**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
«12» грудня 2023 року

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: **«Напрями підвищення прибутковості діяльності підприємства»**

виконала здобувачка вищої освіти денної форми навчання

**Тукало Ольга Олександрівна**

Керівник кваліфікаційної роботи,
к.е.н., доцент Ірина ЗАГРЕБЕЛЬНА

**Полтава – 2023 року**

# ВСТУП

**Актуальність теми.** Основною метою діяльності підприємства в аграрному секторі є забезпечення його сталого розвитку, що може бути досягнуто шляхом постійного пошуку заходів щодо підвищення економічної ефективності та їх реалізації. Підприємство самостійно планує свою діяльність та вибирає стратегічні перспективи розвитку, орієнтуючись на запит на свою продукцію та потреби у виробничих ресурсах для забезпечення виробництва і соціального розвитку. Одним із ключових показників ефективності роботи підприємства є прибуток. Зацікавленість у максимізації прибутку виступає основним стимулом роботи підприємства.

Прибуток підприємства обумовлений результативністю в його виробничій, постачальницькій, збутовій та комерційній сферах. Збільшення прибутку створює фінансову основу для економічного зростання підприємства. Основне завдання підприємства не тільки досягати максимального прибутку в поточному періоді, але й в ефективному розподілі та використанні для підтримки подальшого розвитку.

Питання підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва ґрунтовно досліджені в працях вітчизняних вчених: В.Г. Андрійчука, Ф.Ф. Бутинеця, П.І. Гайдуцького, Т.Г. Маренича, Л.Ю. Мельник, В.Я. Месель-Веселяка, О.В. Олійника, Т.І. Олійник, Л.М. Пархоменка, Б.В. Погріщука, В.Я. Плаксієнка, П.Т. Саблука, О.В. Ульянченка, Д.В. Шияна та ін. Разом з тим питання щодо підвищення прибутковості сільськогосподарських підприємств потребує подальшого узагальнення та поглибленого вивчення.

**Зв'язок роботи з науковими планами, програмами, темами.** Кваліфікаційна робота виконана у відповідності з планом науково-дослідних робіт Полтавського державного аграрного університету за темою «Розвиток агропродовольчої сфери в національному та геоекономічному просторі» (№ДР 0122U201799).

**Мета і завдання дослідження.** Метою кваліфікаційної роботи є вивчення теоретико-методичних засад та практичних рекомендацій щодо

пошуку напрямів збільшення прибутку підприємства.

Для реалізації поставленої мети в роботі вирішувалися наступні **завдання:**

- теоретично обґрунтувати механізм формування та розподілу прибутку підприємства;

- дослідити методичні підходи до визначення рівня прибутковості підприємства;

- проаналізувати організаційно-економічні особливості діяльності підприємства;

- провести оцінку економічної ефективності виробництва продукції у підприємстві;

- запропонувати напрями збільшення прибутку підприємства на інноваційній основі.

**Об'єктом дослідження** були організаційно-економічні та соціально-економічні процеси сільськогосподарського виробництва на підприємстві, зокрема забезпечення ефективної виробничої діяльності підприємства.

**Предметом дослідження** є теоретико-методологічні та практичні аспекти визначення рівня прибутковості підприємства та напрями його збільшення.

**Методи дослідження.** Методичною основою кваліфікаційної роботи слугували абстрактно-логічний, системно-структурний, порівняльний, монографічний, розрахунково-конструктивний, індексний, графічний, економіко-математичний, діалектичний метод дослідження процесів і явищ у їх взаємозв'язку й розвитку.

**Інформаційну базу** кваліфікаційної роботи становили матеріали Полтавського обласного відділу статистики, літературні джерела, статистична звітність за 2018-2022 рр. основних економічних показників роботи підприємства, власні спостереження автора.

**Наукова новизна одержаних результатів.** Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні науково-теоретичних і прикладних засад формування прибутку підприємства та напрямів його збільшення. Зокрема,

автором

*систематизовано:*

- методичні підходи до визначення рівня прибутковості підприємства;

*набули подальшого розвитку:*

- удосконалення механізму формування та розподілу прибутку підприємства;
- напрями збільшення прибутку підприємства на інноваційній основі.

**Практичне значення одержаних результатів.** Одержані в процесі кваліфікаційного дослідження результати, які виражені в рекомендаціях щодо формування прибутку та пошуку напрямів його збільшення, мають практичну цінність та можуть бути використані в аграрному секторі регіону.

**Апробація результатів дослідження.** Основні результати дослідження за темою кваліфікаційної роботи були представлені та обговорювались на VIII Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки» Полтавського державного аграрного університету (м. Полтава, 23 листопада 2023 р.).

**Структура та обсяг кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота викладена на 60 сторінках основного тексту, складається зі вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел із 60 найменувань. Робота містить 25 таблиць, 6 рисунки та 2 додатки.

# РОЗДІЛ 1
# ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

## 1.1. Механізм формування та розподілу прибутку підприємства

Розглядаючи виробництво як основне джерело формування величини прибутку, А. Сміт і Д. Рікардо вважали, що вироблений товар у процесі реалізації обмінювався на грошові кошти, якими покривалася сума понесених витрат, при цьому утворювалося «дещо», яке сприймається як відшкодування виробнику виниклого ризику, інакше кажучи, прибуток [41]. Слід підкреслити той факт, що сума отриманого прибутку не була взаємопов'язана із заробітною платою і вимірювалася величиною капіталу.

Встановлювати розмір прибутку, виходячи з величини отриманого доходу від трудової діяльності було запропоновано В. Рашером, Д. Кларком, Й. Шумпетером. Однак останній із них висловлював твердження про те, що значення діяльності підприємця полягає у створенні інноваційних технічних засобів і розробленні принципово нових методів організації виробництва управління ризиком, що дають змогу знижувати витрати. Зрештою, виникає та сама різниця – підприємницький прибуток.

Ф. Найт, згаданий у роботі [37], дотримувався точки зору, що виникнення прибутку корелюється з рівнем понесеного ризику, у зв'язку з чим називав прибуток винагородою за цей ризик. У своїй праці, присвяченій проблемам економіки, В.Д. Нордхаус і П.Е. Самуельсон стверджували, що слід розглядати прибуток як дохід, але отриманий не лише в результаті здійснення підприємницької діяльності, а й упровадження технічних інновацій. Учені звернули увагу на той факт, що прибуток – багатокомпонентна величина, яка складається з неявних витрат, величину яких складають дохід від ризику, впровадження нових технічних засобів, власного капіталу.

І.О. Бланк пов'язував прибуток із рівнем підприємницького ризику. З його точки зору «прибуток – це виражений у грошовій формі чистий дохід

підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємством діяльності, різниця між сукупним доходом і сукупними витратами в процесі здійснення підприємницької діяльності» [3]. Так само І.О. Бланк вказує на те, що прибуток як економічна категорія відображає чистий дохід, який створюється у сфері матеріального виробництва у формі грошових нагромаджень і виконує певні функції, розглянуті в таблиці 1.1.

*Таблиця 1.1*

**Характеристика функцій прибутку** [3]

| Функція | Характеристика |
|---|---|
| Оціночна | Відображає економічний ефект від діяльності організації, допомагає провести аналіз ефективності, однак обмежитися тільки цим показником під час аналізу не можна, оскільки прибуток відображає тільки кінцевий результат діяльності суб'єкта господарювання |
| Стимулююча | Частина фінансових ресурсів організації, яку використовують для розвитку та підвищення зацікавленості працівників у результатах діяльності підприємства (організації) |
| Фіскальна | Є джерелом відрахувань, які надходять у вигляді податків до бюджету держави та позабюджетних фондів |

Прибуток є основним стимулом розвитку діяльності підприємства. Однак у разі неефективного управління виробничим процесом, порушення договірних зобов’язань, недотримання вимог законодавства тощо підприємство може отримати як фінансовий результат діяльності збитки. Отже, прибуток є певним узагальнювальним показником, що свідчить про ефективність ведення виробництва та управління підприємством, забезпечує благополучний і стабільний фінансовий стан підприємства [10, с. 17].

Прибуток стимулює подальше підвищення активності виробництва, посилює фінансову зацікавленість працівників у досягненнях свого підприємства. Подальше зростання стимулюючої ролі прибутку пов'язане з розвитком механізму його розподілу. Розподіл і витрачання прибутку на підприємстві закріплюється в статуті. Залежно від статуту підприємства виникають фонди накопичення і споживання. Етапи формування та розподілу фінансових результатів можна представити за допомогою рисунка 1.1.

Прибуток свідчить про успішну роботу підприємства в ринковій економіці, тобто є одним із показників прибутковості. У зв'язку з тим, що прибуток відіграє важливу роль у розвитку підприємства – потрібно рентабельно і правильно управляти ним.

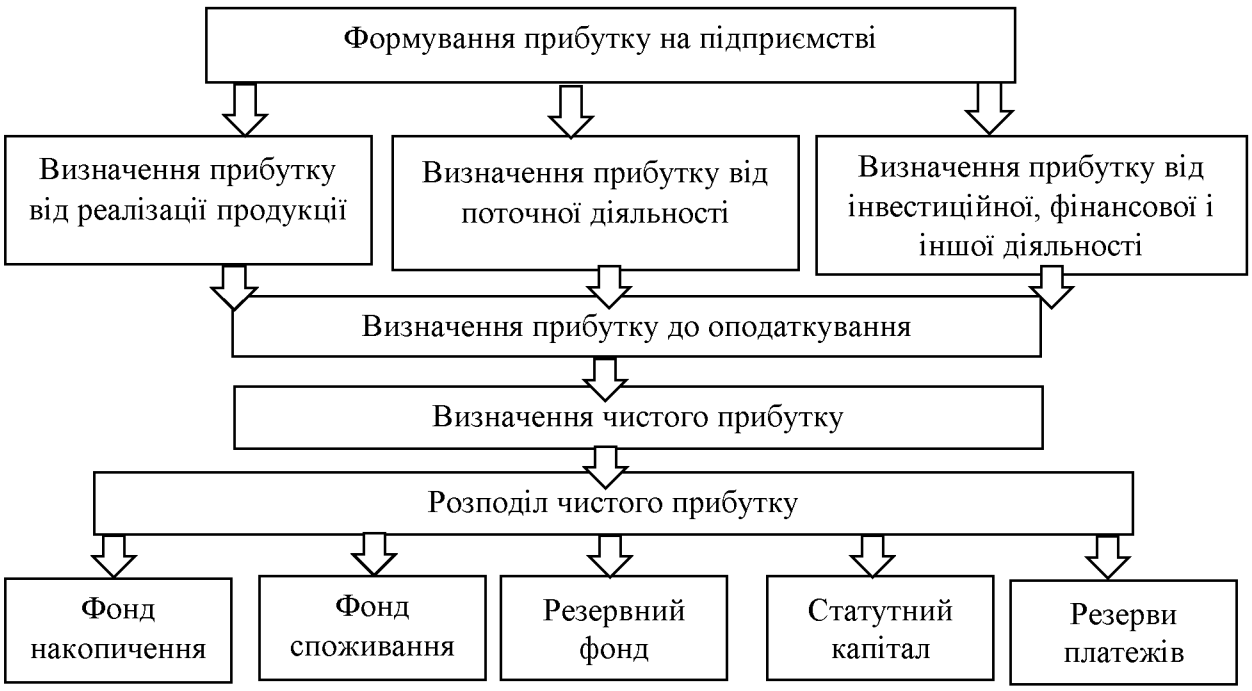


Рис. 1.1. Формування прибутку на підприємстві [43]

Процес управління прибутком являє собою вироблення та прийняття управлінських рішень щодо усіх основних аспектів його формування, розподілу, використання та планування на підприємстві [34, с. 116].

Використання накопичувальних, споживчих і резервних фондів на підприємстві здійснюється на основі кошторису видатків, який розробляється фінансовою службою підприємства і затверджується відповідним чином. Протягом року у зв'язку з виробничою необхідністю розмір і склад фондів та питомі статті витрат можуть бути змінені за рішенням органу фінансового управління на підприємстві.

Значна кількість чинників впливає на фінансове становище підприємства, наприклад, співвідношення напряму використання отриманого прибутку на нагромадження і споживання. Наприклад, увесь чистий прибуток сільськогосподарського підприємства спрямовується на споживання і не збирається формувати фонди накопичення. Це означає, що можливість

розвитку економіки за рахунок власних джерел не активізується.

Основною вимогою, що має бути висунута до порядку ранжування прибутку, який продовжує перебувати в підприємстві, є гарантування фінансовими ресурсами потреб розширеного відтворення на основі встановлення раціонального співвідношення між коштами, що спрямовані на споживання та нагромадження.

Фактори, що впливають на прибуток, можна класифікувати за різними критеріями. Таким чином, існують зовнішні та внутрішні, виробничі та невиробничі, екстенсивні та інтенсивні чинники [37, с. 189]. Ці фактори тісно взаємопов'язані та надійні під час виробничої діяльності підприємства, пов'язаної з виробництвом, реалізацією продукції та отриманням прибутку.

Таким чином, прибуток є не тільки основною метою діяльності будь-якого комерційного підприємства, а й найважливішою економічною категорією. Прибуток створює певні гарантії для подальшого існування та розвитку підприємства. Він є найважливішим показником фінансової діяльності підприємства, його максимізація – одна з головних цілей розвитку підприємства і безпосередній об'єкт управління фінансових менеджерів.

Важливим фактором удосконалення організаційної бази управління прибутком підприємства є формування відповідної організаційної структури на підприємстві для досягнення цілей підвищення якості прибутку. Під час формування та реорганізації організаційної структури управління якістю прибутку підприємства важливо дотримуватися системного підходу, що враховує стан і зміни зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на фінансові результати підприємства [12, с. 146].

Отже, можна зазначити, що організаційна структура підприємства має відповідати вимогам щодо максимізації якості прибутку і повинна відповідати таким умовам (рис. 1.2).

Елементи, що забезпечують контроль кількості та якості прибутку підприємства:

- аналіз рівня рентабельності конкурентів, розмір і якість прибутку підприємства;

- аналіз зовнішніх і внутрішніх чинників, що впливають на прибуток;

- оцінка відповідності стратегії підприємства;

- оцінка обґрунтованості формування доходів і витрат;

- формування та оцінка системи формування, організаційно-економічного механізму розвитку управління сумою і якістю прибутку, оцінка відповідності з планом розвитку підприємства.

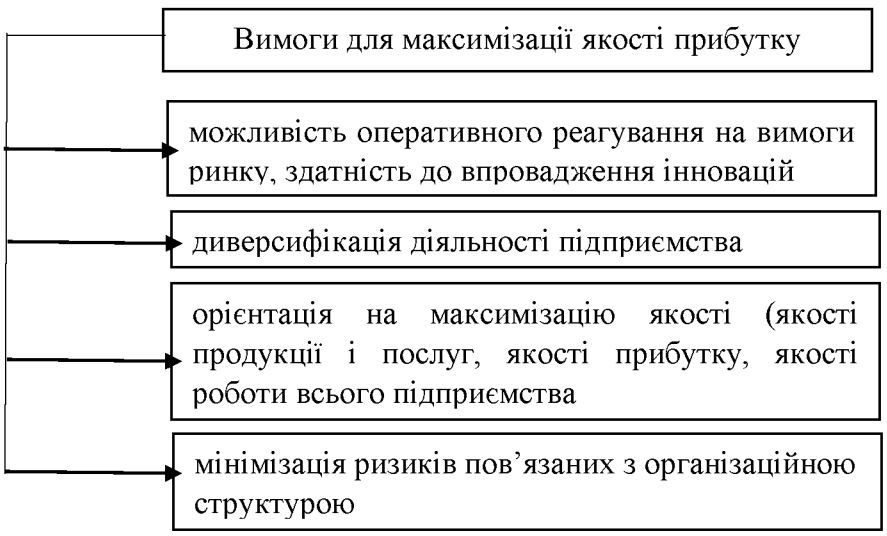


Рис. 1.2. Вимоги для максимізації якості прибутку [12, с. 146]

Функціонування організаційно-економічного механізму управління розміром і якістю прибутку здійснюється в рамках стратегії та стратегії управління прибутком підприємства відповідно до вимог нормативної бази, що регулює формування, розподіл і використання операційного, інвестиційного та фінансового прибутку.

Основні цілі та завдання діяльності підприємства стали фундаментальними елементами управління прибутком підприємства, оскільки вони формують основу корпоративного управління і пов'язують зовнішні та внутрішні чинники діяльності підприємства. Організаційно-економічний підхід до управління кількістю та якістю прибутку тісно пов'язаний зі стратегією управління прибутком і реалізується органами управління підприємства. Важливим елементом перелічених вище механізмів є управління суб'єктами та об'єктами, встановлення принципів і методів управління, а також заходів та етапів управління прибутком. Для ухвалення

відповідних управлінських рішень у рамках організаційно-економічного механізму управління обсягом і якістю прибутку використовується система показників оцінки, що характеризують не тільки обсяг, а й якість прибутку, моніторинг формування, використання та розподілу прибутку підприємства, а також оцінка та коригування розміру прибутку та управління якістю з урахуванням отриманих результатів у рамках підвищення конкурентної переваги підприємства. Заходи, які використовують для підвищення якості прибутку, мають різноманітний характер, різний рівень складності та виконуються різними підрозділами підприємства.

Можна зазначити, що більшість видів діяльності, що реалізуються на підприємстві, відповідають їхнім вимогам, спрямованим на активні інновації задля досягнення постійної та стійкої конкурентоспроможності, що можна віднести до діяльності, спрямованої на підвищення якості прибутку підприємства [59, с. 23].

Управлінські рішення щодо досягнення планової вартості ґрунтуються на інформації про якість прибутку підприємства. Відомо, що інформація є першою ланкою в системі управління, що включає управління фінансовими результатами підприємства. На вартість якості прибутку підприємства впливають певні групи ризиків при прийнятті управлінських рішень. Здебільшого пов'язані з відсутністю інформації, яка необхідна для ситуації, що склалася. Тому дуже важливо приділяти цьому аспекту достатньо уваги. Для цього необхідно робити інформаційну класифікацію за певними організаційно-економічними механізмами управління якістю прибутку підприємства: економічною, організаційною, техніко-економічною, соціальною, екологічною тощо.

Важливим компонентом організаційно-економічного механізму управління якістю фінансових результатів підприємства є оцінка управлінських результатів. Відповідні зміни мають вноситися відповідно до вимог розвитку соціального виробництва, функціонування конкурентного законодавства. Це означає, що організаційно-економічний механізм управління фінансовими результатами підприємства має постійно

вдосконалюватися в усіх його елементах і деталях. На сьогодні подальше вдосконалення організаційно-економічного механізму управління фінансовими результатами підприємства повинно бути спрямоване на пошук якісних змін у розвитку підприємства, які б забезпечували максимальну цінність його кінцевого якісного результату.

## 1.2. Методичні підходи до визначення рівня прибутковості підприємства

Економічний сенс прибутку полягає в тому, що він відображає кінцевий фінансовий результат, а на його величину і динаміку впливають чинники, змінити які підприємство не завжди може. Прибуток не статична категорія, його отримання не гарантоване, але є результатом ефективного ведення бізнесу. Це плата за ризик підприємця і частина доходу, яка «очищена» від витрат на ведення бізнесу.

Одним з основних актуальних і нелегких завдань управління прибутком підприємства є його аналіз. Методи аналізу прибутку та рентабельності наведено на рисунку 1.3.

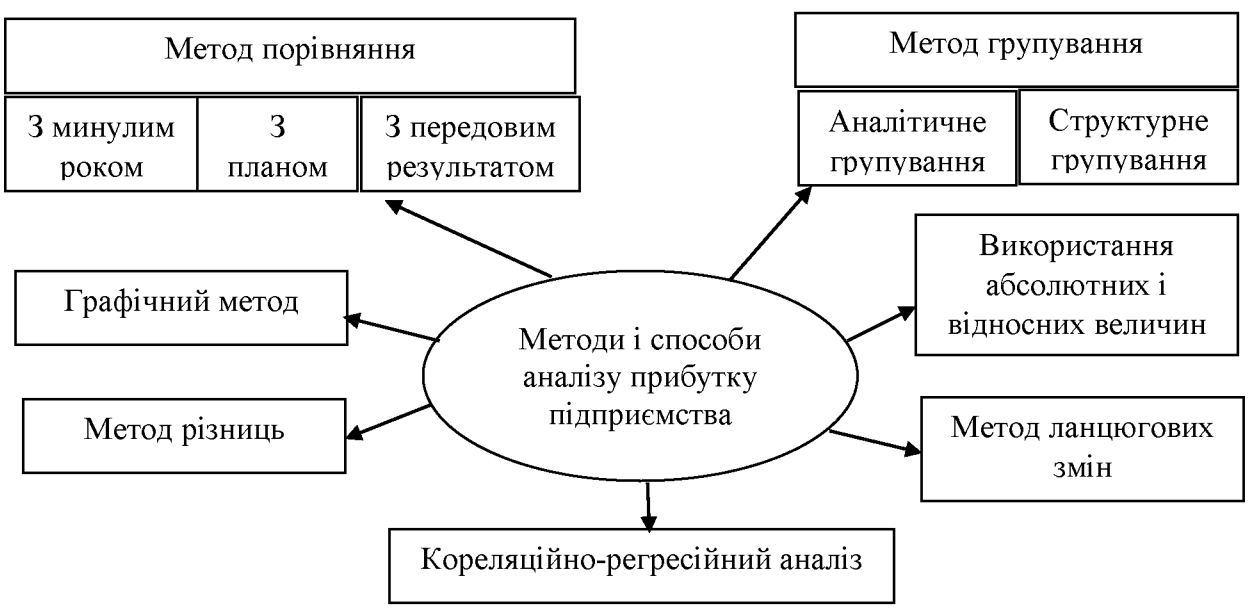


Рис. 1.3. Методи аналізу прибутку і рентабельності підприємства [29, с. 283]

Головна мета факторного аналізу прибутку від продажів – виявлення сильних і слабких місць у ланцюзі продажів при отриманні прибутку. Для цього необхідно: визначення коливань за впливовими критеріями; дослідження змін показників; оцінка рентабельності підприємства за обраний період. Досліджується структура і склад прибутку, коливання порівняно з аналогічними звітними періодами, дія стратегії обліку за кожним прибутковим напрямом, податкові та дивідендні виплати.

Основне завдання аналітика – знайти оптимальні шляхи для отримання максимального прибутку. Але подібне дослідження дає змогу також здійснювати контроль виконання планів, визначати об'єктивні та суб'єктивні чинники, які впливають на прибутковість [2, с. 59]. У розрахунках застосовуються дані бухобліку та бізнес-плану. За підсумками виявляються резерви, що дають змогу наростити чистий прибуток.

Головний показник успіху підприємницької діяльності – висока рентабельність. Щоб її досягти, недостатньо досліджувати дані тільки прибутковості продажів. Необхідно враховувати окупність вкладень і витрат загалом і за кожним напрямом діяльності підприємства.

*Таблиця 1.2*

**Етапи аналізу прибутку підприємства**

| Етап | Перелік заходів |
|---|---|
| Підготовчий етап | Постановка цілей і завдань аналізу прибутку |
| | Вибір предмета і об'єкта аналізу |
| | Вибір методу аналізу |
| | Визначення інформаційного забезпечення аналізу прибутку |
| | Формування програми проведення дослідження |
| | Дослідження економічних причин аналізу прибутку |
| Основний етап | Аналіз динаміки всіх видів прибутку підприємства за попередні роки |
| | Визначення і оцінка впливу факторів на зміну різних видів прибутку (факторний аналіз) |
| | Розрахунок і аналіз показників рентабельності діяльності підприємства |
| | Оцінка ефективності використання чистого прибутку |
| Заключний етап | Виявлення і мобілізація резервів росту прибутку і рентабельності |
| | Розробка заходів по підвищенню прибутку і рентабельності діяльності підприємства |
| | Оформлення і надання звіту за результатами аналізу |

Факторний аналіз містить у собі добір і систематизування

досліджуваних показників, визначення взаємовідносин між кожним із них і результатом, розроблення рекомендацій, які дають змогу застосовувати отримані дані на практиці.

Аналітику необхідно виявити головні чинники, а також визначити, як вони впливають на прибуток: позитивно чи негативно. Вплив не завжди однозначний. Наприклад, якщо знизити ціну на товар, це може призвести як до збільшення виручки, так і до зменшення. Усе залежить, наскільки дохід перекриватиме виробничі та комерційні витрати.

Під час вибору чинників для дослідження звертають увагу на ті, що мають найбільший вплив на прибутковість. До них відносять: споживчу вартість; обсяг проданої продукції; виробничі та комерційні витрати, виплату зарплати, штрафи, неустойки; витрати на сплату податків і відрахування до позабюджетних фондів; особливості асортименту; сезонні коливання попиту, ринкові тенденції, рівень конкуренції [18, с. 104].

Визначившись зі значущими факторами проводиться дослідження наскільки прибуток за певний період не збігається із запланованим або базовим доходом за аналогічний час, наприклад, рік тому. Для цього суму прибутку ділять на попередній показник в аналогічному періоді та множать на сто відсотків. Якщо результат менше сотні, то за цим критерієм спостерігається спад, якщо більше – зростання.

Для аналізу прибутковості застосовується і методика ланцюгових підстановок. Вона використовується для обчислення не тільки загальних, а й умовних змін. Для цього беруться показники у звітному періоді, множаться на різницю між запланованим прибутком і витратами, а з отриманої суми віднімаються постійні планові витрати.

Таку методику часто використовують у підприємствах, де прибутковість залежить від сезонного попиту. Наприклад:

1. Проводиться аналіз змін реалізованих обсягів за літній сезон, потім за осінній, зимовий і весняний.

2. Отримані дані зіставляються, щоб виявити сезонний дисбаланс.

3. Значення прибутку досліджують у значенні з іншими параметрами -

потоком покупців, ціновими змінами. Так виявляють, наскільки зменшення або збільшення прибутку залежить від сезонних коливань, і чи можна зменшити вплив інших негативних факторів у низький сезон.

Маржинальний прибуток показує дохід, який отримає підприємство від продажу товарної одиниці. Його визначення дає змогу точніше виявляти вплив таких критеріїв, як обсяг реалізації та змінні витрати (на сировину, матеріали, паливо, електрику). Маржинальний прибуток обчислюють наступним чином: число, що позначає кількість проданої продукції, множать на різницю між товарною вартістю і змінними витратами, потім віднімають постійні витрати (на оренду приміщення, амортизацію устаткування тощо). Обсяг реалізованої продукції на постійні витрати не впливає. Змінні витрати розраховують на одиницю виробленої продукції. Проведення подібного дослідження необхідне для розрахунку мінімальної кількості товарів, необхідної для реалізації, щоб перекрити витрати підприємства.

Таким чином, аналіз прибутку і рентабельності дає змогу виявити тенденції розвитку фінансової системи підприємства та визначити шляхи вдосконалення його діяльності на основі управлінських рішень [9, с. 76].

Оскільки фінансовий результат діяльності підприємства характеризується його прибутком, то для ефективного управління фінансовими результатами підприємства необхідно розглянути роль прибутку в ринковій економіці.

Прибуток є однією з найважливіших і найскладніших категорій економіки ринкового типу. Це ядро і головна рушійна сила ринкової економіки, основний стимул для діяльності підприємців і підприємств.

Класичними функціями прибутку є стимулююча, розподільча та оціночна, які характерні для будь-якої соціально-економічної формації. Для трансформаційної економіки першочергового значення набувають такі функції прибутку, як ступінь ефективності суспільного виробництва, ступінь накопичення, засіб регулювання руху капіталу.

Прибуток є об’єктивною економічною категорією, тому на його формування впливають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, у

сфері виробництва і розподілу суспільного продукту, національного доходу.

Фінансові результати господарської діяльності формуються поступово протягом звітного періоду. Основні особливості прибутку підприємства в умовах ринкової економіки наведено на рис. 1.4.

Рис. 1.4. Особливості прибутку підприємства в умовах ринку [6, с. 100]

Модель управління формуванням і використанням прибутку підприємства є індивідуальною для кожного підприємства. Унікальність цієї моделі збільшенням врахування особливостей фінансово-господарської діяльності підприємства та специфіки ринкового середовища, в якому воно функціонує.

У процесі управління прибутком суб'єкта господарювання вирішується низка завдань (рис. 3.).

Управління прибутком, як основним фінансовим результатом, розглядається як невід'ємна частина фінансового менеджменту підприємства, що має підпорядкований характер. Це забезпечує виконання таких завдань, як досягнення оптимальної структури та підвищення виробничого потенціалу, забезпечення поточної фінансово-господарської діяльності, управління

ризиками та реалізацію стратегічних завдань.

Управління фінансовими результатами базується на загальних принципах управління, таких як цілеспрямованість, плановість, компетентність, стимулювання та ієрархічність. без цього, у цьому є принцип взаємозалежності, що означає, що управління створюється під впливом як екзогенних, так і ендогенних факторів.

Отже, індивідуальні характеристики, пов'язані з формуванням та використанням фінансового результату (прибутку), відображаються в поточному плані формування та використання фінансових ресурсів. Для розробки цих поточних планів триває річний період з подальшим розвитком на квартали.

Механізм ефективного управління прибутком має сприяти підвищенню ефективності виробництва і стимулювати його розвиток. Для підвищення прибутку, а також його оптимізації підприємства мають можливість використовувати різні економіко-математичні моделі. Саме вони дають підприємствам більш конкретну інформацію щодо оптимальних обсягів випуску продукції, витрат для ефективної діяльності тощо.

Процес управління прибутком розглядається як система принципів і методів розроблення та впровадження управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням такого стану фінансових ресурсів, їх формуванням і розподілом. Цей стан дозволяє підприємству розвиватися на основі збільшення прибутку та капіталу за умови збереження платоспроможності та кредитоспроможності, а також забезпечення та утримання під фінансову рівноваги [12, с. 147].

Основою ефективного функціонування запропонованої системи управління прибутком є узгоджене, цілеспрямоване, взаємодоповнюване функціонування всіх складових системи (рис. 1.5).

Фінансові результати в інтегрованому вигляді відображають кількісні та якісні чинники діяльності підприємств. Формування фінансових результатів визначається широким колом чинників, що відображають усі аспекти фінансово-господарської діяльності підприємств. Тому важливого значення

набуває розробка такої системи управління формування позитивного фінансового результату, яка б ґрунтувалася на впливі на нього через фактори, що визначають ці фінансові результати (як негативні, так і позитивні).

Рис. 1.5. Система управління прибутком підприємства [27, с. 198]

Оскільки прибуток (або збиток) є інтегрованим показником, то на нього впливають усі чинники діяльності підприємств. Як зазначають деякі науковці, збільшення розміру прибутку можливе лише в разі узгодженої дії всіх елементів системи та удосконалення наявних інструментів управління.

В умовах ринкової економіки та її ефект цифрової трансформації для досягнення стійкої конкурентоспроможності та забезпечення оптимального економічного потенціалу необхідно впроваджувати ефективну систему

управління фінансовими результатами підприємства.

Саме фінансовий результат діяльності підприємства вважається ключовим показником результативності підприємства, на основі якого визначаються недоліки в роботі підприємства та його потенційні можливості; прибуток позитивно впливає на зміцнення дохідної частини бюджету держави та сприяє діловій активності підприємств у фінансовій і виробничій сфері. Саме тому для кожного підприємства є важливим ефективно управляти своїми фінансовими результатами [43].

Досягнення підвищення розміру прибутку можливо лише за умови спільної дії всіх елементів системи та вдосконалення існуючих інструментів управління. Постійне зростання фінансового результату вимагає ефективного механізму управління якістю прибутку, що забезпечує розробку та впровадження високоефективної конкурентоспроможної стратегії розвитку підприємства. Гнучкість у плануванні прибутку також є важливою в умовах кризи, оскільки в таких умовах не допускаються нові можливості, оперативно оцінювати наслідки та приймати ефективні управлінські рішення.

Застосування цифрових технологій трансформує бізнес-моделі, неперервно відображає характер нових товарів і послуг, змінюється праця та формат робіт (аутсорсинг, онлайн-платформи, розширена автоматизація та роботизація). Цифрове зберігання та обробка даних в реальному часі кардинально змінюють способи управління, виробництва, реалізації та використання продукції.

## Висновки до розділу 1

1. Прибуток стимулює підвищення активності виробництва, посилює фінансову зацікавленість працівників у досягненнях результату підприємства. Подальше зростання стимулюючої ролі прибутку пов'язане з розвитком механізму його розподілу. Розподіл і витрачання прибутку на підприємстві закріплюється в статуті. Залежно від статуту підприємства виникають фонди накопичення і споживання. Використання накопичувальних, споживчих і

резервних фондів на підприємстві здійснюється на основі кошторису видатків, який розробляється фінансовою службою підприємства і затверджується відповідним чином.

2. Управління прибутком, як основним фінансовим результатом, розглядається як невід'ємна частина фінансового менеджменту підприємства, що має підпорядкований характер. Це забезпечує виконання таких завдань, як досягнення оптимальної структури та підвищення виробничого потенціалу, забезпечення поточної фінансово-господарської діяльності, управління ризиками та реалізацію стратегічних завдань.

Управління фінансовими результатами базується на загальних принципах управління, таких як цілеспрямованість, плановість, компетентність, стимулювання та ієрархічність. без цього, у цьому є принцип взаємозалежності, що означає, що управління створюється під впливом як екзогенних, так і ендогенних факторів.

3. Досягнення підвищення розміру прибутку можливо лише за умови спільної дії всіх елементів системи та вдосконалення існуючих інструментів управління. Постійне зростання фінансового результату вимагає ефективного механізму управління якістю прибутку, що забезпечує розробку та впровадження високоефективної конкурентоспроможної стратегії розвитку підприємства.

# РОЗДІЛ 2
# ДОСЯГНУТИЙ РІВЕНЬ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

## 2.1. Організаційно-економічні особливості діяльності підприємства

Оцінка досягнутого рівня ефективності виробничої діяльності проводилася на базі сільськогосподарського підприємства яке вже функціонує більше 20 років та розташоване в Полтавському районі Полтавській області.

Аналізуючи природно-економічні фактори, є змога окреслити нинішню галузево-виробничу систему, оцінити виробничі можливості для розвитку та майбутньої спеціалізації. В сільському господарстві – ґрунти – основний засіб виробництва, ключове джерело виробничого процесу (вирощування), за відсутності якого не є можливою процедура виготовлення сільськогосподарської продукції. Ґрунти окреслюють швидкість процесу росту і рівня продуктивності виробництва продукції. У аграрних підприємствах значна кількість продукції виготовляється на землі, а отже ґрунти застосовуються як основний засіб виробництва. Проаналізуємо динаміку землекористування підприємства за 2018-2022 рр. в таблиці 2.1.

*Таблиця 2.1*

**Динаміка розмірів та використання сільськогосподарських угідь підприємства, 2018-2022 рр.**

| Показники | Роки | | | | | 2022 р. до 2018 р. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | +,- | % |
| Всього с.-г. угідь, га | 3975 | 3975 | 3787 | 4108 | 4108 | 137 | 103,4 |
| Питома вага с.-г. угідь в площі району, % | 5,1 | 4,7 | 4,7 | 5,3 | 5,3 | +0,2 | 103,9 |
| з них: ріллі, га | 3774 | 3659 | 3630 | 3974 | 3773 | -1,0 | 99,9 |
| пасовища | 201 | 316 | 157 | 134 | 335 | 134 | 166,7 |
| Всього посівів с.-г. культур | 3774 | 3659 | 3630 | 3974 | 3773 | -1,0 | 99,9 |

Відповідно до даних таблиці 2.1 спостерігаємо тенденцію щодо збільшення в 2022 р., порівняно з 2018 р., загальної площі сільськогосподарських угідь на 137 га, або на 3,4 %. В той же час площа посівів сільськогосподарських культур зменшилася на 1 га, а площа пасовищ

зросла з 201 га в 2018 р. до 335 га в 2022 р.

В умовах ринку, одним із найважливіших ресурсів підприємства є трудові ресурси та рівень забезпечення ними підприємства. Досить важливим етапом є аналіз ефективності використання трудових ресурсів та дослідження динаміки продуктивності праці в аграрних підприємствах. Адже, як відомо, показник продуктивності праці віддзеркалює ступінь використання ресурсів та науково-технічних розробок в процесі виробництва, які виступають важливим чинником економічного зростання в умовах ринкової конкуренції. Отже, проаналізуємо стан забезпеченості та рівень продуктивності праці у підприємстві таблиця 2.2.

*Таблиця 2.2*

**Динаміка забезпеченості трудовими ресурсами підприємства, 2018-2022 рр.**

| Показники | Роки | | | | | 2022 р. до 2018 р. % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Середньорічна чисельність працюючих, осіб | 196 | 161 | 150 | 152 | 149 | 76,1 |
| Чисельність працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві – всього, осіб | 185 | 161 | 144 | 148 | 142 | 76,7 |
| з них задіяні у: рослинництві | 100 | 96 | 94 | 84 | 76 | 76,0 |
| тваринництві | 85 | 65 | 50 | 64 | 66 | 77,6 |

Як свідчить дані відображені в таблиці 2.2. спостерігаємо негативну тенденцію щодо зменшення чисельності трудових ресурсів підприємства. Зокрема, в 2022 р., порівняно з 2018 р. зменшилася середньорічна чисельність працюючих на 47 осіб, або на 23,9 %. Чисельність працівників зайнятих в сільськогосподарському виробництві зменшилася на 43 особи, в тому числі задіяних у виробництві продукції рослинництва на 24 особи, продукції тваринництва – на 19 осіб.

Зазвичай, у більшості сільськогосподарських підприємств організація виробництва передбачає розвиток однієї або двох галузей рослинництва й однієї або двох галузей тваринництва в раціональному поєднанні з

додатковими та підсобними галузями. Вони формують товарну продукцію і визначають виробничий напрям підприємства.

Рівень спеціалізації найповніше характеризується питомою часткою окремих галузей в структурі товарної продукції підприємства. Він дає змогу виявити ті види продукції, з якими підприємства вступає в суспільний поділ праці. Спеціалізацію певною мірою обумовлює структура валової продукції, структура виробничих і трудових затрат, структура виробничих засобів.

Для визначення спеціалізації, виробничого напрямку, головних та додаткових галузей підприємства Полтавського району необхідно проаналізувати структуру грошових надходжень від реалізації продукції (табл. 2.3).

*Таблиця 2.3*

**Виробничий напрямок та рівень спеціалізації підприємства, 2018–2022 рр.**

| Назва продукції | Вартість товарної продукції, тис. грн | | | | | Структура, % | Порядковий номер |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 р. | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. | | |
| Рослинництво всього: | 57650 | 59715 | 81501 | 95430 | 56815,1 | 75,31 | х |
| пшениця | 3789 | 7331 | 8305 | 12809 | 8998,5 | 8,77 | 4 |
| кукурудза на зерно | 22560 | 28914 | 38007 | 30178 | 3223,5 | 26,13 | 2 |
| ячмінь | 2056 | 2141 | 2680 | 5775 | 596,5 | 2,82 | 8 |
| горох | 3789 | - | 1180 | 6104 | 1416,4 | 3,32 | 6 |
| соняшник | 19560 | 17959 | 28979 | 37286 | 35102,9 | 29,53 | 1 |
| соя | 5896 | 3370 | 2350 | 3278 | 7477,3 | 4,76 | 9 |
| Тваринництво всього: | 30027 | 26735 | 18586 | 18298 | 19713,7 | 24,69 | х |
| м'ясо великої рогатої худоби | 4550 | 6347 | 2184 | 2079 | 1578,6 | 3,56 | 5 |
| м'ясо свиней | 1802 | 864 | 2554 | 3623 | 4624,3 | 2,86 | 7 |
| м'ясо птиці | 240 | - | - | - | | 0,26 | 11 |
| молоко | 22985 | 19524 | 13848 | 12596 | 13510,8 | 17,53 | 3 |
| яйця курячі | 450 | - | - | - | | 0,48 | 10 |
| Разом по господарству: | 87677 | 86450 | 100087 | 113728 | 76528,8 | 100,00 | х |

Коефіцієнт спеціалізації підприємства становить 0,24, що свідчить про середній рівень спеціалізації. Перше місце за питомою вагою в структурі товарної продукції в середньому за 2018-2022 рр. займає реалізація соняшнику

– (29,53 %), друге – кукурудза на зерно (26,13 %), третє – молоко (17,53 %), четверте – пшениця (8,77 %). Найменш важливим для підприємства за досліджуваний період було вирощування сої, птиці та курячих яєць, що забезпечувало незначну виручку від реалізації продукції.

Основні засоби сільськогосподарського підприємства є важливою складовою частиною виробничого потенціалу, ефективність використання яких можна забезпечити лише в тому випадку, якщо на підприємстві правильно побудований облік всього майна. Динаміка складу та ефективності використання основними виробничих та оборотних ресурсів підприємства наведена в табл. 2.4.

*Таблиця 2.4*

**Показники ефективності використання основних засобів підприємства за 2018 - 2022 рр.**

| Показники | Роки | | | | | 2022-2018рр. | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | відхилення (+,-) | темп зміни, % |
| Фондозабезпеченість, тис. грн | 11,3 | 11,8 | 12,6 | 13,2 | 2,7 | -8,6 | -76,1 |
| Фондоозброєність, тис. грн | 150,4 | 163,9 | 163,8 | 206,2 | 75,0 | -75,4 | -50,1 |
| Фондовіддача, грн | 1,07 | 1,06 | 1,47 | 2,23 | 8,7 | 7,63 | 713,1 |
| Фондомісткість, грн | 0,23 | 0,24 | 0,17 | 0,11 | 0,12 | -0,11 | -47,8 |
| Норма прибутку, % | 7,7 | -29,1 | 4,2 | 26,7 | -3,9 | -11,6 | - |
| Коефіцієнт зносу основних засобів | 0,6 | 0,8 | 1,0 | 1,2 | 3,5 | 2,9 | 483,3 |
| Коефіцієнт придатності, % | 51,83 | 41,48 | 31,58 | 25,05 | 22,2 | -29,63 | - |

Як бачимо з даних таблиці 2.4, що за період 2018 р. по 2022 р. знизилися показники забезпеченості підприємства основними засобами, зокрема, зменшився показник фондозабезпеченості підприємства на 76,1 %, або на 8,6 тис. грн, фондоозброєності праці – на 50,1 %, або на 75,4 тис. грн, що є досить негативним процесом, адже відображає рівень механізації виробничого процесу та продуктивності праці. В той же час спостерігаємо позитивну динаміку щодо зниження фондомісткості продукції на 47,8 %, та збільшення фондовіддачі на 713,1 %, що відбулося в результаті перевищення темпів зростання продуктивності праці порівняно з темпами зростання

фондоозброєності. Негативна тенденція прослідковується в 2022 р., порівняно з 2018 р., щодо зростання коефіцієнту зносу основних засобів з 0,6 до 3,5 одиниць відповідно.

Рівень прибутковості підприємства є визначальним фактором для рентабельності господарської діяльності та промислової вартості та собівартості сільськогосподарської продукції. Слід, що розмір витрат, насамперед, внутрішніми факторами, такими як технології виробництва, продуктивність ресурсів, ефективність галузевої структури та інші, тоді як цінова політика підпорядкована ринковим впливам, які не піддаються контролю. Проаналізуємо динаміку ефективності виробництва сільськогосподарської продукції підприємства в таблиці 2.5.

*Таблиця 2.5*

**Динаміка показників ефективності сільськогосподарського виробництва підприємства, 2018-2022 рр.**

| Показники | Роки | | | | | 2022 р. до 2018 р., % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Вартість валової продукції у постійних цінах 2016 р. – всього, тис. грн | 95710,3 | 96651,0 | 75482,1 | 124142,9 | 68275,3 | 71,3 |
| у т. ч.: рослинництва | 74038,0 | 77896,4 | 64677,0 | 113934,6 | 57786,9 | 78,1 |
| тваринництва | 21672,3 | 18754,6 | 10805,1 | 10208,4 | 10488,4 | 48,4 |
| Вартість валової продукції у діючих цінах – всього, тис. грн | 96986,3 | 101837,0 | 106542,8 | 206991,4 | 98416,4 | 101,5 |
| у т. ч.: рослинництва | 65601,5 | 74245,4 | 88367,8 | 188251,2 | 78195,3 | 119,2 |
| тваринництва | 31384,8 | 27591,6 | 18175,0 | 18740,1 | 20221,1 | 64,4 |
| Повна собівартість реалізованої продукції – всього, тис. грн | 82737,1 | 97874,6 | 81218,3 | 76516,2 | 84751,5 | 102,4 |
| у т. ч.: рослинництва | 49465,8 | 59554,1 | 58182,8 | 56349,3 | 61683 | 124,7 |
| тваринництва | 33271,3 | 38320,5 | 23035,5 | 20166,9 | 23068,5 | 69,3 |
| Валовий доход – всього, тис. грн | 88742,0 | 90535,0 | 100088,9 | 113727,9 | 93052 | 104,9 |
| у т. ч.: рослинництва | 57745,0 | 64061,0 | 81501,8 | 95429,8 | 73330 | 127,0 |
| тваринництва | 30547,0 | 26474,0 | 18587,1 | 18298,1 | 19722 | 64,6 |
| Прибуток (збиток) – всього, тис. грн | 6004,9 | -7339,6 | 18870,6 | 37211,7 | 8300,5 | 138,2 |
| у т. ч.: рослинництва | 8279,2 | 4506,9 | 23319,0 | 39080,5 | 11647 | 140,7 |
| тваринництва | -2724,3 | -11846,5 | -4448,4 | -1868,8 | -3346,5 | 122,8 |
| Рівень рентабельності (збитковості), % | 7,3 | -7,5 | 23,2 | 32,7 | 9,8 | 134,2 |
| у т. ч.: рослинництва | 16,7 | 7,6 | 40,1 | 41,0 | 18,9 | х |
| тваринництва | -8,2 | -30,9 | -19,3 | -10,2 | -14,5 | х |

Аналізуючи дані відображені в таблиці 2.5, можемо говорити, про

зниження показників, що характеризують виробництво продукції підприємства за 2018-2022 рр. Зокрема, вартість валової продукції у постійних цінах зменшилася на 28,7 %, або на 27435 тис. грн, при цьому вартість продукції рослинництва – на 21,9 %, продукції тваринництва – на 51,6 %.

Вартість валової продукції у діючих цінах збільшилася лише на 1,5 %, або на 1430 тис. грн, незначне зростання відбулося лише за рахунок підвищення ціни реалізації продукції, при цьому обсяги виробництва зменшилися. Позитивна тенденція спостерігається щодо збільшення валового доходу підприємства в 2022 р., порівняно з 2018 р., на 4,9 %, при цьому повна собівартість реалізованої продукції зросла на 2,4 %. Рівень рентабельності коливався протягом всього досліджуваного періоду і досяг свого максимуму в 2021 р. – 32,7 %.

Отже, проведений аналіз свідчить, що попри важкі економічні умови праці та проблеми з якими зіткнулися сільськогосподарські підприємства в 2022 році, підприємство продовжило роботу та зберегло трудовий колектив. Економічна ефективність виробничої діяльності досліджуваного підприємства знизилася, але є значний потенціал для його розвитку.

## 2.2. Оцінка економічної ефективності виробництва продукції у підприємстві

Проблема ефективності завжди була у центрі уваги економіки. У сучасних умовах лише ефективне виробництво може бути запорукою подальшого розвитку підприємства. Ця теза застосовується до всіх галузей та підприємств. Але необхідно пам’ятати ті особливості, які впливають на формування відповідного рівня ефективності. Зокрема це стосується продукції рослинництва та тваринництва. Слід наголосити, що на сьогоднішній день не існує єдиного критерію оцінки рівня ефективності сільськогосподарських підприємств.

Ефективність виробництва у сільськогосподарських підприємствах –

одна з основних складових ефективності аграрного сектора, яка визначається ступенем досягнення цілей, що перед ним ставить суспільство. Кінцеві цілі розвитку сільськогосподарських підприємств носять соціальний характер, та їх досягнення неможливе без реалізації економічних пріоритетів і технологічних передумов.

Економічна ефективність сільськогосподарського виробництва визначається на різних рівнях. Зокрема, виділяють економічну ефективність виробництва окремих галузей сільського господарства, виробництва у сільськогосподарських підприємствах різних форм власності, їх об'єднань та внутрішньогосподарських одиниць, виробництво окремих культур, продукції, послуг, впровадження інноваційних технологій.

На початку аналізу ефективності виробництва сільськогосподарської продукції розглянемо динаміку обсягів виробництва сільськогосподарської продукції підприємства в таблиці 2.6.

*Таблиця 2.6*

**Динаміка обсягів виробництва сільськогосподарської продукції підприємства, 2018-2022 рр., ц**

| Назва продукції | Роки | | | | | 2022 р. у % до 2018 р. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Пшениця | 16006 | 446 | 20318 | 29919 | 26387 | 164,9 |
| Гречка | 2000 | 191 | 103 | - | - | - |
| Кукурудза на зерно | 87905 | 1276 | 80919 | 93044 | 5607 | 6,4 |
| Ячмінь | 16839 | 295 | 13954 | 8058 | 7957 | 47,3 |
| Жито | - | - | - | - | 3810 | - |
| Просо | - | - | - | - | 34578 | - |
| Горох | 10083 | 1122 | 3064 | 11519 | 4190,5 | 41,6 |
| Соняшник | 27801 | 978 | 30087 | 32522 | 28978 | 104,2 |
| Соя | 7980 | 251 | 4522 | 8586 | 5497 | 68,9 |
| Ріпак (озимий) | - | - | - | - | 3246 | - |
| М'ясо великої рогатої худоби | 1850 | 703 | 450 | 367 | 433 | 23,4 |
| М'ясо свиней | 560 | 440 | 866 | 1181 | 1014 | 181,1 |
| М'ясо птиці | 98 | - | - | - | - | - |
| Молоко | 35842 | 27448 | 17638 | 14981 | 16193 | 45,2 |
| Яйця курячі (тис. шт.) | 197 | - | - | - | - | - |

Аналіз даних таблиці 2.6 свідчить, що досліджуване підприємство виробляє значні обсяги продукції як рослинництва, так і тваринництва.

Зокрема, у 2022 р. порівняно з 2018 р., виробництво м'яса свиней збільшилося на 81,1 %, пшениці – на 64,9 %, соняшнику – на 4,2 %. Досить позитивним є розширення асортименту продукції і запровадження вирощування жита, проса та озимого ріпаку. В той же час спостерігаємо зменшення обсягів виробництва сої – на 31,1 %, ячменю – на 52,7 %, гороху – на 58,4 %, молока – на 54,8 %, м'яса великої рогатої худоби – на 76,6 % та кукурудзи на зерно – на 93,4 %.

Процес виробництва завершується доведенням продукції до споживача. Реалізація продукції є кінцевою стадією кругообігу коштів підприємства, що є досить важливим показником. Для сільськогосподарських виробників обсяги реалізації продукції свідчать, що вона за споживчими властивостями, якістю та асортиментом повністю відповідає потребам споживачів.

Обсяги реалізації продукції це один з найважливіших показників, за допомогою якого здійснюється централізоване управління підприємством та його господарською діяльністю в цілому. Отже, проаналізуємо обсяги реалізації сільськогосподарської продукції досліджуваного підприємства у вартісному вираженні (табл. 2.7).

*Таблиця 2.7*

**Динаміка товарної продукції підприємства, 2018-2022 рр., тис. грн**

| Назва продукції | Роки | | | | | 2022 р. у % до 2018 р. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Пшениця | 3789,0 | 7943,0 | 8305,3 | 12808,7 | 8998,5 | 237,5 |
| Гречка | 2610,0 | - | - | - | - | - |
| Кукурудза на зерно | 22560,0 | 31277,0 | 38006,7 | 30178,1 | 3223,5 | 14,3 |
| Ячмінь | 2056,0 | 2213,0 | 2680,2 | 5775,1 | 596,5 | 29,0 |
| Жито | - | - | - | - | 428,2 | - |
| Просо | - | - | - | - | 12994,9 | - |
| Горох | 3876,7 | - | 1179,9 | 6104,5 | 1416,4 | 36,5 |
| Соняшник | 19560,0 | 19629,0 | 28979,5 | 37285,8 | 35102,9 | 179,5 |
| Соя | 5896,0 | 2966,0 | 2350,2 | 3277,7 | 7477,3 | 126,8 |
| Ріпак | - | - | - | - | 3091,8 | - |
| М'ясо великої рогатої худоби | 4550,0 | 7928,0 | 2184,5 | 2079,0 | 1578,6 | 34,7 |
| М'ясо свиней | 1802,0 | 1050,0 | 2554,1 | 3622,7 | 4624,3 | 256,6 |
| М'ясо птиці | 240,0 | - | - | - | - | - |
| Молоко | 22985,0 | 17496,0 | 13848,5 | 12596,4 | 13510,8 | 58,8 |

Аналізуючи дані таблиці 2.7, відмітимо, про позитивну тенденцію щодо

збільшення товарної продукції в 2022 р., порівняно з 2018 р. Зокрема, найбільше зросла динаміка товарної продукції м'ясо свиней – на 156,6 %, пшениці – на 137,5 %, соняшнику – на 79,5 % та сої – на 26,8 %. В той же час обсяги реалізації молока зменшилися на 41,2 %, гороху – на 63,5 %, м'яса великої рогатої худоби – на 65,3 %, ячменю – на 71,0 % та кукурудзи на зерно – на 85,7 %.

Вартість продукції відіграє важливу роль у виробничій та збутовій діяльності сільськогосподарських підприємств. Вартість продукції – головний фактор, що впливає на ефективність господарської діяльності. Цей показник відображає ступінь використання виробничих ресурсів, рівень організації та технології виробництва, обсяг продукції, що випускається. Аналіз собівартості одиниці продукції підприємства показав, що цей показник має тенденцію до збільшення (табл. 2.8).

*Таблиця 2.8*

**Динаміка виробничої собівартості сільськогосподарської продукції підприємства, 2018-2022 рр., грн/ц**

| Назва продукції | Роки | | | | | 2022 р. у % до 2018 р. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Пшениця | 296,4 | 347,5 | 365,6 | 385,3 | 461,7 | 155,8 |
| Гречка | 892,5 | - | - | - | - | - |
| Кукурудза на зерно | 221,6 | 278,1 | 306,8 | 286,9 | 1381,7 | 623,5 |
| Ячмінь | 356,4 | 357,5 | 453,0 | 440,7 | 621,2 | 174,3 |
| Жито | - | - | - | - | 389,7 | - |
| Просо | - | - | - | - | 395,9 | - |
| Горох | 394,2 | 546,5 | 544,1 | 585,8 | 812,0 | 206,0 |
| Соняшник | 560,0 | 627,7 | 692,9 | 556,6 | 683,4 | 122,0 |
| Соя | 690,3 | 878,8 | 1090,0 | 1044,5 | 1030,3 | 149,3 |
| Ріпак (озимий) | - | - | - | - | 1427,4 | - |
| М'ясо великої рогатої худоби | 3528,3 | 4020,3 | 6531,2 | 4438,3 | 10051,7 | 284,9 |
| М'ясо свиней | 6728,6 | 13397,7 | 5684,7 | 3899,1 | 5742,0 | 85,3 |
| М'ясо птиці | 9005,2 | - | - | - | - | - |
| Молоко | 634,4 | 919,7 | 765,8 | 937,3 | 868,6 | 136,9 |

Дані таблиці 2.8 свідчать про негативну тенденцію щодо збільшення виробничої собівартості сільськогосподарської продукції підприємства в 2022 р., порівняно з 2018 р. Зокрема, собівартість кукурудзи на зерно зросла

більше ніж у 6 разів, адже через війну в країні було зібрано урожай лише з 71 га, при цьому під дану культуру було засіяно 429 га. Собівартість м'яса великої рогатої худоби збільшилася на 184,9 % (6523,4 грн/ц), гороху – на 106,0 % (417,8 грн/ц), ячменю – на 74,3 % (264,8 грн/ц), пшениці – на 55,8 % (165,3 грн/ц), сої – на 49,3 % (340,0 грн/ц), молока – на 36,9 % (234,2 грн/ц) та соняшнику – на 22,0 % (123,4 грн/ц).

На формування витрат суттєво впливає перманентний диспаритет цін на сільськогосподарську продукцію і промислову, диспропорції щодо еквівалентності взаємовідносин підприємств агропромислового комплексу усіх сфер. Як видно, держава не в змозі забезпечити еквівалентність обміну, міжгалузеві пропорції та ціновий паритет. Не зважаючи на деяке щорічне підвищення цін реалізації, доходи сільськогосподарських товаровиробників не завжди покривають їх витрати. Ціна має значний вплив на конкурентоспроможність продукції, на вибір каналів збуту, розмір прибутку, тощо. Специфіка виробництва сільськогосподарської продукції виявляється в розбіжності робочого періоду і періоду виробництва. Що, в свою чергу, вимагає детального аналізу цін на сільськогосподарську продукцію у підприємстві (табл. 2.9).

*Таблиця 2.9*

**Динаміка ціни реалізації продукції підприємства, 2018–2022 рр., грн/ц**

| Показник | Роки | | | | | 2022 р. у % до 2018 р. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Пшениця | 304,5 | 401,7 | 448,7 | 543,0 | 391,9 | 128,7 |
| Гречка | 1450,0 | - | - | - | - | - |
| Кукурудза на зерно | 248,7 | 308,6 | 478,4 | 410,6 | 248,9 | 100,1 |
| Ячмінь | 381,7 | 358,6 | 391,1 | 560,5 | 204,0 | 53,4 |
| Жито | - | - | - | - | 237,6 | - |
| Просо | - | - | - | - | 562,3 | - |
| Горох | 429,4 | - | 463,3 | 579,3 | 408,1 | 95,0 |
| Соняшник | 709,6 | 669,6 | 982,9 | 1612,7 | 1120,8 | 157,9 |
| Соя | 866,4 | 670,6 | 1218,4 | 1458,0 | 1226,0 | 141,5 |
| Ріпак (озимий) | - | - | - | - | 1096,4 | - |
| М'ясо великої рогатої худоби | 2467,5 | 3014,4 | 2737,4 | 3075,4 | 2967,4 | 120,3 |
| М'ясо свиней | 3282,3 | 3500,0 | 3073,5 | 3401,6 | 4136,2 | 126,0 |
| М'ясо птиці | 2500,0 | - | - | - | - | - |
| Молоко | 674,9 | 678,1 | 809,7 | 907,2 | 910,4 | 134,9 |

Ціна реалізації як продукції рослинництва, так і продукції тваринництва за 2018-2022 рр. мала динаміку до зростання. За аналізований період спостерігаємо підвищення ціни реалізації соняшнику на 57,9 %, сої – на 41,5 %, молока – на 34,9 %, пшениці – на 28,7 %, м'яса свиней – на 26,0 %, м'яса великої рогатої худоби – на 20,3 %.

Досить важливим показником, який свідчить про ефективність цінової політики підприємства є показник цінової конкурентоспроможності її продукції. Зокрема, цінова конкурентоспроможність показує здатність підприємства для завоювання конкурентних позицій знижувати ціну, порівняно з ринковою ціною, при цьому не зазнавати збитки (табл. 2.10).

*Таблиця 2.10*

**Динаміка цінової конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції підприємства, 2018-2022 рр., %**

| Показник | Роки | | | | | 2022р. до 2018 р., (+;-) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Пшениця | 2,7 | 13,5 | 18,5 | 29,0 | -17,8 | -20,5 |
| Гречка | 38,4 | - | - | - | - | - |
| Кукурудза на зерно | 10,9 | 9,9 | 35,9 | 30,1 | -455,1 | -466,0 |
| Ячмінь | 6,6 | 0,3 | -15,8 | 21,4 | -204,5 | -211,1 |
| Жито | - | - | - | - | -64,0 | - |
| Просо | - | - | - | - | 29,6 | - |
| Горох | 8,2 | - | -17,4 | -1,1 | -99,0 | -107,2 |
| Соняшник | 21,1 | 6,3 | 29,5 | 65,5 | 39,0 | 17,9 |
| Соя | 20,3 | -31,0 | 10,5 | 28,4 | 16,0 | -4,4 |
| Ріпак (озимий) | - | - | - | - | -30,2 | - |
| М'ясо великої рогатої худоби | -43,0 | -33,4 | -138,6 | -44,3 | -238,7 | -195,7 |
| М'ясо свиней | -105,0 | -282,8 | -85,0 | -14,6 | -38,8 | 66,2 |
| М'ясо птиці | -260,2 | - | - | - | - | - |
| Молоко | 6,0 | -35,6 | 5,4 | -3,3 | 4,6 | -1,4 |

Відповідно до даних таблиці 2.10 спостерігаємо позитивну тенденцію щодо підвищення рівня цінової конкурентоспроможності соняшнику з 21,1 в.п. у 2018 р. до 39,0 в.п. у 2022 р. За всіма іншими видами продукції спостерігаємо негативну тенденцію щодо зниження рівня цінової конкурентоспроможності зокрема, кукурудзи на зерно – на 466,0 в.п., ячменю – на 211,1 в.п., м'яса великої рогатої худоби – 195,7 в.п., гороху – на 107,2 в.п., пшениці – на 20,5 в.п., сої – на 4,4 в.п. та молока – на 1,4 в.п. В цілому, варто

відмітити, що сільськогосподарська продукція досліджуваного підприємства має низький рівень цінової конкурентоспроможності, що свідчить про нездатність підприємства для завоювання конкурентних позицій на ринку знижувати ціну реалізації продукції.

Прибуток характеризує кінцеві економічні показники не тільки в сфері виробництва сільськогосподарської продукції, але й у сфері обігу, реалізації. Він є фокусом, у якому знаходять висвітлення усі доданки, що складають ефективність виробництва. Отже, для оцінки ефективності виробництва сільськогосподарської продукції проаналізуємо динаміку прибутку на 1 ц у досліджуваному підприємстві (табл. 2.11).

*Таблиця 2.11*

**Динаміка прибутку (збитку) на 1 ц виробництва продукції підприємства, 2018–2022 рр., грн/ц**

| Показник | Роки | | | | | 2022 р. у % до 2018 р. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Пшениця | 8,1 | 54,2 | 83,1 | 157,7 | -69,8 | в -8,6 р. |
| Гречка | 557,5 | - | - | - | - | - |
| Кукурудза на зерно | 27,1 | 30,5 | 171,6 | 123,7 | -1132,8 | в-41,8 р. |
| Ячмінь | 25,3 | 1,1 | -61,9 | 119,8 | -417,2 | в-16,5 р. |
| Жито | - | - | - | - | -152,1 | - |
| Просо | - | - | - | - | 166,4 | - |
| Горох | 35,2 | - | -80,8 | -6,5 | -403,9 | в - 11,5 р. |
| Соняшник | 149,6 | 41,9 | 290,0 | 1056,1 | 437,4 | 292,4 |
| Соя | 176,1 | -208,2 | 128,4 | 413,5 | 195,7 | 111,1 |
| Ріпак (озимий) | - | - | - | - | -331,0 | - |
| М'ясо великої рогатої худоби | -1060,8 | -1005,9 | -3793,8 | -1362,9 | -7084,3 | в 6,7 р. |
| М'ясо свиней | -3446,3 | -9897,7 | -2611,2 | -497,5 | -1605,8 | 46,6 |
| М'ясо птиці | -6505,2 | - | - | - | - | - |
| Молоко | 40,5 | -241,6 | 43,9 | -30,1 | 41,8 | 103,2 |

Відповідно до даних таблиці 2.11, розмір прибутку від реалізації сільськогосподарської продукції за 2018-2022 рр. зменшувався. При цьому, прибутковим для досліджуваного підприємства в 2022 р. було лише вирощування соняшнику (437,4 грн/ц), сої (195,7 грн/ц), проса (166,4 грн/ц) та виробництво молока (41,8 грн/ц). Найбільш збитковим для підприємства було виробництво м'яса великої рогатої худоби (-7084,3 грн/ц), м'яса свиней (-

1605,8 грн/ц), кукурудзи на зерно (-1132,8 грн/ц), ячменю (-417,2 грн/ц), гороху (-403,9 грн/ц), ріпаку (-331,0 грн/ц), жита (-152,1 грн/ц) та пшениці (-69,8 грн/ц).

Досягнуті рівні ефективності виробництва, ціни та собівартість визначають ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств, яку оцінено показниками рентабельності їх господарської діяльності, а також рентабельності основних видів сільськогосподарської продукції. Встановлено, що негативна динаміка характерна для більшості сільськогосподарської продукції що вирощувалася підприємством у 2022 р. (табл. 2.12).

*Таблиця 2.12*

**Динаміка рівня рентабельності (збитковості) виробництва продукції підприємства, 2018–2022 рр., %**

| Показник | Роки | | | | | 2022 р. до 2018 р. (+;-) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Пшениця | 2,7 | 15,6 | 22,7 | 40,9 | -15,1 | -17,9 |
| Гречка | 62,5 | - | - | - | - | - |
| Кукурудза на зерно | 12,2 | 11,0 | 55,9 | 43,1 | -82,0 | -94,2 |
| Ячмінь | 7,1 | 0,3 | -13,7 | 27,2 | -67,2 | -74,3 |
| Жито | - | - | - | - | -39,0 | - |
| Просо | - | - | - | - | 42,0 | - |
| Горох | 8,9 | - | -14,9 | -1,1 | -49,7 | -58,7 |
| Соняшник | 26,7 | 6,7 | 41,9 | 189,7 | 64,0 | 37,3 |
| Соя | 25,5 | -23,7 | 11,8 | 39,6 | 19,0 | -6,5 |
| Ріпак (озимий) | - | - | - | - | -23,2 | - |
| М’ясо великої рогатої худоби | -30,1 | -25,0 | -58,1 | -30,7 | -70,5 | -40,4 |
| М’ясо свиней | -51,2 | -73,9 | -45,9 | -12,8 | -28,0 | 23,3 |
| М’ясо птиці | -72,2 | - | - | - | - | - |
| Молоко | 6,4 | -26,3 | 5,7 | -3,2 | 4,8 | -1,6 |

Оскільки рівень рентабельності це один з найважливіших показників який свідчить про рівень ефективності виробництва продукції та діяльності підприємства в цілому, можемо стверджувати, що в 2022 р. рентабельним було вирощування соняшнику – 64,0 %, проса – 42,0 %, сої – 19,0 % та молока – 4,8 %. Виробництво всіх інших видів продукції для підприємства було нерентабельним. В динаміці спостерігаємо негативну тенденцію щодо зниження рівня рентабельності кукурудзи на зерно – на 94,2 %, ячменю – на 74,3 %, гороху – на 58,7 %, м’яса великої рогатої худоби – на 40,4 %, пшениці

– на 17,9 %, сої – на 6,5 % та молока – на 1,6 %.

Отже, в цілому спостерігається негативна тенденція щодо зниження ефективності виробничої діяльності підприємства, що є логічним в сучасних умовах господарювання. Зокрема, через воєнні дії в країні, блокаду портів, високі ціни на енергоносії та матеріально-технічні ресурси, нечесну політику трейдерів сільськогосподарські виробники змушені переглянути власну товарну політику та змінювати асортимент продукції.

## Висновки до розділу 2

1. За досліджуваний період площа сільськогосподарських угідь підприємства зменшилася на 137 га. В той же час площа посівів сільськогосподарських культур зменшилася на 1 га, а площа пасовищ зросла з 201 га в 2018 р. до 335 га в 2022 р. Середньорічна чисельність працюючих зменшилася на 47 осіб. Чисельність працівників зайнятих в сільськогосподарському виробництві зменшилася на 43 особи, в тому числі задіяних у виробництві продукції рослинництва на 24 особи, продукції тваринництва – на 19 осіб.

2. Коефіцієнт спеціалізації підприємства становить 0,24, що свідчить про середній рівень спеціалізації. Перше місце за питомою вагою в структурі товарної продукції в середньому за 2018-2022 рр. займає реалізація соняшнику – (29,53 %), друге – кукурудза на зерно (26,13 %), третє – молоко (17,53 %), четверте – пшениця (8,77 %). Найменш важливим для підприємства за досліджуваний період було вирощування сої, птиці та курячих яєць, що забезпечувало незначну виручку від реалізації продукції.

3. Знизилися показники забезпеченості підприємства основними засобами, зокрема, зменшився показник фондозабезпеченості підприємства на 76,1 %, або на 8,6 тис. грн, фондоозброєності праці – на 50,1 %, або на 75,4 тис. грн, що є досить негативним процесом, адже відображає рівень механізації виробничого процесу та продуктивності праці. В той же час спостерігаємо позитивну динаміку щодо зниження фондомісткості продукції на 47,8 %, та

збільшення фондовіддачі на 713,1 %, що відбулося в результаті перевищення темпів зростання продуктивності праці порівняно з темпами зростання фондоозброєності.

4. Позитивною є тенденція щодо збільшення товарної продукції в 2022 р., порівняно з 2018 р. Найбільше зросла динаміка товарної продукції м'яса свиней – на 156,6 %, пшениці – на 137,5 %, соняшнику – на 79,5 % та сої – на 26,8 %. В той же час обсяги реалізації молока зменшилися на 41,2 %, гороху – на 63,5 %, м'яса великої рогатої худоби – на 65,3 %, ячменю – на 71,0 % та кукурудзи на зерно – на 85,7 %.

5. Спостерігається негативна тенденція щодо збільшення виробничої собівартості сільськогосподарської продукції підприємства в 2022 р., порівняно з 2018 р. Зокрема, собівартість кукурудзи на зерно зросла більше ніж у 6 разів, адже через війну в країні було зібрано урожай лише з 71 га, при цьому під дану культуру було засіяно 429 га. Собівартість м'яса великої рогатої худоби збільшилася на 184,9 % (6523,4 грн/ц), гороху – на 106,0 % (417,8 грн/ц), ячменю – на 74,3 % (264,8 грн/ц), пшениці – на 55,8 % (165,3 грн/ц), сої – на 49,3 % (340,0 грн/ц), молока – на 36,9 % (234,2 грн/ц) та соняшнику – на 22,0 % (123,4 грн/ц).

# РОЗДІЛ 3
# НАПРЯМИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ

## 3.1. Впровадження інноваційних технологій виробництва продукції підприємством

Інтелектуальне сільське господарство є одним із найважливіших напрямів, адже воно спрямоване на розв'язання життєво важливої проблеми, а саме постачання споживачам відповідного обсягу необхідної продукції без серйозного впливу на навколишнє середовище. Робототехніка є інструментом, здатним у вже найближчому майбутньому серйозно вплинути на ведення агрокультурної діяльності.

Сьогодні вивченням робототехніки в сільському господарстві займається велика кількість дослідницьких та освітніх організацій. Деякі з них включають у свої програми вивчення таких тем, як автоматизація процесів збирання врожаю, обробітку ґрунту, контролю за станом рослин і управління тваринництвом.

Серед інших компаній, що займаються розробкою робототехнічних рішень для сільського господарства:

1. Blue River Technology – компанія, що займається розробкою роботів-агрономів для збирання врожаю та обробітку ґрунту, яка застосовує автоматичну систему, що використовує машинний зір і глибоке навчання для визначення стану рослин і вибору оптимального способу їхнього обробітку.

2. John Deere – компанія-виробник сільськогосподарської техніки, яка розробила автономні машини для збирання врожаю, управління конфігурацією ґрунту, а також роботів-дозаторів для точного визначення добрив і насіння.

3. iRobot – компанія, відома своїми роботами-пилососами, також займається розробкою роботів для сільського господарства, зокрема автономними роботами-агрономами, що сканують поля та дають змогу виправити недоліки в рості рослин.

4. Harvard Wyss Institute – науково-технічний центр, який розробляє робототехнічні автономні системи для контролю за рослинами, мікророботів для збирання обприскувачів.

Робототехніка може використовуватися на всіх етапах обробітку полів. Роботи дають змогу прополоти ґрунт або прибрати бур'яни, подбати про полив і обробку рослин від шкідників і хвороб, а також зібрати врожай і транспортувати його.

Нині для підготовки ґрунту до посіву найчастіше використовують роботи La Chevre і Turtle. Роботизований пристрій Nexus robotics - la chevre автономно переміщується і видаляє бур'яни, використовує камери та нейронну мережу для розрізнення бур'янів і посівних площ. La chevre спеціалізується на точній роботі без пошкодження посівів, постійно збирає дані про врожай та умови вирощування. Інформація дає змогу фермеру ухвалювати більш обґрунтовані рішення щодо родючості ґрунту та боротьби з хворобами.

Роботизований пристрій Turtle займається прополюванням домашнього городу, його основні переваги – простота у використанні та надійність в експлуатації. Бур’яни, які проростають, зрізаються за допомогою тримера. Turtle робот на сонячних батареях. Він контролює бур’яни протягом усього сезону, використовує карту висот, щоб відрізнити рослини від бур'янів.

Компанії EC AGCO і Fendt розробили невеликі мобільні платформи, які можуть працювати під управлінням хмарної системи Xaver (Ксавер). Роботи призначені для планування, моніторингу та документування посадок кукурудзи. Роботи фіксують точні положення та час посіву кожної насінини.

Terra sentia – робот, який здійснює аналіз посівів у реальному часі. Використовуючи технології штучного інтелекту та машинного навчання, здатний аналізувати великі обсяги інформації, структурувати їх та виводити у зрозумілій для користувача формі.

Безліч датчиків і камер дають змогу проводити глибокий аналіз параметрів, таких як стан ґрунту та його насиченість тими чи іншими речовинами, стадія достигання рослин, їхнє здоров'я, а також погодні умови та їхній вплив на посіви.

Avo – робот з автономним енергоспоживанням і навігацією, який забезпечує інтелектуальне та екологічне обприскування. Головною особливістю цієї машини є розумний підхід до обприскування, який допомагає завдавати якомога меншої шкоди рослинам і витрачаючи при цьому мінімальну кількість речовини.

Роботизований пристрій Gus дає змогу вирощувати більше продуктів харчування, використовуючи меншу кількість ресурсів. Він використовує складну комбінацію автомобільних датчиків gps lidar і фірмового програмного забезпечення для пересування по садах без участі бортового оператора. Технології цієї машини дають змогу забезпечити точність та ефективність, а також зниження витрат на матеріали. Select spray визначає бажане дерево і розпорошує певну кількість матеріалу, необхідного для належного покриття кожного дерева, незалежно від висоти або розміру крони.

Усі роботизовані пристрої мають відмінності, які можуть вплинути на вибір при їх придбанні, тому підхід до вибору завжди необхідно здійснювати з увагою до специфіки кожного пристрою (табл. 3.1).

*Таблиця 3.1*

**Характеристика роботизованих пристроїв**

| Характеристика | Найменування роботизованого пристрою | | | |
|---|---|---|---|---|
| | LesChevre | Xaver | Avo | Gus Ag |
| Габарити | 2500x1200x1500 см | 150x110x120 см | 200x100x120 см | 460x280x240 см |
| Вага | 1500 кг | 200 кг | 500-1000 кг | 6800 кг |
| Компанія | Nexus Robotics | Fendt (AGCO) | Smart Ag | Blue River |
| Область застосування | Прополка бур'янів | Посів культур | Оприскування | Оприскування |
| Автономність | до 24 годин в день | 6 – 12 годин | до 12 годин | 5-10 годин |
| Культури обробки | Салат, цибуля, морква | Кукурудза, пшениця | Будь-які, залежно від конфігурації | Будь-які, залежно від конфігурації |
| Ефективність | Обробка до 4 га за добу | Залежить від умов | 10 га за добу | до 20 га за добу |
| Швидкість | До 7 км/год. | 3,5 км/год | 12 км/год | 12 км/год |
| Країна виробник | Ізраїль | Німеччина | США | США |
| Витрати енергії | 3 кВт | 10-40 кВт | немає даних | значно відрізняються залежно від використання |
| Вартість | немає даних | $10000+ | немає даних | $200000-$300000 |

Роботизовані пристрої в сільському господарстві мають переваги перед ручною працею, включно з економією часу та зниженням витрат, збільшенням продуктивності, поліпшенням якості продукції, підвищенням безпеки, збільшенням зручності та зменшенням негативного впливу на навколишнє середовище.

Роботи можуть виконувати однотипні завдання безперервно 24/7 без перерв і вихідних, що значно економить час і знижує витрати на оплату праці. Вони також можуть працювати швидше й ефективніше, зменшуючи час виконання завдань і підвищуючи якість продукції.

Важливим застосуванням сільськогосподарських дронів є використання їх для агрохімічної обробки. Раніше це робили тільки за допомогою земних засобів, поки спеціалізовані авіаційні засоби не з'явилися. Результати оцінки ефективності застосування октокоптера DJI Agras наведено в таблиці 3.2.

*Таблиця 3.2*

**Ефективність застосування октокоптера DJI Agras**

| Показник | Значення |
|---|---|
| Вартість октокоптера, грн | 500000 |
| Витрати грн на:<br>- електроенергію | 8000 |
| - послуги автотранспорту | 38000 |
| - на утримання октокоптера | 46000 |
| Оплата праці:<br>- оператора | 180000 |
| - помічника | 160000 |
| Річна економія робочої сили, грн | 340000 |
| Амортизація за рік, % | 20 |
| Термін окупності, років | 1,5 |
| Прибуток, грн | 88000 |

Таким чином, нині розвиток технологій автоматизації та роботизації процесів в сільськогосподарських підприємствах стає дедалі актуальнішим. Вони дають змогу підвищити ефективність і якість виробництва, знизити витрати на трудові ресурси та поліпшити екологічну ситуацію.

Сучасні технології автоматизації та роботизації процесів аграрного виробництва включають використання різноманітних датчиків, пристроїв керування, комп'ютерних програм і роботів. Вони дають змогу скоротити витрати на працю, проводити точний і ощадливий обробіток ґрунту,

організовувати зручний і точний догляд за культурами, збирання та збирання врожаю.

На молочних фермах великої рогатої худоби з безприв'язним утриманням і доїнням під час прибирання підлоги в доїльних залах утворюється велика кількість гнойових стоків доїльного залу. Більшість тваринних ферм гнойові стоки доїльного залу змішують разом із гноєм, що досить часто є недоцільним, адже це збільшує загальний обсяг гною, що надходить з господарства, і витрати на зберігання, переробку і наступну утилізацію. Деякі технології передбачають розподіл гною на фракції, що також є досить витратним.

Споживачами як поживних речовин, так і води, що містяться в стоках, можуть бути теплиці. Технологія підготовки гнойових стоків доїльного залу з подальшою утилізацією їх у культиваційних спорудах при вирощуванні квіткових культур передбачає використання відстійників для затримання суспензій та видалення жирових включень, ємності для карантинування терміном не менше 6 діб, аерацію з метою стабілізації та дезодорації стоків. Після біологічної обробки гнойові стоки зберігаються в проміжній ємності і після коригування хімічного складу надходять у теплиці до рослин в якості живильного розчину. Дослідження, що були проведені на трояндах, показали збільшення врожайності на 26,7 % при використанні підживлення гнойовими стоками доїльного залу порівняно з використанням стандартного живильного розчину, що застосовується у теплицях. Пропонована технологія становить інтерес з погляду окупності економічних витрат.

На молочній фермі на 600 корів при дворазовому доїнні у накопичувальну ємність щодобово надходить близько 4,4 т стоків, що складаються приблизно з 0,1 т екскрементів та 4,3 т води, що використовується для миття доїльного залу. Для накопичення, відстоювання та короткочасного зберігання стоків протягом 6 діб необхідно 4 приймальні резервуари мінімальним обсягом по 9 $м^3$. Мінімальний обсяг аеротенку для біологічної обробки гнойових стоків доїльного залу складе 4,8 $м^3$.

Середня врожайність троянд становить 260 $шт/м^2$ з урахуванням вмісту

поживних елементів азоту, фосфору, калію (NPK) в урожаї та в гнойових стоках доїльного залу річна норма внесення стоків за мінімальним значенням складе 704 л/м$^2$ рік, або 1,93 л/м$^2$ на добу. Протягом року на цю площу додатково потрібно буде внести близько 2434 кг азотних і 461 кг калійних добрив, 1521 м$^3$ води для поливу.

Для утилізації гнойових стоків корисна площа прифермської теплиці з вирощуванням троянд складе 2281 м$^2$. Для вирощування квітів вибрано стандартну промислову теплицю блочного типу, будівельна площа якої становить 5999 м$^2$ .

Вартість 1 га тепличних комплексів в середньому становить 90млн.грн включаючи оснащення всіма основними видами технологічних систем життєзабезпечення рослин та підтримки мікроклімату. Рівень автоматизації сучасних теплиць є настільки високим, що для обслуговування 1000 м$^2$ інвентарної площі достатньо одного робітника.

Система підготовки та розподілу гнойових стоків доїльного залу включає приймальні резервуари, аеротенк-відстійник, компресор для аерації, насоси, ємність для коригування хімічного складу, сітчастий фільтр і трубопроводи для внутрішньо ґрунтової системи внесення. Детальний перелік обладнання для підготовки та внутрішньо ґрунтового внесення гнойових стоків доїльного залу, а також розрахунок його вартості представлені в роботі.

Вихідна інформація для розрахунку терміну окупності теплиці наведено в таблиці 3.3.

У розрахунках витрати, пов’язані з виходом підприємства на принципово новий собі ринок під час впровадження запропонованої технології, не враховувалися. Як базовий варіант прийнято традиційну технологію внесення гнойових стоків доїльного залу на поля після 6-місячного витримування. Для зберігання стоків розраховано дві плівкові лагуни. Річний економічний ефект обчислюється як економія витрат на придбання добрив. При розрахунку застосовувалися методики визначення економічної ефективності технологій та машин у сільському господарстві.

*Таблиця 3.3*

**Вихідні дані для розрахунку терміну окупності будівництва теплиці для підприємства у 2024 р.**

| Показники | Значення | Вартість | |
|---|---|---|---|
| | | од., грн | разом, тис. грн |
| Інвентарна (будівельна) площа, $м^2$ | 5999 | 9000 | 53990 |
| в т.ч.: виробнича площа, $м^2$ | 5299 | - | - |
| корисна площа, $м^2$ | 2281 | - | - |
| Саджанці, шт. | 23040 | 180 | 4147 |
| Річні витрати тепла, Гкал/рік | 1809 | - | - |
| Умовні витрати газу на обігрів теплиці, $м^3$/рік | 153765 | 3,8 | 590 |
| Витрати електроенергії (без додаткового електродосвідчування), кВт г/рік | 40272 | 4,7 | 189 |
| Витрати електроенергії на електропідсвідчування МВт г/рік | 499 | 4692 | 2341 |
| Субстрат (ґрунт), $м^3$ | 1140,5 | 390 | 445 |
| Система підготовки і розподілу гнойових стоків доїльного залу | - | - | 1029 |
| Інше обладнання і інвентар | - | - | 300 |
| Інсектициди, л | 1,9 | 22,4 | 43 |
| Добрива, кг ($м^2$/рік)<br>N<br>K<br>P | <br>1,07<br>0,2<br>- | <br>42,8<br>30,0<br>68,9 | 118<br>104<br>14<br>- |
| Витрати праці, люд.-год./рік | 12672 | 138 | 1749 |
| Урожайність од. / $м^2$ | 260 | 35 | 20858 |

Отже, для започаткування діяльності витрати на інвентарну площу складуть 53990 тис. грн, на саджанці – 4147 тис. грн, субстрат – 445 тис. грн, витрати праці – 1749 тис. грн, при цьому урожайність забезпечить отримання доходу у розмірі 20858 тис. грн.

В таблиці 3.4 більш детально розрахуємо собівартість вирощування троянд в теплиці при фермі.

Повна собівартість виробництва троянд у прифермській теплиці включає витрати на ґрунт, мінеральні добрива, засоби захисту рослин, експлуатаційні витрати, накладні та інші витрати. Експлуатаційні витрати включають амортизаційні відрахування, витрати на технічне обслуговування і ремонт, оплату праці, податки, витрати на паливо та енергію.

*Таблиця 3.4*

**Калькуляція собівартості вирощування троянд в прифермській теплиці для підприємства у 2024 р.**

| Показники | Значення, тис. грн |
|---|---|
| Амортизаційні відрахування, всього | 3052 |
| в т.ч.: приміщення теплиці і обладнання | 2159 |
| система підготовки і розподілу гнойових стоків доїльного залу | 64 |
| багаторічні насадження | 829 |
| Витрати на ТО та ремонт | 1100 |
| Допоміжні матеріали та дрібний інвентар | 300 |
| Грунт | 445 |
| Оплата праці | 1750 |
| Відрахування на заробітну плату | 525 |
| Витрати на паливо (газ) | 590 |
| Витрати на електроенергію | 2530 |
| Витрати на мінеральні добрива | 118 |
| Витати на засоби захисту рослин | 43 |
| Виробнича собівартість | 13505 |
| Накладні(управлінські і комерційні) витрати | 703 |
| Повна собівартість | 14208 |

Повна собівартість вирощування троянд у прифермській теплиці при утилізації 4,4 т гнойових стоків доїльного залу становить 14208 тис. грн. Найбільша питома вага у собівартості виробництва троянд мають витрати на амортизаційні відрахування (27,4%) та витрати на електроенергію (22,7%). Основні показники економічної оцінки будівництва теплиці для внесення гнойових стоків доїльного залу подано у таблиці 3.5.

*Таблиця 3.5*

**Економічна ефективність будівництва теплиць для внесення гнойових стоків доїльного залу при вирощувані троянду підприємстві, 2024 р.**

| Показники | Значення, тис. грн |
|---|---|
| Капітальні вкладення, тис. грн | 59166 |
| в т.ч.: вартість теплиці (з урахуванням будівельно-монтажних і пуско-налагоджуваних робіт і обладнання) | 53990 |
| система підготовки і розподілу гнойових стоків доїльного залу | 1029 |
| саджанці | 4147 |
| Повна собівартість, тис. грн | 14208 |
| Виручка від реалізації продукції, тис. грн/рік | 20858 |
| Прибуток, тис. грн/рік | 6650 |
| Термін окупності, років | 8,9 |
| Рентабельність продажу, % | 31,9 |
| Рентабельність основних засобів, % | 11,2 |

Капітальні вкладення для будівництва теплиці становлять 59166 тис. грн, термін їх окупності становить 8,9 років. Будівництво та оснащення теплиці для утилізації гнойових стоків доїльного залу вимагають значних капітальних вкладень, а утилізація гнойових стоків доїльного залу традиційним способом (накопичення та внесення на поля) – будівництво, наприклад, двох плівкових лагун для зберігання стоків протягом 6 місяців.

При внесенні гнойових стоків доїльного залу на поля річний економічний ефект обчислюється як економія витрат для придбання добрив – 58,6 тис. грн на рік. Вартість капітальних вкладень для 6-місячного зберігання гнойових стоків доїльного залу майже в 30 разів менша при будівництві лагун, ніж теплиці, але через низький річний економічний ефект термін окупності їх різко збільшується.

Отже, проведені розрахунки показали високу ефективність використання гнойових стоків доїльного залу у теплиці для вирощування троянд. Для утилізації 4,4 т стоків на добу від ферми на 600 корів необхідна теплиця площею майже 0,6 га, що можна порівняти із загальною площею корівників. Термін окупності технології утилізації гнойових стоків доїльного залу з будівництвом теплиці та вирощуванням троянд становить 8,9 року, що у 3,8 рази менше за базову технологію зі зберіганням та внесенням на поля. Висока ефективність внесення стоків доїльного залу, що гноюють, до культиваційних споруд дозволяє рекомендувати будівництво теплиць у комплексі з молочними фермами.

## 3.2. Напрями удосконалення товарної та збутової політики підприємства

Розробку пропозицій щодо удосконалення товарної політики підприємства доцільно розпочати з проведення стратегічного аналізу. Зокрема, SWOT-аналіз це важливий інструментарій стратегічного планування, особливості якого полягають у виявленні факторів впливу внутрішнього та

зовнішнього середовищ. Факторами внутрішнього середовища об'єкта аналізу (фактори, на які об'єкт має вплив) є сильні та слабкі сторони, а факторами зовнішнього середовища (на які об'єкт не має впливу) є можливості та загрози. Отже, проведемо SWOT-аналіз для підприємства результати якого наведемо в таблиці 3.6.

*Таблиця 3.6*

**SWOT-аналіз підприємства**

| СИЛЬНІ СТОРОНИ | СЛАБКІ СТОРОНИ |
|---|---|
| − висока якість продукції підприємства;<br>− широкий асортимент продукції;<br>− використання високоякісного посівного матеріалу, племінної худоби;<br>− використання Internet та GPS технологій;<br>− високий рівень кваліфікації працівників підприємства;<br>− позитивна репутація підприємства. | − обмежені інвестиційні ресурси;<br>− не диверсифікований ринок збуту;<br>− відсутні програми міжнародного партнерства;<br>− слабка диференціація продукції. |
| МОЖЛИВОСТІ | ЗАГРОЗИ |
| − державні програми підтримки та розвитку сільськогосподарських підприємств;<br>− створення нової продукції;<br>− надання послуг спеціалізованої лабораторії;<br>− реклама на власному транспорті та в мережі Internet;<br>− нарощування обсягів виробництва продукції. | − воєнні дії в країні;<br>− відтік висококваліфікованих кадрів;<br>− високі темпи інфляції;<br>− значне підвищення витрат в цілому у галузі;<br>− вихід на ринок іноземних компаній;<br>− кліматичні умови. |

На основі отриманих результатів SWOT-аналізу, для перетворення слабких сторін у можливості доречно: провести географічне розширення ринків збуту; запровадити програми міжнародного партнерства; створити виробництво нових товарів у сумісних сферах діяльності; удосконалювати технології виробництва продукції з метою зниження витрат.

Таким чином, досліджуване підприємство за умови використання сприятливих можливостей та проведенні роботи в полі «слабких сторін», може значно покращити свою конкурентну позицію.

В умовах воєнного стану, загостренні інфляційних процесів та проблем з енергоносіями, підприємство має переглянути свої підходи до обґрунтування управлінських рішень, зокрема, у сфері товарного портфеля. У процесі пошуку управлінських рішень щодо оптимізації товарного асортименту доцільно за

допомогою методів маркетингового, фінансового та економічного аналізу, використання багатокритеріальних математичних моделей формувати програму виробництва, яка забезпечує досягнення маркетингової результативності, фінансової ефективності і не порушує умов соціальної відповідальності.

Оптимізація товарної стратегії є одним із ефективних факторів підвищення прибутковості діяльності підприємства, що дозволяє сформувати оптимальну структуру товарних груп в умовах існуючих обмежень шляхом вибору критеріїв оптимізації. Одним із найефективніших методів стратегічного аналізу є матриця Бостонської консультативної групи, яка дозволяє оцінити стан і перспективи розвитку окремих сфер діяльності чи продуктів, інвестувати в найбільш перспективні та прибуткові з них та скоротити інвестиції в неефективні проекти.

Дана методика була використана для аналізу бізнес-портфеля підприємства що спеціалізується на виробництві сільськогосподарської продукції. Зокрема, проаналізовано сільськогосподарську продукцію досліджуваного підприємства, проведено розрахунки та визначено основні стратегічні напрямки розвитку.

Вихідні дані для побудови матриці БКГ наведені в додатку. Портфельний аналіз здійснювався в динаміці, при якому за базисний період використовували середні дані за 2018-2020 рр., звітний – 2021-2022 рр.

Горизонтальна лінія щодо вісі темпи зростання ринку проходить через середнє значення показників темпу зростання товарних ринків, суб'єктом яких є дане підприємство. На вісі відносна частка ринку лінію розподілу проводимо через точку 0,95. Частка ринку, яка перевищує цей рівень, вважається високою. Площа кола відображає обсяг продажу товару, отже відобразимо розраховані дані по кожному виду продукції на рисунку 3.1.

Відповідно до даних спостерігається зростання темпів росту ринку всієї продукції рослинництва досліджуваного підприємства, продукція тваринництва має протилежну тенденцію. Найбільшу частку продукції в загальному обсязі продажу підприємства в 2018 – 2020 рр. займало: молоко – 26,7 %, кукурудза на зерно – 24,0 %, озима пшениця – 14,4 %, соняшник –

14,1%, ярий ячмінь – 10,1 %. В 2021-2022 рр. найбільша частка припадає на молоко – 29,7 %, кукурудзу на зерно – 26,4 %, соняшник – 18,4 %, озиму пшеницю – 16,2 %, ярий ячмінь – 12,5 %.

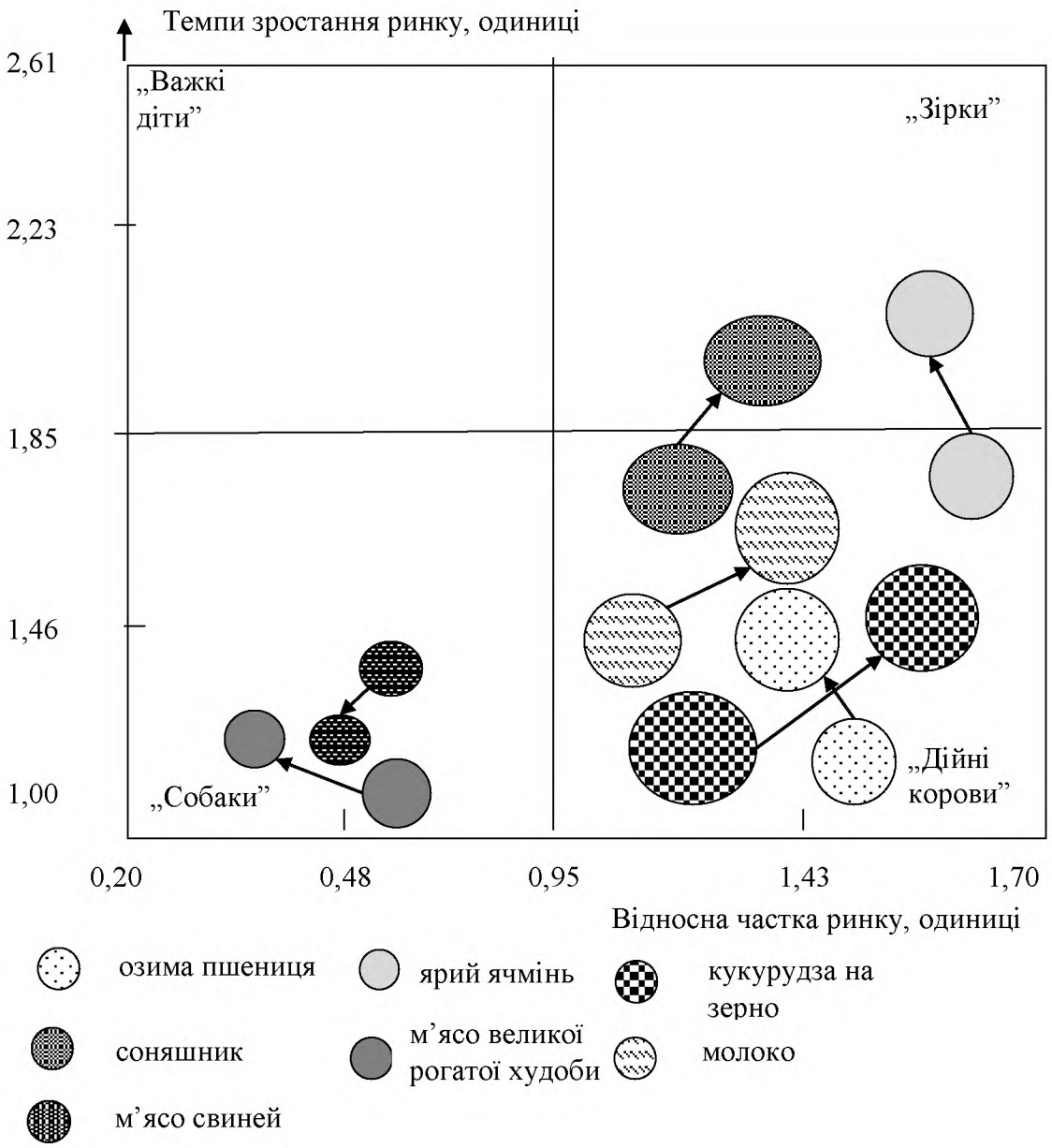


Рис. 3.1. Динамічний аналіз бізнес-портфеля підприємства, 2018-2022 рр.

За термінологією БКГ м’ясо великої рогатої худоби та м’ясо свиней належить до стратегічної позиції «собак» (продукція з обмеженим обсягом збуту на зрілому ринку); соняшник і ярий ячмінь перейшли з позицій «дійні корови» до «зірок» (галузі, що динамічно і швидко розвиваються, і посідають чільне місце серед конкурентів); кукурудза на зерно, молоко та озима пшениця

– це «дійні корови» (лідери у своєму бізнесі).

Для підвищення рівня ефективності виробничої програми підприємства необхідним є застосування наступних заходів для відповідного сектора бізнесу (табл. 3.7).

*Таблиця 3.7*

**Рекомендовані заходи щодо удосконалення продуктової стратегії підприємства, 2024 р.**

| Вид продукції | Рекомендовані заходи |
|---|---|
| Озима пшениця | Нарощення обсягів виробництва продукції, розширення каналів збуту |
| Ярий ячмінь | Збільшення частки бізнесу на ринку за рахунок підвищення урожайності та валового виробництва продукції. |
| Кукурудза на зерно | Підтримувати конкурентні переваги на ринку за рахунок виробництва високоякісної продукції |
| Соняшник | Намагатися збільшити частку свого бізнесу на ринку за рахунок підвищення урожайності та валового виробництва продукції. |
| М'ясо великої рогатої худоби | Удосконалення технології виробництва продукції, зменшення виробничих витрат. |
| М'ясо свиней | Удосконалення технології виробництва продукції, перегляд каналів реалізації. |
| Молоко | Пошук шляхів щодо розширення обсягів виробництва продукції. |

Отже, перелічені заходи є найбільш доцільними для формування ефективної продуктової стратегії для досліджуваного підприємства.

Важливим фактором у ціноутворенні є вибір каналів розподілу, причому перевага віддається прямим каналам розподілу або дворівневому ланцюгу поставок. Малий і середній бізнес має продавати продукцію безпосередньо переробникам і кінцевим споживачам у продуктових магазинах та через Інтернет. Слід зазначити, що вигідну ціну переробні підприємства можуть досягти лише на великі партії однорідної продукції, яку дрібні агровиробники можуть сформувати лише на базі сільськогосподарських кооперативів.

Одним з найбільш перспективних каналів непрямих продажів є продаж товарів у роздрібних магазинах. Потреби мереж гіпер- та супермаркетів включають сортування та бажано пакування продуктів, регулярні поставки протягом року та відносно широкий асортимент товарів. Малий бізнес може

створити ці умови, працюючи разом з іншими сільгоспвиробниками. Сервісна кооперація приваблива для середніх і великих компаній. Загальні рекомендації щодо вибору каналів збуту залежно від виду продукції для підприємства наведені в таблиці 3.8.

*Таблиця 3.8*

**Рекомендовані канали реалізації сільськогосподарської продукції підприємством**

| Вид продукції | Канали реалізації |
|---|---|
| Зернові, зернобобові | Переробним підприємствам (на внутрішньому та зовнішніх ринках), держзакупівлі. |
| Молоко, м'ясо | Ресторанам, готелям, кафе (м'ясо), переробним підприємствам на кооперативних засадах; на оптових ринках; через оптові бази, власні ларьки, палатки, торгові точки, створені на засадах кооперації. |
| Продукція переробки | Невеликим магазинам в інших регіонах через дистриб'юторів; на роздрібних ринках через власні ларьки, палатки, торгові точки, створені на засадах кооперації; через власні сайти, контент-маркетинг. |

Для підприємства ефективним є використання можливостей інтернету, особливо технік контент-маркетингу, використання соціальних мереж, підготовка та публікація статей на власних веб сайтах, ведення блогів, особисті зустрічі, організовані через онлайн. комунікації включають і т. д. Таким чином виробник наближається до споживача і є можливість дізнатися, чого хочуть покупці, і просувати свій товар без зайвих зусиль. Такий підхід особливо актуальний для малих підприємств, які позиціонують свою продукцію як екологічну, безпечну та корисну.

Зазвичай зовнішнє залучення клієнта можна умовно розділити на 3 напрямки в залежності від останньої сторінки, на яку потрапив клієнт: залучення на головній сторінці інтернет-ресурсу, залучення на цільовій сторінці інтернет-ресурсу та залучення на цільову сторінку. Класифікація відмінностей залучення клієнтів на різні типи сторінок наведено в таблиці 3.9.

Залучаючи на цільову сторінку інтернет-ресурсу, можна якісно переконати клієнта з чітко сформульованою мотивацією. Оскільки матеріалів, представлених на цільовій сторінці інтернет-ресурсу, зазвичай більше, ніж на звичайній сторінці, ви можете краще розкрити проблему та проінформувати

клієнта. З іншого боку, коли мова заходить про переконання, великий обсяг інформації, яка зазвичай не подається коротко, може перешкодити реалізації конверсійної дії. Великою перевагою залучення на цільову сторінку інтернет-ресурсу є те, що користувач має можливість переходити на інші сторінки інтернет-ресурсу, якщо його мотивація не збігається з цільовою сторінкою.

*Таблиця 3.9*

**Відмінності у залученні клієнтів на різні типи сторінок інтернет-ресурсу підприємства**

| Показники\Напрями залучення | Залучення на головну сторінку інтернет-ресурсу | Залучення на цільову сторінку інтернет-ресурсу | Залучення на посадочну сторінку інтернет-ресурсу |
|---|---|---|---|
| Мотивація клієнта | Набір мотивацій | Чітко визначена одиночна мотивація | Орієнтація на одиночну мотивацію або на товар |
| Елементи монетизації | Рідко присутні, присутні на інших сторінках інтернет-ресурсу | Інколи присутні | Завжди присутні, добре виділені |
| Застосовується для | Брендингу, масового залучення користувачів | Розширеного інформування та переконання клієнта | Короткого та лаконічного направлення клієнта до конверсійної дії |
| Ризики | Можлива відсутність конверсійних дій, втрата трафіку на проміжних етапах | Низький рівень монетизації, складність якісного оформлення | Ризик втрати клієнтів через одиночну мотивацію або товар |
| Переваги | Ознайомлення клієнта з усім спектром товарів підприємства | Якісне ознайомлення клієнта з цільовою інформацією | Найвищий ступінь переконання клієнта з відповідною мотивацією |

Під потенційним доходом слід розуміти загальну суму доходу, яку компанія може отримати, продаючи товари всім потенційним клієнтам. Для одних компаній ця величина виражається в кількості пред'явлених комерційних пропозицій, для інших – загальною сумою доходу від продажу товарів покупцям, які звернулися до компанії.

Вартість одного ліда є одним з ключових показників рекламної діяльності компанії, який у поєднанні з коефіцієнтом конверсії лідів до клієнтів і середнім чеком дозволяє проаналізувати потенційну прибутковість

залучення клієнтів. У більшості компаній, які нині працюють на вітчизняному ринку, ефективність маркетингової діяльності часто визначається вартістю ліду або співвідношенням потенційного доходу від ліду та вартості його залучення Вз. Це пов'язано з відокремленням діяльності від ліду. Маркетологи у фазі залучення і фазі продажу, тобто з окремою контент-стратегією компанії. У цьому випадку відділи маркетингу компанії не несуть прямої відповідальності за реальний дохід від залученого трафіку, а лише впливають на нього опосередковано через обсяг потенційного доходу від лідогенерації. За дохідну частину в цьому випадку відповідає відділ продажів і сервісний відділ (якщо він приносить дохід).

Розрахуємо прогнозовані показники взаємодії з клієнтами підприємства при використанні інтернет-технології (табл. 3.10). Обидва веб-сайти використовують аналогічні методи для привертання користувачів (такі як SEO та PPC рекламні кампанії), а також мінімізують зусилля в соціальній сфері мережі. За допомогою показників можна обчислити коефіцієнти контенту, які впливають на результативність діяльності. Пріоритетом є розрахунок ефективності залучення трафіку на веб-сайт.

*Таблиця 3.10*

**Прогнозовані показники взаємодії підприємства з клієнтами при використанні інтернет-технологій, 2024 р.**

| Показник | Значення |
|---|---|
| Витрати PPC реклами (GoogleAdwords), грн | 59500 |
| Витрати SEO просування (копірайтинг), грн | 19300 |
| Загалом витрат, грн | 78800 |
| Трафік інтернет-ресурс, осіб | 8637 |
| Кількість лідів, осіб | 178 |
| Кількість клієнтів (продажів), осіб | 49 |
| Загальна сума продажів (дохід), грн | 1500000 |
| Середня рентабельність продажу без знижок, % | 15 |

Для цього необхідно розрахувати витрати на залучення одного користувача інтернет-ресурсу. Для підприємства він складатиме:

$$\alpha=78800/8637=9,1 \text{ (грн/користувача)}$$

Коефіцієнти ефективності лідогенерації інтернет-ресурсу:

$$\beta=178/8637=0,02061$$

При цьому витрати на залучення одного ліда для підприємства складають:

$$В=78800/178=443 \text{ (грн/ліда)}$$

Розрахуємо коефіцієнт впливу контенту на рішення клієнта при купівлі продукції підприємства:

$$\mu=49/178=0,2753$$

Наступним ключовим етапом є обчислення середнього чека, який відрізняється від стандартної ціни, після чого можуть включатися витрати на доставку продукції:

$$Сч=1500000/49=30612,24 \text{ (грн)}$$

Значення проведених розрахунків наведемо в узагальненій таблиці 3.11

*Таблиця 3.11*

**Прогнозовані результати розрахунків ефективності взаємодії підприємства з клієнтами при використанні інтернет-технологій**

| Показник | Значення |
|---|---|
| Середні витрати на залучення одного користувача інтернет-ресурсу, грн/особу | 9,1 |
| Коефіцієнт лідогенерації інтернет-ресурсу | 0,02061 |
| Середні витрати на залучення одного ліда, грн/особу | 443 |
| Коефіцієнт ефективності контенту на етапі продажу | 0,2753 |
| Середня сума однієї покупки, грн | 30612,24 |
| Прибуток від реалізації товарів, грн | 254200 |
| Рентабельність використання інструментів Інтернет-маркетингу | 36,0 |

У цьому розрахунку ми оцінюємо додаткові рентабельність інструментів привертання (інтернет-маркетингу), не враховуючи витрати підприємства на зарплату фахівців з маркетингу та продажу, вартість доставки, монтажу та інші витрати.

Отже, розраховані показники ефективності контенту дозволяють аналізувати вплив контенту на різних етапах взаємодії підприємства з клієнтом та на рішення клієнта щодо покупки в цілому. Розроблена система показників дозволяє маркетологам краще оцінювати вплив контенту у власних каналах його подання перед клієнтами.

## Висновки до розділу 3

1. Інтелектуальне сільське господарство є одним із найважливіших напрямів, адже воно спрямоване на розв'язання життєво важливої проблеми, а саме постачання споживачам відповідного обсягу необхідної продукції без серйозного впливу на навколишнє середовище. Робототехніка є інструментом, здатним у вже найближчому майбутньому серйозно вплинути на ведення агрокультурної діяльності. Сучасні технології автоматизації та роботизації процесів аграрного виробництва включають використання різноманітних датчиків, пристроїв керування, комп'ютерних програм і роботів. Вони дають змогу скоротити витрати на працю, проводити точний і ощадливий обробіток ґрунту, організовувати зручний і точний догляд за культурами, збирання та збирання врожаю.

2. На молочних фермах великої рогатої худоби з безприв'язним утриманням і доїнням під час прибирання підлоги в доїльних залах утворюється велика кількість гнойових стоків доїльного залу. Споживачами як поживних речовин, так і води, що містяться в стоках, можуть бути теплиці. Для започаткування діяльності теплиці по вирощуванню троянд витрати на інвентарну площу складуть 53990 тис. грн, на саджанці – 4147 тис. грн, субстрат – 445 тис. грн, витрати праці – 1749 тис. грн, при цьому урожайність забезпечить отримання доходу у розмірі 20858 тис. грн.

3. На основі отриманих результатів SWOT-аналізу, для перетворення слабких сторін у можливості доречно: провести географічне розширення ринків збуту; запровадити програми міжнародного партнерства; створити виробництво нових товарів у сумісних сферах діяльності; удосконалювати технології виробництва продукції з метою зниження витрат.

# ВИСНОВКИ

1. Прибуток є не тільки основною метою діяльності будь-якого комерційного підприємства, а й найважливішою економічною категорією. Прибуток створює певні гарантії для подальшого існування та розвитку підприємства. Він є найважливішим показником фінансової діяльності підприємства, його максимізація – одна з головних цілей розвитку підприємства і безпосередній об'єкт управління фінансових менеджерів.

2. Саме фінансовий результат діяльності підприємства вважається ключовим показником результативності підприємства, на основі якого визначаються недоліки в роботі підприємства та його потенційні можливості; прибуток позитивно впливає на зміцнення дохідної частини бюджету та сприяє діловій активності підприємств у фінансовій і виробничій сфері. Саме тому для кожного підприємства є важливим ефективно управляти своїми фінансовими результатами.

3. Досліджуване підприємство в 2022 р. мало у використанні сільськогосподарські угіддя площею 4108 га, з них рілля – 3773 га. Чисельність працівників становила 152 особи, з них 142 особи зайняті у сільськогосподарському виробництві. Чисельність працівників задіяних у рослинництві становила 76 осіб, у тваринництві – 66 осіб. Підприємство спеціалізується на виробництві соняшнику, кукурудзи на зерно та молока.

4. Вартість валової продукції у постійних цінах в 2022 р., порівняно з 2018 р. зменшилася на 28,7 %, або на 27435 тис. грн, при цьому вартість продукції рослинництва – на 21,9 %, продукції тваринництва – на 51,6 %. Вартість валової продукції у діючих цінах збільшилася лише на 1,5 %, або на 1430 тис. грн, незначне зростання відбулося лише за рахунок підвищення ціни реалізації продукції, при цьому обсяги виробництва зменшилися. Позитивна тенденція спостерігається щодо збільшення валового доходу підприємства в 2022 р., порівняно з 2018 р., на 4,9 %, при цьому повна собівартість реалізованої продукції зросла на 2,4 %. Рівень рентабельності коливався протягом всього досліджуваного періоду і досяг свого максимуму в 2021 р. –

32,7 %.

5. Досліджуване підприємство виробляє значні обсяги продукції як рослинництва, так і тваринництва. Зокрема, у 2022 р. порівняно з 2018 р., виробництво м'яса свиней збільшилося на 81,1 %, пшениці – на 64,9 %, соняшнику – на 4,2 %. Досить позитивним є розширення асортименту продукції в 2022 р. і запровадження вирощування жита, проса та озимого ріпаку. В той же час спостерігаємо зменшення обсягів виробництва сої – на 31,1 %, ячменю – на 52,7 %, гороху – на 58,4 %, молока – на 54,8 %, м'яса великої рогатої худоби – на 76,6 % та кукурудзи на зерно – на 93,4 %.

6. Розмір прибутку від реалізації сільськогосподарської продукції за досліджуваний період зменшувався. При цьому, прибутковим для досліджуваного підприємства в 2022 р. було лише вирощування соняшнику (437,4 грн/ц), сої (195,7 грн/ц), проса (166,4 грн/ц) та виробництво молока (41,8 грн/ц). Найбільш збитковим для підприємства було виробництво м'яса великої рогатої худоби (-7084,3 грн/ц), м'яса свиней (-1605,8 грн/ц), кукурудзи на зерно (-1132,8 грн/ц), ячменю (-417,2 грн/ц), гороху (-403,9 грн/ц), ріпаку (-331,0 грн/ц), жита (-152,1 грн/ц) та пшениці (-69,8 грн/ц).

7. Оскільки рівень рентабельності це один з найважливіших показників який свідчить про рівень ефективності виробництва продукції та діяльності підприємства в цілому, можемо стверджувати, що в 2022 р. рентабельним було вирощування соняшнику – 64,0 %, проса – 42,0 %, сої – 19,0 % та молока – 4,8 %. Виробництво всіх інших видів продукції для підприємства було збитковим. В динаміці спостерігаємо негативну тенденцію щодо зниження рівня рентабельності кукурудзи на зерно – на 94,2 %, ячменю – на 74,3 %, гороху – на 58,7 %, м'яса великої рогатої худоби – на 40,4 %, пшениці – на 17,9 %, сої – на 6,5 % та молока – на 1,6 %.

З метою збільшення прибутку підприємства доцільно застосувати наступні пропозиції:

1. Роботизовані пристрої в сільському господарстві мають переваги перед ручною працею, включно з економією часу та зниженням витрат, збільшенням продуктивності, поліпшенням якості продукції, підвищенням

безпеки, збільшенням зручності та зменшенням негативного впливу на навколишнє середовище. Роботи можуть виконувати однотипні завдання без перерв і вихідних, що значно економить час і знижує витрати на оплату праці. Важливим застосуванням сільськогосподарських дронів є використання їх для агрохімічної обробки. Проведені розрахунки підтвердили ефективність застосування октокоптера DJI Agras вартість якого становить 500 тис. грн, при цьому термін окупності становить – 1,5 років.

2. Для утилізації гноєвих стоків, що утворюється у доїльних залах тваринних ферм пропонуємо побудувати теплицю. Зокрема, споживачами як поживних речовин, так і води, що містяться в стоках, можуть бути теплиці. Проведені розрахунки показали високу ефективність використання гнойових стоків доїльного залу у теплиці для вирощування троянд. Для утилізації 4,4 т стоків на добу від ферми на 600 корів необхідна теплиця площею майже 0,6 га, що можна порівняти із загальною площею корівників. Термін окупності технології утилізації гнойових стоків доїльного залу з будівництвом теплиці та вирощуванням троянд становить 8,9 року, що у 3,8 рази менше за базову технологію зі зберіганням та внесенням на поля.

3. Для удосконалення продуктової стратегії підприємства було проведено динамічний аналіз бізнес-портфеля та розроблено рекомендовані заходи. Зокрема, для озимої пшениці доцільним є нарощення обсягів виробництва продукції, розширення каналів збуту; для ярого ячменю – збільшення частки бізнесу на ринку за рахунок підвищення урожайності та валового виробництва продукції; для кукурудза на зерно – підтримка конкурентних переваг на ринку за рахунок виробництва високоякісної продукції; для м'яса великої рогатої худоби та свиней – удосконалення технології виробництва продукції, зменшення виробничих витрат; для молока – пошук шляхів щодо розширення обсягів виробництва продукції.

4. Розроблено відмінності у залученні клієнтів на різні сторінки Інтернет-ресурсів (головну сторінку, цільову сторінку та посадочну сторінку). Відмінності включають такі показники як врахування мотивації клієнта, присутні на Інтернет-ресурсів елементи монетизації, цілі застосування цих

сторінок, ризики та переваги використання. Розраховано прогнозовані показники ефективності взаємодії підприємства з клієнтами при використанні Інтернет-технологій, що передбачають отримання прибутку на рівні – 254,2 тис. грн та рівень рентабельності – 36,0 %.