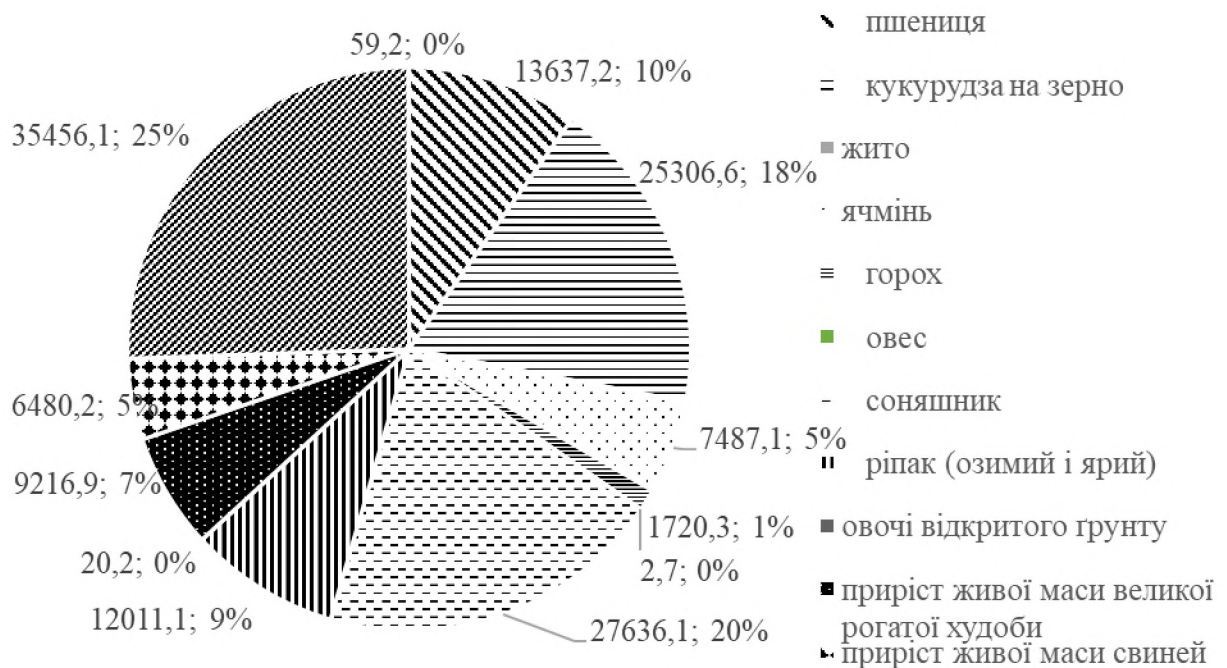


Рис. 2.2. Показники структури доходів від реалізації сільськогосподарської продукції підприємства, 2022 р.

Витрати у діяльності підприємств є ключовим елементом, що визначає його фінансову ефективність та прибутковість. Ефективне управління витратами є важливою стратегією для забезпечення сталого розвитку та збалансованого фінансового стану підприємства. З одного боку, ефективне управління витратами дозволяє підприємству максимізувати ефективність використання ресурсів, зменшуючи непродуктивні витрати та оптимізуючи розподіл бюджету. Це допомагає підтримувати конкурентоспроможність та підвищувати маржинальність продукції. З іншого боку, правильне розпорядження витратами є ключем до забезпечення прибутковості підприємства. Контроль над витратами дозволяє збільшити чистий прибуток, роблячи операції більш ефективними та підтримуючи стійкий фінансовий розвиток. Таким чином, витрати взаємодіють з прибутковістю підприємства, і їх правильне управління є стратегічно важливим завданням для досягнення фінансової стійкості та успішності на ринку. Проаналізуємо структуру операційних витрат підприємства (табл. 2.7).

**Динаміка складу і структури операційних витрат у підприємстві,
2018-2022 рр.**

Види операційних витрат	Роки					Абсолютне відхилення 2022 р. від 2018 р. (+; –)
	2018	2019	2020	2021	2022	
Матеріальні витрати	24776	34460	41690	55517	64933	40157,0
Витрати на оплату праці	13539	19872	24993	27770	27566	14027,0
Відрахування на соціальні заходи	4113	4278	5380	6059	5977	1864,0
Амортизація	3459	6294	9508	14397	13597	10138,0
Інші операційні витрати	8284	14256	13613	20003	23572	15288,0
Всього	54171	79160	95184	123746	135645	81474,0
У % до загальної суми						
Матеріальні витрати	45,7	43,5	43,8	44,9	47,9	2,1
Витрати на оплату праці	25,0	25,1	26,3	22,4	20,3	-4,7
Відрахування на соціальні заходи	7,6	5,4	5,7	4,9	4,4	-3,2
Амортизація	6,4	8,0	10,0	11,6	10,0	3,6
Інші операційні витрати	15,3	18,0	14,3	16,2	17,4	2,1
Всього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0

Аналіз даних табл. 2.7 свідчить про збільшення операційних витрат у підприємстві у 2022 р. порівняно з 2018 р. на 81474 тис. грн, або на 158,8 %. Найбільшу питому вагу у структурі операційних витрат займають матеріальні витрати – 47,9 % (64933 тис. грн), їх сума збільшилася на 40157 тис. грн, або на 156,6 %. Витрати на оплату праці та відрахування на соціальні заходи збільшилися менш несуттєво, що насамперед пов'язано із певним зменшенням чисельності персоналу підприємства, а також зміною системи відрахувань згідно законодавства.

Сума витрат на оплату праці у 2022 р. становила 27566 тис. грн, а їх питома вага – 20,3 %, питома вага цієї статті витрат скоротилась на 4,7 п.п. Сума амортизаційних відрахувань збільшилась протягом досліджуваного періоду у 2,7 рази і становила у 2022 р. 13597 тис. грн, їх питома вага відповідно збільшилась на 3,6 п.п. і становила відповідно 10 %.

Суттєва питома вага матеріальних витрат в операційних витратах підприємства свідчить про значну матеріаломісткість виробництва, що підкреслює необхідність пошуку резервів щодо удосконалення технології виробництва сільськогосподарської продукції. Більш наглядно можна оцінити структуру операційних витрат за допомогою даних рис. 2.3.

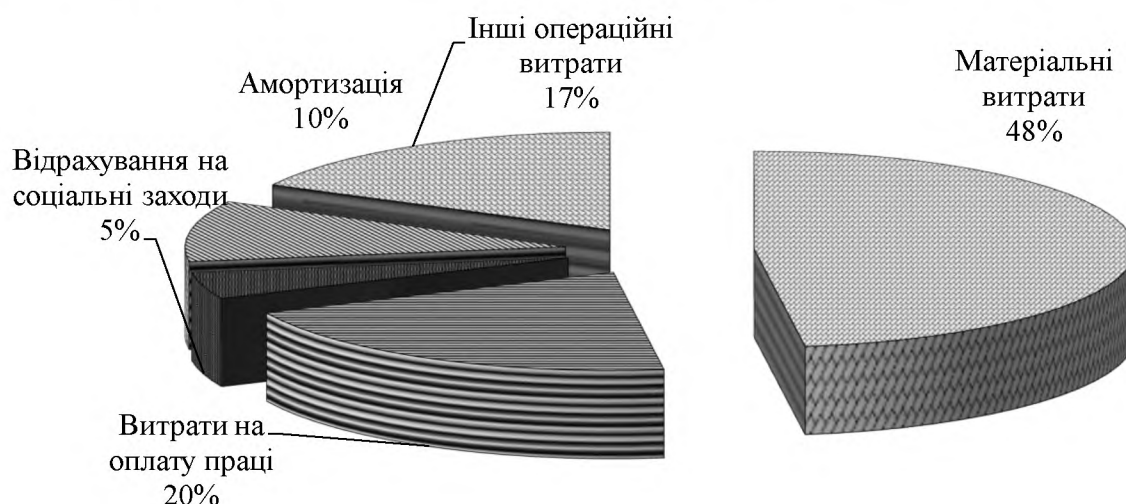


Рис. 2.3. Структура операційних витрат у підприємстві, 2022 р.

Аналіз показників рис. 2.3 підкреслює те, що найбільшу питому вагу у структурі операційних витрат підприємстві займають матеріальні витрати – 48 %, на другому місці – витрати на оплату праці – 20 %. Проаналізуємо склад і структуру витрат в галузі рослинництва (табл. 2.8, таблиця М.1 додатку М). Протягом 2018-2022 рр. спостерігається суттєве зростання витрат у галузі рослинництва підприємства за всіма статтями. Так, у цілому виробничі витрати збільшилися на 42502,2 тис. грн, або у 2,2 р. Найбільшу питому вагу у структурі витрат підприємства займають матеріальні витрати – 40235,4 тис. грн, або 51,9%, з них найбільшу питому вагу займають витрати на насіння та посадковий матеріал – 18,3 %, а також інші матеріальні витрати – 13308,8 тис. грн (17,2 %). Питома вага витрат на оплату праці у 2022 р. становила 10,3 %, а їх сума відповідно – 7973,2 тис. грн, порівняно із 2015 р. це у 2,5 рази більше. Збільшилась питома вага амортизаційних відрахувань з 6,3 % до 14,4 %, сума яких становила 11160,4 тис. грн.

Динаміка складу виробничих витрат галузі рослинництва у підприємстві, 2018-2022 рр.

Види виробничих витрат	Роки					Абсолютне відхилення 2022 р. від 2018 р. (+; -)
	2018	2019	2020	2021	2022	
Витрати на оплату праці	3235	5059	5505,1	4147,3	7973,2	4738,2
Відрахування на соціальні заходи	983	1110	1184	1133,1	1326,2	343,2
Матеріальні витрати	20705	27369	24462,8	34750,4	40235,4	19530,4
у тому числі						
насіння та посадковий матеріал	4102	3963	5218,7	10243	14199,2	10097,2
мінеральні добрива	3546	4809	4229,8	4107,5	5924	2378,0
паливо й енергія	6643	8968	7240,3	4582,6	6511,2	-131,8
електроенергія	264	418	663,8	320,4	292,2	28,2
інші матеріальні витрати	6150	9211	7110,2	15496,9	13308,8	7158,8
Амортизація	2209	3834	5331,4	8847,7	11160,4	8951,4
Інші операційні витрати	7958	13798	18613,4	13148,3	16897	8939,0
Всього	35090	51170	55096,7	62026,8	77592,2	42502,2

Протягом досліджуваного періоду зменшились витрати на паливо на 10,5 п.п., що пов'язано із оптимізацією технологічних процесів і як наслідок зменшення потреби в паливно-мастильних матеріалах, з одного боку, а також із збільшенням питомої ваги і них витрат – з іншого боку. Структура матеріальних витрат галузі рослинництва представлена на рис. 2.4.

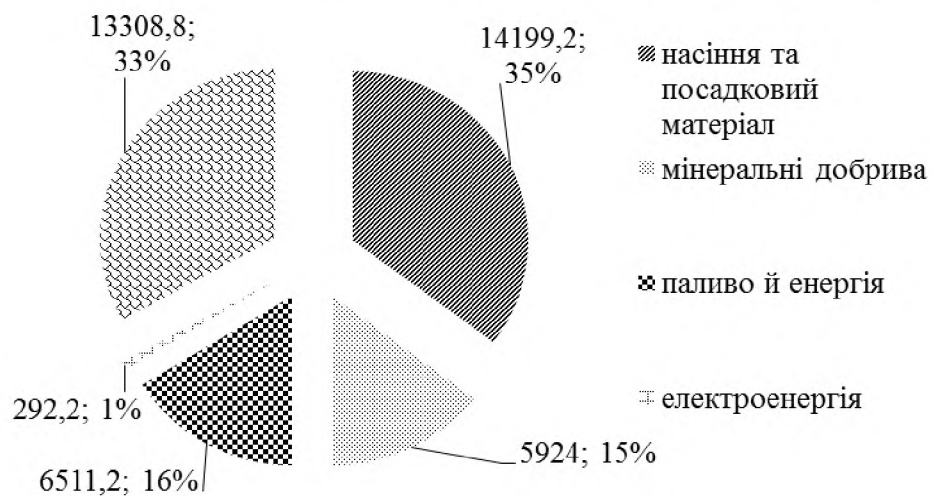


Рис. 2.4. Структура матеріальних витрат у галузі рослинництва підприємства, 2022 р.

Так, у цілому виробничі витрати збільшились у 2,2 р. Найбільшу питому вагу у структурі витрат підприємства займають матеріальні витрати – 71 % у 2019 р., з них найбільшу питому вагу займають інші матеріальні витрати – 48,7 %, витрати на оплату послуг і робіт, що виконані сторонніми організаціями нафтопродукти – 28,8 %, запасні частини, ремонтні та будівельні матеріали для ремонту – 19,1 %. Витрати на насіння і посадковий матеріал складають 1284 тис. грн, або 4,4 %, на мінеральні добрива – 902 тис. грн (10,2 %). Сума витрат на оплату праці у галузі рослинництва в господарстві збільшилася, однак, їх питома вага зменшилась на 5,5 п.п. Питома вага амортизаційних відрахувань суттєво знизилася – на 1,9 п.п. Проаналізуємо показники складу (табл. 2.9) і структури витрат (табл. М.2 додаток М) у галузі тваринництва підприємства.

Таблиця 2.9

Динаміка складу виробничих витрат галузі тваринництва у підприємстві, 2018-2022 рр.

Види виробничих витрат	Роки					Абсолютне відхилення 2022 р. від 2018 р. (+; –)
	2018	2019	2020	2021	2022	
Витрати на оплату праці	6211	7653	10111	12540,4	12128,7	5917,7
Відрахування на соціальні заходи	1889	1780	2174	3434,3	2600,4	711,4
Матеріальні витрати	12464	19079	32905,1	29418,2	28275,1	15811,1
у тому числі корми – всього	7325	11604	23645	20050	22596,1	15271,1
з них корми покупні	3785	3710	4169	2641,1	3020	-765,0
інша продукція сільського господарства	579	795	1791	2641,1	310,1	-268,9
нафтопродукти	2119	2952	4155	3280,6	1398,7	-720,3
електроенергія	791	1124	1241	1442,4	866	75,0
інші матеріальні витрати	1650	2604	2073,1	2004,1	3104,2	1454,2
Амортизація	1049	1334	1977	3305,9	1597,8	548,8
інші операційні витрати	124	240	701	2004,1	1472,4	1348,4
Всього	21737	30086	47868,1	50349,1	46074,4	24337,4

Протягом досліджуваного періоду спостерігається збільшення виробничих витрат у галузі тваринництва підприємства на 5917,7 тис. грн,

або на 95,3 %, у 2019 р. порівняно з 2015 р. При цьому, найбільшу питому вагу у структурі виробничих витрат займають матеріальні витрати – 61,4 % (28275,1 тис. грн), їх сума протягом досліджуваного періоду збільшилась на 15811,1 тис. грн, або у 2,3 рази, що зумовлено у першу чергу збільшенням вартості кормів на 15811,1 тис. грн, або у 3 рази.

Питома вага витрат на оплату праці у підприємстві у 2022 р. становила 26,3 %, що на 2,2 п.п. менше, ніж у 2018 р., а їх сума протягом досліджуваного періоду збільшилася майже у 2 рази, на 5917,7 тис. У цілому варто зазначити, що підприємство має високий рівень матеріаломісткості виробництва та порівняно низький рівень зарплатомісткості у галузі тваринництва підприємства, що в цілому є негативним насамперед тому, що зменшується значимість людського капіталу. Питома вага інших складових виробничих витрат у галузі тваринництва господарства незначна.

Структура матеріальних витрат галузі тваринництва ПП «ім. Калашника» представлена на рис. 2.5.

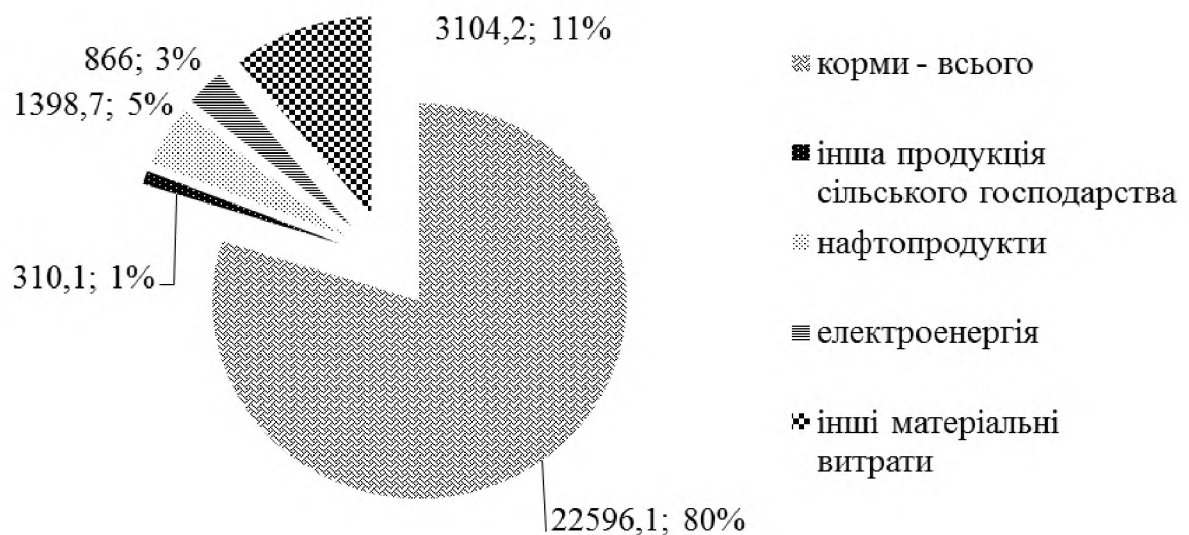


Рис. 2.5. Структура матеріальних витрат у галузі тваринництва підприємства, 2022 р.

Дані рис. 2.5 підкреслюють, що найбільшу питому вагу в структурі матеріальних витрат галузі тваринництва займають корми – 80 %, на другому

місці знаходяться запасні частини, ремонтні та будівельні матеріали для ремонту – 18 %, питома вага інших складових матеріальних витрат незначна.

Таким чином, структура витрат у підприємстві є типовою, як для більшості сільськогосподарських підприємств, виробництво продукції є матеріаломістким, що підкреслює необхідність пошуку технологічних резервів зниження витрат.

Проведемо факторний аналіз собівартості основних видів продукції підприємства. Визначимо, які чинники суттєво впливають на собівартість продукції рослинництва (табл. Н.1 додатку Н).

Проаналізувавши дані додатку Н, можна зазначити, що у підприємстві собівартість озимої пшениці збільшилася на 147,58 грн/ц, у тому числі за рахунок підвищення урожайності собівартість знизилась на 404,59 грн/ц, а за рахунок збільшення виробничих витрат на 1 га собівартість зросла на 552,17 грн/ц. Собівартість кукурудзи на зерно зросла на 76,36 грн/ц, у тому числі за рахунок урожайності знизилась на 118,21 грн/ц, а за рахунок виробничих витрат – зросла на 194,57 грн/ц. Аналогічно собівартість соняшника у цілому зросла на 338,59 грн/ц, у тому числі за рахунок урожайності знизилась на 537 грн/ц, а за рахунок виробничих витрат – зросла на 338,59 грн/ц. Подібні тенденції спостерігаються по ярому ячменю. Щодо ріпаку, то відбувається зростання собівартості за рахунок обох факторів.

Для оцінки ефективності витрат у галузі тваринництва проведемо факторний аналіз для виявлення причинно-наслідкових зв'язків у залежності між продуктивністю тварин та собівартістю (табл. Н.2 додатку Н). Отже, собівартість приросту живої маси великої рогатої худоби знизилась на 407,46 грн/ц. За рахунок зменшення виробничих витрат собівартість знизилась на 66,0 грн/ц, а за рахунок підвищення продуктивності тварин собівартість знизилась на 341,46 грн/ц. Собівартість молока зросла на 199,03 грн/ц, у тому числі за рахунок збільшення виробничих витрат на 1 голову, собівартість молока зросла на 260,87 грн/ц, а за рахунок підвищення продуктивності

тварин собівартість молока знизилась на 61,84 грн/ц. Собівартість приросту живої маси свиней зросла на 1270,5 грн/ц, у тому числі за рахунок збільшення виробничих витрат на 1 гол. Собівартість зросла на 1968,49 грн/ц, а за рахунок підвищення продуктивності тварин – знизилась на 697,99 грн/ц.

Таким чином, підприємство володіє необхідними виробничими ресурсами, які використовуються на інтенсивній основі з метою досягнення синергетичного ефекту. Діяльність підприємства є прибутковою, однак в умовах нестабільності та постійних загроз, зумовлених насамперед військовими діями, необхідне розроблення стратегії та програми підвищення прибутковості діяльності підприємства.

Висновки до розділу 2

1. Підприємство володіє необхідними ресурсами для ефективної діяльності та використовує їх інтенсивно, спрямовуючи зусилля на отримання синергетичного ефекту. Проте система використання ресурсів має недоліки, такі як неефективне використання земельних ресурсів (обмежене вирощування лише двох інтенсивних культур), а також низькі показники фондівіддачі та тривалості обороту оборотних засобів. Ці недоліки повинні бути виправлені у першочерговому порядку при розробці ресурсної стратегії. Спостерігається тенденція до зменшення площі сільськогосподарських угідь підприємства, що виникає внаслідок його реорганізації. Зменшення чисельності працівників, зокрема в адміністративній сфері, свідчить про оптимізацію управління.

2. У досліджуваному господарстві найбільш розвинутою галуззю є рослинництво, її питома вага складає 64,9 %, тваринництво становить 35,1 %. Це господарство є диверсифікованим, вирощує близько десяти сільськогосподарських культур, проте з кожним роком стає все більш помітною залежність від монокультур.

3. Спостерігається зростання прибутковості більшості видів сільськогосподарської продукції у підприємства. Прибуток від реалізації зернових та зернобобових культур у 2022 р. порівняно із 2018 р. збільшився в 1,8 рази і становив у 2022 р. 132,2 грн/ц. Найбільш прибутковим є соняшник – 667,4 грн/ц. Високими є прибутки від реалізації сої – 233,2 грн/ц, кукурудзи на зерно – 153,9 грн/ц, озимої пшениці – 124,8 грн/ц. Найбільш прибутковими дані культури були у 2021 р. Прибутковість молочної галузі становила у 2022 р. 83,8 грн/ц, що у 2,4 рази більше, ніж у 2018 р. Найвищим прибуток від реалізації 1 ц молока був у 2020 р. і становив 181,5 грн/ц. М'ясне скотарство та свинарство було збитковим протягом всього періоду.

4. Аналіз показників, що характеризують доступність збалансованого харчування для всіх верств населення України у період з 2018 р. по 2022 р., показує, що у 2021 р. обсяг споживання м'яса і м'ясних продуктів на одну особу становив 53,8 кг/рік, що менше на 7,2 кг/рік від запланованого цільового показника на 2021 р. (61 кг/рік).

5. Спостерігається загальне зростання доходів у всіх галузях підприємства, за винятком вирощування вівса та приросту живої маси свиней. Загальна сума доходів підприємства зросла на 38,4 % або 38566 тис. грн з 2018 р. по 2022 р. Цей ріст обумовлений збільшенням доходів від рослинництва на 50,3 % та від тваринництва на 21,9 %. За відсотковим співвідношенням найбільше зросли доходи від реалізації ячменю (в 2,1 рази), ріпаку (в 2,9 рази) та меду (в 2 рази).

6. Спостерігається збільшення операційних витрат у підприємстві у 2022 р. порівняно з 2018 р. на 81474 тис. грн, або на 158,8 %. Найбільшу питому вагу у структурі операційних витрат займають матеріальні витрати – 47,9 % (64933 тис. грн), їх сума збільшилася на 40157 тис. грн, або на 156,6 %. Витрати на оплату праці та відрахування на соціальні заходи збільшилися менш несуттєво, що насамперед пов'язано із певним зменшенням чисельності персоналу підприємства, а також зміною системи відрахувань згідно законодавства.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Організаційно-економічна модель системи управління прибутковістю діяльності підприємства

Сучасне підприємство стикається зі зростаючим тиском конкуренції та змінами в економічному середовищі, що робить стратегічне управління прибутковістю діяльності підприємства критично важливим завданням. Організаційно-економічна модель системи управління прибутковістю виступає ключовим інструментом для досягнення ефективності та стабільності у бізнес-середовищі. Ефективна система управління прибутковістю базується на чіткому стратегічному плануванні. Визначення цілей, розробка ключових показників ефективності та метрик прибутковості допомагає підприємству зорієнтуватися в досягненні фінансових цілей.

Однією з основних складових моделі є фінансовий аналіз. Ретельний розгляд фінансових звітів дозволяє виявити чинники, що впливають на прибутковість. Ефективна звітність забезпечує достовірну інформацію для прийняття управлінських рішень. Модель управління прибутковістю передбачає визначення вартості продукції та послуг. Ефективне управління витратами, включаючи оптимізацію виробничих процесів та ланцюга постачання, дозволяє максимізувати прибутковість.

Аналіз та оптимізація продуктового портфелю важливі для забезпечення прибутковості. Врахування ринкових тенденцій та вибір оптимальної стратегії дозволяє адаптуватися до змін у попиті та конкуренції. Впровадження інновацій та використання передових технологій є важливими елементами моделі. Інновації можуть створювати нові можливості та підвищувати ефективність виробництва, що позитивно впливає на прибутковість.

Організаційно-економічна модель системи управління прибутковістю повинна враховувати ризики. Виявлення та оцінка ризиків допомагає підприємству розробляти стратегії мінімізації втрат та збереження стійкої прибутковості в умовах невизначеності. Ефективна модель передбачає чітку комунікацію та залучення персоналу. Залученість працівників у процес управління прибутковістю дозволяє створити спільну відповідальність за фінансові результати.

Організаційно-економічна модель системи управління прибутковістю діяльності підприємства є важливим фактором для досягнення стійкої прибутковості та конкурентоспроможності. Її успішна реалізація вимагає комплексного підходу, що враховує фінансові, операційні, стратегічні та ризик-орієнтовані аспекти управління. Розвинута система управління прибутковістю дозволяє підприємству адаптуватися до змін в економічному середовищі та забезпечує стійкий фінансовий стан.

Один із основних підходів у цьому контексті – використання ієрархічного підходу для ранжування показників та критеріїв ефективності. Це дозволяє відобразити їхню взаємодію та важливість у загальному контексті стратегії підприємства, що відображається у визначенні ефективності. Для оптимального виявлення та управління ефективністю використання потенціалу підприємства застосовується інтегральний показник розвитку системи менеджменту. Цей показник моделює різноманітні аспекти функціонування підприємства та дозволяє зорієнтуватися на стратегічні вектори розвитку.

У контексті виявлення напрямків формування системи управління ефективністю використання потенціалу підприємства важливим є комбіноване врахування результатів оцінки тенденцій розвитку компанії та критеріїв ефективності. Це включає оптимізацію стратегічних векторів, врахування рівня їхнього впливу на ефективність, моделювання ефективності діяльності за допомогою інтегральних показників розвитку та розробку стратегії управління ефективністю розвитку підприємства.

Узагальнюючи вищевикладене, важливо підкреслити, що стратегія управління потенціалом підприємства є довготерміновим планом, що враховує результати та зміни у зовнішньому середовищі. Вона визначається участі фахівців на всіх рівнях управління, базується на глибоких дослідженнях та аналітичних даних. Цілі стратегії повинні бути гнучкими та актуальними, забезпечуючи визначеність підприємства у зовнішньому середовищі. Схематично процес формування стратегії управління прибутковістю підприємства представлено на рис. 3.1.

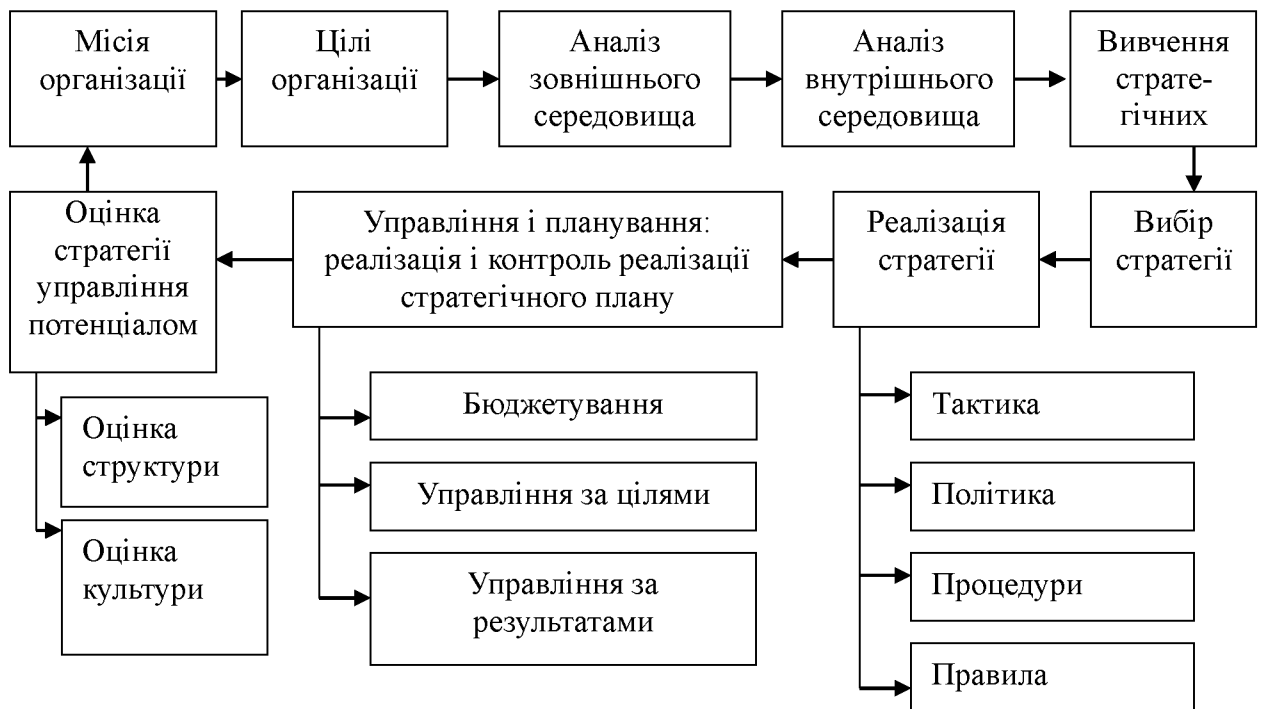


Рис. 3.1. Модель процесу формування стратегії управління прибутковістю підприємства, 2024 р.

Основною стратегічною метою управління прибутковістю на рівні підприємства є розширення географії діяльності, завоювання лояльності споживачів, розширення масштабів операцій та збільшення обсягів реалізації продукції. Тактичні цілі включають у себе диверсифікацію виробничого портфеля, зокрема впровадження нових видів аграрної продукції, підвищення якості виготовленої продукції, оновлення техніко-технологічної бази та перехід до ефективних ресурсозберігальних та енергоефективних технологій.

У той час як поточні завдання передбачають підвищення рівня кваліфікації персоналу, удосконалення технологічних процесів та інші аспекти.

Необхідно зазначити, що стратегія управління потенціалом підприємства виокремлюється як реакція на комплекс зовнішніх та внутрішніх чинників, які впливають на його економічну діяльність. Внутрішнє середовище визначається факторами, які знаходяться під контролем самого підприємства, включаючи мікро- та макросередовище. Мікросередовище включає стейкхолдерів, які впливають на підприємство безпосередньо, тоді як макросередовище визначає загальні умови, що формують економічні, соціальні, політичні та технологічні рамки.

У формуванні стратегії управління прибутковістю підприємства важливу роль відіграє SWOT-аналіз, який є потужним інструментом стратегічного управління. Цей аналіз становить ключовий етап у формуванні стратегії, спрямованої на максимізацію переваг та мінімізацію негативного впливу. SWOT-аналіз передбачає оцінювання сильних, слабких сторін, можливостей і загроз:

1. Сильні сторони (Strengths): це внутрішні ресурси та переваги, що вирізняють підприємство. Доцільно ретельно визначити та максимально використовувати ці сильні сторони для досягнення конкурентних переваг.

2. Слабкі сторони (Weaknesses): спростовуючи сильні сторони, слабкі сторони є внутрішніми обмеженнями та недоліками. Акцент на їх вдосконаленні допомагає уникнути можливих проблем і покращити загальну ефективність.

3. Можливості (Opportunities): це зовнішні фактори, які можуть призвести до успішних розвитків. Розпізнавання можливостей і їх використання робить організацію гнучкою та спроможною адаптуватися до змін в середовищі.

4. Загрози (Threats): це зовнішні фактори, які можуть викликати труднощі. Вивчення загроз і розробка стратегій для їх управління допомагають зменшити ризики та зберегти стабільність.

SWOT-аналіз можна застосовувати на різних етапах життєвого циклу підприємства чи проекту, від старту до розширення або реструктуризації. Він виступає як невід'ємна частина стратегічного планування, надаючи компанії чітке уявлення про свої можливості та виклики в конкретний період часу. Цей аналіз дозволяє приймати обґрунтовані стратегічні рішення, позначаючи потенційні шляхи досягнення мети та оптимізації діяльності. Стратегічне використання SWOT-аналізу сприяє побудові бізнес-плану, забезпечуючи ефективну конкурентну позицію та стійкість організації в змінному середовищі (додаток П). На основі дослідження сильних та слабких сторін, зовнішніх можливостей та загроз підприємства побудуємо узагальнюючу матрицю SWOT-аналізу (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Матриця SWOT-аналізу підприємства, у середньому
за 2018-2022 рр.**

	Можливості	Загрози
Сильні сторони	Висока якість продукції, що випускається в сукупності з низькою ціною привертають велику частину споживачів.	Непослідовне, поспішне прийняття законодавчих актів дезорієнтує керівництво і негативно впливає на виробничі можливості підприємства.
	Широка клієнтурна база підприємства дозволяє знижувати і робити більш конкурентоспроможною ціну реалізації і збільшити прибутковість виробництва.	Нестабільність курсу гривні може знизити прибутковість внутрішніх поставок.
	Здійснення активної маркетингової політики керівництвом приверне увагу нових споживачів.	Підвищення цін на матеріали, упаковку, етикетки та інші супутні товари може скоротити прибутковість і викликати необхідність підвищення цін, що відсіє значну частину споживачів
Слабкі сторони	Не високий технологічний рівень виробничої бази обмежує можливості.	Загроза виснаження резервних фінансових можливостей підприємства, необхідних на оплату податків може призвести до банкрута підприємства
	Низький дохід та рівень життя основної маси населення країни не дають можливості істотно підвищувати ціну продукції.	Недовіра споживачів до реклами у засобах масової інформації може спричинити провал маркетингової стратегії підприємства.

Отже, проведений аналіз дав змогу насамперед виявити можливості, які є сприятливими для ефективної реалізації ресурсного потенціалу підприємства, та загрози – чинники, настання яких зумовить до ускладнення в реалізації ресурсного потенціалу. Повний перелік основних факторів, що впливають на діяльність підприємства представлено в додатку Р.

SWOT-аналіз дозволив виокремити оптимальну стратегію для впровадження в діяльність підприємства. Рекомендацією для керівництва є впровадження «Стратегії зростання» з огляду на стійке положення на ринку та високий попит на продукцію. Ця стратегія є найзручнішою, оскільки дозволяє гнучко реагувати на змінні умови та мінімізує ризики.

«Стратегія зростання» найбільш адекватно асоціюється з еталонною стратегією ринкового розвитку, оскільки підприємство має мету розширення ринку через нові географічні області. Зовнішній вплив на стратегію управління потенціалом підприємства поділяється на стимулюючі та стримуючі фактори (додаток Р). З аналізу додатка Р випливає, що в останні роки кількість факторів стимулюючого впливу збільшується серед зовнішніх факторів. Для формування ефективної стратегії управління потенціалом підприємства необхідно виявити проблеми, які гальмують його розвиток. До основних проблем можна віднести конкуренцію між власними видами продукції, відсутність сильного бренду порівняно з великими підприємствами, неефективну комунікаційну політику, невикористання іміджу виробника, неврахування регіональних особливостей при розробці стратегії управління потенціалом тощо.

Ключові аспекти діяльності підприємства, які слід використовувати при формуванні стратегії управління ефективністю, включають тривалу історію успіху, національний український продукт, позитивний імідж виробника, сучасну техніко-технологічну базу, ефективну систему управління якістю та висококваліфікований персонал.

Для підвищення ефективності управління прибутковістю підприємства, пропонується замінити існуючу стратегію фокусування та диференціації ринкових ніш на стратегію досягнення конкурентних переваг – стратегію лідера ринку. Це вимагає розв'язання завдань, таких як збільшення попиту

через привертання нових споживачів, завоювання споживачів конкурентів, підвищення інтенсивності продажів, утримання частки ринку через завоювання відданості споживачів та інші стратегічні завдання.

Важливим етапом формування стратегії управління прибутковістю сільськогосподарського підприємства є обґрунтування відповідних функціональних стратегій, кожна з яких забезпечить ефект синергії за умови поєднання між собою та своєчасної імплементації у господарську діяльність підприємства (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Проектовані функціональні стратегії підвищення прибутковості
діяльності підприємства**

Вид стратегії	Характеристика стратегічних заходів
Стратегія діджиталізації	Інтеграція цифрових технологій в систему стратегічного управління. Розгляд можливостей використання сучасних технологій, таких як штучний інтелект, аналіз даних та автоматизація процесів, для підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом сільськогосподарського підприємства.
Стратегія сталого розвитку в аграрному секторі:	Вивчення і впровадження стратегій, спрямованих на досягнення сталого розвитку, зокрема в аспекті використання природних ресурсів, охорони навколишнього середовища та соціальної відповідальності.
Стратегія оптимізації ланцюга постачання в агробізнесі	Дослідження можливостей оптимізації ланцюга постачання, включаючи підвищення продуктивності, зменшення витрат та покращення якості продукції, скорочення логістичних витрат, пошук нових каналів реалізації продукції
Стратегія управління людським капіталом в агросфері	Розгляд стратегій привертання, розвитку та утримання кваліфікованих кадрів у сільському господарстві, а також вивчення впливу корпоративної культури на ефективність роботи персоналу
Стратегія адаптація до змін клімату	Розробка стратегій, спрямованих на адаптацію агробізнесу до змін клімату, з урахуванням прогнозів та впливу змін в кліматичних умовах на виробництво
Стратегії ефективного використання земельних ресурсів	Дослідження можливостей покращення використання земельних ресурсів, включаючи збільшення врожайності, зменшення ерозії та оптимізацію господарювання землею

Джерело: запропоновано автором

Для успішної реалізації стратегії управління потенціалом підприємства рекомендується оптимізувати функції маркетингу. Пропонується створити посаду директора з маркетингу і збуту, а в разі необхідності залучити

додаткових фахівців для проведення маркетингових досліджень, організації промо-акцій та PR-кампаній на основі аутсорсингу. Аутсортинг – це стратегічний підхід до управління ресурсами підприємства, при якому організація замовляє частину своїх функцій чи послуг у зовнішніх постачальників замість того, щоб виконувати їх власними силами в межах компанії. Цей підхід дозволяє підприємствам зосередитися на своїх основних видах діяльності, витрачаючи менше часу та ресурсів на функції, які можуть бути здійснені більш ефективно ззовні. Однією з ключових переваг аутсорсингу є економія ресурсів. Замість того, щоб інвестувати у внутрішні відділи та інфраструктуру для виконання певних завдань, підприємство може делегувати ці функції спеціалізованим постачальникам, які вже мають необхідні знання та ресурси. Крім того, аутсортинг дозволяє підприємствам отримати доступ до висококваліфікованих фахівців та новітніх технологій, які можуть підвищити ефективність виконання завдань. Велика гнучкість і можливість швидкого реагування на змінні умови на ринку також вважаються перевагами аутсорсингу. Однак існують і ризики, такі як втрата контролю над деякими процесами та конфіденційність даних. Тому перед використанням аутсорсингу важливо ретельно обдумати стратегію та обрати надійних партнерів.

Важливим сучасним маркетинговим заходом підвищення впізнаваності підприємства на ринку є залучення блогерів, інфлюенсерів та лідерів думок до популяризації діяльності підприємства. Аграрна сфера є досить специфічною у цьому напрямі, однак існує низка відомих фахівців в агробізнесі, які могли б співпрацювати з досліджуваним підприємством у напрямі популяризації. Залучення блогерів до діяльності аграрного підприємства може мати значний вплив на його популяризацію, маркетинг та залучення уваги споживачів. Блогери можуть використовувати свої канали для реклами та популяризації аграрних продуктів. Вони можуть створювати контент про сільське господарство, виробництво продуктів, а також ознайомлювати аудиторію з особливостями підприємства. Досліджуване

підприємство акцентує свою діяльність на дотриманні концепції сталого розвитку блогери можуть висвітлювати ці цінності та привертати увагу аудиторії, яка цінує сталий розвиток та екологічні аспекти. Блогери можуть створювати контент на основі фідбеку та питань своєї аудиторії щодо аграрного підприємства. Це створить взаємодію та відкритість у спілкуванні. Блогери можуть використовувати свої канали для просування та продажу аграрних продуктів, допомагаючи підприємству розширювати свій ринок. Перед початком співпраці важливо вивчити профіль блогера, його аудиторію, а також забезпечити чесність та відповідність його цінностей та стандартам підприємства. Такий підхід дозволить ефективно використати можливості взаємодії для підвищення обізнаності та успішного розвитку аграрного бізнесу. Наразі в Україні можна виділити кілька відомих агроблогерів та осіб, що активно діляться інформацією про аграрний сектор (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Характеристика агроблогерів, співпраця з якими рекомендується для підприємства, 2024 р.

Ім'я	Характеристика
Юлія Міллер (Yulia Miller)	Агроном та власниця агропідприємства, Юлія активно ділиться своїм досвідом у галузі сільського господарства, а також веде блог і суспільні мережі.
Сергій Бунь (Sergiy Bun)	Фермер і блогер, який спеціалізується на різних аспектах агробізнесу в Україні. Він часто ділиться відео та інформацією про техніку, культури та інновації в сільському господарстві.
Аграрний Фахівець (Agrarian Expert)	Інформаційний ресурс, який публікує новини, статті та відеоматеріали з аграрної сфери в Україні. Автори ресурсу намагаються розширити обізнаність про агробізнес та події в сільському господарстві.
Аграрна Преса (Agrarian Press)	Інформаційний портал, який надає новини, аналітику та різноманітні матеріали про аграрний сектор в Україні.
Латифундист (Lqtifundist.com)	Український аграрний інформаційний ресурс, спрямований на надання актуальних новин, аналітики та інформації щодо аграрного сектору. Цей портал висвітлює різні аспекти аграрного бізнесу, включаючи новини, технології, фінанси, ринки, та інші питання, які стосуються сільськогосподарської галузі в Україні.

Варто звернути увагу, що популярність блогерів може змінюватися з часом, і завжди краще перевіряти останні дані на їхніх офіційних сторінках та соціальних мережах для отримання актуальної інформації.

Проведемо оцінювання витрат на реорганізацію структури управління підприємством зокрема за рахунок впровадження відділу маркетингу та удосконалення маркетингової діяльності та визначимо ефективність цього процесу (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Витрати на реорганізацію системи управління маркетингом у підприємстві, 2024 р., тис. грн

Види витрат	Всього витрат
Організація робочого місця (закупівля меблів (столу, крісла), канцелярські прилади, комп'ютер)	36,0
Організаційні витрати	24,0
Заробітна плата директора з маркетингу і збуту	175,0
Заробітна плата маркетологів (на основі аутсорсінгу)	150,0
Витрати на відрядження маркетологів, транспортні витрати	30
Витрати на реалізацію маркетингових проектів, зокрема співпраця з блогерами	467
Всього витрат	882,0

Отже, загальні витрати на перебудову організаційної структури управління підприємством, зокрема системи управління маркетингом і збутом, складуть 882 тис. грн. Шляхом реорганізації системи управління маркетингом у підприємства можна здійснити зниження витрат на збут продукції загалом на 170,2 тис. грн. (додаток С, Т). Слід визначити чинники, які становлять значущі економічні резерви для підвищення результативності використання витрат на збут на кожному етапі їх формування. Оптимізація витрат на управління збутом передбачає впровадження інноваційних методів і прийомів у виробничий процес, спрямованих на мінімізацію витрат на утримання управлінського персоналу. Оптимізація витрат на маркетинг передбачає ефективне виправдання всіх витрат, пов'язаних із дослідженням ринку, рекламою та стимулюванням збуту, з метою забезпечення високого конкурентного статусу підприємства.

Ключовим аспектом стратегії підвищення прибутковості діяльності підприємства повинна бути оптимізація виробничої програми, що базується на використанні науково обґрунтованої системи ведення сільського господарства. У сучасних умовах одним із важливих напрямків для забезпечення прибутковості підприємства є оптимізація структури посівної площі товарних культур для раціонального використання сільськогосподарських земель та відновлення родючості ґрунту. Зараз пропонується вдосконалити структуру посівних площ у підприємстві, що дозволить отримати максимальний прибуток від реалізації продукції за допомогою інструменту «Пошук рішення». Дані щодо планової врожайності, собівартості та цін реалізації наведені в додатку Я. У господарстві планується посіяти пшеницю, гречку, кукурудзу на зерно, ячмінь, соняшник, сою, ріпак озимий на площі, яка не перевищує 3778 га. Необхідно визначити такі площі посіву сільськогосподарських культур, щоб прибуток був максимальним, враховуючи вимоги до виручки від реалізації продукції рослинництва, обсягу посівної площі та затрат на працю.

$$Z = 48,9 \times 542,1 \times 0,858 x_1 + 32,7 \times 507,7 \times 0,816 x_2 + 42,9 \times 542,1 \times 0,693 x_3 + 88,9 \times 774,7 \times 0,945 x_4 + 15,6 \times 623,9 \times 0,965 x_5 + 23,6 \times 386,0 \times 0,885 x_6 + 26,7 \times 754,8 \times 0,913 x_7 + 20,4 \times 950,6 \times 0,974 x_8 + 142 \times 7012,6 \times 0,345 x_9 + 29,3 \times 668,6 \times 0,916 x_{10}.$$

Система обмежень та розрахунок наведені в додатку Т. Шляхом побудови математичної моделі задачі у середовищі MS Excel та використання засобу «Пошук рішення» отримано наступний варіант оптимізації: максимальний обсяг виробництва ($Z_{\max}$) становить 287 млн. грн при значеннях змінних $x_1 = 574$, $x_2 = 171,3$, $x_3 = 76,9$, $x_4 = 1067,4$, $x_5 = 56,0$, $x_6 = 56,8$, $x_7 = 175,5$, $x_8 = 549$, $x_9 = 515$, $x_{10} = 535$ га. Економічний ефект від оптимізації розраховано і представлено в додатку Т.

Таким чином, у господарстві рекомендується відновити вирощування гречки, яка володіє високою цінністю як круп'яна культура. Рекомендована площа для вирощування гречки – 56 га. Серед технічних культур рекомендується вирощування соняшнику, сої та ріпаку. При цьому, очікується збільшення валового прибутку від реалізації продукції рослинництва на 28682,4 тис. грн, що перевищує фактичний показник на 4392,6 тис. грн.

Отже, ключовим етапом стратегії управління прибутковістю підприємства є проведення всебічного SWOT-аналізу, на основі якого формулюються загальна стратегія розвитку підприємства, виробнича і маркетингова стратегії. Це забезпечить оптимальне використання ресурсів та максимізацію виручки та прибутку від реалізації товарної продукції.

3.2. Оптимізація бізнес-процесів для підвищення прибутковості діяльності підприємства

Сучасний бізнес стикається зі складними викликами та швидкими змінами в економічному середовищі. У таких умовах, підприємства виявляють різноманітні стратегії для досягнення сталого успіху, і однією з ключових є оптимізація бізнес-процесів. Це есе розгляне роль та важливість оптимізації бізнес-процесів у контексті підвищення прибутковості діяльності підприємства. Оптимізація бізнес-процесів полягає в пошуку та впровадженні ефективних змін у внутрішніх операційних процесах підприємства з метою поліпшення його продуктивності та рентабельності. Цей підхід виявляється важливим елементом стратегії підприємства з огляду на кілька ключових аспектів.

1. Підвищення ефективності: оптимізація бізнес-процесів спрямована на підвищення ефективності використання ресурсів, які включають час,

працю, матеріали та інші активи. Вдосконалення процесів дозволяє оптимізувати витрати та підвищує продуктивність.

2. Зменшення затрат: оптимізація бізнес-процесів дозволяє виявляти та усувати зайві або неефективні етапи у виробничих або адміністративних процесах, що призводить до значного зменшення витрат та підвищення рентабельності.

3. Швидкість та гнучкість: оптимізація процесів сприяє покращенню швидкості реакції підприємства на зміни в ринкових умовах. Гнучкі та оптимізовані процеси дозволяють підприємству оперативно реагувати на вимоги клієнтів та конкурентів.

4. Якість та інновації: оптимізовані бізнес-процеси сприяють покращенню якості виробленої продукції або надання послуг. Крім того, вони створюють сприятливий ґрунт для впровадження інновацій, що може стати додатковим стимулом для залучення нових клієнтів та збільшення прибутковості.

5. Залучення та задоволення клієнтів: оптимізація бізнес-процесів спрямована на задоволення потреб клієнтів. Вдосконалені процеси дозволяють надавати послуги або виробляти товари швидше та ефективніше, що позитивно впливає на репутацію підприємства та його прибутковість.

Оптимізація бізнес-процесів стає необхідним елементом стратегії підприємства в умовах конкурентного ринку. Правильно впроваджена модель оптимізації сприяє підвищенню прибутковості, створюючи умови для стабільного розвитку та успішної конкуренції в сучасному бізнес-середовищі.

Провідною галуззю підприємства є молочне скотарство, яка приносить підприємству найбільші доходи. Для підвищення ефективності цієї галузі, крім покращення породного складу та умов утримання тварин, структури стада, рівня механізації, є покращення раціону годівлі та підвищення рівня забезпеченості тваринництва кормами. Ефективність скотарства залежить від структури кормів. Оптимізована система поєднання культур, призначених

для приготування кормів, повинна базуватися не лише на показниках валових зборів, а й економічній оцінці технології виробництва кормів, що поєднує оптимізацію потреби в кормах, а також джерел їх формування; вихід поживних речовин; продуктивність праці; собівартість корму, зокрема кормових одиниць, а також перетравного протеїну в розрізі культур і їх сукупності; оплату кормів продукцією в перерахунку на кормову одиницю. Виходячи з вище сказаного здійснимо оптимізацію кормової бази у досліджуваному підприємстві. З кормів, наявних у господарстві, поживність і вартість яких наведені у табл. 3.5, складемо кормовий раціон для корів, який задовольнятиме їх потреби у поживних речовинах та матиме мінімальну вартість.

Таблиця 3.5

Поживність та вартість кормів, пропонованих до використання у підприємстві, 2024 р.

Корми	Комбікорм	Кукурудзяна дерть	Соняшникова макуха	Пшеничні висівки	Лугове сіно	Сіно конюшини	Еспарцетне сіно	Пшенична солома	Ячмінна солома	Кукурудзяний силос	Кукурудзяно-соевий силос	Кормовий буряк
Позначення:	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂
Кормових одиниць	0,9	1,34	1,09	0,71	0,42	0,52	0,54	0,2	0,36	0,2	0,2	0,12
Перетравного протеїну, г	120	72	396	126	48	79	106	8	12	14	26	12
Сухої речовини, кг	0,87	0,85	0,91	0,87	0,83	0,83	0,86	0,71	0,62	0,14	0,21	0,18
Кальцію, г	15	0,7	3,3	1,8	6	9,3	11	1,4	3,7	1,5	1,1	0,4
Фосфору, г	13	1,5	9,9	10,1	2,1	2,2	2,5	0,8	1,2	0,5	0,6	0,5
Каротину, мг	5	3	2	4	15	25	25	3	4	15	15	0,1
Вартість, грн/кг	25,0	11,0	13,0	5,6	8,7	4,5	10,0	10,0	3,3	10,0	1,7	5,0

Для пошуку рішення за даними умовами необхідно враховувати, що для досягнення планової продуктивності корів у підприємстві у раціоні годівлі корів повинно бути: не менше 12,6 к.од.; не менше 1020 г

перетравного протеїну; не більше ніж 14 кг сухої речовини; не менше ніж 65 г кальцію; не менш ніж 44,8 г фосфору; не менше ніж 400 мг каротину.

Запаси кормів у підприємстві дозволяє щоденно згодувати коровам: до 2,4 кг концентратів; грубих кормів не більше ніж 7,6 кг, в т.ч. сіна не більше ніж 2,1 кг; силосу та коренеплодів відповідно до 21,2 та 5 кг.

Спочатку складемо табличну модель задачі, яка наведена у додатку У. Далі наведемо математичну модель задачі оптимізації кормового раціону для молочного скотарства у підприємстві (див. додаток У). Розв'яжемо задачу в середовищі MS Excel її за допомогою засобу «Пошук рішення». Виходячи з отриманих результатів, отриманих при розв'язанні задачі, бачимо, що добовий кормовий раціон для корів у підприємстві матиме мінімальну вартість 234,9 грн, якщо міститиме 0,44 кг комбікорму, 0,88 кг кукурудзяної дерті, 1,08 кг соняшnikової макухи, 2,1 кг еспарцетного сіна, 5,5 кг ячмінної соломи, 21,2 кг кукурудзяно-соевого силосу, 5 кг кормового буряка. Здійснимо порівняльну характеристику отриманих результатів з добовим раціоном, який зараз використовується у товаристві (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Порівняльна характеристика існуючого і запропонованого добових кормових раціонів для корів у підприємстві, 2024 р.

Назва корму	Фактично, 2022 р.	За планом, 2024 р.	Відхилення (+,-) 2024 р. від 2022 р.
Комбікорм, кг	1,39	0,44	-0,95
Кукурудзяна дерть, кг	2,83	0,88	-1,95
Соняшnikова макуха, кг	—	1,08	1,08
Еспарцетне сіно, кг	2,1	2,1	—
Ячмінна солома, кг	5,5	5,5	—
Кукурудзяний силос, кг	2,6	—	-2,6
Кукурудзяно-соевий силос, кг	18,5	21,2	2,7
Кормовий буряк, кг	5,0	5,0	—
Вартість, грн	29,42	23,49	-5,93

Отже, з даних табл. 3.6 бачимо, що запропонований добовий кормовий раціон є дешевшим на 5,93 грн. від існуючого. Щоб отримати даний економічний ефект, необхідно зменшити у кормовому раціоні кількість комбікорму на 0,95 кг, кукурудзяної дерті – 1,95 кг, кукурудзяного силосу – 2,6 кг, але при цьому збільшити кількість соняшникової макухи на 1,08 кг і кукурудзяно-соєвого силосу – 2,7 кг. Вартість кормового раціону в літній період для однієї корови становитиме 2161,08 грн, для всього стада – 907,7 тис. грн, що на 229,1 тис. грн менше ніж витрачається зараз (1136,8 тис.грн).

Отже, важливу роль у системі заходів щодо вдосконалення технології виробництва продукції тваринництва у підприємстві відіграє менеджмент витрат, що полягає у постійному впливі на виробничий процес з метою підвищення прибутковості. Центральне місце в даному процесі посідає механізм прийняття управлінських рішень. Основним фактором підвищення економічної ефективності у підприємстві є вдосконалення технологічних процесів виробництва продукції молочного скотарства. За останні роки у підприємстві досягнуто високого рівня продуктивності молочного скотарства, на наше переконання, підприємству поряд із продуктивністю молочного скотарства також слід звернути увагу на собівартість виробництва молока, адже маючи високі показники продуктивності, рентабельність виробництва залишається невисокою.

Найбільшу питому вагу в структурі витрат на виробництво молока займають корми, так в 2022 р. їх питома вага склала 80 %. У структурі концентрованих кормів у підприємстві найбільшу питому вагу займає соєвий шрот. Для скорочення витрат на корми у господарстві та підвищення продуктивності ми пропонуємо замінити частково соєвий шрот на кормову добавку небілкового азоту – Цехавіт Кауфіт. У результаті можна отримати здешевлення годівлі, тобто вдвічі меншу витрату коштів. Також є й інші переваги. Цехавіт Кауфіт використовується для максимального споживання корму. Зрештою, це створює сприятливі умови для того, щоб бактерії швидко розпоряджались кормом, а корови їли більше, що позитивно впливає на

молочну продуктивність. Практичний досвід свідчить, що використання небілкових азотних добавок у раціоні високопродуктивних молочних корів показало такі результати: по-перше, надої зросли з 1,2 до 1,7 л, по-друге, це зменшило витрати кормів на 2-3 %, по-третє, якість молока покращилася, і по-четверте, зменшилась залежність від білків рослинного походження.

Отже, додавання небілкового азоту може допомогти встановити і підтримувати постійне надходження білка в організм корови з порушенням білкового балансу в раціоні, а також забезпечити можливість спеціалістам з годівлі задовольнити потреби тварин і досягти високої продуктивності тварин. Це нововведення принесе значні конкурентні переваги, оскільки, досягнувши вже високої продуктивності корів порівняно з аналогічними компаніями, ми продовжуватимемо вирішувати проблеми якості та зменшувати витрати на виробництво молока. Цехавіт Кауфіт показує найкращі результати у поєднанні з кукурудзяним силосом. Однією з проблем, яку необхідно негайно вирішити в підприємстві, є велика кількість відходів у господарстві, особливо відходів кукурудзяного силосу, що пов'язано головним чином зі смаком корму, який погіршується під впливом передчасного старіння ураженого листя. Для вирішення цієї проблеми ми пропонуємо компанії вирощувати кукурудзу за системою «Stay-green», яка передбачає вибір гібридів кукурудзи та здатність рослин залишатись зеленими при збиранні, що має загальний позитивний смаковий ефект і, отже, підвищення молочної продуктивності корів, а також здоров'я тварин.

Два фактори важливі для покращення травлення молочної худоби – смак силосу та регулярність його подачі в автоматичній годівниці. Слід зібрати найкращий силос і дати худобі. Хороший смак силосу може дозволити збільшити на 0,5-1,5 кг сухої речовини на корову на день, що часто збільшує надої з 0,5 до 2 літрів на день. Дослідження показали, що грибкові, бактеріальні та вірусні захворювання у фуражній кукурудзі можуть значно зменшити вміст сухої речовини та спричинити труднощі у збереженні силосу, погіршенні смаку та засвоюваності (якість корму погіршується

передчасним старінням ураженого листа). З цієї причини вирощування силосної кукурудзи за системою «Stay-green» є дуже корисним для підприємства, оскільки ми зосереджуємось на чотирьох критеріях: урожайність, безпека, хороший смак та засвоюваність. Система стратегічного управління ефективністю виробництва молока включає стратегічне управління маркетингом інновацій. Як відомо, саме інновації не тільки позитивно впливають на ефективність виробничого процесу, але й значно підвищують його конкурентоспроможність за короткий проміжок часу.

Важливим кроком у нашому проекті щодо вдосконалення технологічного процесу виробництва молока є впровадження кормозмішувача. Пропонуємо придбати змішувач корму Duo 12-45 від компанії SILOKING (Німеччина) для підприємства.

Надпотужний клас кормозмішувачів-кормороздавачів Duo 12 куб. м.-45 куб. м з двома або трьома турбо-шнеками. За один заміс змішує достатньо корму для 50-250 корів. Кормозмішувач SILOKING Duo має вражаючу продуктивністю. Він ідеально підходить при великому поголів'ї в господарстві або при віддаленому зберіганні кормів, також підходить для обслуговування ферм, на яких вузькі проїзди. В асортименті кілька моделей кормозмішувачів на 12 куб. м, 14 куб. м-Т і 18 куб. м-Т відрізняються невеликою висотою завантаження і мають відповідні розміри, щоб проїхати через вузькі ворота. Особливості кормозмішувача: лінійна коробка передач проходить через усі гвинтові приводи, захищає карданні вали та стабільна проти зносу; міцна рама кормозмішувача була спеціально розроблена для великих навантажень та точного зважування; тандемна вісь (об'єм від 24 кубічних метрів) зменшує коливання на високих швидкостях завдяки рівномірності ходу; кермова вісь зменшує знос коліс; широке стандартне обладнання гарантує просту експлуатацію та підкреслює професіоналізм кормозмішувача.

Основні нормативи на приготування кормосуміші кормозмішувачем-роздавачем Duo 12-45 SILOKING наведено в табл. 3.7.

**Нормативи на приготування кормосуміші кормозмішувачем-роздавачем
Duo 12-45 SILOKING у підприємстві, 2024 р.**

Показник	Значення показника
Кількість обслуговуваного поголів'я великої рогатої худоби, гол	420
Статеві-вікова група	Корови дійні
Спосіб утримання тварин	Безприв'язний
Кількість кормосуміші за добу, т	31,68
Кількість циклів приготування корму за добу	7
Кількість приготованого корму за один цикл, т	4,53
Тривалість одного циклу приготування корму, хв.	37,57
Склад кормосуміші, %, у тому числі:	
сінаж	22,4
силос	33,3
буряки	17,5
соевий шрот	12,5
висівки + дерть	12,4
м'яса	1,3
сіль	0,3
премікс	0,3
Продуктивність за годину основного часу на приготування кормосуміші, т	10,67
Норматив часу на приготування кормосуміші (в т.ч. завантаження, подрібнення, змішування), хв./ц	0,56
Норматив часу на вивантаження кормосуміші, хв./ц	0,27

Система змішування кормозмішувача-роздавача Duo 12-45 SILOKING складається із двох вертикальних шнеків із розміщеними на їхніх витках подрібнювальними елементами. Використання даного кормозмішувача є ефективним як з технологічної, так і з економічної точок зору. Вартість кормозмішувача-роздавача становить 560,0 тис. грн. Проведемо розрахунок економічної ефективності впровадження на молочній фермі досліджуваного підприємства кормозмішувача-роздавача (табл. 3.8).

Провівши аналіз даних табл. 3.8, можемо зробити висновок, що застосування вибіркової конкурентної стратегії в галузі молочного скотарства, що враховує не тільки розвиток, а й скорочення витрат дозволить підприємству отримати прибуток. При цьому на основі застосування кормозмішувача та оптимізації кормового раціону надій з розрахунку на одну корову зросте на 5,7 ц за рік.

**Розрахунок економічної ефективності вдосконалення технології
виробництва молока у підприємстві, 2024 р.**

Показники	Фактично, 2022 р.	За планом, 2024 р.	Відхилення (+,-) 2024 р. від 2022 р.
Додаткові витрати: амортизаційні відрахування, 15 % від вартості кормозмішувача-роздавача Duo 12-45 SILOKING, тис. грн	–	54,0	54,0
технологічне обслуговування, 6,5 % від вартості кормозмішувача Duo 12-45 SILOKING, тис. грн	–	23,4	23,4
Вивільнення коштів: за рахунок застосування енергоощадної технології приготування кормосуміші, тис. грн	–	19,0	19,0
за рахунок часткової заміни в раціоні соєового шроту на кормову добавку Цехавіт Кауфіт, тис. грн	–	55,8	55,8
Кількість корів, всього голів	515	515	–
Удій на одну корову, ц	66,3	72,0	5,7
Ціна реалізації, грн/ц	771,35	771,35	0
Валовий надій, ц	27846	30240	2394
Обсяг реалізації (рівень товарності 90,5 %), ц	25200	27367,2	2167,2
Собівартість 1 ц молока	578,12	532,01	-46,1
Валовий дохід, тис. грн	21479,0	23325,6	1846,6
Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	14568,6	14559,6	-9,0
Прибуток, тис. грн	6910,4	8766,0	1855,6
Рівень рентабельності виробництва, %	47,4	60,2	12,8

За рахунок підвищення валових надоїв на 2394 ц собівартість виробництва молока знизиться на 46,1 грн/ц, а рівень рентабельності виробництва молока зросте на 12,8 процентних пункти. Загальний економічний ефект від системи заходів щодо удосконалення технологій в галузі молочного скотарства становитиме 1855,6 тис. грн.

Економічний ефект від сукупності заходів з удосконалення системи управління прибутковістю підприємства, що включає в себе розроблення нової корпоративної та функціональних стратегій, реорганізація відділу маркетингу та оптимізація маркетингових функцій, оптимізація виробничої програми та бізнес-процесів становитиме 6418,4 тис. грн.

Отже, впровадження комплексної стратегії управління прибутковістю підприємства, реалізація всіх елементів, що входять у склад стратегії лідерства забезпечать комплексний, системний, стратегічний підхід до управління в умовах ринкової економіки і маркетингової орієнтації підприємств, будуть сприяти зміцненню конкурентних позицій підприємств у турбулентному конкурентному середовищі, підвищенню конкурентоспроможності та отриманню конкурентних переваг у довгостроковій перспективі на основі ефективного використання конкурентних активів і ключових компетенцій.

Висновки до розділу 3

Для підвищення прибутковості підприємства доцільним є впровадження таких заходів:

1. Для підвищення ефективності управління прибутковістю підприємства, пропонується замінити існуючу стратегію фокусування та диференціації ринкових ніш на стратегію досягнення конкурентних переваг – стратегію лідера ринку. Це вимагає розв’язання завдань, таких як збільшення попиту через привертання нових споживачів, завоювання споживачів конкурентів, підвищення інтенсивності продажів, утримання частки ринку через завоювання відданості споживачів та інші стратегічні завдання.

2. Важливим етапом формування стратегії управління прибутковістю сільськогосподарського підприємства є обґрунтування відповідних функціональних стратегій, кожна з яких забезпечить ефект синергії за умови поєднання між собою та своєчасної імплементації у господарську діяльність підприємства, зокрема необхідне впровадження таких функціональних стратегій: стратегія діджиталізації, стратегія сталого розвитку в аграрному секторі, стратегія оптимізації ланцюга постачання в агробізнесі, стратегія управління людським капіталом в агросфері, стратегія адаптація до змін клімату, стратегії ефективного використання земельних ресурсів.

3. З метою ефективного впровадження та реалізації стратегії управління потенціалом діяльності підприємства доцільно оптимізувати маркетингові функції. Основним завданням маркетолога є переорієнтація виробничої діяльності підприємства відповідно до підпорядкування маркетинговим цілям, тобто орієнтація на споживача. Маркетолог має аналізувати виробничі та фінансові можливості, і на цій основі розробляти стратегію управління маркетингом. Основними сферами маркетингової діяльності підприємства є: збут, маркетингове планування, оцінювання кон'юнктури ринку тощо. Для підприємства доцільно реорганізувати відділ маркетингу, при цьому ввести посаду директора з маркетингу і збуту. Також за потреби можуть бути залучені два додаткових фахівця – для проведення додаткових маркетингових досліджень, промо-акцій, PR-кампаній тощо на основі аутсортсінгових договорів.

4. Важливим сучасним маркетинговим заходом підвищення впізнаваності підприємства на ринку є залучення блогерів, інфлюенсерів та лідерів думок до популяризації діяльності підприємства. Аграрна сфера є досить специфічною у цьому напрямі, однак існує низка відомих фахівців в агробізнесі, які могли б співпрацювати з досліджуваним підприємством у напрямі популяризації. Залучення блогерів до діяльності аграрного підприємства може мати значний вплив на його популяризацію, маркетинг та залучення уваги споживачів. Блогери можуть використовувати свої канали для реклами та популяризації аграрних продуктів. Вони можуть створювати контент про сільське господарство, виробництво продуктів, а також ознайомлювати аудиторію з особливостями підприємства.

4. Сукупні витрати на реорганізацію організаційної структури управління підприємства та зокрема системи управління маркетингом і збутом становитимуть 882 тис. грн. За рахунок реорганізації системи управління маркетингом у підприємстві можна досягти зниження витрат на збут продукції в цілому в підприємстві складуть 170,2 тис. грн.

5. Основою стратегії управління прибутком підприємства має стати оптимізація виробничої програми, яка має базуватись на основі дотримання науково обґрунтованої системи ведення сільського господарства. У підприємстві доцільно відновити вирощування гречки, яка є цінною круп'яною культурою, під її вирощування доцільно відвести площу 56 га. Серед технічних культур обґрунтованим є вирощування соняшнику, сої та ріпаку. При цьому, валовий прибуток від реалізації продукції рослинництва становитиме – 28682,4 тис. грн, що на 4392,6 тис. грн більше фактичного показника.

6. Основними напрямками підвищення ефективності у підприємства є удосконалення технології виробництва молока, зокрема, оптимізація кормового раціону, підвищення рівня автоматизації виробництва, оптимізація виробничої програми та асортименту продукції; сортооновлення та збільшення обсягів виробництва продукції.

7. Для ефективного розвитку галузі тваринництва необхідна оптимізація кормового раціону годівлі корів. Вартість кормового раціону в літній період для однієї корови становитиме 2161,08 грн, для всього стада – 907,7 тис. грн, що на 229,1 тис. грн менше ніж витрачається зараз (1136,8 тис.грн). Для скорочення витрат на корми та підвищення продуктивності доцільно частково замінити соєвий шрот на кормову добавку небілкового азоту – Цехавіт Кауфіт.

8. Для підприємства запропоновано придбання змішувача кормів Duo 12-45 підприємства SILOKING (Німеччина). Вартість кормозмішувача-роздавача становить 360,0 тис. грн. Загальний економічний ефект від системи заходів щодо удосконалення технологій в галузі молочного скотарства становитиме 1855,6 тис. грн.

Сукупний економічний ефект від пропонованих заходів становитиме 6418,4 тис. грн.

ВИСНОВКИ

З аналізу організаційно-економічного механізму формування прибутковості підприємства можна зробити такі висновки:

1. Підприємство володіє необхідними ресурсами для ефективної діяльності. Спостерігається тенденція до зменшення площі сільськогосподарських угідь підприємства, що виникає внаслідок його реорганізації. Зменшення чисельності працівників, зокрема в адміністративній сфері, свідчить про оптимізацію управління.

2. У досліджуваному господарстві найбільш розвинутою галуззю є рослинництво, її питома вага складає 64,9 %, тваринництво становить 35,1 %. Це господарство є диверсифікованим, вирощує близько десяти сільськогосподарських культур, проте з кожним роком стає все більш помітною залежність від монокультур.

3. Спостерігається зростання прибутковості більшості видів сільськогосподарської продукції у підприємства. Прибуток від реалізації зернових та зернобобових культур у 2022 р. порівняно із 2018 р. збільшився в 1,8 рази і становив у 2022 р. 132,2 грн/ц. Найбільш прибутковим є соняшник – 667,4 грн/ц. Високими є прибутки від реалізації сої – 233,2 грн/ц, кукурудзи на зерно – 153,9 грн/ц, озимої пшениці – 124,8 грн/ц. Найбільш прибутковими дані культури були у 2021 р. Прибутковість молочної галузі становила у 2022 р. 83,8 грн/ц, що у 2,4 рази більше, ніж у 2018 р. Найвищим прибуток від реалізації 1 ц молока був у 2020 р. і становив 181,5 грн/ц. М'ясне скотарство та свинарство було збитковим протягом всього періоду.

4. Аналіз показників, що характеризують доступність збалансованого харчування для всіх верств населення України у період з 2018 р. по 2022 р., показує, що у 2021 р. обсяг споживання м'яса і м'ясних продуктів на одну особу становив 53,8 кг/рік, що менше на 7,2 кг/рік від запланованого цільового показника на 2021 р. (61 кг/рік).

5. Спостерігається загальне зростання доходів у всіх галузях підприємства, за винятком вирощування вівса та приросту живої маси

свиней. Загальна сума доходів підприємства зросла на 38,4 % або 38566 тис. грн з 2018 р. по 2022 р. Цей ріст обумовлений збільшенням доходів від рослинництва на 50,3 % та від тваринництва на 21,9 %. За відсотковим співвідношенням найбільше зросли доходи від реалізації ячменю (в 2,1 рази), ріпаку (в 2,9 рази) та меду (в 2 рази).

6. Спостерігається збільшення операційних витрат у підприємстві у 2022 р. порівняно з 2018 р. на 81474 тис. грн, або на 158,8 %. Найбільшу питому вагу у структурі операційних витрат займають матеріальні витрати – 47,9 % (64933 тис. грн), їх сума збільшилася на 40157 тис. грн, або на 156,6 %. Витрати на оплату праці та відрахування на соціальні заходи збільшилися менш несуттєво, що насамперед пов'язано із певним зменшенням чисельності персоналу підприємства.

Для підвищення рівня прибутковості підприємства доцільним є впровадження таких заходів:

1. Для підвищення ефективності управління прибутковістю підприємства, пропонується замінити існуючу стратегію фокусування та диференціації ринкових ніш на стратегію досягнення конкурентних переваг – стратегію лідера ринку. Це вимагає розв'язання завдань, таких як збільшення попиту через привертання нових споживачів, завоювання споживачів конкурентів, підвищення інтенсивності продажів, утримання частки ринку через завоювання відданості споживачів та інші стратегічні завдання.

2. Важливим етапом формування стратегії управління прибутковістю сільськогосподарського підприємства є обґрунтування відповідних функціональних стратегій, кожна з яких забезпечить ефект синергії за умови поєднання між собою та своєчасної імплементації у господарську діяльність підприємства, зокрема необхідне впровадження таких функціональних стратегій: стратегія діджиталізації, стратегія сталого розвитку в аграрному секторі, стратегія оптимізації ланцюга постачання в агробізнесі, стратегія управління людським капіталом в агросфері, стратегія адаптація до змін клімату, стратегії ефективного використання земельних ресурсів.

3. З метою ефективного впровадження та реалізації стратегії управління потенціалом діяльності підприємства доцільно оптимізувати маркетингові функції. Основним завданням маркетолога є переорієнтація виробничої діяльності підприємства відповідно до підпорядкування маркетинговим цілям, тобто орієнтація на споживача. Маркетолог має аналізувати виробничі та фінансові можливості, і на цій основі розробляти стратегію управління маркетингом. Основними сферами маркетингової діяльності підприємства є: збут, маркетингове планування, оцінювання кон'юнктури ринку тощо. Для підприємства доцільно реорганізувати відділ маркетингу, при цьому ввести посаду директора з маркетингу і збуту. Також за потреби можуть бути залучені два додаткових фахівця – для проведення додаткових маркетингових досліджень, промо-акцій, PR-кампаній тощо на основі аутсортсінгових договорів.

4. Важливим сучасним маркетинговим заходом підвищення впізнаваності підприємства на ринку є залучення блогерів, інфлюенсерів та лідерів думок до популяризації діяльності підприємства. Аграрна сфера є досить специфічною у цьому напрямі, однак існує низка відомих фахівців в агробізнесі, які могли б співпрацювати з досліджуваним підприємством у напрямі популяризації. Залучення блогерів до діяльності аграрного підприємства може мати значний вплив на його популяризацію, маркетинг та залучення уваги споживачів. Блогери можуть використовувати свої канали для реклами та популяризації аграрних продуктів. Вони можуть створювати контент про сільське господарство, виробництво продуктів, а також ознайомлювати аудиторію з особливостями підприємства.

4. Сукупні витрати на реорганізацію організаційної структури управління підприємства та зокрема системи управління маркетингом і збутом становитимуть 882 тис. грн. За рахунок реорганізації системи управління маркетингом у підприємстві можна досягти зниження витрат на збут продукції в цілому в підприємстві складуть 170,2 тис. грн.

5. Основою стратегії управління потенціалом підприємства має стати оптимізація виробничої програми, яка має базуватись на основі дотримання науково обґрунтованої системи ведення сільського господарства. У підприємстві доцільно відновити вирощування гречки, яка є цінною круп'яною культурою, під її вирощування доцільно відвести площу 56 га. Серед технічних культур обґрунтованим є вирощування соняшнику, сої та ріпаку. При цьому, валовий прибуток від реалізації продукції рослинництва становитиме – 28682,4 тис. грн, що на 4392,6 тис. грн більше фактичного показника.

6. Основними напрямками підвищення ефективності використання потенціалу підприємства є удосконалення технології виробництва молока, зокрема, оптимізація кормового раціону, підвищення рівня автоматизації виробництва, оптимізація виробничої програми та асортименту продукції; сортооновлення та збільшення обсягів виробництва продукції.

7. Для ефективного використання потенціалу галузі тваринництва необхідна оптимізація кормового раціону годівлі корів. Вартість кормового раціону в літній період для однієї корови становитиме 2161,08 грн, для всього стада – 907,7 тис. грн, що на 229,1 тис. грн менше ніж витрачається зараз (1136,8 тис.грн). Для скорочення витрат на корми та підвищення продуктивності доцільно частково замінити соєвий шрот на кормову добавку небілкового азоту – Цехавіт Кауфіт.

8. Для підприємства запропоновано придбання змішувача кормів Duo 12-45 підприємства SILOKING (Німеччина). Вартість кормозмішувача-роздавача становить 360,0 тис. грн. Загальний економічний ефект від системи заходів щодо удосконалення технологій в галузі молочного скотарства становитиме 1855,6 тис. грн.

Сукупний економічний ефект від пропонованих заходів становитиме 6418,4 тис. грн.