

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

ННІ прикладної економіки і менеджменту ім. Г.Е. Вейнштейна
Кафедра економіки промисловості
Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітня програма «Економіка підприємства»



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему «Обґрунтування стратегії підвищення прибутковості
діяльності ПП Фірма «Гармаш»**

ШИФР КРБ.ЕП.1.584А-03.2.5

Здобувачки _____ Чісладжи А.Д

Керівник _____ проф. Замлинський В.А.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 12.06.2024 р., протокол № 15

Завідувач кафедри економіки промисловості _____ Олександр ПАВЛОВ

Одеса – 2024 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ННІ прикладної економіки і менеджменту ім. Г.Е. Вейнштейна

Кафедра економіки промисловості

Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма «Економіка підприємства»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

«_____» _____ 202__ р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧКИ**

Чісладжи Аліні Дмитрівні

1. Тема роботи *«Обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності ПП Фірма «Гармаш»*

Затверджена наказом ОНТУ від 09.10.2023 р. № 5844-03

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 09.06.2024

3. Вихідні дані роботи: *наукові праці вітчизняних та іноземних науковців, огляд ринку м'ясних виробів, статистична звітність ПП Фірма «Гармаш» за 2021-2022 рр., джерела інтернет-сайтів*

4. Перелік питань, які потрібно розробити: *Розділ 1. Науково-теоретичні основи підвищення прибутковості діяльності підприємств; Розділ 2. Діагностика зовнішнього середовища та внутрішнього стану ПП Фірма «Гармаш»; Розділ 3. Розрахунок економічної ефективності проєкту підвищення прибутковості на ПП Фірма «Гармаш»*

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) таблиць – 10, рисунків – 5.

6. Дата видачі завдання 15.02.2024

Керівник _____ Замлинський В.А.

Завдання прийняв до виконання _____ Чісладжи А.Д.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	<i>Розробка теоретичного розділу за темою кваліфікаційної роботи</i>	<i>15.03.24 - 31.03.24</i>	
2	<i>Діагностика зовнішнього середовища підприємства м'ясопереробної галузі</i>	<i>01.04.24 - 13.04.24</i>	
3	<i>Діагностика внутрішнього стану ПП Фірма «Гармаш» за два роки</i>	<i>14.04.24 - 07.05.24</i>	
4	<i>Розробка проєкту заходу з підвищення прибутковості ПП Фірма «Гармаш» та розрахунок економічної ефективності</i>	<i>08.05.24 - 02.06.24</i>	
5	<i>Оформлення кваліфікаційної роботи</i>	<i>03.06.24 - 09.06.24</i>	

Здобувач-дипломник _____ Чісладжи А.Д.

Керівник роботи _____ Замлинський В.А.

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник Чісладжи А.Д. _____

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра

КРБ містить 94 сторінки, 46 таблиць, 8 рисунків, список використаних джерел з 30 найменувань, 12 додатків.

Метою виконання роботи є обґрунтування стратегії підвищення прибутковості на підприємстві м'ясопереробної галузі.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження є процеси обґрунтування та розробка стратегії підвищення прибутковості підприємств.

Предметом дослідження є шляхи підвищення прибутковості діяльності підприємств.

Завданнями роботи передбачено дослідити теоретичні аспекти підвищення прибутковості діяльності підприємств; узагальнити стратегії підвищення прибутковості діяльності підприємств; провести аналіз зовнішнього середовища м'ясопереробної галузі України; провести діагностику внутрішнього стану ПП Фірма «Гармаш» за два роки; обґрунтувати стратегію підвищення прибутковості діяльності ПП Фірма «Гармаш»; розрахувати економічну ефективність заходу з підвищення прибутковості діяльності ПП Фірма «Гармаш».

За результатами виконаної роботи сформульовані пропозиції з підвищення прибутковості діяльності підприємств м'ясопереробної галузі України.

Отримані результати можуть бути використані на підприємствах м'ясопереробної галузі України.

Рік виконання роботи 2024

Рік захисту роботи 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	8
1.1. Прибутковість функціонування підприємства: поняття, сутність та фактори формування.....	8
1.2. Стратегії підвищення прибутковості діяльності як основи підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	15
1.3. Сучасні механізми забезпечення прибутковості функціонування підприємства.....	22
ВИСНОВКИ за Розділом 1.....	28
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ВНУТРІШНЬОГО СТАНУ ПП ФІРМА «ГАРМАШ».....	29
2.1. Сучасний стан та перспективи розвитку м'ясопереробної галузі України...	29
2.2. Техніко-економічна характеристика ПП Фірма «Гармаш».....	36
2.3. Діагностика внутрішнього стану ПП Фірма «Гармаш».....	39
2.3.1. Аналіз виробництва продукції в натуральному і вартісному виразі.....	39
2.3.2. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів.....	44
2.3.3. Аналіз ефективності використання основних засобів.....	49
2.3.4. Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів.....	53
2.3.5. Аналіз собівартості продукції	53
2.3.6. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства.....	56
2.3.7. Загальний аналіз фінансового стану підприємства.....	62
2.2.8. Аналіз фінансової стійкості підприємства за відносними показниками...	66
ВИСНОВКИ за Розділом 2.....	71
РОЗДІЛ 3. РОЗРАХУНОК ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ НА ПП ФІРМА «ГАРМАШ».....	74
3.1. Техніко-економічне обґрунтування доцільності впровадження випуску	

нового виду продукції.....	74
3.2. Планування інвестиційних вкладень.....	75
3.3. Розрахунок загальної суми витрат для виробництва консервів.....	77
3.4. Розрахунок економічної ефективності заходу.....	81
ВИСНОВКИ за Розділом 3.....	86
ВИСНОВКИ.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	92
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми. Провідне місце у фінансовому забезпеченні діяльності підприємств належить прибутку. Він найповніше характеризує ефективність господарської діяльності, фінансові можливості підприємств та визначає рівень їх фінансової стабільності. Прибуток є джерелом підвищення рівня суспільного добробуту населення.

Як важливий показник оцінки фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання, його фінансового стану і перспектив розвитку прибуток є показником ефективності функціонування підприємства в цілому й фінансових можливостей держави. Прибутковість є похідною характеристикою прибутку. Показники прибутковості є відносними характеристиками фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства. Вони вимірюють доходність підприємства з різних сторін та групуються в співвідношенні з інтересами учасників економічного процесу, ринкового обміну.

Управління рентабельністю є процесом розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами формування, розподілу та використання прибутку на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах. Головною метою управління прибутком та рентабельністю є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості.

Тому дослідження аспектів підвищення прибутку та прибутковості підприємства є актуальним незалежно від часу і обставин.

Мета дослідження полягає у обґрунтуванні стратегії підвищення прибутковості на підприємстві м'ясопереробної галузі.

Завдання, які слід вирішити для досягнення мети дослідження:

- дослідити теоретичні аспекти підвищення прибутковості діяльності підприємств;

- узагальнити стратегії підвищення прибутковості діяльності підприємств;
- провести аналіз зовнішнього середовища м'ясопереробної галузі України;
- провести діагностику внутрішнього стану ПП Фірма «Гармаш» за два роки;
- обґрунтувати стратегію підвищення прибутковості діяльності ПП Фірма «Гармаш»;
- розрахувати економічну ефективність заходу з підвищення прибутковості діяльності ПП Фірма «Гармаш».

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження є процеси обґрунтування та розробка стратегії підвищення прибутковості підприємств.

Предметом дослідження є шляхи підвищення прибутковості діяльності підприємств.

Інформаційною базою дослідження є наукові праці вітчизняних та закордонних вчених, статистична та фінансова звітність підприємств м'ясопереробної галузі України, огляди ринку м'ясної продукції України тощо.

РОЗДІЛ 1

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Прибутковість функціонування підприємства: поняття, сутність та фактори формування

Підприємство як структурна одиниця економіки функціонує заради отримання прибутку, як основного результату процесу управління факторами виробництва.

Похідним від прибутку є термін прибутковість, що означає міру, величину прибутку у співвідношенні, також використовується інший синонімічний термін – рентабельність [1, с. 139]. Рентабельність – це ступінь прибутковості, вигідності бізнесу. Вона вимірюється за допомогою цілої системи відносних показників, що характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (виробничої, комерційної, інвестиційної тощо), вигідність виробництва окремих видів продукції і послуг.

Т. Амельченко розглядає рентабельність як відносний показник ефективності роботи підприємства, який у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат (ресурсів). Рентабельність має кілька форм модифікацій в залежності від того, які саме прибуток і ресурси (витрати) використовуються в розрахунках [2].

Оскільки рентабельність відображає результативність процесу праці, потрібно розглянути їх співвідношення.

В «Економічній енциклопедії» результативність визначена як досягнення необхідної мети з максимальною корисністю (максимізацією ціннісних характеристик). Також означає дієвість, здатність досягати результату. Результативністю може вважатися приведення у виконання обов'язку, досягнення мети, обіцянки або досягнення максимальних результатів незалежно від витрат. При оцінці може розглядатися відсоток досягнення поставлених цілей, показники якості досягнутого результату. Досить важливим є розуміння

відмінності даної категорії від ефективності. Для критеріїв результативності важливо в першу чергу досягнення результату, а не спосіб досягнення результату і відповідно витрата ресурсів [3].

Співвідношення термінів «прибутковість» та «результативність» досить чітко охарактеризоване О. Олексюком [4, с. 670]. На думку дослідника для практичного використання структурного аналізу прибутковості слід чітко детермінувати різновиди взаємозв'язків між прибутковістю та ефективністю діяльності підприємства, що передбачає виділення чотирьох типів таких зв'язків:

- «висока результативність – висока прибутковість» – фінансово-економічний стан підприємства, як правило, є стійким, ринкові позиції стабільними, а перспективи реальними. За наявності такої залежності компанії намагаються підтримувати цю пропорцію якнайдовше;

- «низька результативність – висока прибутковість» – компанія з таким співвідношенням перебуває в ситуації тимчасового успіху, тобто висока прибутковість не може бути забезпечена у довгостроковій перспективі, постійно низька результативність діяльності нівелює високу прибутковість поточних операцій. Основною метою компаній з таким типом співвідношення є «створювати власне майбутнє», підвищувати результативність;

- «висока результативність – низька прибутковість» – характеризує компанії, які незабаром почнуть працювати собі у збиток, а висока результативність формується за рахунок досягнень минулих періодів чи виключного ринкового положення. Менеджери таких компаній повинні спрямовувати зусилля на маркетингову діяльність, оптимізувати товарну політику тощо;

- «низька результативність – низька прибутковість» – таке співвідношення характерне для компаній на грані банкрутства, без перспектив виходу з кризового стану в короткостроковій перспективі. У таких організаціях варто реалізовувати чи не найрадикальніші заходи антикризового менеджменту.

В іноземній літературі середини ХХ ст. категорія економічної ефективності трактується в основному через взаємозв'язок «витрати-випуск».

«Суспільство прагне використовувати свої рідкі ресурси ефективно, тобто воно бажає отримати максимальну кількість корисних товарів і послуг, вироблених з його обмежених ресурсів», – зазначають К.Р. Макконелл и С.Н. Брю [5, с. 304]. В Економічній енциклопедії визначається поняття «ефективний» як «той, що працює продуктивно з мінімальними витратами зусиль або грошових коштів» [3]. Прояви та варіація розуміння терміну «ефективність» є досить широкою та лежить, скоріше за все, в іншій площині, в площині мезо- та макросередовищі функціонування економічної системи. Саме тому виділяють такі види ефективності:

- економічна ефективність;
- соціальна ефективність;
- локальна (комерційна) ефективність;
- абсолютна ефективність;
- порівняльна ефективність.

Дослідивши дану економічну категорію, можна зробити висновок, що прибутковість (або рентабельність) – це якісний, вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступень використання ресурсів, що є в наявності, в процесі виробництва і реалізації продукції.

Показники рентабельності є відносними характеристиками фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства. Вони вимірюють доходність підприємства з різних сторін та групуються в співвідношенні з інтересами учасників економічного процесу та ринкового обміну.

Різновиди показників рентабельності наведені на рис. 1.1.

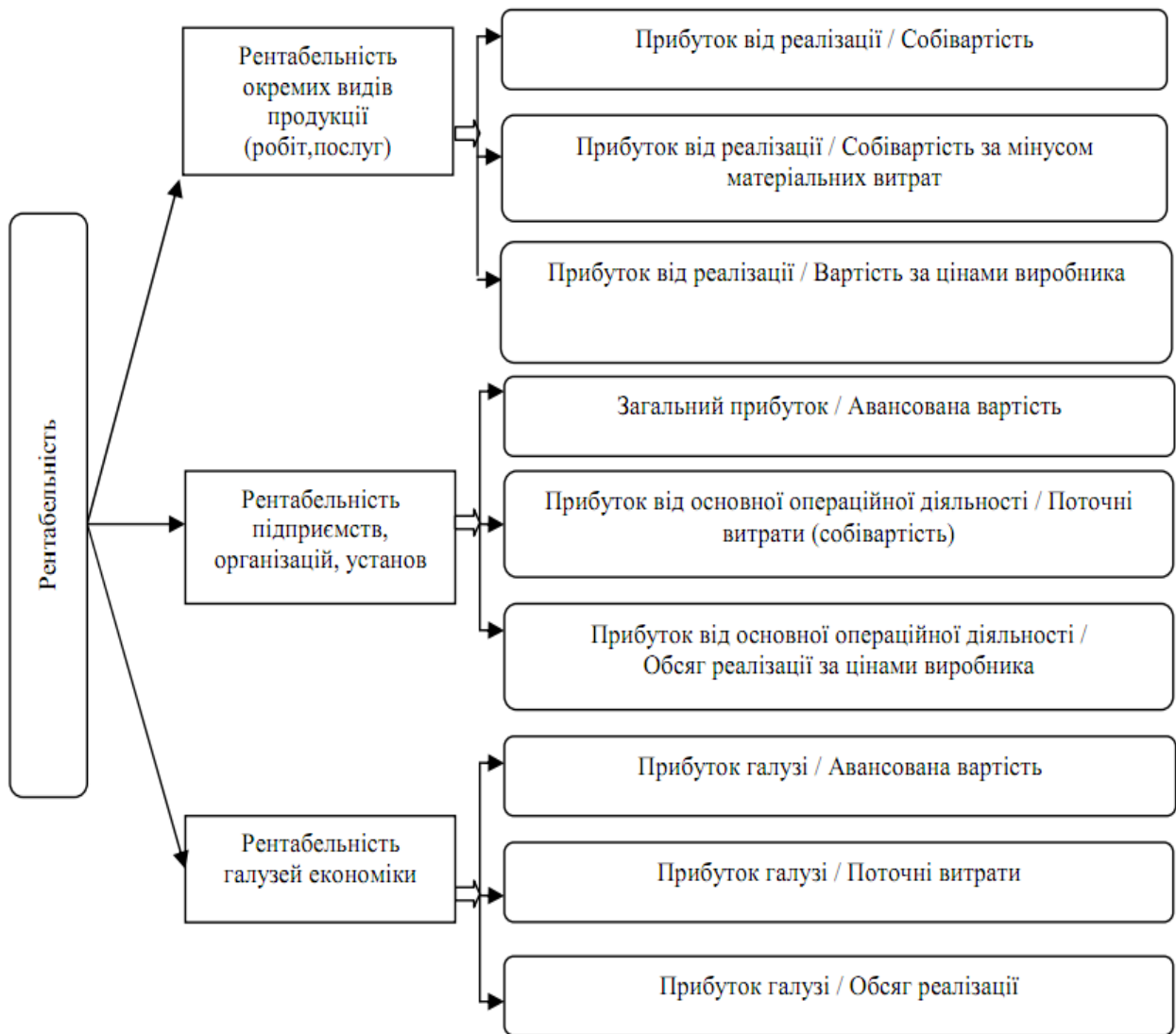


Рис. 1.1. Різновиди показників рентабельності

При аналізі діяльності виробничого підприємства показники рентабельності можна об'єднати в такі групи:

- 1) показники рентабельності продукції;
- 2) показники рентабельності капіталу (активів);
- 3) показники, розраховані на підставі власних грошових коштів.

Перша група показників формується на підставі розрахунків рівнів рентабельності (доходності) за показниками прибутку (доходу).

Друга група показників рентабельності формується на підставі розрахунків рівнів рентабельності в залежності від зміни розміру та характеру авансованих коштів: всі активи підприємства; інвестиційний капітал (власні кошти та

довгострокові зобов'язання); акціонерний (власний) капітал.

Неспівпадання рівнів рентабельності за цими показниками характеризує ступінь використання підприємством фінансових важелів для підвищення доходності, довгострокових кредитів та інших залучених коштів.

Третя група показників рентабельності формується на базі розрахунку рівня рентабельності аналогічно показникам першої та другої груп, однак замість прибутку в розрахунку приймається прибуток грошових коштів.

Дані показники дають уяву про ступінь можливостей підприємства забезпечити кредиторів, позичальників та акціонерів власними грошовими коштами в зв'язку з використанням його виробничого потенціалу.

Таблиця 1.1

Система фінансових коефіцієнтів рентабельності

Основні класи показників рентабельності	Фінансові коефіцієнти рентабельності
1. Показник рентабельності, розрахований на підставі прибутку (доходу)	1.1.Коефіцієнт рівня валового прибутку 1.2.Коефіцієнт рівня прибутку від основної (операційної) діяльності 1.3.Коефіцієнт рівня прибутку всієї діяльності підприємства 1.4.Коефіцієнт рівня чистого прибутку 1.5.Коефіцієнт критичної рентабельності
2. Показник рентабельності, розрахований в зв'язку з використанням виробничих активів	2.1.Коефіцієнт віддачі на всю суму виробничих активів 2.2.Коефіцієнт віддачі на інвестований капітал 2.3.Коефіцієнт віддачі на акціонерний капітал
3. Показник рентабельності, розрахований на підставі потоків власних грошових коштів	3.1.Коефіцієнт рентабельності сукупного капіталу 3.2.Коефіцієнт рентабельності власного капіталу 3.3.Коефіцієнт обслуговування боргу

Джерело: [6]

Різноманітність показників рентабельності визначає альтернативність пошуку шляхів її підвищення. При аналізі шляхів підвищення рентабельності важливо розрізняти вплив зовнішніх та внутрішніх факторів. Такі показники, як ціна продукту і ресурсу, обсяг ресурсів та обсяг виробництва продукції, прибутку від реалізації та рентабельності (доходності) продаж, знаходяться між собою в тісному функціональному зв'язку.

Підприємство на сам перед звертає свою увагу на проблеми контролю за

змінами промислової продуктивності і намагається знизити роль зовнішнього фактору, або фінансової продуктивності. Однією з вимог процвітання підприємства є розширення ринку збуту продукції за рахунок зниження ціни за товари. Оскільки цей процес не супроводжується зниженням цін на ресурси, то роль дефлятора ціни в формуванні доходності підприємства знижується. Це «природним» шляхом перемикає сферу вимог керівництва на контроль за змінням промислової продуктивності, тобто за внутрішніми факторами: зниження матеріалоємності і трудомісткості продукції, підвищення віддачі основних засобів, машин та обладнання.

Узагальнюючи науково-практичний доробок вітчизняних та зарубіжних дослідників, можна запропонувати таку класифікацію основних показників рентабельності:

- рентабельність продукції;
- рентабельність продажу;
- рентабельність активів;
- рентабельність поточних активів;
- рентабельність власного акціонерного капіталу.

1) Рентабельність продукції (витрати) (P_{np}) визначається відношенням прибутку від реалізації продукції (Π_p) до повної собівартості реалізованої продукції (C):

$$P_{np} = \frac{\Pi_p}{C} \cdot 100\% \quad (1.1)$$

Цей показник характеризує вихід прибутку в процесі реалізації продукції на одиницю витрат в основній діяльності підприємства.

2) Рентабельність продажу (ROS) визначається як відношення прибутку від реалізації (Π_p) до виручки від реалізації без податків, які включені в ціну продукції (B):

$$ROS = \frac{\Pi_p}{B} \cdot 100\% \quad (1.2)$$

Рентабельність продажів характеризує доходність основної діяльності підприємства. Менеджер використовує цей показник для контролю над взаємозв'язком між цінами, кількістю реалізованої продукції, витратами на виробництво і реалізацію продукції.

3) Рентабельність активів (ROA) визначається як відношення прибутку (загального або чистого) ($\Pi_b / \Pi_{ч}$) до середньорічної величини активів за певний період ($A_{ср}$):

$$ROA = \frac{\Pi_b(\text{або} \Pi_{ч})}{A_{ср}} \cdot 100\% \quad (1.3)$$

Цей показник слугує для визначення ефективності використання капіталу, оскільки дає загальну оцінку доходності вкладеного в виробництво капіталу, як власного так і позикового.

Рентабельність активів також можна представити як ефективність використання матеріальних і фінансових ресурсів: рентабельності продажів і оборотності активів (Oa):

$$ROA = ROS \cdot Oa \quad (1.4)$$

Чим менше доля прибутку в ціні, тим більше повинна бути швидкість обороту, щоб рентабельність вкладень у підприємство була достатньою. І навпаки, чим нижче швидкість обороту, тим більше повинна бути частка прибутку в ціні товару.

4) Рентабельність поточних активів (Pna) є відношенням чистого прибутку підприємства ($\Pi_{ч}$) до середньорічної величини поточних активів (оборотних коштів) підприємства ($A_{п.ср}$):

$$Pna = \frac{\Pi_{ч}}{A_{п.ср}} \cdot 100\% \quad (1.5)$$

Цей показник характеризує величину прибутку, отриману з кожної гривні, вкладеної у поточні активи.

5) Рентабельність власного акціонерного капіталу (ROE) визначається як відношення чистого прибутку ($\Pi_{ч}$) до середньорічної величини власного капіталу підприємства (K_c) за певний період:

$$ROE = \frac{\Pi_{ч}}{K_c} \cdot 100\% \quad (1.6)$$

Цей показник займає особливе місце серед показників рентабельності і характеризує ефективність використання власних коштів акціонерів, величину прибутку, отриману на кожну гривню вкладень акціонерів в підприємство, які залишаються в розпорядку підприємства. Значення цього показника відбиває ступінь привабливості об'єкта для вкладень коштів акціонерів. Чим вище цей показник, тим більше прибутку припадає на одну акцію, тим вище потенційні дивіденди.

В ринковій економіці надається велике значення порівнянням прибутку з прибуткоутворюючими факторами і базами її формування. При стандартній оцінці фінансового стану підприємства західними методиками пропонується наступні умови [6]:

- по-перше, використання системи взаємозв'язаних показників рентабельності, кожний з яких несе однакове навантаження як для робітників підприємства, так і для користувачів фінансової інформації;
- по-друге, використання системи показників рентабельності як однієї з елементів фінансово-економічної оцінки поточного стану підприємства;
- по-третє, необхідність проведення динамічного і порівняного аналізу показників рентабельності за секторами основної діяльності, за підприємствами-аналогами і підприємствами-конкурентами.

1.2. Стратегії підвищення прибутковості діяльності як основи підвищення конкурентоспроможності підприємства

До стратегій підвищення прибутковості діяльності підприємства можна віднести конкурентні стратегії. Найбільш досконало загальні конкурентні

стратегії відображені в наукових працях М. Портера. Сутність стратегій можна відобразити у вигляді матриці (рис. 1.2) [7, с.71; 8, с. 73].

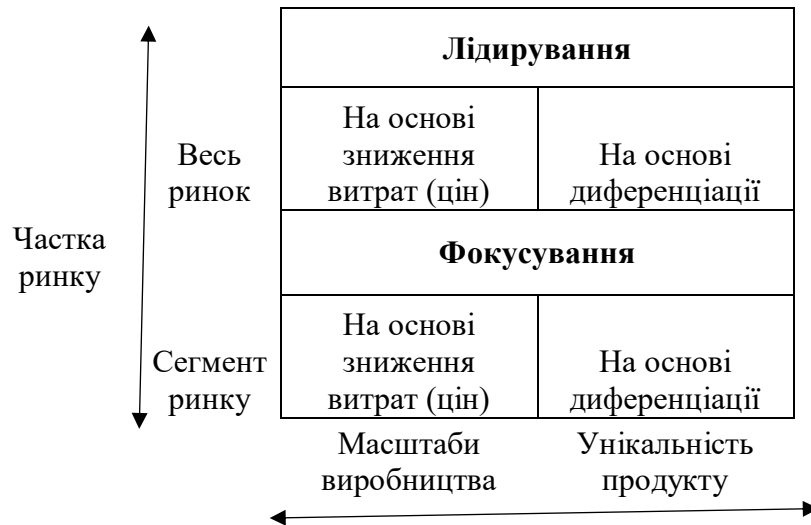


Рис. 1.2. Загальні конкурентні стратегії М. Портера

Зміст і механізм формування конкурентних переваг за рахунок використання стратегій показаний в табл.1.2 [9, с.110].

Таблиця 1.2

Характерні ознаки конкурентних стратегій (згідно з підходом М. Портера)

Стратегія	Основні ознаки	Ризики
Лідирування на основі зниження витрат (цін)	Виробничі характеристики: «ніхто не зробить це дешевше». Маркетингові особливості: «розрахунки ціни / низькі витрати» Стандартизована продукція: тільки кілька різновидів, обмеженість вибору Ніяких значних змін у веденні справ: «репутація скромної та надійної компанії». Урахування особливостей «кривої досвіду»: зниження цін → додатковий дохід за рахунок зростання обсягів продажу та частки ринку → зниження умовно постійних витрат на одиницю продукції внаслідок ефекту масштабу. Висока продуктивність у розрахунку на 1 робітника. Зниження витрат на інновації.	При технологічному прориві (винаході, створення нової технології) — ризик втратити перевагу Сходження нанівець зроблених раніше інвестицій. Необхідність додаткових витрат («витрати кон версій») на реконструкцію (ліквідацію) масового виробництва. Дослідження конкурентами тих самих показників внаслідок імітації та цілеспрямованих заходів щодо зниження витрат. Запізнення з реакцією на зміни на ринку внаслідок надзосередження на проблемах витрат. Інвестиційне зростання витрат, внаслідок чого неможливо звести до мінімуму переваги диференціації.

Стратегія	Основні ознаки	Ризики
	Можливості встановлення нижньої границі ринкових цін: лідерська позиція дає змогу використовувати ціни як наступальну чи оборонну зброю. Допустимий низький маржинальний прибуток при великих оборотах.	
Диференціація	Виробничі характеристики: «ніхто не зробить це краще». Маркетингові особливості: «наші продукти (послуги) – найкращі серед інших». Основа – різноманітність, вибір за моделями, партіями, деталями, обслуговуванням тощо. Створення більше однієї відмінної характеристики товару (послуги). Різнорманітні інновації. Індивідуальні ціни, які перевищують витрати на отримання різноманітних ознак. Інтенсивна рекламна та збутова діяльність.	Привабливість диференціації (тобто особливості асортименту, додаткових послуг) може стати меншою, ніж економічні мотиватори, оскільки диференціація, як правило, дорого коштує (порівняно з серійним і масовим виробництвом аналогічної продукції). Потреби у диференціації зменшаться внаслідок підвищення інформованості споживачів про ситуацію на ринку взагалі та по окремих групах товарів. Імітація може приховати різницю між товарами (особливо на етапі зрілості галузі).
Фокусування	Виробничі характеристики: «виготовлене саме для тебе». Маркетингові особливості: «ми задовольняємо твої потреби краще за всіх». Спеціалізація на певну нішу: сегмент покупців, географічний регіон, кінцеве споживання. Конкурентні переваги захищаються: а) лідируванням на основі зниження витрат у певному сегменті ринку або б) поглибленою диференціацією (виготовлення продукту або надання послуги для задоволення особливих потреб споживачів цільового сегмента).	Зниження ефекту диференціації фокусуванням за рахунок підвищення витрат на обслуговування вузької стратегічної цільової групи («рух ліворуч від точки беззбитковості»). Скорочення відмінностей у характеристиках потреб вузької стратегічної групи та ринку взагалі (потенційна витрата споживачів). За рахунок подальшої сегментації ринку всередині стратегічної цільової групи, що здійснює конкурент (втрата споживачів).

Розглянемо дані стратегії більш детально [10, с. 83].

1. Стратегія «лідирування на основі зниження витрат цін».

Низька собівартість продукції є основою для відповідного (нижчого за середній рівень) рівня цін. Ідеться про відносно низьку собівартість порівняно з

конкурентами і означає орієнтацію на завоювання більшої частки ринку, тобто наступальну стратегію.

Ця стратегія базується на оптимізації всіх частин виробничо-управлінської системи: виробничих потужностей, які використовують технологічні переваги великомасштабного виробництва, рівня витрат на сировину, матеріали, енергоносії; продуктивності праці, структури систем розподілу тощо, тобто орієнтуванні на високий рівень показників ефективності виробництва. З іншого боку, це стратегія повинна знижувати інші показники конкурентоспроможності: якості виготовлення окремих деталей, швидкій доставці продукції покупцям і відповідному рівню сервісу, надійності та технічній взаємодоповненості до раніше виготовлених частин тощо.

Лідери на основі зниження витрат (цін) виготовляють товари еластичні за ціною, забезпечують різний вплив на всі п'ять конкурентних сил за М. Портером (відповідно до його «моделі галузевої конкуренції») і спроможні формувати на ринку та в галузі нижню межу цін і витрат [11, с. 14].

Лідерство на основі зниження витрат (цін) найбільш доцільне, коли:

- попит є еластичним за ціною;
- у галузі є товарний тип виробництва, продукт відносно стандартизований і піддається ефективному вдосконаленню;
- є невелика кількість способів досягнення продуктивної диференціації відповідно до вимог споживачів;
- більшість покупців схильні використовувати товар звичними способами;
- покупці несуть незначні додаткові витрати в разі зміни продавця; найбільш уперті покупці роблять покупку за найкращою ціною.

Лідирування за допомогою низьких цін/витрат пов'язане водночас з певними ризиками:

- ризик «технологічного прориву» зводить нанівець попередні інвестиції в удосконалення звичних виробничих процесів і виграш в ефективності;

- ризик зменшення еластичності товару за ціною на основі зростання вимог до якості товарів та інших нецінових факторів;

- поява товарів з іншими, більш привабливими якостями для задоволення тих самих потреб.

- насичення ринку в разі зміни потреб.

2. Стратегія диференціації

За своїм змістом диференціація може бути різною за розмахом, глибиною та формами. Наприклад, диференціація може проявлятися:

- у специфічних характеристиках товару (газові плити з витяжками, з автоматичними гасителями тощо):

- різноманітні послуги, що надаються після продажу (обслуговування, індивідуальні майстри тощо);

- забезпечення запасними частинами (додаткові комплекти при продажу, доставка необхідних запчастин в обумовлений термін і т.ін.);

- інженерний дизайн і виготовлення за замовленням (автомобілі, меблі тощо);

- широкий спектр моделей, розмірів, цін тощо (годинники, алкогольні напої);

- надійність і небезпечність (залежно від вимог груп споживачів і товарів);

- технологічне лідирування в методах виготовлення, якість і екологічність виробництва та споживання (в тому числі, відповідність стандартам ISO);

- завершена товарна лінія та всі види послуг (від попереднього замовлення, оплати, виробництва, обслуговування і т.ін.);

- унікальність виробів за стилем, модою (марка, ім'я виробника, продавця тощо).

Лідерство у диференціації продукції найбільш прийнятне, якщо:

- існує багато способів диференціації продукту (послуги);

- різноманіття продукції (послуг) сприймається споживачами як цінність;
- є можливість використання товару (послуги) різними способами і це відбиває потребу покупців;
- стратегія диференціації використовується небагатьма підприємствами галузі;
- підприємство може запропонувати дещо таке, з чим не працюють конкуренти і що базується на: унікальних властивостях продукту;
- технічних перевагах виготовлення; більшому обсязі «послуг підтримки»;
- привабливості продукту чи послуги за принципом «більша вигода за ті самі гроші тощо».
- є можливість конкурувати за одним ключовим товаром, здійснюючи основну диференціацію навколо нього.

Такий ключовий товар може відігравати роль базису, на якому реалізується маркетингова політика просування продукту (в тому числі пробні застосування) чи здійснюється прив'язка споживача до фірми-виробника, що дає змогу створити умови для урізноманітнення задоволення потреб поряд зі збільшенням переваг, пов'язаного з високою вартістю переходу до споживання іншого продукту іншого виробника (в тому числі, товарузамінника).

3. Стратегія фокусування

Зміст такої стратегії полягає в отриманні (формуванні) конкурентних переваг і задоволенні ринкової позиції на досить вузькому сегменті ринку (з урахуванням продуктової або географічної ознаки). Вибір такої стратегії залежить від можливості фірми обслужити вузький сегмент ринку з його специфічними вимогами більш ефективно, ніж конкуренти, які зорієнтовані на ширший спектр потреб [12].

Стратегія фокусування – це більш глибока диференціація продукції, що випускається фірмою, або досягнення нижчих цін (витрат) на сегменті, що обслуговується. Іноді обидві сторони цієї стратегії реалізуються одночасно.

Відносно окремого сегмента ринку тут діють ті самі закономірності, що й при реалізації основних стратегій: «лідювання у зниженні витрат (цін)» і «лідювання у диференціації продукції» щодо ринку взагалі [13, с. 205].

У ході обирання стратегії фокусування з орієнтацією на зниження цін/витрат складається ситуація, коли на конкурентному сегменті підприємство досягає нижчих цін порівняно з рештою ринку, що обслуговується галуззю, тобто виникає додаткова «крива досвіду», яка характеризує події на сегменті ринку. Вона відрізняється від «галузевої кривої досвіду» більш «скромними» обсягами виробництва, однак характеризує діяльність фірм, які приділяють більшу увагу ефективності виробництва та збуту. Такий підхід захищає невеликі підприємства від більш потужних підприємств, для яких розміри сегмента не дають змоги відшкодувати свої умовно-постійні витрати. Фокусування на глибшу диференціацію потреб спонукає підприємство, котре обрало цей тип фокусування, все більше наближуватись до майже індивідуального виготовлення окремих продуктів, що не під силу великим підприємствам.

Підприємства, які обрало стратегію фокусування, іноді називають «підприємствами-віолентами». Така стратегія доцільна за таких умов [14, с. 393]:

- наявності чіткого розмежування різних груп покупців, котрі мають специфічні потреби й використовують продукт порізному;
- відсутності конкурентів, що претендують на обслуговування вузького конкретного сегмента;
- неможливості використання наявних ресурсів підприємства на більш широкому сегменті;
- наявності значних відмінностей у розмірах, темпах зростання, прибутковості інтенсивності впливу п'яти конкурентних сил (за М. Портером), що робить одні сегменти більш привабливими, ніж інші.

На підставі проведеного дослідження можна стверджувати, що залежно від конкурентної позиції підприємства обирають ту чи іншу лінію поведінки – лідювання на основі зниження витрат (цін), диференціація чи фокусування, що

знаходить вираження в орієнтації стратегічного набору, певного позиціонування – лідер, потенційний лідер-переслідувач, ведений чи новачок.

1.3.Сучасні механізми забезпечення прибутковості функціонування підприємства

Управління прибутком є процесом розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування та розподілу і використання на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах.

На думку Н. Пігуль [15, с. 127] головною метою управління прибутком є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості.

Проаналізувавши науково-практичний доробок вітчизняних дослідників [16, с. 104; 17, с. 239] можна запропонувати перелік основні задач управління прибутком підприємства, а саме: забезпечення максимізації розміру прибутку, що формується, і який відповідає ресурсному потенціалу суб'єкта господарювання та ринковій кон'юнктурі; забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку, що формується, та допустимим рівнем ризику; забезпечення високої якості прибутку, що формується; забезпечення постійного збільшення ринкової вартості підприємства; підтримка конкурентоспроможності у довгостроковому періоді; забезпечення ліквідності підприємства та його платоспроможності; підтримка інвестиційної привабливості.

Концептуальні засади стратегічного управління прибутком, реалізуються в багатьох факторах, а саме: стратегічного планування, стратегічної організації і стратегічного контролю. На етапі стратегічного планування прибутку визначають цільову суму прибутку відповідно до стратегічних цілей і завдань підприємства з урахуванням його стадії життєвого циклу; здійснюють стратегічний аналіз управління прибутком на засадах моніторингу

прибутковості підприємства та обґрунтування планів і програм дій на основі оцінювання стратегічних альтернатив.

На етапі стратегічної організації приводять у відповідність з обраною стратегією всі ресурси і внутрішні зв'язки підприємства, його цілі, завдання і сферу відповідальності працівників; здійснюють організаційні зміни на підприємстві та розробляють політику кожного структурного підрозділу. Завершальним етапом стратегічного управління прибутком підприємства є стратегічний контроль за виконанням розроблених заходів. Перевага запропонованої структурно-логічної схеми полягає в тому, що вона охоплює всі складники процесу управління прибутком, зумовлені його функціями та наявністю прямого і зворотного зв'язку між елементами. Крім того, саме використання такої логіки стратегічного управління прибутком підприємства надає можливість комплексно охопити всі види ресурсного потенціалу підприємства і діяльність його інфраструктури.

На підставі виконаного дослідження практики стратегічного управління прибутком удосконалили методичні рекомендації зі стратегічного аналізу його управління. На відміну від існуючих підходів до стратегічного аналізу прибутку, поряд із аналізом впливу внутрішніх і зовнішніх чинників на стратегічне управління прибутком запропоновано проводити моніторинг системи управління прибутковістю підприємства, складовими елементами якого є оцінювання інформаційних систем, діючої стратегії управління прибутком, організації процесу економічного управління прибутком, стратегічного контролю.

Розроблення стратегії управління прибутком підприємства здійснюється на основі однієї з базових стратегій з урахуванням періоду його життєвого циклу. Для періоду підйому базовою стратегією є стратегія зростання. Як стратегію управління прибутком рекомендовано досягнення беззбитковості діяльності, забезпечення мінімального рівня рентабельності та досягнення цільового прибутку. У періоді стабілізації запропоновано застосовувати стратегію збереження темпів зростання прибутку з урахуванням інфляції. Розроблення

такої стратегії охоплює обґрунтування стійкого рівня прибутковості. Період спаду потребує утримання позицій на ринку. За таких умов за наявності базової стратегії виживання підприємствам рекомендовано застосовувати одну із стратегій управління прибутком: стратегію забезпечення мінімального рівня рентабельності або стратегію досягнення беззбитковості діяльності.

Для підвищення результативності діяльності підприємства потрібно сформувати дієву систему управління прибутком, яка розглядається як сутність взаємопов'язаних елементів, кожний з яких виконує певну роботу, спільна дія котрих забезпечує досягнення механізму отримання прибутку заданої величини. У цій системі треба виділити шість основних блоків: мета, принципи й завдання управління; механізм управління; організаційне забезпечення; інформаційне забезпечення; методи аналізу прибутку; контроль за виконанням плану з прибутку.

Структура механізму управління прибутком підприємства охоплює ринковий механізм регулювання формування й використання прибутку, державне нормативно-правове регулювання питань формування й розподілу прибутку, внутрішній механізм регулювання окремих аспектів формування, розподілу й використання прибутку, систему конкретних методів і прийомів здійснення управління прибутком.

Система організаційного забезпечення управління прибутком – це взаємозалежна сукупність внутрішніх структурних служб і підрозділів підприємства, які забезпечують розроблення й прийняття управлінських рішень щодо окремих аспектів формування прибутку та несуть відповідальність за результати цих рішень. Організація управління прибутком на машинобудівному підприємстві визначається загальною структурою управління підприємством, наявними структурними підрозділами, службами і відділами та взаємозв'язками між ними. Останнім часом організаційне управління прибутком базується на формуванні більш ефективних структурних підрозділів підприємства – центрів відповідальності. Вихідним моментом створення системи управління прибутком на основі виділення центрів відповідальності є персоніфікація відповідальності

за ухвалення рішень. Виділяють три види центрів відповідальності: центр витрат, центр прибутку, центр інвестицій.

Система управління прибутком також може функціонувати тільки за наявності відповідних інформаційних даних, на підставі яких можна, по-перше, налагодити постійний моніторинг процесу формування прибутку, по-друге, оцінювати рівень операційного та загального прибутку, а по-третє, аналізувати чинники впливу на обсяг прибутку. Джерелами інформації для прийняття рішень стосовно процесів управління прибутком є дані маркетингового аналізу, бухгалтерського та управлінського обліку.

Для забезпечення ефективності системи управління прибутком в організаційну структуру підприємств треба вводити служби контролінгу. Вагоме значення в системі контролінгу має оперативний аналіз відхилень витрат підприємства. Він дає змогу своєчасно оцінити господарські ситуації, пов'язані з формуванням витрат діяльності, виявити негативні причини і вади в роботі, внутрішньогосподарські резерви покращення використання ресурсів підприємства, забезпечити оперативне маневрування ресурсами і капіталом з метою раціоналізації витрат.

Певний рівень стратегічного управління прибутком та вид базової стратегії відповідають одній із стратегій управління прибутком. За високого рівня стратегічного управління прибутком та базової стратегії розвитку запропоновано використовувати стратегію збереження темпів зростання прибутку з урахуванням інфляції або стратегію досягнення цільового прибутку. За середнього рівня стратегічного управління прибутком та базової стратегії стабілізації запропоновано використовувати стратегію забезпечення мінімального рівня рентабельності. За низького рівня стратегічного управління прибутком та базової стратегії виживання запропоновано використовувати стратегію досягнення беззбитковості.

Економічним важелем управління підприємством є набір показників, які згруповано за економічним змістом у блоки та забезпечують досягнення необхідного рівня прибутковості, як результату управління діяльністю

підприємств. Запропоновану модель управління прибутковістю підприємств з позиції економічної збалансованості наведено на рисунку 1.3.



Рис 1.3. Модель стратегічного управління рентабельністю підприємств

Інструментом стратегічного управління прибутком підприємства є збалансована система показників, яка орієнтує керівництво підприємства на адекватний стратегічний розвиток. Для підприємств, відповідно до певного періоду життєвого циклу, розроблено показники успіху та стратегічні карти управління прибутком, а також схему зв'язку показників прибуткової діяльності підприємства.

Рекомендовано розробляти стратегію управління прибутком підприємства з урахуванням періоду його життєвого циклу, використовуючи певний набір взаємопов'язаних формалізованих показників, які дають змогу оцінити ключові фактори успіху не тільки поточного, а й майбутнього періоду. Тому використання запропонованого методичного підходу спрямоване на виокремлення показників, які є найважливішими для підприємства в певному періоді життєвого циклу. Одночасно негативна зміна цих показників сигналізує

про небезпечну ситуацію, що склалася на підприємстві, а також про потребу переходу до наступного періоду життєвого циклу.

Формування та дослідження системи абсолютних та відносних показників оцінки прибутковості є основою гіпотези, що провідні позиції посідають різні з них залежно від стадії розвитку та конкурентного становища підприємства на ринку, виходячи із об'єктивно можливого стану його прибутковості.

Отже, з метою підвищення результативності діяльності підприємства та його стратегічного розвитку у перспективі, виникає потреба у розробленні стратегії управління підприємством, спрямованої на вдосконалення механізму формування та використання прибутку. Для максимізації прибутку підприємства потрібно, насамперед, виконати комплекс завдань щодо забезпечення зростання обсягів діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та вдосконалення системи управління підприємством.

Розподіл прибутку підприємства потрібно здійснювати відповідно до спеціально розробленої політики, формування якої становить собою складну економічну задачу. Дана політика повинна відображати основні вимоги загальної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати підвищення його ринкової ціни, формувати належні обсяги інвестиційних ресурсів, забезпечувати матеріальні інтереси власників та працівників.

Основними шляхами покращення цільової структури формування та використання прибутку підприємства є: визначення пріоритетного напрямку використання прибутку – капіталізації коштів, що спричинить подальший розвиток підприємства та покращення фінансових результатів його діяльності, а також проведення економічної роботи щодо аналізу динаміки та чинників отриманих прибутків у базовому періоді, виявлення резервів, що сприятимуть максимізації прибутку, а також ефективного планування формування, розподілу та використання прибутку на наступні періоди.

ВИСНОВКИ за Розділом 1

Основний показник ефективності роботи підприємства – це прибуток. Абсолютні розміри прибутку не є достатньою підставою для характеристики якості цієї роботи. Ефективність роботи підприємства визначають за відносним показником, який відображає ступінь прибутковості стосовно того чи іншого фактору виробництва. Таким показником є рентабельність.

Рівень рентабельності діяльності залежить від величини прибутку, обсягу виробленої продукції, витрат виробництва, величини основних виробничих засобів і нормованих оборотних активів. Важливими факторами, що забезпечують зростання прибутку і рентабельності підприємства, є підвищення продуктивності праці, фондівіддачі, економія матеріальних ресурсів, рівень технічного прогресу, а саме, механізації та автоматизації трудомістких технологічних процесів, удосконалення організації виробництва та ін. Урахування підприємством таких факторів дасть змогу підвищувати ефективність його діяльності.

Управління рентабельністю діяльності є процесом розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами формування, розподілу та використання прибутку на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах. Головною метою управління прибутком та рентабельністю є визначення шляхів найбільш ефективного його (прибутку) формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості. Основними шляхами покращення структури формування та використання прибутку підприємства є: визначення пріоритетного напрямку використання прибутку – капіталізації коштів, що спричинить подальший розвиток підприємства та покращення фінансових результатів його діяльності, а також проведення економічної роботи щодо аналізу динаміки та чинників отриманих прибутків у базовому періоді, виявлення резервів, що сприятимуть максимізації прибутку, а також ефективного планування формування, розподілу та використання прибутку на наступні періоди.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ВНУТРІШНЬОГО СТАНУ ПП ФІРМА «ГАРМАШ»

2.1. Сучасний стан та перспективи розвитку м'ясопереробної галузі України

Ринок м'яса та м'ясопродуктів – один з основних секторів продовольчого ринку, а відповідний сектор АПК, до складу якого належить м'ясопереробна галузь, у великій мірі визначає харчову безпеку країни.

Ринок м'яса і м'ясної продукції розглядають як одну із складових агропродовольчого ринку. При цьому ринок м'яса підлягає сегментуванню за видами. Динаміка окремих сегментів вітчизняного ринку представлена на рисунках 2.1 та 2.2.

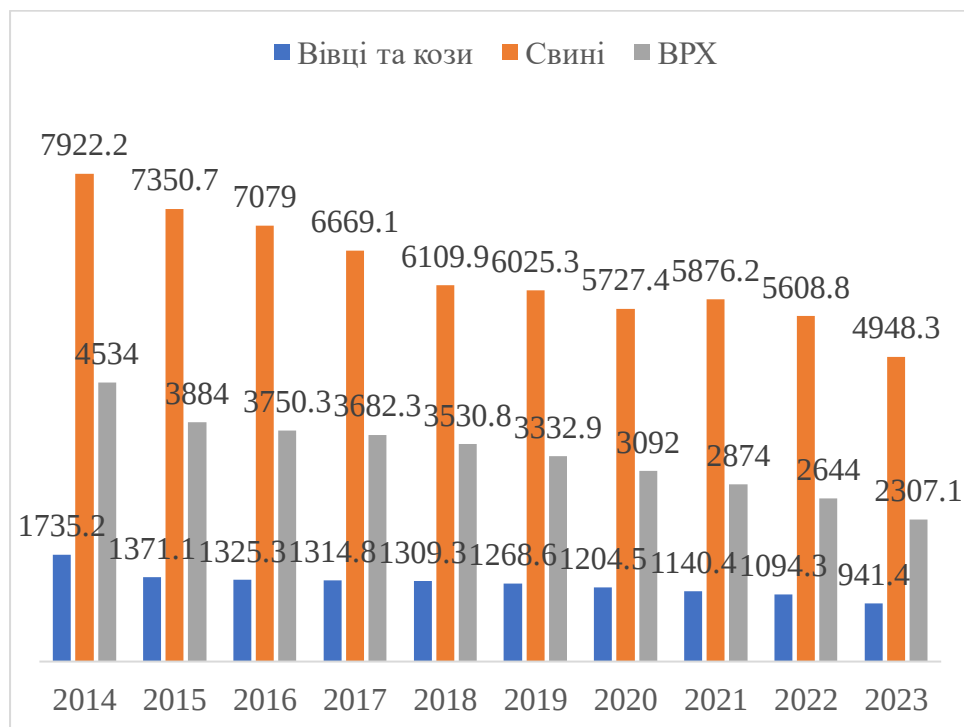


Рис.2.1. Динаміка поголів'я худоби в Україні (на 1 січня), тис. голів [18]

Падіння обсягів виробництва м'яса, що спостерігається починаючи з 2014 року по усіх сегментах, окрім курятини, є наслідком загального кризового стану в економіці (до 2022 року), що значно посилилося після початку російської

військової агресії (2022–2024 роки). Крім того, негативна динаміка пояснюється недостатньо розвиненою власною сировинною базою, а також зростанням імпорту більш дешевої мороженої яловичини, свинини та харчових субпродуктів, що негативно впливає на роботу м'ясопереробних підприємств. Заслужовує на увагу той факт, що в 2024 році (на 1 січня) спостерігається зростання обсягів виробництва по свинині: даний сегмент швидше за інших адаптувався до нових умов, що підтверджує тезу про вищу привабливість розведення свиней, ніж великої рогатої худоби (м'ясні корови), кіз та овець.

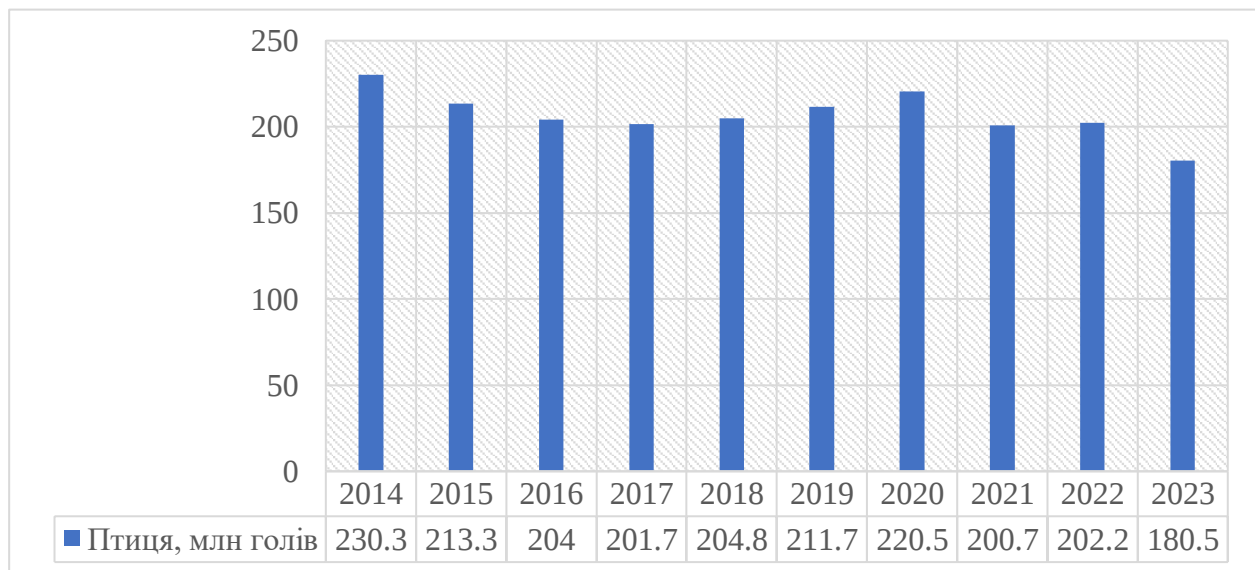


Рис. 2.2. Динаміка кількості птиці в Україні (на 1 січня), млн голів [18]

Динаміка виробництва кур схожа за своїми основними трендами до свинини: після значного падіння виробництва в 2023 році, в 2024 році (на 1 січня) відбулося зростання обсягів виробництва на 4,2 млн голів. Отримані на рисунках 2.1 та 2.2 графічні інтерпретації трендів первинних ланок ринку м'яса дозволяють визначити сегменти курятини та свинини як найбільш привабливі та такі, які мають значні перспективи для розвитку навіть в умовах війни та значної невизначеності майбутнього.

Серед проблем, які доводиться долати м'ясопереробним підприємствам також слід виділити такі: територіальна розосередженість сільськогосподарських підприємств і господарств населення внаслідок чого виникає дефіцит сировини, нетривалий термін реалізації певних видів готової

продукції, скорочення експорту м'ясної продукції через відмінності в контролі безпеки і якості сировини в Україні, ЄС, втрата ринків через конфлікт з росією, недосконалість податкового механізму та недостатність державної підтримки. Крім того, проблемою забезпечення м'ясопереробної галузі тваринницькою продукцією є невисока якість вітчизняної сировини. Все це стримує нарощування обсягів виробництва та знижує конкурентоспроможність готової продукції.

Динаміка виробництва м'яса в Україні наведена на рисунку 2.3.

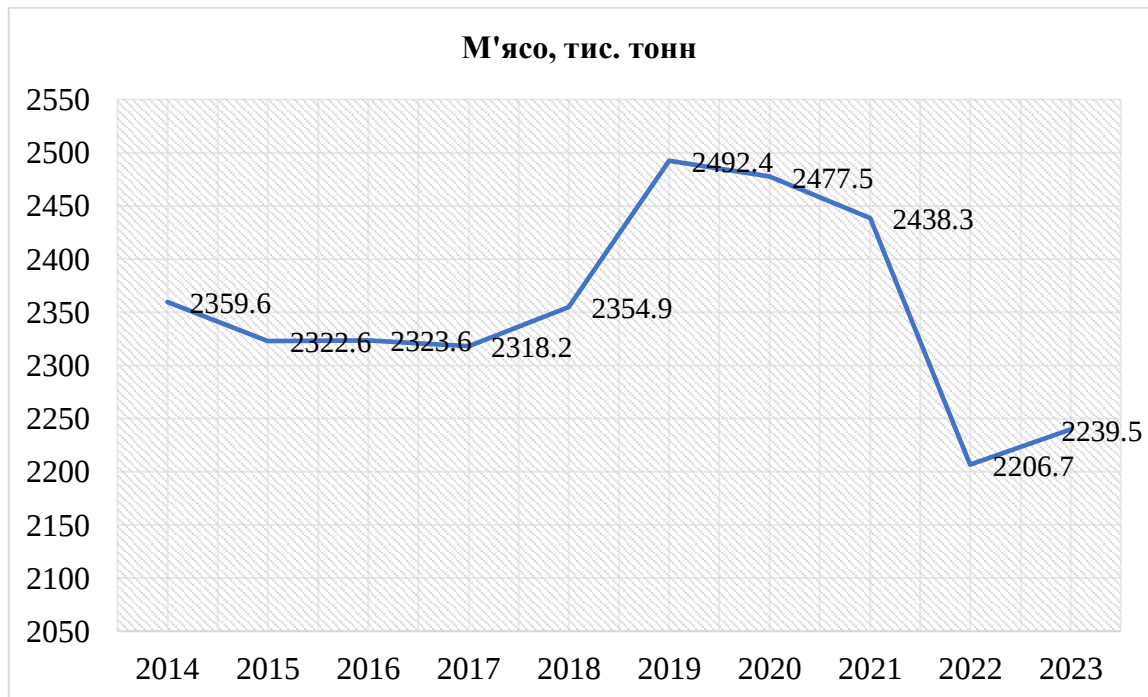


Рис. 2.3. Динаміка виробництва м'яса в Україні, тис. тонн [18]

Ситуація з виробництвом м'яса як сировини для переробних підприємств подібна до ситуації з вирощуванням м'яса, що цілком природно. Слід однак зазначити, що незважаючи на триваючі кризові явища в економіці, галузь поступово долає негативний тренд: починаючи з 2016 року спостерігається стабілізація ситуації та зростання обсягів виробництва. Позитивні тренди на внутрішньому ринку пов'язані з двома ключовими факторами — зростанням внутрішнього виробництва і зниженням імпорту, в тому числі за рахунок його заборони з ряду країн (Бразилія, Польща), а також, що є більш вагомим чинником загальної динаміки ринку, значним приростом виробництва курятини (рис. 2.2).

Всього в довоєнному 2021 році Україна виробила 2438,3 тис. тонн м'яса, що на 7 % більше ніж в найменш вдалому та кризовому для виробників 2015–2017 роках. Війна в Україні призвела до падіння виробництва м'яса до 2206,7 тис. тонн в 2022 році, що на 16 % менше, ніж в довоєнному 2021 році. В 2023 році аналогічно до ситуації з курятиною та свининою відбулося поживлення та відновлення: обсяги зросли до 2239,5 тис. тонн, що на 32,8 тис. тонн (1,5 %) більше ніж у 2022 році.

Важливим питанням в контексті оцінки стану ринку м'яса та продуктів його переробки є споживання такої продукції населенням та окремими домогосподарствами. В цілому рівень споживання м'яса змінюється залежно від ціни на кожен окремий його вид та купівельної спроможності споживачів, що купують різні види м'яса. Так, громадянин України у 2020 році на продукти харчування витратив приблизно 42 % власних доходів. У той час коли, наприклад, у США на продуктову корзину громадяни витрачають близько 13 %, у Німеччині – 9,7 %, у Франції – 14,3 %. У 2021 році населення України витратило найменшу суму на продукти харчування за останні 10 років, при цьому рівень споживання м'яса птиці зріс за останні роки. Це свідчить про те, що люди не готові витрачати на м'ясо птиці та продукти харчування взагалі, менше, незважаючи на коливання рівня власних доходів.

Протягом 2022–2023 років ситуація через війну та викликане цим значне падіння доходів населення змінилася не в кращу сторону: сьогодні на продукти харчування населення витрачає приблизно 51 % від наявних доходів.

Останньою ланкою досліджуваного сектору АПК є переробка м'яса та виробництво відповідної продукції, що в кінцевому підсумку і характеризує ступінь розвитку галузі та наявність потенційних можливостей щодо зростання ефективності всього сектору. На рисунку 2.4 наведена динаміка виробництва ковбасних виробів в Україні.



Рис. 2.4. Динаміка виробництва ковбасних виробів в Україні, тис. тонн [18]

Як видно з рисунку, динаміка виробництва ковбасних виробів до 2022 року не відповідала динаміці виробництва м'яса. Так, в 2019 році на фоні зростання загального виробництва м'яса (рис. 2.3) відбулося значне скорочення виробництва ковбасних виробів. Причиною цього, на нашу думку, є та обставина, що основною сировиною для виробництва ковбасних виробів є свинина та яловичина, по яких спостерігається падіння виробництва, а також значний обсяг курятини, який реалізується без технологічної обробки. Така ситуація є ознакою неефективності продуктової структури ринку: основною продукцією є м'ясо, тобто продукт з незначним рівнем доданої вартості, низькими рентабельністю та маржинальністю, що є чинником, який стримує розвиток підприємств та в кінцевому підсумку значно обмежує їх можливості щодо зростання інвестиційної привабливості.

Ринок продуктів переробки м'яса в Україні характеризується жорсткою конкуренцією. Це вимагає від виробників активно відслідковувати зміни споживчих переваг і стимулює процеси укрупнення гравців [19, с. 70]. Кожен виробник ковбасних виробів, як правило, випускає продукцію під декількома торговельними марками, які позиціонуються в різних цінових сегментах. Це

дозволяє максимально охопити потенційну споживчу аудиторію. Також варто відзначити, що зараз в значній мірі активізувалося власне виробництво рітейлерів. Потенційно вони можуть завоювати вагому частку ринку, оскільки в роздрібних мережах ефективніше позиціонують свою продукцію. Основні виробники в даній ситуації роблять ставку на лояльність споживачів до певної торгової марки. Крім поставки на внутрішній ринок, українські виробники м'ясопродуктів та ковбасних виробів активно експортують свою продукцію. Але обсяг експортних поставок на сьогодні вельми незначний.

Серед продуктів переробки м'яса найбільшу питому вагу займають ковбасні вироби, які і визначають загальну ситуацію на ринку. Структура ринку продуктів переробки м'яса наведена на рисунку 2.5.



Рис. 2.5. Структура ринку продуктів переробки м'яса, %

Згідно з дослідженням аналітичної компанії RA-group, найбільш популярним видом ковбасних виробів залишається продукція сегменту «варені, сосиски, сардельки» – 64% від загального обсягу ринку. Вагомі частки на ринку також належать ковбасним виробам «напівкопчена» (15 %). Ковбаси сегменту «преміум», природно, особливою популярністю не користуються. Більш того, на

тлі низької купівельної спроможності експерти відзначають зростання заміщення ковбас натуральним м'ясом [20, с. 120]. Вітчизняний ринок демонструє стабільність курсу на консолідацію і зміцнення позицій компаній, що формують провідний ешелон його виробників.

В Україні близько 84% національного обсягу м'ясопродуктів виробляються 35 підприємствами – їх кількість становить близько 16 % від загального числа всіх виробників, що працюють на ринку до справжнього моменту. Незважаючи на скорочення загальної кількості операторів загальні обсяги виробленої продукції продовжують зростати – як і число нових компаній, що з'явилися на ринку.

Сьогодні на ринку м'ясної продукції України працює два десятки великих виробників, серед яких лідируючі позиції, за даними AR-group, належать: ТОВ «МФ «Фаворит Плюс» (12,4 %), ТОВ «Глобинський МК» (10,7 %) і ТДВ «МК «Ятрань» (6,8 %). Слідом за ними йдуть ПрАТ «Український Бекон» та ПрАТ «Кременчукм'ясо», що займають 6,1 % і 4,7 %, відповідно. Сумарна частка інших виробників становить 59,3 %. Високий рівень вертикальної інтеграції бізнесу найбільших гравців ринку ковбасних виробів є однією з основних їх переваг в умовах кризи. Ще більш істотна вигода тих, хто розвинув власну роздрібну торгівлю, що підтверджує успішна робота «МФ «Фаворит Плюс» (входить до складу корпорації «АТБ»), частка якого у виробництві в 2022 зросла з 11,8 % до 12,4 %.

Україна експортує близько 0,1 % вироблених ковбасних виробів щорічно, що є мізерною часткою в порівнянні з обсягами внутрішнього споживання. В експорті ковбасних виробів переважають варені ковбаси, сосиски та сардельки. Серед експортерів ковбасних виробів можна виділити топ-виробник м'ясну фабрику «Алан». Найбільша частка експорту ковбасної продукції припадає на Грузію, Молдову, Азербайджан. Починаючи з 2019 р. в географічній структурі експорту присутні країни Африки [21].

Традиційним для українського ринку ковбас є перевищення обсягів імпортованої продукції над експортованою. В 2019 році спостерігаємо значне

зростання імпорту ковбасних виробів, це пов'язано зі скороченням вітчизняного виробництва ковбас і необхідністю задовольнити попит при зменшеній пропозиції. Зростання імпорту в 2021 році відбулося більшою мірою за рахунок зростання сегменту варених ковбас та сосисок.

Найбільшими країнами-імпортерами ковбасної продукції є Іспанія, Італія, Франція, Німеччина, Польща.

Таким чином, незважаючи на значні труднощі та проблеми, з яким стикається галузь, вона як і раніше зберігає значний потенціал для росту та інтенсивного розвитку. Для реалізації резервів галузі в цілому та підвищення інвестиційної привабливості підприємств зокрема необхідне удосконалення механізму економічних відносин, який має забезпечувати дотримання закону вартості при формуванні цінової політики; впровадження державної підтримки, у тому числі за рахунок державного бюджету на розвиток тваринництва; спрощення податкового, дотаційного та кредитного механізмів; оновлення матеріальнотехнічних ресурсів. Важливе місце в діяльності підприємств галузі має посідати розвиток та удосконалення стратегічного управління, яке дасть змогу малим та середнім виробникам мати переваги перед великими підприємствами м'ясної продукції за рахунок гнучкості своєї діяльності.

2.2. Техніко-економічна характеристика ПП Фірни «Гармаш»

Приватне підприємство Фірма «ГАРМАШ» (скорочено – ПП ФІРМА «ГАРМАШ») зареєстровано 01.09.1997 р. Знаходиться за адресою: Одеська обл., Лиманський район, с. Олександрівка, вул. Центральна, буд 8а [22].

Генеральний директор – Гарбуз Наталя Анатоліївна. Заступник Генерального директора – Куліков Андрій Герасимович.

Призначення підприємства: «виробництво м'ясних продуктів».

ПП Фірма «ГАРМАШ» сьогодні – це сучасне, стабільне, відоме на ринку м'ясопродуктів підприємство, яке активно розвивається, гарантує високу якість своєї продукції. Підприємство з новітнім технологічним устаткуванням і прогресивними технологіями, лідер на ринку Одеси і Одеської області у

виробництві ковбасних виробів, пельменів і напівфабрикатів. До складу фірми входять два м'ясопереробних підприємства: Олександрівський та Біляївський.

Основним видом діяльності підприємства є виробництво м'ясних продуктів – від сировокопчених ковбас і делікатесів до варених ковбас і напівфабрикатів. Широкий асортимент продукції (більше 120 найменувань м'ясних продуктів) дозволяє задовольнити найвишуканіші смаки і потреби замовників. На сучасному етапі підприємство виробляє копченості, ковбаси сировокопчені і варені, сардельки, сосиски, пельмені зі свинини та яловичини, фірмову продукцію з курячого м'яса.

Фірма оснащена європейським обладнанням провідних виробників: Schaller, Handman, Mauer та інше. Сучасне пакувальне обладнання – Varivac, CrioVac, Repak – дає можливість здійснювати упаковку продукції під вакуумом і в модифікованому газовому середовищі, що збільшує терміни зберігання і чудово зберігає смакові якості продукту. Фірма постійно модернізує виробничі потужності. На підприємстві вироблений ефективний механізм поставок продукції в магазини міста і області. Система збуту передбачає доставку товару зі складу підприємства до торгової точки за допомогою власного транспортного парку автомашин. Всі машини оснащені сучасним холодильним обладнанням, що дозволяє забезпечити збереження продукту при необхідних умовах на всьому шляху прямування.

Сировина і матеріали для виробництва продукції в основному використовуються вітчизняні, окремий перелік сировини купують у Польщі, Аргентині, Бразилії.

Технології і рецептури, що використовуються, ґрунтуються на ДСТУ і технологічних документах, спеціально розроблених для підприємства. Компанія весь час розвивається. Кращі технологи заводу постійно працюють над створенням нових продуктів з урахуванням сучасних вимог і тенденцій ринку. Особлива увага приділяється контролю якості продукції, який здійснюється на всіх етапах виробництва. ПП Фірма «ГАРМАШ» випускає продукцію різних цінових категорій. Наявність у портфелі підприємства продукції, різної за своєю

спрямованістю, дозволяє задовольняти потреби різних верств населення, приділяти увагу сучасним тенденціям і трендам, постійно збільшувати покриття ринку. З метою просування продукту і забезпечення його впізнаності фірма регулярно проводить промо-акції, дегустації, здійснює трейд-маркетингові заходи, що позитивно впливає на продажі, підтримує імідж комбінату як впевненого і стабільного підприємства.

Середня кількість працівників коливається у межах 150 осіб.

Основними клієнтами є ТАРПІЯ-В, FOZZY GROUP, METRO CASH&CARRY, АШАН, КОПІЙКА. Контроль якості – внутрішній, кількість виробничих ліній – більше 10. Сертифікат відповідності ISO 9000/9001/9004/19011: 2000 НАССР. Серед сертифікатів і ліцензій є: «Лідери 21-ого століття», «Золотий ягуар», «Вища проба», «Найкращі підприємства України» та інші.

Основні показники діяльності ПП Фірма «ГАРМАШ» за 2021-2022 рр. наведені у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Показники діяльності ПП Фірма «ГАРМАШ» у 2021-2022 рр.

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Обсяг продукції в натуральному виразі, т	435,5	560	124,5	28,59
2. Обсяг продукції в оптових цінах без ПДВ та акцизного збору*, тис. грн				
– у діючих оптових цінах	65213,3	88156	22942,7	35,18
– у порівнянних оптових цінах	63243,6	88156	24912,4	39,39
3. Середня оптова ціна за 1 тону продукції, грн	149744	157421	7677	5,13
4. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	68313	89057	20744,0	30,37
5. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	51880	72444	20564,0	39,64
6. Адміністративні витрати, тис. грн	7751	7411	-340,0	-4,39
7. Витрати на збут, тис. грн	7954	8724	770,0	9,68
8. Валовий прибуток, тис. грн	16433	16613	180,0	1,10
9. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	76267	97781	21514,0	28,21
10. Витрати на 1 гривню реалізованої продукції, коп.	98,93	99,46	0,53	0,53
11. Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн	318	478	160	50,31
в тому числі:	728	478	-250	-34,34

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
- від основної операційної діяльності	0	0	0	0
- від іншої операційної діяльності	-410	0	410	-100,00
- від фінансової діяльності				
- від іншої діяльності	0	0	0	0
12. Податок на прибуток, тис. грн	57	86	29	50,88
13. Чистий прибуток, тис. грн	261	392	131	50,19
14. Матеріальні витрати, тис. грн	48030	57869	9839	20,49
15. Матеріаловіддача, грн/грн	1,42	1,54	0,12	8,20
16. Матеріаломісткість продукції, грн	0,70	0,65	-0,05	-7,58
17. Середня кількість працівників підприємства, осіб	157	155	-2	-1,27
18. Продуктивність праці одного працівника підприємства, грн/особу	402825	568748	165923	41,19
19. Фонд оплати праці штатних працівників підприємства, тис. грн	9100	11157	2057,0	22,60
20. Середня річна заробітна плата одного працівника підприємства, грн	57962	71981	14019	24,19
21. Середня річна вартість основних засобів за основним видом діяльності, тис. грн	79707	86663,5	6956,5	8,73
22. Фондовіддача, грн/грн	0,79	1,02	0,23	29,46
23. Фондорентабельність, %	0,33	0,45	0,12	x
24. Середня річна вартість оборотних активів, тис. грн	75329	86668,5	11339,5	15,05
25. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,9	1,0	0,1	13,31
26. Рентабельність продукції, %	24,06	18,65	-5,4	x
27. Рентабельність виробництва, %	0,21	0,28	0,07	x

Джерело: [24-29]

2.3. Діагностика внутрішнього стану ПП Фірма «Гармаш»

Діагностика внутрішнього стану підприємства здійснюється на основі методики, викладеної в методичних рекомендаціях до виконання курсової роботи з дисципліни «Методика економічного аналізу діяльності підприємства» [23], на основі фінансової та статистичної звітності ПП Фірма «ГАРМАШ» за 2021-2022 рр. [24-29].

2.3.1. Аналіз виробництва продукції в натуральному і вартісному виразі

Для аналізу динаміки виробництва продукції складають аналітичну табл. 2.2, використовуючи дані форми №1П-НПП.

Таблиця 2.2

Аналіз виробництва продукції в натуральному і вартісному виразі

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Обсяг продукції (робіт, послуг) в оптових цінах підприємства без ПДВ та акцизного збору, тис. грн				
- в діючих цінах	65213,3	88156,0	22942,7	35,18
- в порівнянних цінах	63243,6	88156,0	24912,4	39,39
2. Обсяг продукції в натуральному виразі, т	435,5	560,0	124,5	28,59

У 2022 році обсяг виробленої продукції у діючих цінах збільшився на 35,18 % в порівнянні з 2021 роком. Випуск продукції у натуральному вираженні збільшився на 28,59 %. Перевищення темпів зростання обсягу виробленої продукції у діючих цінах над випуском продукції у натуральному вираженні свідчить про цінові коливання на продукцію підприємства та зміни у структурі асортименту продукції.

Для розрахунку вартості продукції у порівнянних цінах складають аналітичну табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Розрахунок вартості продукції у порівнянних цінах

Види продукції	Фактично виготовлено з власної сировини						Обсяг продукції в порівнянних цінах – цінах 2022 року, тис. грн	
	В 2021 році			В 2022 році				
	Кількість, т	Вартість продукції у фактичних цінах, тис. грн	Середня ціна за 1 т, грн	Кількість, т	Вартість продукції у фактичних цінах, тис. грн	Середня ціна за 1 т, грн	в 2021 році	в 2022 році
1. Вироби ковбасні варені, сосиски, сардельки	121,5	13365,4	110003,3	216,0	23953,8	110897,2	13474,0	23953,8
2. Ковбаси напівкопчені	219,2	37690,0	171943,4	108,2	16269,4	150364,1	32959,8	16269,4
3. Вироби ковбасні з печінки	6,2	271,4	43774,2	19,0	975,0	51315,8	318,2	975,0
4. Свинина солена, у розсолі,	78,4	13467,4	171778,1	62,2	12145,6	195266,9	15308,9	12145,6

Види продукції	Фактично виготовлено з власної сировини						Обсяг продукції в порівнянних цінах – цінах 2022 року, тис. грн	
	В 2021 році			В 2022 році				
	Кількість, т	Вартість продукції у фактичних цінах, тис. грн	Середня ціна за 1 т, грн	Кількість, т	Вартість продукції у фактичних цінах, тис. грн	Середня ціна за 1 т, грн	в 2021 році	в 2022 році
сушена чи копчена								
5. Яловичина і телятина солена, у розсолі, сушена чи копчена	2,6	104,3	40115,4	6,3	1683,5	267222,2	694,8	1683,5
6. Вироби макаронні, варені або неварені, начинені м'ясом, рибою, сиром та ін.	7,6	314,8	41421,1	1,0	64,2	64200,0	487,9	64,2
7. Вироби ковбасні та продукти подібні з м'яса, субпродукті в м'ясних, крові та ін.	0	0	0	147,3	33064,5	224470,5	0	33064,5
Всього	435,5	65213,3	х	560,0	88156,0	х	63243,6	88156,0

Обсяг виробленої продукції збільшився у порівнянних цінах на 24912,4 тис. грн або на 39,4 %. Це пов'язано з двома чинниками: збільшенням випуску продукції у натуральному вираженні на 124,5 т та структурними змінами у асортименті виробленої продукції.

Для аналізу виконання плану з асортименту продукції складають аналітичну табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Аналіз виконання плану з асортименту продукції

Види продукції	2022 рік		Виконання плану, %	Зараховується у виконання плану
	план*	факт		
1. Вироби ковбасні варені, сосиски, сардельки	200,0	216,0	108,00	200,0
2. Ковбаси напівкопчені	150,0	108,2	72,13	108,2
3. Вироби ковбасні з печінки	10,0	19,0	190,00	10,0
4. Свинина солена, у розсолі, сушена чи копчена	75,0	62,2	82,93	62,2
5. Яловичина і телятина солена, у розсолі, сушена чи копчена	3,0	6,3	210,00	3,0
6. Вироби макаронні, варені або неварені, начинені м'ясом, рибою, сиром та ін.	6,0	1,0	16,67	1,0
7. Вироби ковбасні та продукти подібні з м'яса, субпродуктів м'яких, крові та ін.	98,0	147,3	150,31	98,0
Всього	542,0	560,0	103,32	482,4

Порівнюючи загальні показники виробництва продукції планові та фактичні, можна говорити про виконання плану на 103,32 %. Але за рахунок структурних змін у асортименті виробленої продукції фактично у 2022 році план було не виконано за такими позиціями, як ковбаси напівкопчені, свинина солена, у розсолі, сушена чи копчена та вироби макаронні, варені або неварені, начинені м'ясом, рибою, сиром.

Для аналізу структури продукції складають аналітичну табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Аналіз структури продукції

Види продукції	Випуск продукції, т		Структура, %		Оптова ціна 1 т продукції, грн	2022 рік по структурі 2021 року, т	Відхилення	
	у 2021 році	у 2022 році	2021 року	2022 року			т	тис. грн
1. Вироби ковбасні варені, сосиски, сардельки	121,5	216,0	27,90	38,57	110897,2	156,2	59,8	6627,9
2. Ковбаси напівкопчені	219,2	108,2	50,33	19,32	150364,1	281,9	-173,7	-26112,9

Види продукції	Випуск продукції, т		Структура, %		Оптова ціна 1 т продукції, грн	2022 рік по структурі 2021 року, т	Відхилення	
	у 2021 році	у 2022 році	2021 року	2022 року			т	тис. грн
3. Вироби ковбасні з печінки	6,2	19,0	1,42	3,39	51315,8	8,0	11,0	565,9
4. Свинина солена, у розсолі, сушена чи копчена	78,4	62,2	18,00	11,11	195266,9	100,8	-38,6	-7539,8
5. Яловичина і телятина солена, у розсолі, сушена чи копчена	2,6	6,3	0,60	1,13	267222,2	3,3	3,0	790,1
6. Вироби макаронні, варені або неварені, начинені м'ясом, рибою, сиром та ін.	7,6	1,0	1,75	0,18	64200,0	9,8	-8,8	-563,2
7. Вироби ковбасні та продукти подібні з м'яса, субпродуктів м'яких, крові та ін.	0	147,3	0,00	26,30	224470,5	0	147,3	33064,5
Всього	435,5	560,0	100,0	100,0	x	560,0	0,0	6832,4

За рахунок структурних змін в асортименті виробленої продукції обсяг збільшився на 6832,4 тис. грн. Це відбулося за рахунок виробництва у 2022 році виробів ковбасних та продуктів подібних з м'яса, субпродуктів м'яких, крові та ін. (+26,3 %) та зростання у структурі найдорожчого виду продукції – яловичини і телятини соленої, у розсолі, сушеної чи копченої.

Аналіз реалізації продукції здійснюють за даними форм статистичної звітності №1-підприємництво і №1П-НПП «Звіт про виробництво та реалізацію

промислової продукції» та форми фінансової звітності №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» за допомогою аналітичної табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Аналіз впливу факторів на зміну обсягу реалізації продукції

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення		
			Всього	У тому числі за рахунок:	
				реалізованої продукції	залишків нереалізованої продукції
1. Обсяг реалізованої продукції у діючих цінах, тис. грн*	68313	89057	20744	20744	4168,4
2. Обсяг виготовленої (товарної) продукції у діючих цінах, тис. грн	63243,6	88156,0	24912,4	24912,4	х
3. Зміна залишків нереалізованої продукції, тис. грн	-5069,4	-901,0	4168,4	х	4168,4

На підприємстві зростає обсяг реалізованої та виробленої продукції на 30,37 та 35,18 % відповідно. Темп зміни обсягів виробництва перевищує темп зростання обсягу реалізованої продукції, що свідчить про затоварювання складів підприємства нереалізованої продукцією. Потрібно посилити роботу маркетингового відділу підприємства.

2.3.2. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів

Аналіз забезпечення підприємства трудовими ресурсами здійснюють, використовуючи дані форми №1 П-НПП, форми №1-ПВ «Звіт з праці», за допомогою аналітичної табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Аналіз забезпечення підприємства трудовими ресурсами

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Середня облікова кількість штатних працівників облікового складу, осіб*	157	155	-2	-1,27
з них: - робітників	129	127	-2	-1,55
- службовців	28	28	0	0
2. Обсяг продукції в порівнянних оптових цінах, тис. грн	63243,6	88156	24912,4	39,39

Середньооблікова чисельність працівників у 2022 році знизилася на 2 людини (1,27 %) за рахунок зниження робітників. При зниженні темпів зміни працівників спостерігається зростання обсягу виробленої продукції у порівнянних цінах на 39,39 %. Це свідчить про підвищення ефективності використання робочої сили.

Для аналізу руху працівників на підприємстві складають аналітичну табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Аналіз руху працівників на підприємстві

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Середня облікова кількість штатних працівників облікового складу, осіб	157	155	-2	-1,27
2. Прийнято на роботу протягом року, осіб	2	3	1	50,0
3. Вибуло працівників, осіб в т.ч. за власним бажанням та за порушення трудової дисципліни	5	6	1	20,0
	5	6	1	20,0
4. Коефіцієнт обороту працівників - з приймання - зі звільнення	0,013	0,019	0,006	51,94
	0,032	0,039	0,007	21,55
5. Загальний коефіцієнт обороту	0,045	0,058	0,013	30,23
6. Коефіцієнт плинності кадрів	0,032	0,039	0,007	21,55

У 2022 році збільшилися показники руху робочої сили на підприємстві: коефіцієнт обороту з приймання на 0,006 п., зі звільнення – на 0,007 п. Перевищення темпу зміни коефіцієнту обороту зі звільнення над темпом зміни коефіцієнту обороту з приймання свідчить про відтворення робочої сили у звуженій формі.

Для аналізу використання фонду робочого часу складають аналітичну табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Аналіз використання фонду робочого часу

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Обсяг виробництва продукції у порівнянних цінах, тис. грн	63243,6	88156	24912,4	39,39
2. Середня кількість робітників, осіб	157	155	-2	-1,27
3. Кількість людино-днів, відпрацьованих усіма робітниками	37640	37572	-68	-0,18

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
4. Кількість людино-годин, відпрацьованих усіма робітниками	301126	296825	-4301	-1,43
5. Середня кількість днів, відпрацьованих одним робітником	239,7	242,4	2,7	1,11
6. Середня кількість годин, відпрацьованих одним робітником	1918	1915	-3	-0,16
7. Середня тривалість робочого дня, годин	8,0	7,9	-0,1	-1,25
8. Середня річна продуктивність праці одного робітника, грн	402825	568748	165922,9	41,19
9. Середня денна продуктивність праці одного робітника, грн	1680	2346	666	39,64
10. Середня годинна продуктивність праці одного робітника, грн	210	297	87	41,41

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу знизилася на 2 людини, середня кількість людино-годин, відпрацьованих одним працівником, зменшилася на 3 години, але зросла продуктивність праці на 666 тис. грн, що свідчить про зростання ефективності використання робочої сили.

Методом факторного аналізу розраховуємо вплив на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах зміни середньооблікової чисельності працівників, середньої кількості людино-годин, відпрацьованих одним працівником, середньогодинного виробітку одного працівника.

Вплив зміни середньооблікової чисельності працівників на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\Pi_{\Pi}(Ч_{CO})$) становить:

$$\begin{aligned}\Delta\Pi_{\Pi}(Ч_{CO}) &= (Ч_{CO\ 3} - Ч_{CO\ \Pi}) \cdot Ч_{IP\ \Pi} \cdot В_{ГIP\ \Pi} = \\ &= (155 - 157) \cdot 1918 \cdot 210 = -805,5 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Вплив зміни середнього числа людино-годин, відпрацьованих одним працівником на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівняних цінах ($\Delta\Pi_{\Pi}(Ч_{IP})$) становить:

$$\begin{aligned}\Delta\Pi_{\Pi}(Ч_{IP}) &= Ч_{CO\ 3} \cdot (Ч_{IP\ 3} - Ч_{IP\ \Pi}) \cdot В_{ГIP\ \Pi} = \\ &= 155 \cdot (1915 - 1918) \cdot 210 = -97,6 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Вплив зміни середньогодинного виробітку одного працівника на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівнянних цінах ($\Delta\Pi\P(V_{ГІР})$) становить:

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\P(V_{ГІР}) &= Ч_{СОЗ} \cdot Ч_{ІРЗ} \cdot (V_{ГІРЗ} - V_{ГІРП}) = \\ &= 155 \cdot 1915 \cdot (297 - 210) = 25823,8 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Загальний вплив факторів на зміну обсягу виробленої промислової продукції в порівнянних цінах становить:

$$\begin{aligned}\Delta\Pi\P_C &= \Delta\Pi\P(Ч_{СО}) + \Delta\Pi\P(Ч_{ІР}) + \Delta\Pi\P(V_{ГІР}) = \\ &= -805,5 - 97,6 + 25823,7 = 24912,4 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Негативний вплив на зниження обсягу виробленої продукції в порівнянних цінах у 2022 році в порівнянні з 2021 роком здійснили два чинники – це зниження чисельності працівника на 2 людини, що призвело до зниження обсягу виробленої продукції на 805,5 тис. грн та зниження середнього числа людино-годин, відпрацьованих одним працівником, на 3 год, що призвело до зниження обсягу виробленої продукції на 97,6 тис. грн.

Інший фактор позитивно вплинув на обсяг виробництва продукції у порівнянних цінах.

Для аналізу впливу на зміну обсягу продукції зміни кількості штатних працівників облікового складу і продуктивності їхньої праці складають аналітичну табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Аналіз впливу на зміну обсягу продукції зміни кількості працівників та продуктивності їхньої праці

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення		
			Всього	в т.ч. за рахунок	
				кількості працівників	продуктивності праці
1. Обсяг продукції в порівнянних цінах, тис. грн	63243,6	88156	24912,4	-805,7	25718,1

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення		
			Всього	в т.ч. за рахунок	
				кількості працівників	продуктивності праці
2. Середня кількість працівників підприємства, осіб	157	155	-2	-805,7	х
3. Річна продуктивність праці одного працівника підприємства, грн	402825	568748	165922,9	х	25718,1

Продуктивність праці у 2022 році в порівнянні з 2021 роком зросла на 165,92 тис. грн, це позитивно вплинуло на зростання обсягу виробленої продукції на 25,71 тис. грн. Зменшення чисельності на 2 люд. призвело до зниження обсягу виробленої продукції у порівнянних цінах на 0,81 тис. грн.

Аналіз використання фонду оплати праці виконують на підставі даних форми 1-ПВ і форми №1-підприємництво за допомогою аналітичної табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Аналіз використання фонду оплати праці

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення*		
			Всього	в т.ч. за рахунок	
				кількості працівників	середньої заробітної плати
1. Фонд оплати праці штатних працівників підприємства, тис. грн	9100	11157	2057	-115,9	2172,9
2. Середня кількість працівників підприємства, осіб	157	155	-2	-115,9	х
3. Середня річна заробітна плата 1-го працівника, грн	57962	71981	14019	х	2172,9

Фонд оплати праці у 2022 році збільшився на 2057 тис. грн в порівнянні з 2021 роком. Головним чинником зростання фонду оплати праці є зростання середньорічної заробітної праці на 1 працівника на 14,019 тис. грн.

Аналіз співвідношення темпів зростання середньої заробітної плати та продуктивності праці здійснюють за допомогою аналітичної табл. 2.12, використовуючи результати попередніх розрахунків.

Таблиця 2.12

**Аналіз співвідношення темпів зростання середньої заробітної плати
та продуктивності праці**

Показники	2021 рік	2022 рік	Індекс
1. Продуктивність праці 1-го штатного працівника облікового складу, грн	402825	568748	1,41
2. Середня заробітна плата 1-го штатного працівника облікового складу, грн	57962	71981	1,24

Співвідношення темпів продуктивності праці з розрахунку на 1-го штатного працівника облікового складу та зростання середньої заробітної плати становить 1,14 ($=1,41/1,24$). Це свідчить про те, що на кожен відсоток зростання середньої заробітної плати було отримано зростання продуктивності праці на 1,14 %. Це позитивно характеризує ефективність використання робочої сили. Коефіцієнт еластичності, який показує, на скільки відсотків зросла середня заробітна плата на кожний відсоток зростання продуктивності праці має бути меншим одиниці. В нашому випадку, він дорівнює 0,88.

2.3.3. Аналіз ефективності використання основних засобів

Аналіз наявності, складу, структури та руху основних засобів здійснюють за даними форми №2-ОЗ ІНВ (річна) «Звіт про наявність і рух необоротних активів, амортизацію та капітальні інвестиції» або форми №11-03 «Звіт про наявність та рух основних засобів, амортизацію (знос)», форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» та форми №5 «Примітки до річної фінансової звітності» за допомогою аналітичної табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Аналіз наявності та руху основних засобів

Основні засоби	Наявність на початок року		Надійшло у 2022 році, тис. грн	Вибуло у 2022 році, тис. грн	Наявність на кінець року	
	тис. грн	%			тис. грн	%
Усього по підприємству	83300	100	8200	1473	90027	100

Основні засоби	Наявність на початок року		Надійшло у 2022 році, тис. грн	Вибуло у 2022 році, тис. грн	Наявність на кінець року	
	тис. грн	%			тис. грн	%
в т.ч. за видами економічної діяльності:						
- ОЗ основного виду діяльності	83300	100	8200	1473	90027	100
- ОЗ інших видів діяльності	0	0	0	0	0	0

На кінець 2022 року вартість основних засобів зросла на 6727 тис. грн. Протягом року надійшло нових основних засобів на 8200 тис. грн. Підприємство здійснює оновлення основних засобів з нарощенням виробничого апарату.

У складі основних засобів лише основні засоби основного виду діяльності.

Аналіз стану основних засобів підприємства здійснюють, визначаючи такі показники, як коефіцієнт зносу і коефіцієнт придатності основних засобів на початок і на кінець року, виходячи з даних першого розділу активу балансу підприємства «Необоротні активи» форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» за допомогою аналітичної табл. 2.14.

Таблиця 2.14

Аналіз стану основних засобів

Показники	На початок 2022 року	На кінець 2022 року	Відхилення
1. Первісна вартість основних засобів, тис. грн	83300	90027	6727
2. Знос основних засобів, тис. грн	46874	51968	5094
3. Залишкова вартість основних засобів, тис. грн	36426	38059	1633
4. Коефіцієнт зносу основних засобів	0,5627	0,5772	0,0145
5. Коефіцієнт придатності основних засобів	0,4373	0,4228	-0,0145

Коефіцієнт зносу основних засобів на кінець 2021 та 2022 років знаходить рівні, вищому за середній. Має тенденцію до зростання у 2022 році на 0,0145 п.

Відповідно зменшується коефіцієнт придатності основних засобів, що свідчить про старіння виробничого апарату підприємства.

Аналіз структури основних засобів за основним видом діяльності здійснюють за даними розділу II форми №2-ОЗ ІНВ або форми №11-03 за допомогою аналітичної табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Аналіз структури основних засобів за основним видом діяльності

Показники	Наявність на кінець року, тис. грн		Структура, %	
	2021	2022	2021 рік	2022 рік
Усього основних засобів за основним видом діяльності	83300	90027	100,00	100,00
1. Будівлі, споруди та передавальні пристрої	49250	52318	59,12	58,11
2. Машини та обладнання	18258	20415	21,92	22,68
3. Транспортні засоби	8437	9251	10,13	10,28
4. Інструменти, прилади, інвентар	5418	6178	6,50	6,86
5. Інші основні засоби	1937	1865	2,33	2,07

У структурі основних засобів основного виду діяльності найбільша питома вага припадає на будівлі, споруди та передавальні пристрої (близько 60 %). Основні зміни у структурі основних засобів пов'язані з зростанням машин та обладнання, транспортних засобів.

Аналіз озброєності праці здійснюють на підставі даних форми №2-ОЗ ІНВ або форми №11-03, форми №1-ПВ та форми №1П-НПП за допомогою аналітичної табл. 2.16.

Таблиця 2.16

Аналіз озброєності праці

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Середня річна вартість основних засобів за основним видом діяльності, тис. грн	79707	86663,5	6956,5	8,73
2. Середня річна вартість активної частини основних засобів (машин та обладнання), тис. грн	34178,5	35879,5	1701	4,98
3. Середня кількість працівників підприємства, осіб	157	155	-2	-1,27

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
4. Фондоозброєність праці, тис. грн/особу	507,7	559,1	51,4	10,13
5. Технічна озброєність праці, тис. грн/особу	217,7	231,5	13,8	6,33
6. Продуктивність праці 1-го штатного працівника облікового складу, грн	402825	568748	165923	41,19

Фондоозброєність та технічна озброєність праці у 2022 році зросли на 51,4 та 13,8 тис. грн на людину відповідно в порівнянні з 2021 роком. Це пов'язано з скороченням чисельності працівників та збільшенням вартості основних засобів підприємства.

Підприємство підвищує технічний рівень виробництва, підвищуючи продуктивність праці за рахунок механізації виробництва.

Аналіз використання основних засобів здійснюють на підставі результатів попередніх розрахунків та даних форми №1П-НПП за допомогою аналітичної табл. 2.17.

Таблиці 2.17

Аналіз використання основних засобів і впливу фондівддачі на динаміку обсягу продукції

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення		
			Всього	в т.ч. за рахунок	
				основних засобів	фондовіддачі
1. Обсяг продукції в порівнянних цінах, тис. грн	63243,6	88156	24912,4	5519,6	19392,8
2. Середня річна вартість основних засобів за основним видом діяльності, тис. грн	79707	86663,5	6956,5	5519,6	х
3. Фондовіддача, грн/грн	0,79	1,02	0,22	х	19392,8
4. Фондомісткість, грн/грн	1,26	0,98	-0,28	-	-

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком зросла фондівддача на 0,22 грн, що свідчить про підвищення ефективності використання основних засобів підприємства. Підвищення фондівддачі привело до зростання обсягу виробленої продукції у порівнянних цінах на 19392,8 тис. грн. Збільшення вартості основних засобів на 6956, тис. грн також позитивно відобразилося на

зростанні обсягу виробленої продукції на 5519,6 тис. грн. Найбільший вплив на зміну обсягу виробленої продукції здійснив інтенсивний чинник.

2.3.4. Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів

Провести аналіз матеріаловіддачі і матеріаломісткості, використовуючи дані форми №1-підприємництво, для чого складається аналітична табл. 2.18.

Таблиця 2.18

Вплив матеріаловіддачі на динаміку реалізації продукції

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення*		
			Всього	в т.ч. за рахунок	
				матеріальних ресурсів	матеріаловіддачі
1. Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) без ПДВ, акцизу, тис. грн	68313	89057	20744	13994	6750
2. Матеріальні витрати, тис. грн	48030	57869	9839	13994	х
3. Матеріаловіддача, грн/грн	1,42	1,54	0,12	х	6750
4. Матеріаломісткість, грн/грн	0,70	0,65	-0,05	х	х

У 2022 році зросла вартість матеріальних витрат на 9839 тис. грн, що становить 20,5 %. Матеріаловіддача зросла на 0,12 грн на 1 грн реалізованої продукції, що свідчить про підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів. Відповідно у 2022 році знизилася матеріаломісткість продукції на 0,05 грн.

Зростання матеріаловіддачі привело до збільшення обсягу реалізованої продукції на 6750 тис. грн, а зростання матеріальних витрат – на 13994 тис. грн.

2.3.5. Аналіз собівартості продукції

Аналіз операційних витрат пов'язаних з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг) здійснюють на підставі даних розділу II форми №1-підприємництво за допомогою аналітичної табл. 2.19.

Таблиця 2.19

Аналіз операційних витрат за економічними елементами

Елементи витрат	2021 рік		2022 рік		Відхилення	
	тис. грн	%	тис. грн	%	абс.	%
1. Матеріальні витрати (за вирахуванням вартості зворотних відходів)	48030	71,07	57869	65,33	9839	20,49
2. Витрати на оплату праці	9100	13,46	11157	12,60	2057	22,60
3. Відрахування на соціальні заходи	2612	3,86	2719	3,07	107	4,10
4. Амортизація	3827	5,66	5101	5,76	1274	33,29
5. Інші операційні витрати	4016	5,94	11733	13,25	7717	192,16
Всього операційних витрат	67585	100	88579	100	20994	31,06

Операційні витрати підприємства у 2022 році в порівнянні з 2021 роком зросли на 20994 тис. грн (31,06 %). Це відбувається на тлі загального зростання обсягу виробленої продукції.

Виробництво ПП «Фірма «ГАРМАШ» є матеріаломістким, так як матеріальні витрати у структурі операційних витрат становлять близько 70 %.

Витрати на оплату праці у структурі займають другу позицію (близько 13 %).

Значні зміни у 2022 році спостерігаються в інших операційних витратах, які зросли на 7717 тис. грн, а у структурі на 7,31 п.

Аналіз витрат на 1 гривню реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) здійснюють за даними форми №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» за допомогою аналітичної табл. 2.20 (за допомогою одного з двох методів відповідно до П(С)БО 16).

Таблиця 2.20

Аналіз витрат на 1 гривню реалізованої продукції

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	68313	89057	20744	30,37
2. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	51880	72444	20564	39,64
3. Адміністративні витрати, тис. грн	7751	7411	-340	-4,39
4. Витрати на збут, тис. грн	7954	8724	770	9,68

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
5. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	67585	88579	20994	31,06
6. Витрати на 1 гривню продукції, коп., виходячи:				
- із собівартості реалізованої продукції	75,9	81,3	5,4	7,11
- із повної собівартості продукції	98,93	99,46	0,53	0,53

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком зросла виробнича собівартість реалізованої продукції на 39,64 %, при тому, що чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 30,37 %. Зросли також витрати на збут на 770 тис. грн (9,68 %).

Такі зміни призвели до зростання витрат на 1 грн виробничої собівартості реалізованої продукції на 5,4 коп. та витрат на 1 грн повної собівартості продукції на 0,53 коп.

Витрати на 1 грн повної собівартості продукції наближаються до 1 грн, що засвідчує до збитковості операційної діяльності.

Аналіз собівартості 1 тонни конкретного виду продукції виконують за даними калькуляції 1 тонни конкретного виду продукції відповідного для даного підприємства складу статей калькуляції за допомогою аналітичної табл. 2.21.

Таблиця 2.21

Аналіз собівартості 1 тонни вареної ковбаси «Теляча»

Калькуляційні статті витрат*)	2021 рік			2022 рік			Відхилення суми витрат, грн
	Норма витрат	Ціна за одиницю, грн	Сума витрат, грн	Норма витрат	Ціна за одиницю, грн	Сума витрат, грн	
1. Сировина і матеріали	756	59	44604	756	61	46116	1512
2. Зворотні відходи (віднімаються)			0			0	0
3. Паливо та енергія на технологічні потреби	150	9,26	1389	150	12,42	1863	474
4. Основна заробітна плата	1,28	1516	1940,5	1,28	1917	2453,8	513,3
5. Додаткова заробітна плата			388,1			490,8	102,7
6. Відрахування на соціальне страхування			512,3			647,8	135,5

Калькуляційні статті витрат*)	2021 рік			2022 рік			Відхилення суми витрат, грн
	Норма витрат	Ціна за одиницю, грн	Сума витрат, грн	Норма витрат	Ціна за одиницю, грн	Сума витрат, грн	
7. Загальновиробничі витрати			892			1019,0	127,0
8. Інші виробничі витрати			1215			1417,0	202,0
Виробнича собівартість			50940,9			54007,3	3066,4
9. Адміністративні витрати			7641,1			8101,1	460,0
10. Витрати на збут			10188,2			10801,5	613,3
11. Інші витрати			5094,1			5400,7	306,6
Повна собівартість			73864,3			78310,6	4446,3

Собівартість 1 тонни вареної ковбаси у 2022 році зросла на 4443,3 грн. Основні зміни відбулися в статті «сировина і матеріали», яка зросла на 1512 грн. Це відбулося на рахунок зростання цін на сировину та матеріали. Також зросли витрати за статтею «Основна заробітна плата» на 513,3 грн, що пов'язано зі зростанням середньої заробітної плати на підприємстві у 2022 році. За всіма іншими статтям також спостерігається зростання витрат на 1 тонну продукції.

2.3.6. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства

Фінансові результати діяльності підприємства виникають від таких видів його діяльності як основна операційна, інша операційна, фінансова та інша діяльність.

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства до оподаткування здійснюють за даними форми №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» за допомогою аналітичної табл. 2.22.

Таблиця 2.22

Аналіз формування і динаміки фінансових результатів діяльності підприємства

Показники	Алгоритм розрахунку за кодом рядка	2021 рік		2022 рік		Відхилення	
		тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
1. Фінансовий результат від реалізації продукції	2000-2050-2130-2150	728	228,93	478	100	-250	-34,34

Показники	Код рядка ф. №2	2021 рік.		2022 рік		Відхилення	
		Сума, тис. грн	Струк- тура,%	Сума тис. грн	Струк- тура%	Сума тис. грн гр.4-гр.2	%пунктів гр.5-гр.3
А	1	2	3	4	5	6	7
1.Чистий дохід від реалізації продукції	2000	68313	100,00	89057	100,00	20744	0
2.Інші операційні доходи	2120	0	0	0	0	0	0
3.Всього доходи операційної діяльності	х	68313	100,00	89057	100,00	20744	0
Інвестиційна, фінансова та інша діяльність							
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0	0	0	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0	0	0	0	0
Інші доходи	2240	0	0	0	0	0	0
Всього доходів	х	0	0	0	0	0	0
Разом по підприємству	х	68313	100,00	89057	100,00	20744	х

У 2021 та 2022 роках підприємство отримало дохід лише від операційної діяльності. У 2022 році чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 20744 тис. грн

Аналіз витрат від усіх видів діяльності підприємства спрямований на оцінку їх складу, структури та динаміки. Для вирішення цих завдань складається аналітична табл. 2.24.

Таблиця 2.24

Аналіз динаміки та структури витрат діяльності підприємства

Показники	Код рядка ф. №2	2021 рік		2022 рік		Відхилення	
		Сума тис. грн	Струк- тура, %	Сума тис. грн	Струк- тура, %	Сума тис. грн гр.4-гр.2	% пунктів гр.5-гр.3
А	1	2	3	4	5	6	7
Операційна діяльність							
1.Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	51880	76,76	72444	81,78	20564	5,48
2.Адміністративні витрати	2130	7751	11,47	7411	8,37	-340	-3,03
3.Витрати на збут	2150	7954	11,77	8724	9,85	770	-1,85
4.Інші операційні витрати	2180	0	0	0	0	0	0

Показники	Код рядка ф. №2	2021 рік		2022 рік		Відхилення	
		Сума тис. грн	Струк- тура, %	Сума тис. грн	Струк- тура, %	Сума тис. грн гр.4-гр.2	% пунктів гр.5-гр.3
А	1	2	3	4	5	6	7
Всього витрат операційної діяльності	х	67585	99,4	88579	100,00	20994	0,6
Інвестиційна, фінансова та інша діяльність							
5.Фінансові витрати	2250	410	0,60	0	0	-410	-0,60
6.Втрати від участі в капіталі	2255	0	0	0	0	0	0
7.Інші витрати	2270	0	0	0	0	0	0
Всього витрат	х	410	0,60	0	0	-410	-0,60
Разом по підприємству	х	67995	100,00	88579	100,00	20584	0

Витрати від операційної діяльності у 2022 році зросли в порівнянні з 2021 роком на 20994 тис. грн. В структурі операційних витрат найбільша питома вага припадає на виробничу собівартість реалізованої продукції, яка зросла у 2022 році на 5,48 п.

У 2021 році підприємство понесло витрати з фінансової діяльності на суму 410 тис. грн. У 2022 році підприємство не здійснювало фінансової діяльності, не мало доходів та витрат з неї.

Загальні витрати підприємства від усіх видів діяльності у 2022 році в порівнянні з 2021 роком зросли на 20584 тис. грн.

Аналіз фінансових результатів від основної операційної діяльності підприємства виконують за даними форми №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» за допомогою аналітичної табл. 2.25.

Таблиця 2.25

Аналіз фінансового результату від основної операційної діяльності

Показники	Алгоритм розрахунку за кодом рядка	2021 рік, тис. грн	2022 рік, тис. грн	Відхилення	
				тис. грн	%
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	68313	89057	20744	30,37

Показники	Алгоритм розрахунку за кодом рядка	2021 рік, тис. грн	2022 рік, тис. грн	Відхилення	
				тис. грн	%
2. Собівартість реалізованої продукції	2050	51880	72444	20564	39,64
2. Адміністративні витрати	2130	7751	7411	-340	-4,39
4. Витрати на збут	2150	7954	8724	770	9,68
5. Фінансовий результат від основної операційної діяльності	2000-2050- -2130-2150	728	478	-250	-34,34

Фінансовий результат від операційної діяльності у 2022 році знизився на 250 тис. грн в порівнянні з 2021 роком. Це відбулося на рахунок перевищення темпів зростання собівартості продукції (31,06 %) над темпами зростання чистого доходу від реалізації продукції (30,37 %).

Частка зміни фінансового результату від основної операційної діяльності в 2022 році порівняно з 2021 роком утворилася за рахунок зміни обсягу чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та за рахунок зміни собівартості продукції.

Суму додаткового фінансового результату від основної операційної діяльності, утворену за рахунок зростання обсягу чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), визначають множенням суми фінансового результату від основної операційної діяльності 2021 року на відсотки приросту обсягу чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – 222 тис. грн, а від зниження собівартості продукції – множенням економії від зниження витрат на 1 гривню чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на обсяг чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) 2022 року – $(0,9893 - 0,9946) \cdot 89057 = -472$ тис. грн.

Отже, головний ефект отримано за рахунок зростання чистого доходу від реалізації продукції.

Аналіз рентабельності продукції здійснюють, використовуючи дані форми №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)», за допомогою аналітичної табл. 2.26.

Таблиця 2.26

Формування та динаміка рентабельності продукції

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	68313	89057	20744	30,37
2. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	51880	72444	20564	39,64
3. Валовий прибуток (збиток), тис. грн	16433	16613	180	1,10
4. Прибуток від реалізації продукції, тис. грн	728	478	-250	-34,34
5. Рентабельність продукції [як відношення валового прибутку до собівартості реалізованої продукції], %	31,68	22,93	-8,74	-
6. Рентабельність продукції [як відношення валового прибутку до чистого доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг], %	24,06	18,65	-5,40	-

Рентабельність продукції у 2022 році знизилася в порівнянні з 2021 роком на 8,74 пр.п. Це відбулося за рахунок зниження суми валового прибутку та зростання витрат.

Рентабельність продажів продукції знизилася на 5,4 пр.п., що відбулося внаслідок зниження валового прибутку.

Аналіз рентабельності виробництва здійснюють за даними форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» і форми №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» за допомогою аналітичної табл. 2.27.

Таблиця 2.27

Аналіз рентабельності виробництва

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Прибуток до оподаткування, тис. грн	318	478	160	50,31
2. Середня річна вартість основних засобів за основним видом діяльності, тис. грн	79707	86663,5	6956,5	8,73
3. Середня річна вартість оборотних активів, тис. грн	75329	86668,5	11339,5	15,05
4. Середня річна вартість виробничих засобів, тис. грн	155036	173332	18296	11,80
5. Рентабельність виробництва, %	0,21	0,28	0,07	x

Рентабельність виробництва як у 2021, так і у 2022 році знаходиться на дуже низькому рівні, але має тенденцію до зростання у 2022 році на 0,07 пр.п. Це відбулося за рахунок впливу основного чинника – прибутку до оподаткування.

2.3.7. Загальний аналіз фінансового стану підприємства

Аналіз динаміки валюти балансу здійснюють за даними форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» за допомогою аналітичної табл. 2.28.

Таблиця 2.28

Аналіз динаміки валюти балансу

Показники	На початок року	На кінець року	% зміни
Валюта балансу, тис. грн:			
- 2021 року	105784	117550	111,12
- 2022 року	117550	130698	111,19

Валюта балансу підприємства має тенденцію зростання як у 2021, так і у 2022 році на 11,12 та 11,19 % відповідно.

Аналіз складу, структури та динаміки активів підприємства здійснюють за даними форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» за допомогою табл. 2.29.

Таблиця 2.29

Аналіз складу, структури та динаміки активів підприємства

Показники	Код рядка	На початок 2022 року	На кінець 2022 року	Відхилення	
				абс.	%
Всього активів, тис. грн	1300	117550	130698	13148	11,19
1. Необоротні активи, тис. грн	1095	36611	38300	1689	4,61
– в % до активів		31,15	29,30	-1,84	х
2. Оборотні активи, тис. грн	1195	80939	92398	11459	14,16
– в % до активів		68,85	70,70	1,84	х
2.1. Запаси, тис. грн	1100, 1110	9715	14975	5260	54,14
– в % до оборотних активів		8,26	11,46	3,19	х
2.2. Кошти в розрахунках, тис. грн	1120÷1155	14662	15931	1269	8,66
– в % до оборотних активів		12,47	12,19	-0,28	х
2.3. Грошові кошти та їх еквіваленти, тис. грн	1160, 1165	35	102	67	191,4
– в % до оборотних активів		0,03	0,08	0,05	х
2.4. Інші оборотні активи, тис. грн	1170, 1190	56527	61390	4863	8,60
– в % до оборотних активів		48,09	46,97	-1,12	х

Показники	Код рядка	На початок 2022 року	На кінець 2022 року	Відхилення	
				абс.	%
– у тому числі витрати майбутніх періодів, тис. грн	1170	0	0	-	-
– в % до оборотних активів					x
3. Необоротні активи утримувані для продажу, та групи вибуття, тис. грн	1200	0	0	-	-

У 2022 році у структурі активів підприємства відбулися такі зміни: зросла питома вага оборотних активів на 1,84 п., відповідно на цю величину зменшилася питома вага необоротних активів.

В оборотних активах найбільше зросла питома вага запасів – на 3,19 п.

Зросла сума грошових коштів та їх еквівалентів на кінець 2022 року на 67 тис. грн, що відобразилося у структурі оборотних активів (+0,05 п.).

Аналіз використання оборотного капіталу підприємства, який вкладено в його оборотні активи, здійснюють за даними форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» та форми №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» за допомогою табл. 2.30.

Таблиця 2.30

**Аналіз використання оборотного капіталу підприємства, який
вкладено в його оборотні активи**

Показники	Код рядка	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
				абсолютне	відносне, %
1. Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	Ф №2 р 2000	68313	89057	20744,0	30,37
2. Середньорічні залишки оборотних активів (оборотного капіталу), тис. грн	Ф №1 р 1195	75329	86668,5	11339,5	15,05
в т.ч.					
2.1. Запаси	р 1100	11660	12345	685,0	5,87
2.2. Кошти в розрахунках	1125÷1155	14077,5	15296,5	1219,0	8,66
2.3. Грошові кошти і поточні фінансові інвестиції	р 1160,1165	79,5	68,5	-11,0	-13,84
2.4. Інші оборотні активи	р 1170,1190	49512	58958,5	9446,5	19,08

Показники	Код рядка	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
				абсолютне	відносне, %
3. Кількість днів в періоді	х	360	360	0,0	0,00
4. Одноденна виручка тис. грн	х	189,8	247,4	57,6	30,37
5. Коефіцієнт оборотності, оборотів	х	0,9	1,0	0,1	13,31
6. Тривалість 1 обороту, днів	х	397,0	350,3	-46,6	-11,75
в т.ч.					
6.1. в запасах	х	61,4	49,9	-11,5	-18,79
6.2. в коштах в розрахунках	х	74,2	61,8	-12,4	-16,65
6.3. в грошових коштах	х	0,4	0,3	-0,1	-33,91
6.4. в інших оборотних коштах	х	260,9	238,3	-22,6	-8,66
7. Економія (надлишок) оборотних коштів, тис. грн	х	х		-46,6	х

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком зросла одноденна виручка від реалізації продукції на 57,6 тис. грн.

Коефіцієнт оборотності у 2022 році збільшився на 0,1 оборот, а тривалість одного обороту зменшилася на 46,6 днів.

Тривалість одного обороту знизилася за всіма складовими оборотних активів: у запасах – на 11,5 днів, в коштах у розрахунках – на 12,4 дні, в грошових коштах – на 0,1 день, в інших оборотних активах – на 22,6 дні.

Внаслідок прискорення оборотності оборотних активів підприємство отримало їх економію у сумі 46,6 тис. грн.

Аналіз складу та динаміки джерел формування активів підприємства здійснюють за даними форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» за допомогою табл. 2.31.

Таблиця 2.31

Аналіз складу та динаміки джерел формування активів підприємства

Показники	Код рядка	На початок 2022 року	На кінець 2022 року	Відхилення	
				абс.	%
Всього джерел формування активів, тис. грн	1900	117550	130698	13148	11,19
1. Власний капітал, тис. грн – в % до усіх джерел	1495	94953	109412	14459	15,23
		80,78	83,71	2,94	х

Показники	Код рядка	На початок 2022 року	На кінець 2022 року	Відхилення	
				абс.	%
1.1. Наявність власних оборотних коштів, тис. грн	1495 – 1095 або	58342	71112	12770	21,89
– в % до усіх джерел	1495 + 1595 – 1095	49,63	54,41	4,78	x
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення, тис. грн	1595	0	0	0	
– в % до усіх джерел		0	0	0	x
2.1. Довгострокові зобов'язання, тис. грн	1500÷1515	0	0	0	
– в % до усіх джерел		0	0	0	
2.2. Довгострокові забезпечення, тис. грн	1520, 1525	0	0	0	
– в % до усіх джерел		0	0	0	
3. Поточні зобов'язання і забезпечення, тис. грн	1695	22597	21286	-1311	-5,80
– в % до усіх джерел		19,22	16,29	-2,94	x
3.1. Короткострокові зобов'язання, тис. грн	1600, 1610	12000	10800	-1200	-10,00
– в % до усіх джерел		10,21	8,26	-1,95	x
–в тому числі короткострокові кредити банків, тис. грн	1600	12000	10800	-1200	-10,00
– в % до усіх джерел		10,21	8,26	-1,95	x
3.2. Кредиторська заборгованість, тис. грн	1605, 1615÷1645	0	0	0	
– в % до усіх джерел		0	0	0	x
3.3. Поточні забезпечення, тис. грн	1660	0	0	0	
– в % до усіх джерел		0	0	0	x
3.4. Інші поточні зобов'язання	1665,1690	293	34	-259	-88,40
– в % до усіх джерел		0,25	0,03	-0,22	x
4. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття, тис. грн	1700	0	0	0	
– в % до усіх джерел		0	0	0	x

У 2022 році зросла сума пасивів підприємства на 13148 тис. грн. При цьому капітал підприємства збільшився на 14459 тис. грн, а поточні зобов'язання і забезпечення знизилися на 1311 тис. грн. Підприємство не має довгострокових зобов'язань.

В структурі поточних зобов'язань і забезпечення найбільша питома вага припадає на короткострокові зобов'язання. Підприємство зменшує суму короткострокових кредитів банку на 1200 тис. грн.

В цілому підприємство має стійку фінансову позицію.

2.3.8. Аналіз фінансової стійкості підприємства за відносними показниками

Для аналізу ступеню покриття запасів джерелами фінансування використовуються система відносних показників.

Аналіз фінансовій стабільності підприємства за відносними показниками здійснюється за даними форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» за допомогою табл. 2.32.

Таблиця 2.32

Аналіз фінансової стабільності підприємства за відносними показниками

Показники	На початок 2021 року	На кінець 2021 року	На кінець 2022 року	Нормативне значення
1. Коефіцієнт автономії ($K_{авт}$)	0,817	0,808	0,837	більше 0,5
2. Коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів ($K_{ф}$)	0,224	0,238	0,195	менше 1,0
3. Наявність власних оборотних коштів ($OK_{вл}$)	50367	58342	71112	збільшення
4. Коефіцієнт маневреності власного капіталу ($K_{ман}$)	0,583	0,614	0,650	0,4...0,6
5. Коефіцієнт забезпеченості оборотних коштів власними оборотними коштами (K_3)	0,722	0,721	0,770	0,1

Коефіцієнт автономії знаходиться на досить високому рівні (перевищує нормативне значення), що свідчить про незалежність від позикового капіталу.

Коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів знаходиться на рівні, меншому на 1,0, що відповідає стійкій позиції підприємства.

Коефіцієнт маневреності має тенденцію до зростання у 2022 році, що свідчить про мобільність власного капіталу.

Коефіцієнт забезпечення оборотних коштів власними оборотними коштами знаходиться на досить високому рівні і зростає на кінець 2022 року.

Всі показники підтверджують стійке фінансове становище підприємства.

Аналіз ліквідності підприємства за відносними показниками здійснюється за даними форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» за даними табл. 2.33.

Таблиця 2.33

Аналіз ліквідності підприємства за відносними показниками

Коефіцієнти ліквідності підприємства	Алгоритм розрахунку за кодом рядка	Норма	Розрахункові значення			Відхилення
			На початок 2021 року	На кінець 2021 року	На кінець 2022 року	
1. Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття)	1195+1200	= 2,0	3,603	3,582	4,341	0,759
	1695					
2. Коефіцієнт швидкої (критичної) ліквідності	1195+1200-1100-1110	1,0	2,900	3,152	3,637	0,485
	1695					
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1160+1165	> 0,2 [0,25... 0,35]	0,006	0,002	0,005	0,003
	1695					

Коефіцієнти поточної та швидкої ліквідності знаходяться на досить високому рівні, перевищують нормативні значення та мають тенденцію до зростання. Це свідчить про можливість підприємства вчасно розрахуватися по зобов'язанням.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності знаходиться на низькому рівні, що свідчить неможливість швидко за рахунок найбільш ліквідних активів здійснити розрахунок по зобов'язанням.

Таблиця 2.34

Результати економічного аналізу діяльності ПП Фірма «ГАРМАШ» в 2022 році порівняно з 2021 роком

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Обсяг продукції в натуральному виразі, т	435,5	560	124,5	28,59
2. Обсяг продукції в оптових цінах без ПДВ та акцизного збору*, тис. грн				
– у діючих оптових цінах	65213,3	88156	22942,7	35,18
– у порівнянних оптових цінах	63243,6	88156	24912,4	39,39
3. Середня оптова ціна за 1 тону продукції, грн	149744	157421	7677	5,13
4. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	68313	89057	20744,0	30,37

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
5. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	51880	72444	20564,0	39,64
6. Адміністративні витрати, тис. грн	7751	7411	-340,0	-4,39
7. Витрати на збут, тис. грн	7954	8724	770,0	9,68
8. Валовий прибуток, тис. грн	16433	16613	180,0	1,10
9. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	67585	88579	20994	31,06
10. Витрати на 1 гривню реалізованої продукції, коп.	98,93	99,46	0,53	0,53
11. Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн				
в тому числі:	318	478	160	50,31
- від основної операційної діяльності	728	478	-250	-34,34
- від іншої операційної діяльності	0	0	0	0
- від фінансової діяльності	-410	0	410	-100,00
- від іншої діяльності	0	0	0	0
12. Податок на прибуток, тис. грн	57	86	29	50,88
13. Чистий прибуток, тис. грн	261	392	131	50,19
14. Матеріальні витрати, тис. грн	48030	57869	9839	20,49
15. Матеріаловіддача, грн/грн	1,42	1,54	0,12	8,20
16. Матеріаломісткість продукції, грн	0,70	0,65	-0,05	-7,58
17. Середня кількість працівників підприємства, осіб	157	155	-2	-1,27
18. Продуктивність праці одного працівника підприємства, тис. грн/особу	402,8	568,7	165,9	41,19
19. Фонд оплати праці штатних працівників підприємства, тис. грн	9100	11157	2057,0	22,60
20. Середня річна заробітна плата одного працівника підприємства, грн	57962	71981	14019	24,19
21. Середня річна вартість основних засобів за основним видом діяльності, тис. грн	79707	86663,5	6956,5	8,73
22. Фондовіддача, грн/грн	0,79	1,02	0,23	29,46
23. Фондорентабельність, %	0,33	0,45	0,12	x
24. Середня річна вартість оборотних активів, тис. грн	75329	86668,5	11339,5	15,05
25. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,9	1,0	0,1	13,31
26. Рентабельність продукції, %	24,06	18,65	-5,4	x
27. Рентабельність виробництва, %	0,21	0,28	0,07	x

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком збільшився обсяг продукції у натуральному вираженні на 124,5 тонн (28,59 %). Збільшився обсяг виробленої продукції у діючих та порівнянних цінах на 35,18 та 39,39 % відповідно, а також чистий дохід від реалізації – на 30,37 %. На зростання показників діяльності підприємства вплинули два чинники: зростання цін на одиницю продукції та збільшення обсягу виробленої продукції у натуральному вираженні.

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком зросли витрати на виробництво продукції на 31,06 %. Перевищення темпів зростання витрат над темпами зростання доходів вплинуло на зниження фінансового результату від операційної діяльності, який знизився на 34,34 %.

Загальний прибуток підприємства збільшився на 160 тис. грн, а чистий прибуток – на 131 тис. грн.

Витрати на 1 грн реалізованої продукції у 2022 році зросли на 0,53 коп., що свідчить про зниження ефективності операційної діяльності.

Показники ефективності використання ресурсів підприємства підвищилися у 2022 році в порівнянні з 2021 роком: матеріаловіддача зросла на 8,2 %, коефіцієнт оборотності оборотних активів – на 13,31 %, фондівіддача – на 29,46 %, продуктивність праці – на 41,19 %. Підприємство ефективно використовує ресурси.

Рентабельність виробництва знаходиться на низькому рівні, але має тенденцію до зростання.

Негативним моментом є зниження рентабельності продукції у 2022 році на 5,4 пр.п.

Загалом підприємство має стійке фінансове положення, високі показники економічної та соціальної ефективності. Але слід звернути увагу підвищення фінансових результатів від операційної діяльності.

Для більш детального розкриття сильних та слабких сторін підприємства, загроз та можливостей зовнішнього середовища для нього складемо таблицю SWOT-аналізу (табл. 2.35).

Таблиця 2.35

Матриця SWOT-аналізу ПП Фірма «Гармаш»

Внутрішнє середовище	
Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Наявність сировинної бази (свині, кури, ВРХ тощо)	Низький рівень фінансування розвитку (продукції, технології, персоналу тощо)
Кваліфікований робочий персонал	Наявність застарілого обладнання на підприємстві
Широкий асортимент м'ясної продукції	

Внутрішнє середовище	
Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Налагоджена збутова мережа роздрібною торгівлю продукцією Здатність виробляти високоякісну продукцію Зростання попиту на органічну, екологічно чисту продукцію Нарощування експорту продукції Територіальна наближеність виробника до кінцевого споживача	Недосконалість системи управління підприємством та збутом Зростання конкуренції з боку іноземних виробників Дотримання норм та термінів зберігання продукції Низька заробітна плата в галузі Недостатня кількість продукції, що відповідає стандартам ЄС Низька платоспроможність населення Робоча міграція кваліфікованих працівників, викликана воєнними діями на території країни
Зовнішнє середовище	
Можливості (O)	Загрози (T)
Розширення товарного асортименту Зниження витрат на збут Розширення збутової мережі роздрібного продажу Удосконалення дилерської мережі Нарощування обсягів виробництва продукції з урахуванням орієнтації на виробництво продукції «Здорової їжі» Покращення контрольних механізмів якості та безпеки м'ясних продуктів Використання вільних виробничих площ та земельних ділянок Можливість отримання безпроцентного кредитування у вигляді грантів від країн-донорів	Зниження купівельної спроможності населення Зростання кількості недобросовісних конкурентів Значна залежність цін від ситуації на ринку сільськогосподарської продукції та купівельної спроможності населення Економічна ситуація в країні Військовий стан, воєнні дії на території країни Близькість кордонів країни до країни-агресора Неконкурентоздатність частини продукції з причин невідповідності стандартам ЄС Зниження рівня захищеності внутрішнього продовольчого ринку Можливість банкрутства малих м'ясопереробних підприємств через нестачу внутрішніх коштів на оновлення виробництва Висока інфляція, пов'язана з нестабільністю економічного стану в країні Зниження чисельності населення внаслідок еміграції населення та високої смертності у воєнний період

Джерело: розроблено автором на основі [30]

Враховуючи сильні та слабкі сторони роботи ПП Фірма «Гармаш», можливості та загрози, які виникають у зовнішньому середовищі підприємства, пропонується для підвищення ефективності роботи підприємства обрання стратегії – диверсифікації асортименту продукції підприємства з фокусуванням на специфічних потребах часу, а саме виробництво нової продукції, яка буде призначена в більшості для військових, – виробництво рослинно-м'ясної консерви «Гречана каша з яловичиною».

ВИСНОВКИ за Розділом 2

Ринок м'яса і м'ясної продукції розглядають є однією із складових агропродовольчого ринку. Падіння обсягів виробництва м'яса, що спостерігається починаючи з 2014 року по усіх сегментах, окрім курятини, є наслідком загального кризового стану в економіці. Ця тенденція ще більше посилилася з початком російської військової агресії проти України.

Всього в довоєнному 2021 році Україна виробила 2,44 млн тонн м'яса, що на 7 % більше ніж в найменш вдалому та кризовому для виробників 2015–2017 роках. Війна в Україні призвела до значного падіння виробництва м'яса.

Серед продуктів переробки м'яса найбільшу питому вагу займають ковбасні вироби, які і визначають загальну ситуацію на ринку. Динаміка виробництва ковбасних виробів до 2022 року не відповідала динаміці виробництва м'яса. Так, в 2019 році на фоні зростання загального виробництва м'яса відбулося значне скорочення виробництва ковбасних виробів. Причиною цього є те, що основною сировиною для виробництва ковбасних виробів є свинина та яловичина, за якими спостерігається падіння виробництва, а також значний обсяг курятини, який реалізується без технологічної обробки. Це вимагає від виробників активно відслідковувати зміни споживчих переваг і стимулює процеси укрупнення гравців. Найбільш популярним видом ковбасних виробів залишається продукція сегменту «варені, сосиски, сардельки» – 64%.

Ринок продуктів переробки м'яса в Україні характеризується жорсткою конкуренцією. Сьогодні на ринку м'ясної продукції України працює два десятки великих виробників, серед яких лідируючі позиції належать ТОВ «МФ «Фаворит Плюс», ТОВ «Глобинський МК» і ТДВ «МК «Ятрань». Сумарна частка інших виробників становить близько 60 %.

Україна експортує близько 0,1 % вироблених ковбасних виробів щорічно, що є мізерною часткою в порівнянні з обсягами внутрішнього споживання. Традиційним для українського ринку ковбас є перевищення обсягів імпортованої продукції над експортованої. В 2019 році спостерігаємо значне зростання імпорту ковбасних виробів, це пов'язано зі скороченням вітчизняного

виробництва ковбас і необхідністю задовольнити попит при зменшеній пропозиції. Зростання імпорту в 2022, як і у 2021 році відбулося більшою мірою за рахунок зростання сегменту варених ковбас та сосисок.

Серед проблем, які доводиться долати м'ясопереробним підприємствам на тлі війни також слід виділити такі: територіальна розосередженість сільськогосподарських підприємств і господарств населення внаслідок чого виникає дефіцит сировини, нетривалий термін реалізації певних видів готової продукції, скорочення експорту м'ясної продукції через відмінності в контролі безпеки і якості сировини в Україні, ЄС, втрата ринків через конфлікт з росією, недосконалість податкового механізму та недостатність державної підтримки. Крім того, проблемою забезпечення м'ясопереробної галузі тваринницькою продукцією є невисока якість вітчизняної сировини. Все це стримує нарощування обсягів виробництва та знижує конкурентоспроможність готової продукції.

В роботі було проведено дослідження внутрішнього стану підприємства м'ясопереробної галузі України – ПП «Фірма «ГАРМАШ» за 2021-2022 рр.

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком збільшився обсяг продукції у натуральному вираженні на 124,5 тонн (28,59 %). Збільшився обсяг виробленої продукції у діючих та порівнянних цінах на 35,18 та 39,39 % відповідно, а також чистий дохід від реалізації – на 30,37 %. На зростання показників діяльності підприємства вплинули два чинники: зростання цін на одиницю продукції та збільшення обсягу виробленої продукції у натуральному вираженні.

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком зросли витрати на виробництво продукції на 31,06 %. Перевищення темпів зростання витрат над темпами зростання доходів вплинуло на зниження фінансового результату від операційної діяльності, який знизився на 34,34 %.

Загальний прибуток підприємства збільшився на 160 тис. грн, а чистий прибуток – на 131 тис. грн.

Витрати на 1 грн реалізованої продукції у 2022 році зросли на 0,53 коп., що свідчить про зниження ефективності операційної діяльності.

Показники ефективності використання ресурсів підприємства підвищилися у 2022 році в порівнянні з 2021 роком: матеріаловіддача зросла на 8,2 %, коефіцієнт оборотності оборотних активів – на 13,31 %, фондівіддача – на 29,46 %, продуктивність праці – на 41,19 %. Підприємство ефективно використовує ресурси.

Рентабельність виробництва знаходиться на низькому рівні, але має тенденцію до зростання.

Загалом підприємство має стійке фінансове положення, високі показники економічної та соціальної ефективності. Але слід звернути увагу підвищення фінансових результатів від операційної діяльності.

Враховуючи сильні та слабкі сторони роботи ПП Фірма «Гармаш», можливості та загрози, які виникають у зовнішньому середовищі підприємства, пропонується для підвищення ефективності роботи підприємства обрання стратегії – диверсифікації асортименту продукції підприємства з фокусуванням на специфічних потребах часу, а саме виробництво нової продукції, яка буде призначена в більшості для військових, – виробництво рослинно-м'ясної консерви «Гречана каша з яловичиною».

РОЗДІЛ 3

РОЗРАХУНОК ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ НА ПП ФІРМА «ГАРМАШ»

3.1. Техніко-економічне обґрунтування доцільності впровадження випуску нового виду продукції

За результатами проведеного аналізу діяльності ПП Фірма «Гармаш», наведеного в другому розділі кваліфікаційної роботи, SWOT-аналізу сильних та слабких сторін підприємства, було розроблено стратегію підвищення прибутковості на ПП Фірма «Гармаш», в якій в якості одного з напрямів було запропоновано диверсифікацію асортименту продукції підприємства.

Стратегією підвищення прибутковості на підприємстві передбачена диверсифікація асортименту продукції підприємства з виробленням нового продукту – «Каша гречана з яловичиною». Це потребує капітальних вкладень на придбання нової лінії та будівництво нового цеху.

Для підвищення економічної ефективності підприємства в плановому періоді пропонується збільшення обсягу виробництва та реалізації продукції для максимізації прибутку та підвищення прибутковості.

Виробляти пропонується консерви м'ясо-рослинні «Каша гречана з яловичиною» в жерстяних банках, маса нетто 340 г. Для зручності банка буде з легковідкриваємою кришкою з кільцем (кришка Easy-Open). Консерви такого типу використовуються в наборах сухих пайків у збройних силах України. Підприємство ПП Фірма «Гармаш» може укласти договір з міністерством оборони України на поставку таких консервів, а також консервів іншого вмісту. Набір устаткування, що планується придбати, дозволяє виробництво консервів широкого асортименту у жерстяних банках різної ємності. Термін придатності консервів у такій тарі – 2 роки.

Розрахунок ефективності запропонованого заходу проведемо лише на одному виді консервів. З урахуванням проведених маркетингових досліджень планується виробляти консерви у кількості 30 тонн на рік (88260 банок). В разі

зростання попиту на консерви, підприємство зможе виробляти більший обсяг продукції. Коефіцієнт використання виробничої потужності нового обладнання становить 40 %.

3.2. Планування інвестиційних вкладень

Загальну суму інвестиційних вкладень на впровадження у виробництво нового виду продукції – консерви «Каша гречана з яловичиною». Розрахунок інвестиційних витрат здійснюємо за формулою

$$ІВ = В_1 + В_2 + В_3; \quad (3.1)$$

де $В$ – витрати на будівництво нового об'єкта (реконструкцію, модернізацію, технічне переоснащення);

$В_2$ – витрати на придбання нового обладнання;

$В_3$ – витрати на поповнення оборотних коштів, необхідних для придбання сировини, матеріалів і т.і., оплату ПДВ.

Розрахунок інвестиційних вкладень на розширення виробництва з будівництвом консервного цеху здійснюємо укрупнено за формулою

$$В_1 = П \cdot К_{\text{пит}}, \quad (3.2)$$

де $П$ – площа одного поверху будівлі, м²

$К_{\text{пит}}$ – норматив питомих (на м²) капітальних вкладень, дол. США, визначається у грн за курсом НБУ (300 \$/м²) ;

В нашому випадку загальна площа приміщення становить 80 м²

$$В_1 = 300 \cdot 40 \cdot 80 / 1000 = 960 \text{ тис. грн, в т.ч. ПДВ} - 160 \text{ тис. грн}$$

Витрати на придбання нового обладнання $В_2$ розраховують за формулою

$$B_2 = K_{об} + Z_{тр} + Z_m \quad (3.3)$$

де $K_{об}$ – вартість придбання нового обладнання;

$Z_{тр}$ – транспортно-заготівельні витрати (3-5%) від вартості нового обладнання

Z_m – вартість монтажу нового обладнання (15-20%) від вартості нового обладнання

Вартість придбання нового обладнання визначимо в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Кошторис витрат на придбання обладнання

№ п/п	Найменування обладнання, марка	Вартість, тис. грн.
1	Технологічний стіл	1,04
2	транспортер	5,85
3	машина для оброблення паром жб	123,5
4	транспортер	5,85
5	ваги	35,1
6	машина для мийки овочів	8,45
7	машина для нарізки овочів	23,4
8	чан	5,2
9	бланширватель	104
10	технологічний чан	9,75
11	Підйомник з опрокидувачем	16,25
12	мясорізка L-1B фірми “Wasserman” (Германия)	221
13	наповнювач консервів	195
14	закаточне устаткування	390
15	автоклав	741
16	транспортер	5,85
17	етикетировочне устаткування	78
18	транспортер	5,85
19	стіл для укладки	3,25
20	тележка	1,56
Всього		1980
в т.ч. ПДВ		330
Всього без ПДВ		1650

Доставка та монтаж буде здійснювати власними силами.

Витрати на поповнення власних обігових коштів B_3 обчислюють за

формулою:

$$B_3 = MB/\text{міс} + \text{ПДВ}_{\text{об.}} + \text{ПДВ}_{1/6}, \quad (3.4)$$

де MB – сума матеріальних витрат, необхідна для випуску нової продукції (за даними табл. 3.2);

$K_{\text{обор.}}$ – коефіцієнт оборотності оборотних коштів ($K_{\text{обор.}} = 1$)

$\text{ПДВ}_{1/6}$ – податок на додану вартість будівельно-монтажних робіт;

$\text{ПДВ}_{\text{об.}}$ – податок на додану вартість нового обладнання

$$B_3 = 5853,1/12 + 330 + 160 = 969,6 + 140 + 253,8 = 977,7 \text{ тис. грн}$$

Загальні інвестиційні витрати становлять:

$$IB = 960 + 1650 + 977,7 = 3587,7 \text{ тис. грн.}$$

Так як підприємство працює нестабільно і його чистого прибутку недостатньо для реалізації заходу, інвестиції будуть здійснюватися частково за рахунок власних коштів та позикових коштів (кредиту банку). Власних коштів буде задіяно на суму 287,7 тис. грн. Кредит буде залучений на суму 3300 тис. грн.

3.3. Розрахунок загальної суми витрат для виробництва консервів

Вартість сировини та матеріалів на весь обсяг виробництва розрахуємо в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Потреба та вартість витрат сировини, основних матеріалів і тари на 1 тону та на весь обсяг випуску консервів «Каша гречана з яловичиною»

Найменування сировини, основних матеріалів, тари	Норма витрат на 1 т продукції, кг	Планова ціна одиниці, грн./кг	Вартість на 1 т продукції, грн	Вартість на весь обсяг випуску, тис. грн
Яловичина 1 гат.	531	180	95580	2867,4

Найменування сировини, основних матеріалів, тари	Норма витрат на 1 т продукції, кг	Планова ціна одиниці, грн./кг	Вартість на 1 т продукції, грн	Вартість на весь обсяг випуску, тис. грн
Яловичий жир-сирець	143	140	20020	600,6
Топлений жир	11	95	1045	31,35
Цибуля ріпчаста	61,4	20	1228	36,84
Гречана крупа	242,1	27	6536,7	196,101
Борошно пшеничне 1 гат.	8,3	20	166	4,98
Сіль	15	12	180	5,4
Перець чорний молотий	0,45	360	162	4,86
Вода	800	36	28800	864
Всього сировини			153717,7	4611,5
транспортні витрати (3%)			4611,5	138,3
Жерстяна банка	2942	7,5	22065	662,0
кришка Easy-Open	2942	3,3	9708,6	291,3
етикетка	2,8	42	117,6	3,5
коробки	220	16,2	3564	106,9
скоч	8	28	224	6,7
Всього матеріалів			35679,2	1070,4
Електроенергія, кВт	137	6,58	901,5	27,0
Вода, м ³	6	32,14	192,8	5,8
Усього енергетичних витрат			1094,3	32,8
Матеріальні витрати всього			195102,7	5853,1

Матеріальні витрати на 1 тону продукції становлять 195,1 тис. грн.
Загальна сума матеріальних витрат – 5853,1 тис. грн (30 тонн).

Розрахуємо додаткову суму амортизаційних відрахувань в таблиці 3.4.

Для визначення амортизації будемо застосовувати прямолінійний метод.

Таблиця 3.4

Додаткова сума амортизаційних відрахувань

Основні засоби	Первісна вартість, тис. грн	Нормативний термін експлуатації, років	Річна сума амортизаційних відрахувань, тис. грн
Будівлі	960	20	48,0
Устаткування	1650	5	330,0
Разом			378,0

Загальна сума амортизації становить 378 тис. грн.

Продуктивність лінії з виробництва нового продукту «Каша гречана з яловичиною» становить 0,5 т в зміну. Режим роботи – 1 зміна на добу тривалістю 8 годин. Кількість робочих змін на виробниче завдання становить – 100 змін на рік.

В таблиці 3.5 наведений розрахунок витрат на основну та додаткову заробітну плату основних працівників на лінії виробництва нового продукту.

Таблиця 3.5

**Розрахунок витрат на основну та додаткову заробітну плату
основних працівників на лінії виробництва нового продукту**

Робітники	Чисельність на 1 зміну	Кількість змін на 1 т	Норма часу, год./т	Тарифний розряд	Годинна тарифна ставка відповідного розряду, грн	Основна заробітна плата, грн	Додаткова заробітна плата (20 %), грн	Загальний фонд оплати праці, грн
Технолог	1	2	16	5	80,64	1290,24	258,0	1548,3
Оператор	2	2	16	4	68,52	1096,32	219,3	1315,6
Укладальник-пакувальник	3	2	16	2	49,92	798,72	159,7	958,5
Усього	6	-	-	-	-	3185,28	637,1	3822,4

Загальна сума витрат на 30 тонн продукції становить 114,67 тис. грн з урахуванням премій у розмірі 20 %.

Єдиний соціальний внесок на 1 т продукції складе:

$$\text{ЄСВ} = 114,67 \text{ грн} \cdot 0,22 = 25,23 \text{ тис. грн}$$

Оскільки запропонований захід буде впроваджуватися з залученням позикового капіталу потрібно розрахувати суму відсотків за кредит.

Кредит беремо у АТ КБ «Приватбанк» на три роки під 37 %.

Таблиця 3.6

**Розрахунок відсотків за кредитом та визначення графіку
повернення тіла кредиту**

Показники	0 рік	1 рік	2 рік	3 рік	Сума
Сума кредиту	3300	2200	1100	0	x
Відсоток за кредитом (37 %)		1221	814	407	2442
Погашення тіла кредиту		1100	1100	1100	3300

Таким чином, собівартість продукції зросте на щорічну суму відсотків за кредитом. Тіло кредиту буде сплачуватися з прибутку підприємства протягом трьох років.

Всі витрати відобразимо у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Розрахунок собівартості 1 тонни та всього випуску продукції

Найменування витрат	На 1 тонну, грн	На весь обсяг виробництва тис. грн,		
		1 рік	2 рік	3 рік
Матеріальні витрати	195102,7	5853,1	5853,08	5853,08
Основна й додаткова заробітна плата виробничих робітників	3822,4	114,67	114,67	114,67
Відрахування на соціальні заходи	840,9	25,23	25,23	25,23
Витрати на утримання і експлуатацію устаткування	6300	189	189	189
Загальновиробничі витрати	2520	75,6	75,6	75,6
Витрати на збут	2933,3	88	88	88
Адміністративні витрати	3780	113,4	113,4	113,4
інші витрати	27133,3	1221	814	407
Повна собівартість	242432,73	7679,98	7272,98	6865,98
Прибуток (рентабельність 23,7 %)	57567,27	1320,02	1727,02	2134,02
Оптова ціна / Обсяг виробленої продукції	300000	9000	9000	9000

Ціна 1 тонни продукції становить 300 тис. грн, 1 баночки (330 г) – 100 грн.

Дохід від реалізації продукції – 9000 тис. грн.

Період реалізації проєкту планується на три роки. За необхідними даними розраховуємо грошовий потік на період реалізації проєкту.

Таблиця 3.6

Формування грошового потоку

Склад грошового потоку	Період реалізації проєкту		
	1 рік	2 рік	3 рік
Зміна поточних витрат, у т.ч.:			
Матеріальні витрати всього, в т.ч.	5853,1	5853,1	5853,1
Зміна витрат на сировину	4611,5	4611,5	4611,5
Зміна витрат на тару та допоміжні матеріали	1070,4	1070,4	1070,4
Зміна витрат на енергоресурси	1094,3	1094,3	1094,3
Зміна витрат на оплату праці	114,7	114,7	114,7
Зміна єдиного соціального внеску	25,2	25,2	25,2
Зміна амортизації	378	378,0	378,0
Зміна інших витрат	88	88,0	88,0
Відсоток за кредитом	1221	814	407,0
Усього Збільшення поточних витрат	7680,0	7273,0	6866,0
Обсяг виробленої продукції, т	30	30	30
Ціна одиниці продукції, грн.	300	300	300
Збільшення суми чистого доходу	9000	9000	9000
Збільшення прибутку, що оподатковується	1320,0	1727,0	2134,0
Збільшення податку на прибуток	237,6	310,9	384,1
Збільшення чистого прибутку	1082,4	1416,2	1749,9
Амортизаційні відрахування від проєкту	378	378	378
Грошовий потік від проєкту	1460,4	1794,2	2127,9

3.4. Розрахунок економічної ефективності заходу

За допомогою отриманих даних розраховуємо показники ефективності запропонованого проєкту. Визначимо термін окупності проєкту та рентабельність інвестицій за весь період реалізації проєкту.

Усі розрахунки наводимо у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Показники ефективності проєкту

Показники	Період реалізації проєкту				Всього
	0	1	2	3	
ІК, сума інвестицій у проєкт, всього	3587,7				
Амортизаційні відрахування		378	378	378	1134
Чистий прибуток		1082,4	1416,2	1749,9	4248,46
Грошовий потік від проєкту		1460,4	1794,2	2127,9	5382,46

Показники	Період реалізації проєкту				Всього
	0	1	2	3	
Середньозважена вартість капіталу (СВК), %	25				
Ставка дисконту		0,800	0,640	0,512	
Дисконтований грошовий потік у році		1168	1148	1089	3406
Дисконтирований грошовий потік наростаючим підсумком		1168	2317	3406	
Дисконтований чистий прибуток		865,93	906,34	895,95	2668,22
NPV, тис. грн					182
Індекс доходності (ІД);					1,05
Період окупності (ПО); років					2,53
Період окупності с урахуванням дисконтування (ПОдис.), років					3,17
Рентабельність інвестицій (Ri) за весь період реалізації проєкту, %					24,8
Внутрішня норма доходності проєкту,%					25,2%

Тобто, можна зробити висновки, що в разі впровадження у виробництва консервів «Каша гречана з яловичиною» отримаємо додатково:

- обсяг виробництва – 30 т;
 - обсяг виробленої (реалізованої) продукції – на суму 9000 тис. грн;
 - витрати складуть (усереднено за три роки) – 7273 тис. грн;
 - прибуток – 1727 тис. грн;
 - чистий прибуток – 1416,2 тис. грн;
 - кількість працівників – 6 осіб
 - загальна сума інвестицій – 3587,7 тис. грн, в т.ч. в основні засоби – 2610 тис. грн, в оборотні активи – 977,7 тис. грн;
 - термін окупності інвестицій (без дисконтування) становить 2,53 роки.
- Всі ці зміни представимо в таблиці 3.8.

Вплив розрахунків за запропонованим заходом на основні показники діяльності ПП Фірма «Гармаш» надаємо в таблиці 3.9.

Таблиця 3.8

Вплив заходу на основні техніко-економічні показники діяльності ПП Фірма «Гармаш»»

№	Найменування проекту	Інвестиції, тис. грн.			Зміни показників діяльності підприємства (±)									Строк окупності інвестицій, років
		Всього	у тому числі в		Вироблена (реалізована) продукція, тис. грн.	Собівартість, тис. грн.					Чистий прибуток, тис. грн.	Чисельність зайнятих, люд		
			основні засоби	оборотні кошти		у тому числі:								
						матеріальні витрати	витрати на оплату праці	відрахування на соціальні заходи	амортизація основних засобів	інші операційні витрати				
1.	Виробництво м'ясо-рослинних консервів «Каша гречана з яловичиною»	3587,7	2610	977,7	9000	7273	5853,1	114,7	25,2	378	902	1416,1	6	2,53

Таблиця 3.9

Показники діяльності підприємства до та після впровадження проєкту

Показники	2022 рік	проєкт	Відхилення	
			абс.	%
1. Обсяг продукції в натуральному виразі, т	560	590	30	5,36
2. Обсяг продукції в оптових цінах без ПДВ та акцизного збору*, тис. грн	88156	97156	9000	10,21
– у діючих оптових цінах				
– у порівнянних оптових цінах	88156	92878,6	4722,6	5,36
3. Середня оптова ціна за 1 тону продукції, грн	157421	164671,2	7250	4,61
4. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	89057	98057	9000	10,11
5. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	72444	78727	6283	8,67
6. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	88579	95852	7273	8,21
7. Витрати на 1 гривню реалізованої продукції, коп.	99,46	98,66	-0,802	-0,81
8. Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн	478	2205	1727	361,3
в тому числі:				
- від основної операційної діяльності	478	2205	1727	361,3
- від іншої операційної діяльності	0	0	0	0
- від фінансової діяльності	0	0	0	0
- від іншої діяльності	0	0	0	0
9. Податок на прибуток, тис. грн	86	396,9	310,86	361
10. Чистий прибуток, тис. грн	392	1808,14	1416,1	361
11. Матеріальні витрати, тис. грн	57869	63722	5853	10
12. Матеріаловіддача, грн/грн	1,523	1,525	0,0013	0,09
13. Матеріаломісткість продукції, грн	0,6564	0,6559	-0,0006	-0,09
14. Середня кількість працівників підприємства, осіб	155	161	6	3,87
15. Продуктивність праці одного працівника підприємства, тис. грн/особу	568,7	576,9	8,19	1,44
16. Фонд оплати праці штатних працівників підприємства, тис. грн	11157	11271,80	114,8	1,03
17. Середня річна заробітна плата одного працівника підприємства, грн	71981	70011,18	-1969,82	-2,74
18. Середня річна вартість основних засобів за основним видом діяльності, тис. грн	86663,5	89273,50	2610	3,01
19. Фондовіддача, грн/грн	1,02	1,04	0,02	2,00
20. Фондорентабельність, %	0,45	2,03	1,57	x
21. Середня річна вартість оборотних активів, тис. грн	86668,5	87646,2	977,7	1,13

Показники	2022 рік	проект	Відхилення	
			абс.	%
22. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,03	1,12	0,091	8,88
23. Рентабельність продукції, %	18,65	23,41	4,76	x
24. Рентабельність виробництва, %	0,28	1,25	0,97	x

У проєктному періоді в порівнянні з 2022 роком в результаті реалізації заходу збільшився обсяг продукції у натуральному вираженні на 30 тонн (5,36 %). Збільшився обсяг виробленої продукції у діючих цінах та чистий дохід від реалізації на 9000 тис. грн (10,21 та 10,11 % відповідно).

У проєктному періоді в порівнянні з 2022 роком зросла повна собівартість реалізованої продукції на 7273 тис. грн. Перевищення темпів зростання доходів над темпами зростання витрат позитивно вплинуло на фінансовий результат від операційної діяльності, який збільшився 1727 тис. грн.

Чистий прибуток підприємства збільшився на 1416,1 тис. грн.

Витрати на 1 грн реалізованої продукції у проєктному періоді знизилися на 0,80 коп., що свідчить про підвищення ефективності операційної діяльності.

Показники ефективності використання ресурсів підприємства підвищилися у проєктному періоді в порівнянні з 2022 роком: матеріаловіддача зросла на 0,09 %, коефіцієнт оборотності оборотних активів – на 8,88 %, фондівіддача – на 2 %, продуктивність праці – на 1,44 %. Підприємство підвищило ефективність використання ресурсів.

Рентабельність виробництва та продукції підвищилися на 0,97 та 4,76 п.п.

Підприємство зможе вчасно сплатити кредит та в подальшому отримувати від запропонованого заходу ще більший прибуток, так як відсотки за кредит будуть сплачені за три роки.

Показники ефективності проєкту свідчать про доцільність та обґрунтованість його реалізації, так як чистий приведений дохід за три роки реалізації проєкту має позитивне значення, індекс доходності вищий за 1,0, внутрішня ставка доходності за проєктом перевищує середньозважену ціну капіталу.

ВИСНОВКИ за Розділом 3

За результатами проведеного аналізу діяльності ПП Фірма «Гармаш», SWOT-аналізу сильних та слабких сторін підприємства, було запропоновано стратегію підвищення прибутковості на ПП Фірма «Гармаш», в якій в якості одного з напрямів було запропоновано диверсифікацію асортименту продукції підприємства з виробленням нового продукту – «Каша гречана з яловичиною». Це потребує капітальних вкладень на придбання нової лінії та будівництво нового цеху.

Тобто, впровадження у виробництва консервів «Каша гречана з яловичиною» привело до зростання обсягу виробництва на 30 т; обсягу виробленої (реалізованої) продукції – на суму 9000 тис. грн; отримання додаткового прибутку на суму 1727 тис. грн. До роботи на лінії будуть залучені 6 працівників. Загальна сума інвестицій на суму 3587,7 тис. грн, в т.ч. в основні засоби – 2610 тис. грн, в оборотні активи – 977,7 тис. грн, окупляться (без дисконтування) за 2,53 роки.

Внаслідок реалізації заходу витрати на 1 грн реалізованої продукції знизилися на 0,80 коп., що свідчить про підвищення ефективності операційної діяльності.

Показники ефективності використання ресурсів підприємства підвищилися: матеріаловіддача зросла на 0,09 %, коефіцієнт оборотності оборотних активів – на 8,88 %, фондівіддача – на 2 %, продуктивність праці – на 1,44 %. Підприємство підвищило ефективність використання ресурсів.

Рентабельність виробництва та продукції підвищилися на 0,97 та 4,76 п.п.

Підприємство зможе вчасно сплатити кредит та в подальшому отримувати від запропонованого заходу ще більший прибуток, так як відсотки за кредит будуть сплачені за три роки.

ВИСНОВКИ

Основний показник ефективності роботи підприємства – це прибуток. Абсолютні розміри прибутку не є достатньою підставою для характеристики якості цієї роботи. Ефективність роботи підприємства визначають за відносним показником, який відображає ступінь прибутковості стосовно того чи іншого фактору виробництва. Таким показником є рентабельність.

Рівень рентабельності діяльності залежить від величини прибутку, обсягу виробленої продукції, витрат виробництва, величини основних виробничих засобів і нормованих оборотних активів. Важливими факторами, що забезпечують зростання прибутку і рентабельності підприємства, є підвищення продуктивності праці, фондівіддачі, економія матеріальних ресурсів, рівень технічного прогресу, а саме, механізації та автоматизації трудомістких технологічних процесів, удосконалення організації виробництва та ін. Урахування підприємством таких факторів дасть змогу підвищувати ефективність його діяльності.

Управління рентабельністю діяльності є процесом розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами формування, розподілу та використання прибутку на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах. Головною метою управління прибутком та рентабельністю є визначення шляхів найбільш ефективного його (прибутку) формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості. Основними шляхами покращення структури формування та використання прибутку підприємства є: визначення пріоритетного напрямку використання прибутку – капіталізації коштів, що спричинить подальший розвиток підприємства та покращення фінансових результатів його діяльності, а також проведення економічної роботи щодо аналізу динаміки та чинників отриманих прибутків у базовому періоді, виявлення резервів, що сприятимуть максимізації прибутку, а також ефективного планування формування, розподілу та використання прибутку на

наступні періоди.

Ринок м'яса і м'ясної продукції розглядають є однією із складових агропродовольчого ринку. Падіння обсягів виробництва м'яса, що спостерігається починаючи з 2014 року по усіх сегментах, окрім курятини, є наслідком загального кризового стану в економіці. Ця тенденція ще більше посилилася з початком російської військової агресії проти України.

Всього в довоєнному 2021 році Україна виробила 2,44 млн тонн м'яса, що на 7 % більше ніж в найменш вдалому та кризовому для виробників 2015–2017 роках. Війна в Україні призвела до значного падіння виробництва м'яса.

Серед продуктів переробки м'яса найбільшу питому вагу займають ковбасні вироби, які і визначають загальну ситуацію на ринку. Динаміка виробництва ковбасних виробів до 2022 року не відповідала динаміці виробництва м'яса. Так, в 2019 році на фоні зростання загального виробництва м'яса відбулося значне скорочення виробництва ковбасних виробів. Причиною цього є те, що основною сировиною для виробництва ковбасних виробів є свинина та яловичина, за якими спостерігається падіння виробництва, а також значний обсяг курятини, який реалізується без технологічної обробки. Це вимагає від виробників активно відслідковувати зміни споживчих переваг і стимулює процеси укрупнення гравців. Найбільш популярним видом ковбасних виробів залишається продукція сегменту «варені, сосиски, сардельки» – 64%.

Ринок продуктів переробки м'яса в Україні характеризується жорсткою конкуренцією. Сьогодні на ринку м'ясної продукції України працює два десятки великих виробників, серед яких лідируючі позиції належать ТОВ «МФ «Фаворит Плюс», ТОВ «Глобинський МК» і ТДВ «МК «Ятрань». Сумарна частка інших виробників становить близько 60 %.

Україна експортує близько 0,1 % вироблених ковбасних виробів щорічно, що є мізерною часткою в порівнянні з обсягами внутрішнього споживання. Традиційним для українського ринку ковбас є перевищення обсягів імпортованої продукції над експортованою. В 2019 році спостерігаємо значне

зростання імпорту ковбасних виробів, це пов'язано зі скороченням вітчизняного виробництва ковбас і необхідністю задовольнити попит при зменшеній пропозиції. Зростання імпорту в 2022, як і у 2021 році відбулося більшою мірою за рахунок зростання сегменту варених ковбас та сосисок.

Серед проблем, які доводиться долати м'ясопереробним підприємствам на тлі війни також слід виділити такі: територіальна розосередженість сільськогосподарських підприємств і господарств населення внаслідок чого виникає дефіцит сировини, нетривалий термін реалізації певних видів готової продукції, скорочення експорту м'ясної продукції через відмінності в контролі безпеки і якості сировини в Україні, ЄС, втрата ринків через конфлікт з росією, недосконалість податкового механізму та недостатність державної підтримки. Крім того, проблемою забезпечення м'ясопереробної галузі тваринницькою продукцією є невисока якість вітчизняної сировини. Все це стримує нарощування обсягів виробництва та знижує конкурентоспроможність готової продукції.

В роботі було проведено дослідження внутрішнього стану підприємства м'ясопереробної галузі України – ПП «Фірма «ГАРМАШ» за 2021-2022 рр.

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком збільшився обсяг продукції у натуральному вираженні на 124,5 тонн (28,59 %). Збільшився обсяг виробленої продукції у діючих та порівнянних цінах на 35,18 та 39,39 % відповідно, а також чистий дохід від реалізації – на 30,37 %. На зростання показників діяльності підприємства вплинули два чинники: зростання цін на одиницю продукції та збільшення обсягу виробленої продукції у натуральному вираженні.

У 2022 році в порівнянні з 2021 роком зросли витрати на виробництво продукції на 31,06 %. Перевищення темпів зростання витрат над темпами зростання доходів вплинуло на зниження фінансового результату від операційної діяльності, який знизився на 34,34 %.

Загальний прибуток підприємства збільшився на 160 тис. грн, а чистий прибуток – на 131 тис. грн.

Витрати на 1 грн реалізованої продукції у 2022 році зросли на 0,53 коп., що свідчить про зниження ефективності операційної діяльності.

Показники ефективності використання ресурсів підприємства підвищилися у 2022 році в порівнянні з 2021 роком: матеріаловіддача зросла на 8,2 %, коефіцієнт оборотності оборотних активів – на 13,31 %, фондівіддача – на 29,46 %, продуктивність праці – на 41,19 %. Підприємство ефективно використовує ресурси.

Рентабельність виробництва знаходиться на низькому рівні, але має тенденцію до зростання.

Загалом підприємство має стійке фінансове положення, високі показники економічної та соціальної ефективності. Але слід звернути увагу підвищення фінансових результатів від операційної діяльності.

Враховуючи сильні та слабкі сторони роботи ПП Фірма «Гармаш», можливості та загрози, які виникають у зовнішньому середовищі підприємства, пропонується для підвищення ефективності роботи підприємства обрання стратегії – диверсифікації асортименту продукції підприємства з фокусуванням на специфічних потребах часу, а саме виробництво нової продукції, яка буде призначена в більшості для військових, – виробництво рослинно-м'ясної консерви «Гречана каша з яловичиною».

Це потребує капітальних вкладень на придбання нової лінії та будівництво нового цеху.

Тобто, впровадження у виробництва консервів «Каша гречана з яловичиною» привело до зростання обсягу виробництва на 30 т; обсягу виробленої (реалізованої) продукції – на суму 9000 тис. грн; отримання додаткового прибутку на суму 1727 тис. грн. До роботи на лінії будуть залучені 6 працівників. Загальна сума інвестицій на суму 3587,7 тис. грн, в т.ч. в основні засоби – 2610 тис. грн, в оборотні активи – 977,7 тис. грн, окупляться (без дисконтування) за 2,53 роки.

Внаслідок реалізації заходу витрати на 1 грн реалізованої продукції знизилися на 0,80 коп., що свідчить про підвищення ефективності операційної діяльності.

Показники ефективності використання ресурсів підприємства підвищилися: матеріаловіддача зросла на 0,09 %, коефіцієнт оборотності оборотних активів – на 8,88 %, фондівіддача – на 2 %, продуктивність праці – на 1,44 %. Підприємство підвищило ефективність використання ресурсів.

Рентабельність виробництва та продукції підвищилися на 0,97 та 4,76 п.п.

Підприємство зможе вчасно сплатити кредит та в подальшому отримувати від запропонованого заходу ще більший прибуток, так як відсотки за кредит будуть сплачені за три роки.

Показники ефективності проєкту свідчать про доцільність та обґрунтованість його реалізації, так як чистий приведений дохід за три роки реалізації проєкту має позитивне значення, індекс доходності вищий за 1,0, внутрішня ставка доходності за проєктом перевищує середньозважену ціну капіталу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ласій В.Г. Про динамічні показники «Внутрішньої норми доходу та рентабельності капітальних вкладень». *Актуальні проблеми економіки*. 2004. №4-С. 137-141.
2. Амельченко Т.В. Прибутковість як один із найважливіших показників ефективності діяльності підприємства. *Економіка Криму*. № 2(31), 2010.
3. Економічна енциклопедія: У 3-х т. Відп. ред. С.В. Мочерний та ін. К.: Академія, 2000. 864 с.
4. Економіка підприємства: підручника; за ред. Г.О. Швиданенко. К.: КНЕУ, 2009. 816 с.
5. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. *Экономикс: принципы, проблемы и политика*: В 2-х т. Пер. С англ., 13-го изд. 2000. Т. 1. 486 с.
6. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2001, 540 с.
7. Сіваченко І.Ю., Козак Ю.Г., Єханурова Ю.І. Управління міжнародною конкурентноспроможністю підприємств: навч. посіб. для ВНЗ (рек. МОН України).- 2-е вид. К. ЦУЛ, 2006. 456 с.
8. Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації. К. Наукова думка, 2003. 334 с.
9. Антонюк К.І. Дослідження підходів до розробки маркетингової стратегії компанії. *Сучасні проблеми розвитку підприємництва в Україні* : VI Міжн. наук.-практ. конф., 22–23 лист. 2007 р.: мат. К.: ІВЦ Вид-во «Політехніка», 2007. С. 110–112.
10. Борисенко З. Основи конкурентної політики: навч. посіб. для ВНЗ (затв. МОН України). К. Таксон, 2004. 704 с.
11. Антонюк К. І. Особливості диференціації як основи конкурентної стратегії. Управління підприємством: діагностика, стратегія, ефективність: XVI Міжн. наук.-практ. конф., Таллінн, 10–11 квітн. 2008 р.: мат. К.: ВПІ «Політехніка», 2008.14–15.
12. Куденко Н.В., Комліченко К.І. Маркетингове дослідження

підприємств за допомогою методик управління якістю. *Формування ринкової економіки*: Зб. наук. праць. К. : КНЕУ, 2007. Вип. 17. С. 167–182

13. Іванова Ю.Б., Тищенко О.М. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія. Х. ИНЖЭК-2006 384 с.

14. Куденко Н.В., Комліченко К.І. Маркетингове позиціонування: різновиди та взаємозв'язок категорій. *Формування ринкової економіки*: Зб. наук. праць. Спец. вип. Маркетинг: теорія і практика. К. : КНЕУ, 2007. Ч. I. С. 393–401,

15. Пігуль Н.Г. Управління прибутком підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2010. № 28. С. 125-132.

16. Лігоненко Л.О. Дискусійні питання щодо трактування сутності та співвідношення понять «ефективність» і «результативність» управління підприємством. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. №10. С. 207-216.

17. Блонська В.І. Стратегічне управління прибутком підприємства *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.5.

18. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 24.03.2024)

19. Стрельнікова Д. Сегментація українського ринку м'ясної продукції. *Економіка та держава*. 2013. № 3. С. 69 – 71.

20. Маркіна І. А. Особливості функціонування та тенденції розвитку ринку м'яса та м'ясної продукції в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. Том 4. № 4. С. 119– 128.

21. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010-2021). URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/fin/pssg/orpsg_ek_2010_2021_ue.xlsx (дата звернення 02.04.2024)

22. Дос'є компанії ПП Фірма «ГАРМАШ». URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/25036281/ (дата звернення 28.03.2024)

23. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Методика економічного аналізу діяльності підприємства» для здобувачів вищої освіти ступеню «Бакалавр» спеціальності 051 «Економіка», ОПП «Економіка підприємства» / Укл. Н.М. Купріна, О.П. Антонюк, Т.М. Ступницька, Х.О. Баранюк, Т.А. Кулаковська. Одеса, ОНТУ, 2023. 38 с.

24. Форма №1. Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2021 року. ПП Фірма «ГАРМАШ»

25. Форма №1. Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2022 року. ПП Фірма «ГАРМАШ»

26. Форма №2. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2021 рік. ПП фірма «ГАРМАШ»

27. Форма №2. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2022 рік. ПП фірма «ГАРМАШ»

28. Форма №5. Примітки до річної фінансової звітності за 2021 рік. ПП фірма «ГАРМАШ»

29. Форма №5. Примітки до річної фінансової звітності за 2022 рік. ПП фірма «ГАРМАШ»

30. Україна – світовий супермаркет екологічних продуктів. Дослідження Українського інституту майбутнього. URL: <https://strategy.uifuture.org/ukraina%E2%80%93sv%D1%96toviy-supermarket-ekolog%D1%96chnix-produkt%D1%96v.html> (дата звернення 05.05.2024)

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

ННІ прикладної економіки і менеджменту ім. Г.Е. Вейнштейна

Кафедра економіки промисловості

Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма «Економіка підприємства»



ДОДАТКИ
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

**на тему «Обґрунтування стратегії підвищення прибутковості
діяльності ПП Фірма «Гармаш»**

Здобувачки _____ Чісладжи А.Д.

Керівник _____ проф. Замлинський В.А.

Одеса – 2024 рік

ДОДАТОК А

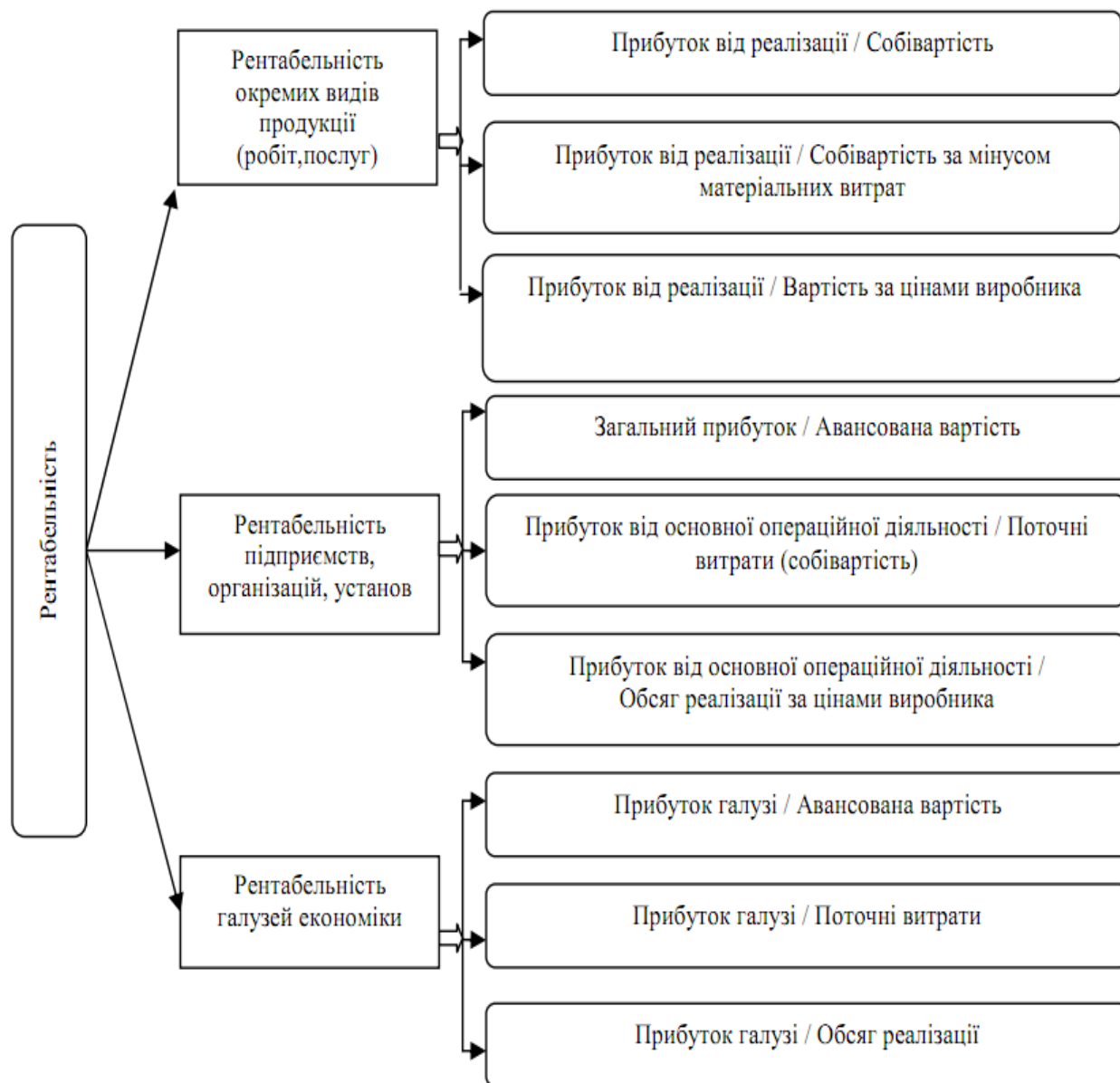


Рис. 1. Різновиди показників рентабельності

ДОДАТОК Б

Таблиця 1

Характерні ознаки конкурентних стратегій (згідно з підходом М. Портера)

Стратегія	Основні ознаки	Ризики
Лідерування на основі зниження витрат (цін)	Виробничі характеристики: «ніхто не зробить це дешевше». Маркетингові особливості: «розрахунки ціни / низькі витрати» Стандартизована продукція: тільки кілька різновидів, обмеженість вибору Ніяких значних змін у веденні справ: «репутація скромної та надійної компанії». Урахування особливостей «кривої досвіду»: зниження цін → додатковий дохід за рахунок зростання обсягів продажу та частки ринку → зниження умовно постійних витрат на одиницю продукції внаслідок ефекту масштабу. Висока продуктивність у розрахунку на 1 робітника. Зниження витрат на інновації. Можливості встановлення нижньої границі ринкових цін: лідерська позиція дає змогу використовувати ціни як наступальну чи оборонну зброю. Допустимий низький маржинальний прибуток при великих оборотах.	При технологічному прориві (винаході, створення нової технології) — ризик втратити перевагу Сходження нанівесць зроблених раніше інвестицій. Необхідність додаткових витрат («витрати кон версій») на реконструкцію (ліквідацію) масового виробництва. Дослідження конкурентами тих самих показників внаслідок імітації та цілеспрямованих заходів щодо зниження витрат. Запізнення з реакцією на зміни на ринку внаслідок надзосередження на проблемах витрат. Інвестиційне зростання витрат, внаслідок чого неможливо звести до мінімуму переваги диференціації.
Диференціація	Виробничі характеристики: «ніхто не зробить це краще». Маркетингові особливості: «наші продукти (послуги) – найкращі серед інших». Основа – різноманітність, вибір за моделями, партіями, деталями, обслуговуванням тощо. Створення більше однієї відмінної характеристики товару (послуги). Різнманітні інновації. Індивідуальні ціни, які перевищують витрати на отримання різноманітних ознак. Інтенсивна рекламна та збутова діяльність.	Привабливість диференціації (тобто особливість асортименту, додаткових послуг) може стати меншою, ніж економічні мотиватори, оскільки диференціація, як правило, дорого коштує (порівняно з серійним і масовим виробництвом аналогічної продукції). Потреби у диференціації зменшуються внаслідок підвищення інформованості споживачів про ситуацію на ринку взагалі та по окремих групах товарів. Імітація може приховати різницю між товарами (особливо на етапі зрілості галузі).
Фокусування	Виробничі характеристики: «виготовлене саме для тебе». Маркетингові особливості: «ми задовольняємо твої потреби краще за всіх». Спеціалізація на певну нішу: сегмент покупців, географічний регіон, кінцеве споживання . Конкурентні переваги захищаються: а) лідеруванням на основі зниження витрат у певному сегменті ринку або б) поглибленою диференціацією.	Зниження ефекту диференціації фокусуванням за рахунок підвищення витрат на обслуговування вузької стратегічної цільової групи («рух ліворуч від точки беззбитковості»). Скорочення відмінностей у характеристиках потреб вузької стратегічної групи та ринку взагалі. За рахунок подальшої сегментації ринку всередині стратегічної цільової групи, що здійснює конкурент (втрата споживачів).

ДОДАТОК В



Рис 2. Модель стратегічного управління рентабельністю підприємств

ДОДАТОК Г

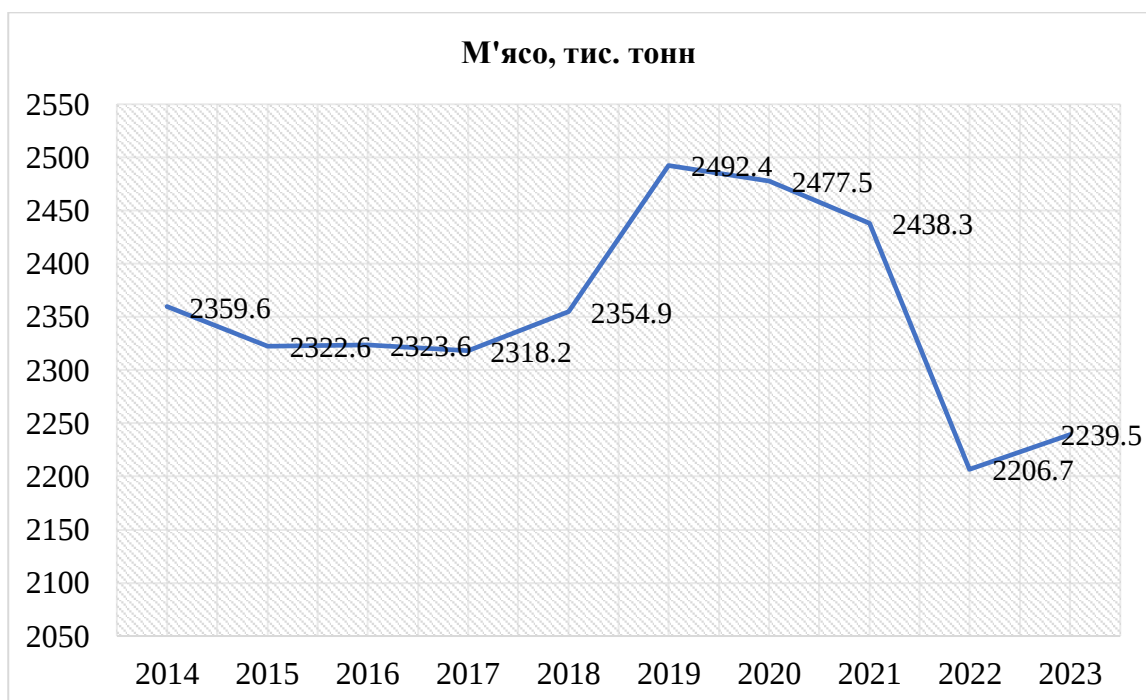


Рис. 3. Динаміка виробництва м'яса в Україні, тис. тонн

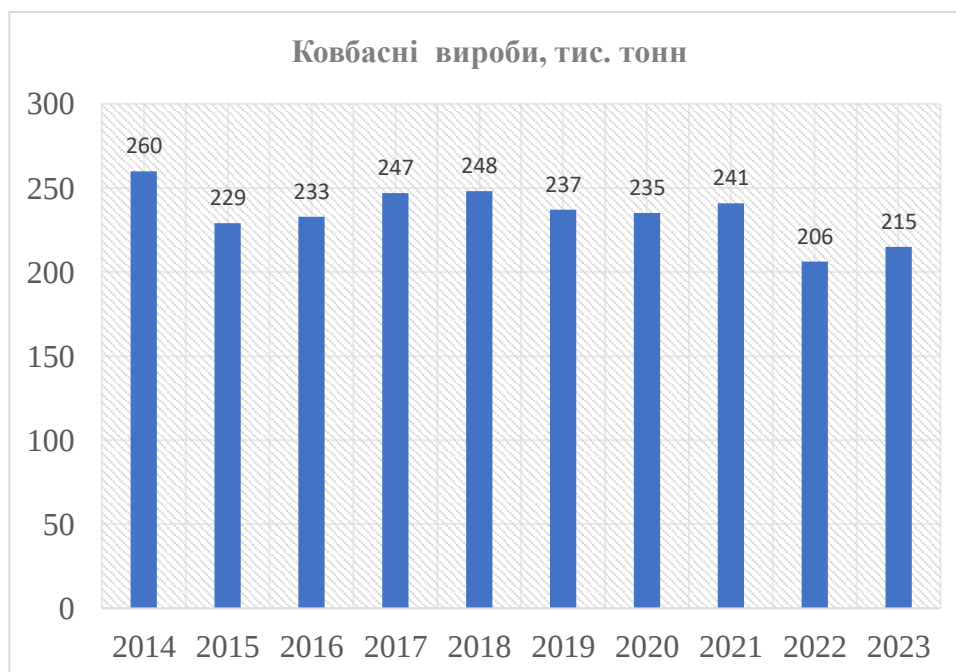


Рис. 4. Динаміка виробництва ковбасних виробів в Україні, тис. тонн

ДОДАТОК Д

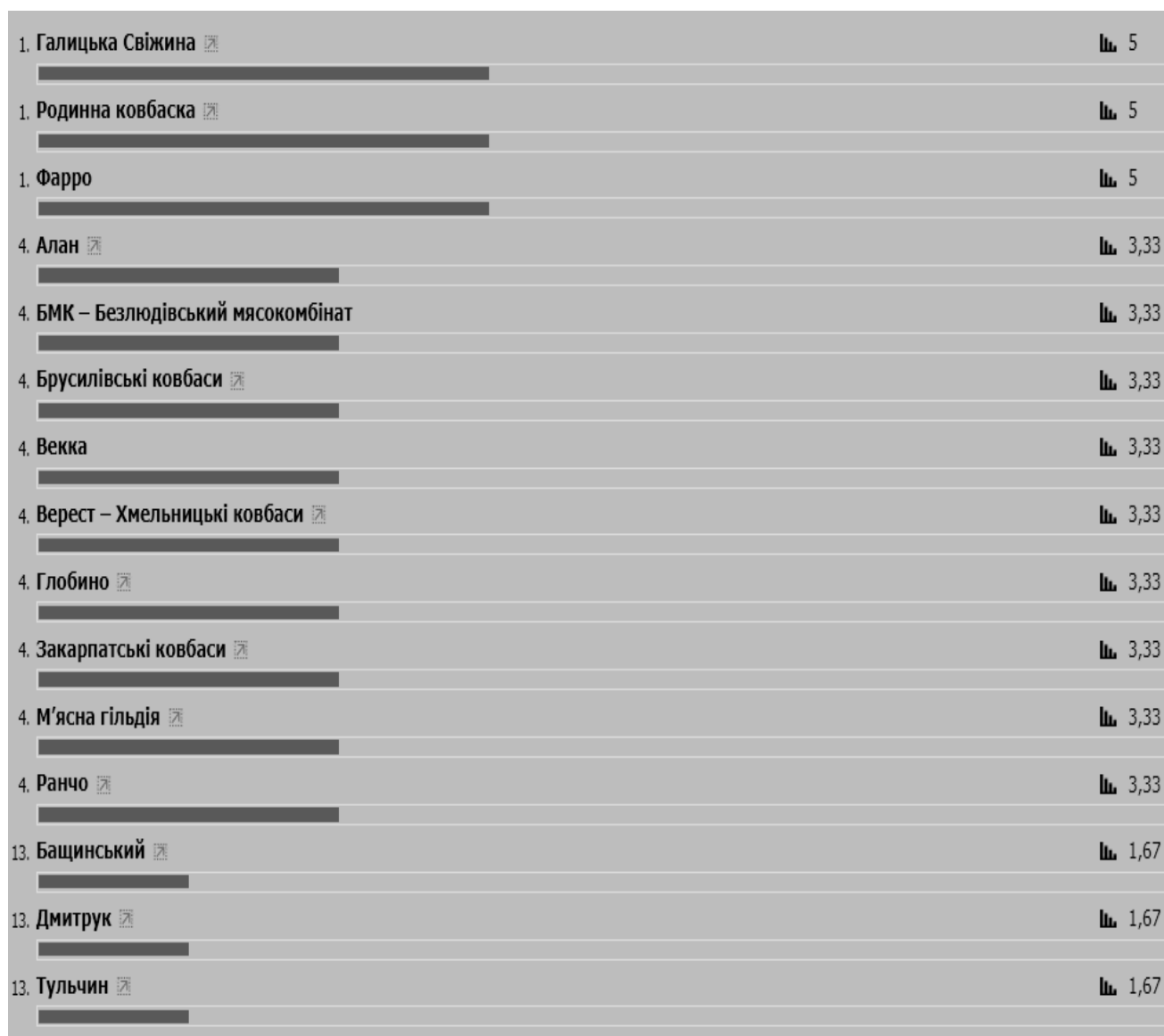


Рис. 5. ТОП-13 виробників ковбасних виробів за анкетуванням споживачів та експертів

ДОДАТОК Ж

Таблиця 2

**Результати економічного аналізу діяльності ПП Фірма «ГАРМАШ» в
2022 році порівняно з 2021 роком**

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Обсяг продукції в натуральному виразі, т	435,5	560	124,5	28,59
2. Обсяг продукції в оптових цінах без ПДВ та акцизного збору*, тис. грн				
– у діючих оптових цінах	65213,3	88156	22942,7	35,18
– у порівнянних оптових цінах	63243,6	88156	24912,4	39,39
3. Середня оптова ціна за 1 тону продукції, грн	149744	157421	7677	5,13
4. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	68313	89057	20744,0	30,37
5. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	51880	72444	20564,0	39,64
6. Адміністративні витрати, тис. грн	7751	7411	-340,0	-4,39
7. Витрати на збут, тис. грн	7954	8724	770,0	9,68
8. Валовий прибуток, тис. грн	16433	16613	180,0	1,10
9. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	67585	88579	20994	31,06
10. Витрати на 1 гривню реалізованої продукції, коп.	98,93	99,46	0,53	0,53
11. Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн, в тому числі:	318	478	160	50,31
- від основної операційної діяльності	728	478	-250	-34,34
- від іншої операційної діяльності	0	0	0	0
- від фінансової діяльності	-410	0	410	-100,00
- від іншої діяльності	0	0	0	0
12. Податок на прибуток, тис. грн	57	86	29	50,88
13. Чистий прибуток, тис. грн	261	392	131	50,19
14. Матеріальні витрати, тис. грн	48030	57869	9839	20,49
15. Матеріаловіддача, грн/грн	1,42	1,54	0,12	8,20
16. Матеріаломісткість продукції, грн	0,70	0,65	-0,05	-7,58
17. Середня кількість працівників підприємства, осіб	157	155	-2	-1,27
18. Продуктивність праці одного працівника підприємства, тис. грн/особу	402,8	568,7	165,9	41,19
19. Фонд оплати праці штатних працівників підприємства, тис. грн	9100	11157	2057,0	22,60
20. Середня річна заробітна плата одного працівника підприємства, грн	57962	71981	14019	24,19
21. Середня річна вартість основних засобів за основним видом діяльності, тис. грн	79707	86663,5	6956,5	8,73
22. Фондовіддача, грн/грн	0,79	1,02	0,23	29,46
23. Фондорентабельність, %	0,33	0,45	0,12	x
24. Середня річна вартість оборотних активів, тис. грн	75329	86668,5	11339,5	15,05
25. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,9	1,0	0,1	13,31
26. Рентабельність продукції, %	24,06	18,65	-5,4	x
27. Рентабельність виробництва, %	0,21	0,28	0,07	x

ДОДАТОК 3

Таблиця 3

Формування та динаміка рентабельності продукції

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	68313	89057	20744	30,37
2. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	51880	72444	20564	39,64
3. Валовий прибуток (збиток), тис. грн	16433	16613	180	1,10
4. Прибуток від реалізації продукції, тис. грн	728	478	-250	-34,34
5. Рентабельність продукції [як відношення валового прибутку до собівартості реалізованої продукції], %	31,68	22,93	-8,74	-
6. Рентабельність продукції [як відношення валового прибутку до чистого доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг], %	24,06	18,65	-5,40	-

Таблиця 4

Аналіз рентабельності виробництва

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абс.	%
1. Прибуток до оподаткування, тис. грн	318	478	160	50,31
2. Середня річна вартість основних засобів за основним видом діяльності, тис. грн	79707	86663,5	6956,5	8,73
3. Середня річна вартість оборотних активів, тис. грн	75329	86668,5	11339,5	15,05
4. Середня річна вартість виробничих засобів, тис. грн	155036	173332	18296	11,80
5. Рентабельність виробництва, %	0,21	0,28	0,07	x

ДОДАТОК К

Таблиця 5

Матриця SWOT-аналізу ПП Фірма «Гармаш»

Внутрішнє середовище	
Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Наявність сировинної бази (свині, кури, ВРХ тощо) Кваліфікований робочий персонал Широкий асортимент м'ясної продукції Налагоджена збутова мережа роздрібної торгівлі продукцією Здатність виробляти високоякісну продукцію Зростання попиту на органічну, екологічно чисту продукцію Нарощування експорту продукції Територіальна наближеність виробника до кінцевого споживача	Низький рівень фінансування розвитку (продукції, технології, персоналу тощо) Наявність застарілого обладнання на підприємстві Недосконалість системи управління підприємством та збутом Зростання конкуренції з боку іноземних виробників Дотримання норм та термінів зберігання продукції Низька заробітна плата в галузі Недостатня кількість продукції, що відповідає стандартам ЄС Низька платоспроможність населення Робоча міграція кваліфікованих працівників, викликана воєнними діями на території країни
Зовнішнє середовище	
Можливості (O)	Загрози (T)
Розширення товарного асортименту Зниження витрат на збут Розширення збутової мережі роздрібного продажу Удосконалення дилерської мережі Нарощування обсягів виробництва продукції з урахуванням орієнтації на виробництво продукції «Здорової їжі» Покращення контрольних механізмів якості та безпеки м'ясних продуктів Використання вільних виробничих площ та земельних ділянок Можливість отримання безпроцентного кредитування у вигляді грантів від країн-донорів	Зниження купівельної спроможності населення Зростання кількості недобросовісних конкурентів Значна залежність цін від ситуації на ринку сільськогосподарської продукції та купівельної спроможності населення Економічна ситуації в країні Військовий стан, воєнні дії на території країни Близькість кордонів країни до країни-агресора Неконкурентоздатність частини продукції з причин невідповідності стандартам ЄС Зниження рівня захищеності внутрішнього продовольчого ринку Можливість банкрутства малих м'ясопереробних підприємств через нестачу внутрішніх коштів на оновлення виробництва Висока інфляція, пов'язана з нестабільністю економічного стану в країні Зниження чисельності населення внаслідок еміграції населення та високої смертності у воєнний період

ДОДАТОК Л

Таблиця 6

Потреба та вартість витрат сировини, основних матеріалів і тари на 1 тону та на весь обсяг випуску консервів «Каша гречана з яловичиною»

Найменування сировини, основних матеріалів, тари	Норма витрат на 1 т продукції, кг	Планова ціна одиниці, грн./кг	Вартість на 1 т продукції, грн	Вартість на весь обсяг випуску, тис. грн
Яловичина 1 гат.	531	180	95580	2867,4
Яловичий жир-сирець	143	140	20020	600,6
Топлений жир	11	95	1045	31,35
Цибуля ріпчаста	61,4	20	1228	36,84
Гречана крупа	242,1	27	6536,7	196,101
Борошно пшеничне 1 гат.	8,3	20	166	4,98
Сіль	15	12	180	5,4
Перець чорний молотий	0,45	360	162	4,86
Вода	800	36	28800	864
Всього сировини			153717,7	4611,5
транспортні витрати (3%)			4611,5	138,3
Жерстяна банка	2942	7,5	22065	662,0
кришка Easy-Open	2942	3,3	9708,6	291,3
етикетка	2,8	42	117,6	3,5
коробки	220	16,2	3564	106,9
скоч	8	28	224	6,7
Всього матеріалів			35679,2	1070,4
Електроенергія, кВт	137	6,58	901,5	27,0
Вода, м³	6	32,14	192,8	5,8
Усього енергетичних витрат			1094,3	32,8
Матеріальні витрати всього			195102,7	5853,1

Таблиця 7

Розрахунок собівартості 1 тонни та всього випуску продукції

Найменування витрат	На 1 тону, грн	На весь обсяг виробництва тис. грн,		
		1 рік	2 рік	3 рік
Матеріальні витрати	195102,7	5853,1	5853,08	5853,08
Основна й додаткова заробітна плата виробничих робітників	3822,4	114,67	114,67	114,67
Відрахування на соціальні заходи	840,9	25,23	25,23	25,23
Витрати на утримання і експлуатацію устаткування	6300	189	189	189
Загальновиробничі витрати	2520	75,6	75,6	75,6
Витрати на збут	2933,3	88	88	88
Адміністративні витрати	3780	113,4	113,4	113,4
інші витрати	27133,3	1221	814	407
Повна собівартість	242432,73	7679,98	7272,98	6865,98
Прибуток (рентабельність 23,7 %)	57567,27	1320,02	1727,02	2134,02
Оптова ціна / Обсяг виробленої продукції	300000	9000	9000	9000

ДОДАТОК М

Таблиця 8

Показники ефективності проєкту

Показники	Період реалізації проєкту				Всього
	0	1	2	3	
ІК, сума інвестицій у проєкт, всього	3587,7				
Амортизаційні відрахування		378	378	378	1134
Чистий прибуток		1082,4	1416,2	1749,9	4248,46
Грошовий потік від проєкту		1460,4	1794,2	2127,9	5382,46
Середньозважена вартість капіталу (СВК), %	25				
Ставка дисконту		0,800	0,640	0,512	
Дисконтований грошовий потік у році		1168	1148	1089	3406
Дисконтирований грошовий потік нарастаючим підсумком		1168	2317	3406	
Дисконтований чистий прибуток		865,93	906,34	895,95	2668,22
NPV, тис. грн					182
Індекс доходності (ІД);					1,05
Період окупності (ПО); років					2,53
Період окупності с урахуванням дисконтування (ПОдис.), років					3,17
Рентабельність інвестицій (Ri) за весь період реалізації проєкту, %					24,8
Внутрішня норма доходності проєкту, %					25,2%

ДОДАТОК Н

Таблиця 9

Вплив заходу на основні техніко-економічні показники діяльності ПП Фірма «Гармаш»»

№	Найменування проекту	Інвестиції, тис. грн.			Зміни показників діяльності підприємства (±)									
		Всього	у тому числі в		Вироблена (реалізована) продукція, тис. грн.	Собівартість, тис. грн.						Чистий прибуток, тис. грн.	Чисельність зайнятих, люд	Строк окупності інвестицій, років
			основні засоби	оборотні кошти		у тому числі:								
						Всього	матеріальні витрати	витрати на оплату праці	відрахування на соціальні заходи	амортизація основних засобів	інші операційні витрати			
1.	Виробництво м'ясо-рослинних консервів «Каша гречана з яловичиною»	3587,7	2610	977,7	9000	7273	5853,1	114,7	25,2	378	902	1416,1	6	2,53

ДОДАТОК О

Таблиця 10

Показники діяльності підприємства до та після впровадження проєкту

Показники	2022 рік	проєкт	Відхилення	
			абс.	%
1. Обсяг продукції в натуральному виразі, т	560	590	30	5,36
2. Обсяг продукції в оптових цінах без ПДВ та акцизного збору*, тис. грн	88156	97156	9000	10,21
– у діючих оптових цінах				
– у порівнянних оптових цінах				
3. Середня оптова ціна за 1 тону продукції, грн	157421	164671,2	7250	4,61
4. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	89057	98057	9000	10,11
5. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	72444	78727	6283	8,67
6. Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	88579	95852	7273	8,21
7. Витрати на 1 гривню реалізованої продукції, коп.	99,46	98,66	-0,802	-0,81
8. Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн	478	2205	1727	361,3
в тому числі:				
- від основної операційної діяльності				
- від іншої операційної діяльності				
- від фінансової діяльності				
- від іншої діяльності				
9. Податок на прибуток, тис. грн	86	396,9	310,86	361
10. Чистий прибуток, тис. грн	392	1808,14	1416,1	361
11. Матеріальні витрати, тис. грн	57869	63722	5853	10
12. Матеріаловіддача, грн/грн	1,523	1,525	0,0013	0,09
13. Матеріаломісткість продукції, грн	0,6564	0,6559	-0,0006	-0,09
14. Середня кількість працівників підприємства, осіб	155	161	6	3,87
15. Продуктивність праці одного працівника підприємства, тис. грн/особу	568,7	576,9	8,19	1,44
16. Фонд оплати праці штатних працівників підприємства, тис. грн	11157	11271,80	114,8	1,03
17. Середня річна вартість основних засобів за основним видом діяльності, тис. грн	86663,5	89273,50	2610	3,01
18. Фондовіддача, грн/грн	1,02	1,04	0,02	2,00
19. Фондорентабельність, %	0,45	2,03	1,57	х
20. Середня річна вартість оборотних активів, тис. грн	86668,5	87646,2	977,7	1,13
21. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,03	1,12	0,091	8,88
22. Рентабельність продукції, %	18,65	23,41	4,76	х
23. Рентабельність виробництва, %	0,28	1,25	0,97	х