

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗА ВИДАМИ ДІЯЛЬНОСТІ

Навчальний посібник

Одеса ОНЕУ 2018

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗА ВИДАМИ ДІЯЛЬНОСТІ

Навчальний посібник

Одеса ОНЕУ 2018

**УДК:
657(075.8)
Е45**

Рекомендовано Вченою радою Одеського національного економічного університету
(Протокол № 9 від 15.05.2018р.)

Рецензенти:

А.Г. Ахламов – заслужений діяч науки і техніки України, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри Економічної та фінансової політики Одеського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Презентові України.

Н.В. Потривасва – доктор економічних наук, професор Кафедри обліку і оподаткування Миколаївського національного аграрного університету .

Г.О. Москалюк – кандидат економічних наук, доцент, декан обліково – економічного факультету Одеського національного економічного університету.

Економічний аналіз за видами діяльності: Навч. посібник. /Н.А. Волкова, Р.М. Волчек, О.М. Гайдаєнко та ін. – Одеса: ОНЕУ, Кримполіграфпапір.– 2018. – 181с.

Колектив авторів:

Волкова Н.А. – к.е.н., доцент (Вступ, параграф 2)

Волчек Р.М. – к.е.н., доцент (параграф 3)

Гайдаєнко О.М. – к.е.н., доцент (параграф 1)

Коляда А.Л. – к.е.н., викл. (параграф 3)

Шевчук Н.С. – к.е.н., доцент (параграф 4)

Чернишова Л.В. – к.е.н., доцент (параграф 1)

Навчальний посібник підготовлено відповідно до програми навчальної дисципліни «Економічний аналіз за видами діяльності» для студентів усіх напрямків підготовки економічних спеціальностей вищих навчальних закладів.

Головна мета посібника – засвоєння знань з методики та техніки проведення аналітичних досліджень для обґрунтування оптимальних управлінських рішень, виявлення резервів підвищення ефективності діяльності підприємств.

Навчальний посібник сприяє опануванню теоретичних та практичних основ економічного аналізу за видами діяльності. Особливу увагу автори приділяють економічному аналізу таких важливих видів діяльності як сільське господарство, торгівля, переробне виробництво, будівництво.

Значну увагу приділено інтерпретації показників звітності і трактуванні результатів аналізу з позиції економічного аналізу. Усі методики проілюстровано наскрізним прикладом. Для кожної теми наведено контрольні запитання, ключові слова, глосарії.

Для викладачів і студентів економічних спеціальностей, а також фахівців з економіки, фінансів, бухгалтерського обліку та менеджменту.

**УДК:
657(075.8)
Е45**

Зміст

Вступ	6
1. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	7
1. Мета, завдання і джерела аналізу.....	9
2. Аналіз динаміки та виконання плану з роздрібного товарообороту.....	15
3. Аналіз впливу чинників на зміну обсягу роздрібного товарообороту	18
4. Систематизація і узагальнення результатів факторного аналізу роздрібного товарообороту	23
5. Аналіз витрат діяльності торговельного підприємства	26
6. Аналіз фінансових результатів торговельного підприємства	33
7. Особливості аналізу діяльності підприємств оптової торгівлі	42
2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	68
1. Загальна характеристика діяльності сільськогосподарських підприємств .	69
2. Аналіз виробничого (ресурсного) забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств.....	71
3. Особливості аналізу виробництва продукції рослинництва и тваринництва	76
4. Особливості аналізу виробництва продукції тваринництва.....	83
5. Аналіз собівартості сільськогосподарської продукції.....	91
6. Аналіз обсягу продажі сільськогосподарської продукції.....	99
3. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	106
1. Фактори, що впливають на ефективність господарювання підприємств харчової промисловості на макро-, мезо- та мікроекономічному рівні.....	108
2. Оцінювання варіантів стратегічних змін у діяльності харчових підприємств з урахуванням недопущення їхнього кризового стану	116
3. Обґрунтування створення зворотної вертикальної інтеграції та ефективності її функціонування за участю м'ясопереробних підприємств ..	131
4. АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	152
1. Особливості економіки будівельної галузі.....	153
2. Аналіз обсягу, структури та якості будівельно-монтажних робіт.	157
3. Аналіз факторів, що впливають на виконання виробничої програми будівельної організації.	159
4. Аналіз собівартості будівельно-монтажної продукції.....	161
Література	167

Вступ

Забезпечення ефективного функціонування підприємств потребує економічно грамотного управління їхньою діяльністю, яке багато в чому визначається вмінням її аналізувати. За допомогою аналізу вивчають тенденції розвитку, глибоко і системно досліджують фактори зміни результатів діяльності, обґрунтовують плани та управлінські рішення, здійснюють контроль за виконанням їх, виявляють резерви підвищення ефективності виробництва, оцінюють результати діяльності підприємства, виробляють економічну стратегію його розвитку.

Економічний аналіз – це наукова база прийняття управлінських рішень у бізнесі. Для обґрунтування їх необхідно виявляти і прогнозувати наявні та потенційні проблеми, виробничі та фінансові ризики, визначати вплив управлінських рішень на рівень ризиків і доходів суб'єкта господарювання.

Обов'язок кваліфікованого економіста, фінансиста, бухгалтера, аудитора та інших спеціалістів економічного профілю – добре володіти сучасними методами економічних досліджень, майстерно виконувати комплексний мікроекономічний аналіз. Завдяки умінню опанувати техніку і технологію аналізу вони зможуть легко адаптуватися до змін ринкової ситуації і знаходити правильні рішення та відповіді. З огляду на це засвоєння основ економічного аналізу корисне для кожного, кому доводиться брати участь в ухваленні рішень або давати рекомендації щодо прийняття їх чи зазнавати на собі їх наслідки.

Основна мета вивчення цієї навчальної дисципліни – формування у студентів аналітичного творчого мислення шляхом опанування теоретичних основ економічного аналізу за видами діяльності та набуття навичок, необхідних у практичній роботі.

У процесі вивчення курсу студенти мають навчитися розуміти сутність економічних явищ і процесів, які відбуваються на підприємствах АПК, торгівлі та будівництва, внутрішні взаємозв'язки і взаємозалежність, уміння деталізувати, систематизувати і моделювати, визначати вплив факторів, оцінювати досягнуті результати, виявляти резерви підвищення ефективності функціонування підприємства.

1. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

1. Мета, завдання і джерела аналізу.
2. Аналіз динаміки та виконання плану з роздрібного товарообороту.
3. Аналіз впливу чинників на зміну обсягу роздрібного товарообороту.
4. Систематизація і узагальнення результатів факторного аналізу роздрібного товарообігу.
5. Аналіз витрат діяльності торговельного підприємства.
6. Аналіз фінансових результатів торговельного підприємства.
7. Особливості аналізу діяльності підприємств оптової торгівлі.

Ключові слова: торгівля, оптова торгівля, роздрібна торгівля, товарооборот, товарна група, товар.

Глосарій:

Внутрішня торгівля включає оптову та роздрібну торгівлю. Відповідно до Класифікації видів економічної діяльності (ДК 009:2010) така діяльність класифікується в секції "G". Відповідно до Методологічних основ та пояснень до позицій Класифікації видів економічної діяльності (КВЕД-2010), затверджених наказом Держкомстату від 23.12.2011 № 396, *критерієм віднесення торгівлі до оптової або роздрібної* виступає переважаючий тип покупця (споживача) і характер використання товару:

- у оптовій торгівлі – це перепродаж (продаж без перероблення) нових або уживаних товарів іншим суб'єктам господарювання для використання у виробничій діяльності або для подальшого перепродажу;

- у роздрібній торгівлі – це перепродаж (продаж без перероблення) нових або уживаних товарів для особистого споживання або домашнього користування переважно населенням.

Оптовий товарооборот – вартість проданих підприємствами (юридичними особами), основним видом економічної діяльності яких є оптова торгівля, товарів (продукції) як у межах України, так і на експорт, що зазначена

в оформлених як підстава для розрахунків з покупцями документах, за винятком непрямих податків (ПДВ, акцизного збору тощо).

Оборот роздрібної торгівлі – це узагальнений показник, який включає дані щодо роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців), *основним видом економічної діяльності яких є роздрібна торгівля*. Показник розраховується згідно з Методикою розрахунку обороту роздрібної торгівлі з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців, затвердженою наказом Держстату від 04.04.2016 № 53, починаючи з січня 2017 року.

Роздрібний товарооборот – це частина обороту підприємств за видом економічної діяльності роздрібна торгівля, який включає дохід від перепродажу безпосередньо населенню споживчих товарів (за готівку, банківські платіжні картки тощо) через магазини, інтернет-магазини, аптеки, автозаправні станції, кіоски, лотки, намети, фірми поштового замовлення тощо, з урахуванням суми непрямих податків на продані споживчі товари (ПДВ, акцизний збір тощо).

Товарна група – сукупність товарів, що об'єднані за ознакою однорідності сировини і матеріалу, призначення, способу виробництва тощо. Перелік товарних груп (товарна структура) для збору, обробки та публікації статистичної інформації щодо роздрібної та оптової торгівлі юридичних осіб сформований відповідно до Статистичної класифікації продукції (СКП), яка гармонізована з Класифікацією продукції за видами економічної діяльності Європейського Союзу (CРА, 2008).

Індекс фізичного обсягу обороту роздрібної торгівлі або роздрібного товарообороту розраховується на підставі Методичних рекомендацій розрахунків індексів фізичного обсягу роздрібного товарообороту, затверджених наказом Держкомстату від 06.11.2000 № 353, як відношення обсягу обороту роздрібної торгівлі або роздрібного товарообороту за звітний період звітного року до обсягу відповідного періоду попереднього року,

перерахованого у порівнянних цінах з використанням індексу споживчих цін, обчисленого за індивідуальними індексами споживчих цін на товари.

У разі транзитної реалізації товарів за участю в розрахунках оптове підприємство не тільки є організатором обороту, але й само веде розрахунки за товари як з постачальниками, так і з покупцями.

У разі реалізації товарів транзитом без участі в розрахунках оптове підприємство виступає як посередник: бере активну участь в операціях, пов'язаних з плануванням поставок, визначенням номенклатури товарів, укладанням договорів з постачальниками і покупцями; контролює їх виконання. Однак розрахунки з постачальником веде безпосередньо покупець (одержувач товарів).

1. Мета, завдання і джерела аналізу

Показник роздрібного товарообороту вважався і буде вважатися одним із найважливіших в умовах будь-якого економічного укладу. Він наближається за своїм значенням до такого показника, як сукупний внутрішній валовий продукт, являючись органічною складовою останнього.

Обсяг роздрібного товарообороту складається із суми продажу товарів для безпосереднього споживання населенням країни в обмін на особисті доходи.

Завдання аналізу:

1. Оцінювання динаміки і виконання плану з роздрібного товарообороту.
2. Аналіз додержання запланованої структури товарообороту і виконання плану з асортименту.
3. Групування чинників, що впливають на обсяг роздрібного товарообороту.
4. Аналіз впливу на обсяг роздрібного товарообороту товарних запасів.
5. Оцінювання впливу на обсяг роздрібного товарообороту чинників праці.
6. Оцінювання впливу на обсяг роздрібного товарообороту використання основних засобів.

7. Систематизація і узагальнення результатів факторного аналізу роздрібного товарообігу.

Джерелами інформації для аналізу є: дані форми 1-торг "Звіт про продаж та запаси товарів у торговій мережі", форми 1-підприємство "Звіт про основні показники діяльності підприємства", річного звіту підприємства, дані плану.

Під роздрібним торговцем розуміють юридичну або фізичну особу (організацію, фірму, компанію, підприємство, одиницю тощо), що є заключною ланкою різноманітних каналів товаропросування від виробників до споживачів, діє на споживчому ринку і спеціалізується на продажу товарів та послуг, призначених для особистого кінцевого використання й споживання.

Спільною ознакою роздрібних торговців незалежно від організаційно-правової форми й обсягів діяльності є виконання єдиних функцій:

- забезпечення конкретного асортименту товарів або послуг;
- подрібнення закуплених партій товарів;
- короткочасне зберігання запасів;
- забезпечення сервісу.

Забезпечення конкретного асортименту товарів або послуг виявляється в концентрації на відносно невеликій площі магазину значної кількості видів, різновидів і найменувань товарів, придбаних від багатьох товаровиробників. Конкретність асортименту визначається ступенем спеціалізації роздрібного торговця і може коливатися від універсального до вузькоспеціалізованого.

Подрібнення закуплених партій товарів органічно впливає із суттєвої різниці в підходах до формування виробничого і торговельного асортименту. Оскільки товаровиробник прагне збути максимальну кількість практично однотипного товару, а споживач – придбати мінімальну кількість кожного товару в асортименті, роздрібний торговець повинен розукрупнити отримані від постачальників товарні партії, звільнити товари від транспортної тари та підготувати їх до реалізації.

Короткочасне зберігання запасів є вимушеною необхідністю для роздрібних торговців, оскільки вони повинні гарантувати покупцям стабільне і безперешкодне придбання товарів традиційного для даного торговця асортименту. Здійснюючи зберігання товарів, роздрібні торговці перебирають на себе додаткові видатки, яких натомість не несуть покупці, уникаючи потреби самостійно створювати запаси товарів, знаючи, що ці товари у будь-який час можна придбати в роздрібній торговельній мережі.

Забезпечення сервісу передбачає для будь-якого роздрібного торговця організацію поряд з веденням процесу продажу товарів комплексу послуг, покликаного не тільки полегшити й збільшити реалізацію, але й витримати високий стандарт обслуговування споживачів.

За ринкової економіки всі суб'єкти роздрібної торгівлі перебувають у рівних конкурентних умовах. При цьому конкуренція на роздрібному ринку набуває форм внутрішньої і взаємної. Внутрішня конкуренція має місце між аналогічними за спеціалізацією і типорозмірами, рівноцінними за масштабами і обсягами діяльності торговельними підприємствами. Взаємна конкуренція полягає у змагальності між торговельними підприємствами з різним ступенем організації торгівлі, обсягами обігу з приводу реалізації товарів аналогічного асортименту.

У сучасних умовах конкуренція на споживчому ринку є важливим фактором активізації діяльності роздрібних торговців. Вона проводиться в напрямках:

- організації змішаної торгівлі - паралельної реалізації товарів, які не належать до основної спеціалізації торговельного підприємства, але реалізують в мінімальному або розширеному асортименті з метою створення додаткових зручностей для стабільного контингенту покупців;
- диверсифікації видів діяльності, коли поряд з основною спеціалізацією (роздрібною торгівлею) роздрібні торговці займаються заготівлями,

організацією громадського харчування, побутовим обслуговуванням тощо;

- правильного вибору місця розташування торговельного підприємства, що дозволяє майже сально ефективно використати місцеві умови і здобути початкову конкурентну перевагу від раціонального наближення пунктів реалізації до контингентів споживачів;
- побудови ефективної стратегії ведення роздрібно́ї торгівлі – довгострокової концепції функціонування та розвитку роздрібно́го торговця, що ґрунтується на рівномірному створенні, нагромадженні і розподілі ресурсів протягом усього часу його діяльності.

У ході формування мережі роздрібно́х торговців ринкового типу у вітчизняній галузі роздрібно́ї торгівлі підвищується значення вимог до її організації, які є базовими як для розвинутих, так і для пострадянських країн. До основних із них належать:

- максимальне наближення до покупців;
- оптимальна забезпеченість споживачів мережею;
- дотримання раціональних типів і видів спеціалізації;
- забезпечення рентабельності роботи.

Підпорядкованість торговельно́ї мережі вимозі максимального наближення до покупців безпосередньо впливає із суті й головного завдання роздрібно́ї торгівлі – максимально повного забезпечення потреб споживачів. При цьому наближення до споживачів є взаємною потребою як роздрібно́х торговців, оскільки дозволяє планомірно організовувати процес реалізації, та і покупців, бо скорочує затрати їх часу на здійснення купівель. Наближення роздрібно́х продавців до покупців у сучасних умовах зростає не тільки за рахунок подрібнення торговельно́ї мережі, але й унаслідок використання нових комп'ютерно-комунікаційних і збутово-реалізаційних технологій.

Вимога оптимально́ї забезпеченості споживачів мережею роздрібно́х торговців визначається такими факторами:

- склад і чисельність, спеціалізація і характер зайнятості населення;
- щільність і складений тип розселення мешканців за територією;
- відповідність типів і достатність кількості роздрібних торговців контингенту обслуговування.

Додержання раціональних типів і видів спеціалізації у сучасних умовах забезпечується не тільки зростаючою міжвидовою і внутрішньовидовою конкуренцією в галузі роздрібною торгівлі, але й необхідністю уніфікації будівництва та експлуатації об'єктів торговельного обслуговування, раціоналізації й індустріалізації торговельно-технологічних процесів у торговельній мережі та потребою неухильного підвищення рівня обслуговування споживачів.

Забезпечення рентабельності роботи роздрібних торговців є загальною вимогою функціонування будь-яких суб'єктів комерційної діяльності в ринкових умовах.

Для забезпечення стійкого становища торговельного підприємства на споживчому ринку, необхідно передбачити наступні дії:

Вибір сегмента ринку, спеціалізації і параметрів суб'єкта передбачає всебічне обґрунтування доцільності й ефективності роботи в конкретному сегменті роздрібною ринку, а також чітке встановлення його асортиментної спеціалізації та типорозміру (обсягів діяльності).

Розрахунок потреби в стартовому капіталі має на меті визначення обсягів інвестицій, необхідних для початку роздрібною діяльності з урахуванням спеціалізації й параметрів суб'єкта як суми власних та залучених коштів.

Формування роздрібною торговельного асортименту проводиться в повній відповідності з вибраною спеціалізацією, підібраним торговельно-технологічним обладнанням, фізико-хімічними властивостями товарів, правилами товарного сусідства, правилами і нормами зберігання і продажу окремих товарів.

Визначення постачальників і потреби в обсягах закупівель здійснюється з метою: вивчення комерційних пропозицій товаровиробників і оптових закупівлях товарів для підтримання на стабільному рівні вибраного торговельного асортименту.

Формування номенклатури послуг для покупців передбачає розроблення переліку до реалізаційних, супутніх реалізації і після реалізаційних послуг, покликаних прискорювати процес реалізації і підвищувати рівень сервісу в даному торговельному підприємстві.

Проектування методів роздрібного продажу – це комплексний процес добору та розміщення основного й допоміжного торговельного обладнання, його прив'язки до технологічних зон (приміщень) роздрібного торговця, а також застосування конкретних методів роздрібного продажу.

Аналіз і прогнозування кон'юнктури і ризику проводиться для встановлення комерційної привабливості й ефективності роздрібною реалізації в даному сегменті товарного ринку; оцінка ступеня ризикованості цього виду діяльності в умовах конкурентної взаємодії.

Формування власної цінової політики суб'єкта стосується вибору механізму ціноутворення і формування торговельних надбавок роздрібними торговцями.

Установлення оптимальних форм розрахунків з постачальниками проводиться роздрібним торговцем для планування оперативної роботи і, крім цього, є додатковим резервом економії його обігових коштів.

Установлення форм матеріального стимулювання персоналу спрямовано на підвищення матеріальної зацікавленості працівників підприємства в кінцевих результатах роботи.

Розрахунок можливої суми доходів є важливим для оцінювання результатів роботи роздрібного торговця за конкретний проміжок часу і співвіднесення з первісними капіталовкладеннями.

Прогноз суми постійних і змінних витрат необхідний для оцінювання фінансової стабільності роздрібного торговця, розрахунку точок рентабельності та беззбитковості даного підприємства.

Прогноз можливої суми прибутку здійснюється власником для визначення доцільності організації й відкриття даного торговельного підприємства з огляду на його перспективну рентабельність.

Установлення напрямів розподілу прибутку на потреби розвитку й споживання являється, насправді, планом подальшого розвитку і розгортання обсягів комерційної діяльності роздрібного торговця на перспективу.

2. Аналіз динаміки та виконання плану з роздрібного товарообороту

Основним показником діяльності торгового підприємства є обсяг товарообігу. Товарообіг - це вартість усіх реалізованих товарів за звітний період, який може виражатися як в поточних, так і в зіставних цінах. Він дає загальне уявлення про обсяг діяльності торгового підприємства.

Від виконання плану щодо товарообігу залежить вся решта показників його діяльності: сума і рівень витрат обігу, сума і рівень валового доходу, прибуток, рентабельність, фінансове полягання і інші економічні показники.

Основні завдання аналізу:

- 1) вивчення динаміки і виконання плану за обсягом товарообігу в цілому і по окремих товарних групах;
- 2) визначення впливу чинників на зміну обсягу товарообігу;
- 3) розробка конкретних заходів щодо підвищення ефективності діяльності.

Загальна методика аналізу товарообороту представлена на рисунку.

Для оцінювання динаміки необхідно із звітності взяти дані за останні 3-5 років про обсяг товарообороту і на цій підставі розрахувати базисні й цінні темпи зростання і приросту, а також середньорічний темп приросту. При цьому обсяг товарообігу повинен бути виражений в зіставних цінах, за основу яких приймаються ціни базисного року. Наприклад, щоб визначити обсяг

товарообігу i -го періоду в цінах базисного року, необхідно його величину розділити на добуток індексів цін за n попередніх періодів.

Після цього аналізують виконання плану товарообороту за кожним видом товарів (товарній групі) і в цілому по підприємству. Аналіз повинен показати, по яких видах товарів попит виявився незадовільним, а які товари користуються підвищеним попитом у покупців. Одночасно необхідно встановити основні чинники зміни товарообороту. Його величину можна представити наступним чином:

$$TO = \sum q_i \cdot p_i \quad (1.1)$$

де, q – фізична маса (кількість) проданих товарів;

p – рівень цін на товари.



Рис. 1.1 Загальна блок-схема аналізу товарообороту

Недовиконання плану товарообороту по одних товарних групах і перевиконання по інших видах товарів приводить до зміни структури товарообігу: питома вага одних товарів збільшується, інших - зменшується. Це позначається на середньому рівні і сумі витрат обігу, валового доходу,

прибутку і рентабельності. Тому необхідно вивчити, які зміни відбулися в структурі товарообороту щодо асортиментного складу, і зробити відповідні висновки.

Аналіз виконання плану товарообороту проводять не тільки за рік, але і щоквартально, щомісячно, щодакдно, саме це допомагає встановити, наскільки ритмічно працює торгове підприємство. У виконанні плану з ритмічності зараховується фактична частка товарообороту за *i*-й період, але не більше планової.

У процесі аналізу знаходиться відхилення фактичних даних з кожної складової загального обсягу товарообороту від відповідних показників попереднього року (див. табл. 1.1).

Торгове підприємство збільшило обсяг товарообороту на 3122,7 тис.грн. або на 4,25 %. У тому числі, роздрібний товарооборот збільшився на 3119 тис.грн. або на 4,2 %; оптовий товарооборот перевиконано на 1,2 тис.грн. або на 6%; обіг від інших видів діяльності - на 2,5 тис.грн. або на 50 %.

Аналіз динаміки обсягу роздрібного товарообороту характеризує його тільки в загальних рисах. А крім того, важлива його динаміка з окремих товарних груп. З цією метою дається оцінка динаміки з асортименту та структури товарів.

Джерелом інформації є дані форми 1-торг "Звіт про продаж та запаси товарів у торговій мережі", дані бізнес-плану з окремих товарних груп.

У процесі аналізу порівнюють фактичні дані звітного року про реалізацію з кожної товарної групи з даними за попередній рік, визначають абсолютне відхилення та в %. Для цього абсолютне відхилення ділять на підсумок за попередній рік з обсягу роздрібного товарообороту та помножують на 100. Оцінка структури товарообороту здійснюється аналогічно промисловим підприємствам.

**Загальна оцінка динаміки з показника
роздрібного товарообороту**

тис.грн.

Показники	Попередній рік	Звітний рік	Відхилення	
			сума	%
01	02	03	04	05
1. Роздрібний товарообіг торгової мережі:	73530	76649	+3119	+4,2
з нього:				
1.1. Продаж на комісійній основі	x	-	-	-
1.2. Продаж за безготівковим розрахунком	x	-	-	-
2. Сума компенсацій за випуск окремим категоріям населення товарів, що оплачуються безпосередньо з бюджету або іншими установами за безготівковим розрахунком	-	-		
3. Оптовий товарообіг та обіг від посередницької діяльності	20,0	21,2	+1,2	6,0
4. Обіг від інших видів діяльності	5,0	7,5	+2,5	50,0
5. Обіг по скупці речей у населення	-	-	-	-
6. Обіг з реалізації скуплених речей у населення, в т.ч. книжкових товарів	-	-	-	-
Усього обсяг товарообороту	73555	76677,7	+3122,7	4,23

3. Аналіз впливу чинників на зміну обсягу роздрібного товарообороту

Серед багатьох чинників, що впливають на динаміку із обсягу товарообороту, слід виділити чинники, пов'язані: з товарними запасами; трудовими ресурсами; з використанням основних засобів.

Розглянемо вплив кожної групи чинників на динаміку із обсягу роздрібного товарообороту.

Аналіз впливу чинників, пов'язаних з товарними запасами.

Для визначення впливу зміни товарних запасів на динаміку з обсягу роздрібного товарообороту необхідно на підставі даних форми 1-торг "Звіт про продаж та запаси товарів у торговій мережі", а також даних бухгалтерського балансу про залишки товарів скласти товарний баланс такої форми: (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

**Аналіз впливу зміни товарних запасів на динаміку
обсягу роздрібного товарообороту**

Показники	Попередній рік тис.грн.	Звітний рік тис.грн.	Відхилення		Вплив на обсяг роздрібного товарообороту тис.грн.
			тис.грн	%	
01	02	03	04	05	06
1. Залишок товарів на початок року	25361	18551	-6910	-27	-6910
2. Надходження товарів	73495	78818	+5323	+7	+532
3. Реалізація в роздріб	73530	76649	+3119	+4	-
4. Інше вибуття	-	866	+866	-	-866
5. Залишок товарів на кінець року	25526	19954	-5572	-22	+5572

Із наведених даних видно, що збільшення реалізації в роздріб досягнуто за рахунок збільшення порівняно з попереднім роком надходження товарів на 5323 тис. грн., а також зменшення залишків товарів на кінець року, на 5572 тис. грн. Таким чином, у підприємства була можливість збільшити реалізацію в роздріб на 10895 тис. грн. Однак вона не досягнута у зв'язку зі зниженням фактичних залишків товарів на початок року в порівнянні з попереднім роком на 6910 тис. грн. та іншого вибуття на 866 тис. грн. Отже, з урахуванням впливу чинників збільшення продажу товарів в роздріб склало 3119 тис. грн.

Джерелом інформації для аналізу використання трудових ресурсів є дані форми 1-ПВ "Звіт з праці", форми 3-ПВ "Звіт про використання робочого часу", відповідні дані підприємства.

У процесі аналізу здійснюється: оцінювання забезпечення торгового підприємства робочою силою; аналіз використання робочого часу; аналіз ефективності використання трудових ресурсів; визначення впливу чинників праці на динаміку роздрібного товарообороту.

Ці завдання здійснюються аналогічно промисловим підприємствам, але з урахуванням специфіки торгівлі.

Так, у торгівлі є такі категорії працюючих:

- торгово-оперативний персонал;
- адміністративно-керівний персонал, що разом складають категорію торгових працівників;
- працівники інших галузей, які в разі з торговими працівниками складають чисельність працюючих торгового підприємства.

Ефективність використання трудових ресурсів відображає продуктивність праці, яка в торгівлі характеризується сумою товарообороту на 1 торгового працівника та сумою товарообороту на 1 торгово-оперативного працівника. При цьому на зміну виробітку одного торгового працівника визначається вплив чинників:

- зміни питомої ваги торгово-оперативних працівників у загальній чисельності торгових працівників;
- зміни середньорічного виробітку на одного торгово-оперативного працівника (із застосуванням одного з прийомів ланцюгових підстановок).

Аналіз використання трудових ресурсів закінчують визначенням впливу чинників праці на динаміку роздрібного товарообороту.

Джерела інформації: дані форми 1-ПВ "Звіт з праці", 3-ПВ "Звіт про використання робочого часу", форми 3-торг "Звіт про продаж та запаси товарів у торговій мережі". (табл. 1.3).

Збільшення обсягу роздрібного товарообороту на 3119 тис. грн. обумовлено збільшенням середньоспискової чисельності торгово –

оперативних працівників та середньогодинної продуктивності праці (+441 тис. грн.; +6207 тис. грн.). Також зменшення кількості днів, відпрацьованих одним торгово – оперативним працівником та зростання внутрішньозамінних простоїв зменшений обсяг роздрібного товарообороту відповідно на 1250 тис. грн. і на 2279 тис. грн.

Таблиця 1.3

Аналіз впливу чинників праці на динаміку роздрібного товарообороту

Чинники	Показники	Темп росту, %	Вплив на обсяг товарообігу	
			в %	Σ ,т. грн.
01	02	03	04	05
1. Зміна середньоспискової чисельності торгово-оперативних працівників	Середньоспискова чисельність торгово-оперативних працівників	100,6	+0,6	+439,98
2. Зміна кількості днів, відпрацьованих одним торгово-оперативним працівником за рік	Загальна кількість відпрацьованих людиноднів	98,9	-1,7	-246,61
3. Зміна тривалості робочого дня	Загальна кількість відпрацьованих людиногодин	95,8	-3,1	-2273,23
4. Зміна середньогодинної продуктивності праці	Роздрібний товарообіг	104,2	+8,4	6299,45
Усього				

Джерелами інформації для аналізу служать дані форми 11-03 "Звіт про наявність та рух основних засобів, амортизацію /знос/", форми 5 "Примітки до річної фінансової звітності", дані бухгалтерського обліку торгового підприємства.

У процесі аналізу вирішуються такі завдання:

1. Здійснюється оцінювання забезпечення підприємства основними засобами торгівлі.
2. Дається характеристика технічного стану та відтворення основних засобів торгівлі.
3. Аналіз ефективності використання основних засобів торгового підприємства.

4. Аналіз впливу використання основних засобів торгівлі на зміну обсягу роздрібного товарообігу.
5. Аналіз стану торгової мережі та її вплив на зміну обсягу роздрібного товарообігу.

Оцінювання забезпечення торгового підприємства основними засобами, аналіз їх технічного стану та відтворення здійснюється аналогічно промислового підприємству.

Показниками, що характеризують ефективність використання основних засобів торгового підприємства, є:

1. Віддача основних засобів торгівлі та їх активної частини, які визначаються відношенням обсягу роздрібного товарообігу відповідно до середньорічної вартості основних засобів торгівлі та до середньорічної вартості активної частини основних засобів торгового підприємства.

2. Обсяг роздрібного товарообігу на 1 м² торговельної площі, який визначається відношенням обсягу роздрібного товарообігу до торговельної площі магазину.

Для визначення впливу використання основних засобів торгівлі на динаміку обсягу роздрібного товарообороту використовуються дані форми 11-03 "Звіт про наявність та рух основних засобів", форми 3-торг "Звіт про продаж та запаси товарів у торговій мережі" та складається такий розрахунок: (див. табл. 1.4).

У звітному році обсяг роздрібного товарообороту збільшився у порівнянні з попереднім роком на 3119 тис. грн., у тому числі за рахунок збільшення віддачі активної частини основних засобів на 83127 тис. грн. Проте зменшення середньорічної вартості основних засобів та питомої ваги активної частини призвело до зменшення роздрібного товарообороту відповідно на 2015,3 тис. грн. на 3178,4 тис. грн.

**Аналіз впливу використання основних засобів торгівлі на зміну обсягу
роздрібного товарообороту**

Показники	За попередній рік тис.грн.	За звітний рік тис. грн.	Відхилення			
			Всього	в т.ч. за рахунок		
				вартості основних засобів торгівлі	питомої ваги активної частини	віддачі активної частини
01	02	03	04	05	06	07
1.Обсяг роздрібного товарообороту, тис.грн.	73530	76649	3119			
2. Середньорічна вартість основних засобів торгівлі	13500	13130	-370	-2015,3		
3. Питома вага активної частини, %	0,45	0,43	-0,02		-3178,4	
4. Віддача активної частини, грн. (1:2:3)	12,1037	13,576	+1,4723			-8312,7

**4. Систематизація і узагальнення результатів факторного аналізу
роздрібного товарообороту**

На заключному етапі необхідно систематизувати і узагальнити виявлені негативні відхилення в стані і використанні товарних запасів, матеріально – технічної бази, в організації праці і управління торговельно – технологічними процесами за їх впливом на товарооборот. Не всі ці відхилення призводили до прямих витрат товарообороту. Одні негативні відхилення пов’язані з прямими втратами товарообороту, які можна кількісно оцінити. До таких відхилень, наприклад, можна віднести: цілодобові чи внутрішні втрати часу роботи магазинів, пов’язані з порушенням нормального режиму їх роботи; відсутність у продажу окремих товарів щоденного попиту і достатнього асортименту (особливо магазин, що працює в умовах конкуренції) тощо. Інші негативні відхилення як, наприклад, використання морального застарілого устаткування чи незадовільний стан внутрімагазинної реклами та інформації призводили до погіршення умов процесу обслуговування покупців, що мало опосередкований негативний вплив на товарооборот. Цей вплив не завжди можна кількісно виразити.

Узагальнюючи вплив негативних відхилень за групами факторів, які призводили до прямих втрат товарообороту, необхідно визначити суму втрат у кожному магазині, де вони були виявлені, з поділом їх на залежні і незалежні від зусиль колективів підприємств. Систематизуючи інші негативні відхилення в стані факторів, що мали опосередкований вплив на товарооборот, слід виділити ті з них, які були пов'язані з недоліками в роботі колективів торговельних підприємств. Крім цього, необхідно зазначити загальну суму прямих витрат товарообороту в кожному магазині, де були виявлені такі негативні відхилення у звітному періоді.

Узагальнення втрат товарообороту доцільно оформити в аналітичній таблиці, у підметі якої магазини та інші одиниці торговельної мережі, у присудку – втрати товарообороту за основними групами факторів. Вертикальні підсумки цієї таблиці показують загальний обсяг втрат товарообороту торговельної мережі підприємства за звітній період як загалом, так і за основними напрямками втрат. При цьому загальні втрати товарообороту слід показувати не тільки в сумі, але і у відсотках до фактичного обороту магазинів. Дані такої таблиці дозволяють провести порівняльний аналіз втрат товарообороту в однотипних магазинах, побачити, в яких з них були найбільші недоліки у роботі, і їх причини.

Значний аналітичний інтерес має порівняння відсотків прямих втрат товарообороту в магазинах з показниками досягнутого ними рівня обслуговування покупців і вивчення цих показників в динаміці за ряд періодів. Як правило, високі значення узагальнюючих коефіцієнтів рівня обслуговування і позитивна їх динаміка спостерігаються в магазинах із незначними втратами товарообороту.

Інші негативні відхилення в стані факторів, що мали опосередкований вплив на товарооборот, також необхідно систематизувати в розрізі магазинів по групах факторів. При цьому передусім слід виділити ті з них, які були пов'язані

з недоліками в роботі колективів торговельних підприємств і мали суттєвий негативний вплив на процес обслуговування покупців та його результати.

Виявлені й систематизовані у процесі факторного аналізу товарообороту негативні відхилення і невикористані можливості поліпшення результативності роботи не можуть бути мобілізовані без розробки відповідних заходів організаційно – технічного і економічного характеру, спрямованих на усунення виявлених недоліків, внесення змін у діяльність підприємств з метою її удосконалення.

Ці заходи поділяються на поточні (першочергові) і перспективні. До поточних належать ті, що спрямовані на попередження прямих втрат роздрібного товарообороту, а також негативних відхилень стану факторів його формування з вини персоналу магазинів.

Перспективні заходи переважно стосуються вирішення питань приведення ресурсів магазинів за групами факторів до відповідного рівня збалансованості, який дозволяв би максимально реалізувати їх виробничий потенціал відповідно до обраної стратегії торгового менеджменту.

Розробка і впровадження перспективних заходів здебільшого належить до обов'язків відповідних служб апарату управління торговельних підприємств і об'єднань . До розробки цих заходів повинні залучатись не тільки працівники економічних служб, які виявляють місця концентрації втрат товарообороту і негативні відхилення у компонентах торговельної діяльності, а й спеціаліст інших служб апарату управління, які розробляють конкретні організаційно – технічні рішення. Реалізація цих рішень вимагає певних витрат, причому не тільки поточних, а й капітальних, а також часу на їх впровадження.

Для діючих підприємств, орієнтованих на нарощування результату діяльності за рахунок збільшення обсягу товарообороту і підвищення ефективності роботи, доцільно проводити політику поступових, але цілеспрямованих структурних змін діяльності. Ці зміни необхідно здійснювати шляхом вдосконалення окремих компонентів діяльності в міру накопичення

достатньо надійних високоефективних рішень і необхідних фінансових ресурсів.

5. Аналіз витрат діяльності торговельного підприємства

Завдання та джерела аналізу витрат діяльності торгового підприємства:

- Здійснити оцінювання виконання бізнес-плану з витрат діяльності.
- Визначити відхилення від плану з витрат діяльності та встановити їх причини.
- Визначити резерви економії з витрат діяльності.
- Розробити заходи щодо використання визначених резервів.

Витрати діяльності - це витрати торгового підприємства на постачання продукції від місця виробництва до споживача, виражені в грошовій формі.

Резерви економії витрат діяльності - це та величина, на яку можна скоротити витрати торгового підприємства у випадку їх необґрунтованого завищення з метою підвищення ефективності діяльності даного суб'єкта господарювання.

Джерелами інформації для аналізу є: дані кошторису з витрат діяльності, форми 1-підприємство "Звіт про основні показники діяльності підприємства"; форма 2 "Звіт про фінансові результати діяльності підприємства", дані рахунку 92 "Адміністративні витрати", 93 "Витрати на збут", 94 "Інші витрати операційної діяльності"; матеріали інвентаризацій і перевірок, акти на списання товарів та інші первинні документи.

Рівень витрат обігу самостійного торговельного підприємства є узагальнювальним якісним показником, що формується під впливом багатьох факторів і відображає основні аспекти його діяльності, а також конкретні умови роботи. Ці фактори поділяються на зовнішні (екзогенні) й внутрішні (ендогенні). Зовнішні фактори виражають умови і середовище функціонування суб'єкта господарювання. Їх ще називають незалежними від підприємств. Тоді як внутрішні фактори переважно пов'язані з використанням ресурсів у процесі торговельної діяльності, тому вони розглядаються як залежні.

До зовнішніх факторів на рівню мікросередовища функціонування торговельного підприємства відносяться: зміна тарифів, ставок, норм нарахувань, цін на елементи матеріальних витрат; зміна роздрібних цін на товари; стан платоспроможного купівельного попиту і рівень конкуренції у районі діяльності (кон'юнктура ринку).

До внутрішніх економічних груп факторів належить такі: обсяг і структура, ритмічність і рівномірність виконання плану товарообороту; укомплектованість штату працівниками і продуктивність праці; стан і ефективність використання матеріально – технічної бази; стан товарних запасів і їх оборотність. Внутрішніми є також фактори організаційно – технічного характеру: організаційно – технічний і технологічний рівень торговельної діяльності; дислокація торговельної мережі; стан менеджменту, маркетингу, рівень комерційної роботи.

Більшість із перерахованих факторів впливають на рівень витрат обігу не ізольовано один від одного, а у взаємозв'язку, що не обхідно брати до уваги в процесі аналізу. Напрям впливу і взаємозв'язок основних груп факторів, які формують рівень витрат обігу торговельного підприємства, показано на рис. 1.2.

Як видно з рис. 1.2, більшість зовнішніх і внутрішніх факторів впливають на витрати не тільки безпосередньо, а й опосередковано – через обсяг і структуру роздрібного товарообороту. Тому в процесі аналізу товарооборот розглядається як основний комплексний фактор формування рівня витрат обігу підприємств торгівлі.

Серед зовнішніх груп факторів зміна тарифів, ставок, цін на елементи матеріальних витрат впливає на рівень витрат обігу тільки безпосередньо. Тоді як зміна роздрібних цін має витрати обігу як безпосередній, так і опосередкований вплив. Безпосередній вплив пов'язаний з тим, що деякі елементи і статті витрат залежать від обсягу реалізації товарів у вартісному виразі (витрати на оплату праці за розцінками, витрати на збір виручки та ін.).

Опосередкований вплив фактора цін відбувається через роздрібний товарооборот, до якого визначається рівень витрат обігу. Обсяг товарообороту залежить не тільки від кількості проданих товарів, але і від рівня цін на них.

Тому рівень витрат обігу змінюється в оберненому відношенні до зміни цін на товари. Разом з тим, необхідно врахувати, що це не означає зміни величини витрат на одиницю реалізованого товару.

Такі зовнішні фактори, як платоспроможний попит населення і рівень конкуренції в районі діяльності торговельного підприємства впливають на витрати обігу лише опосередковано, через обсяг реалізації товарів і зміну цін на них.

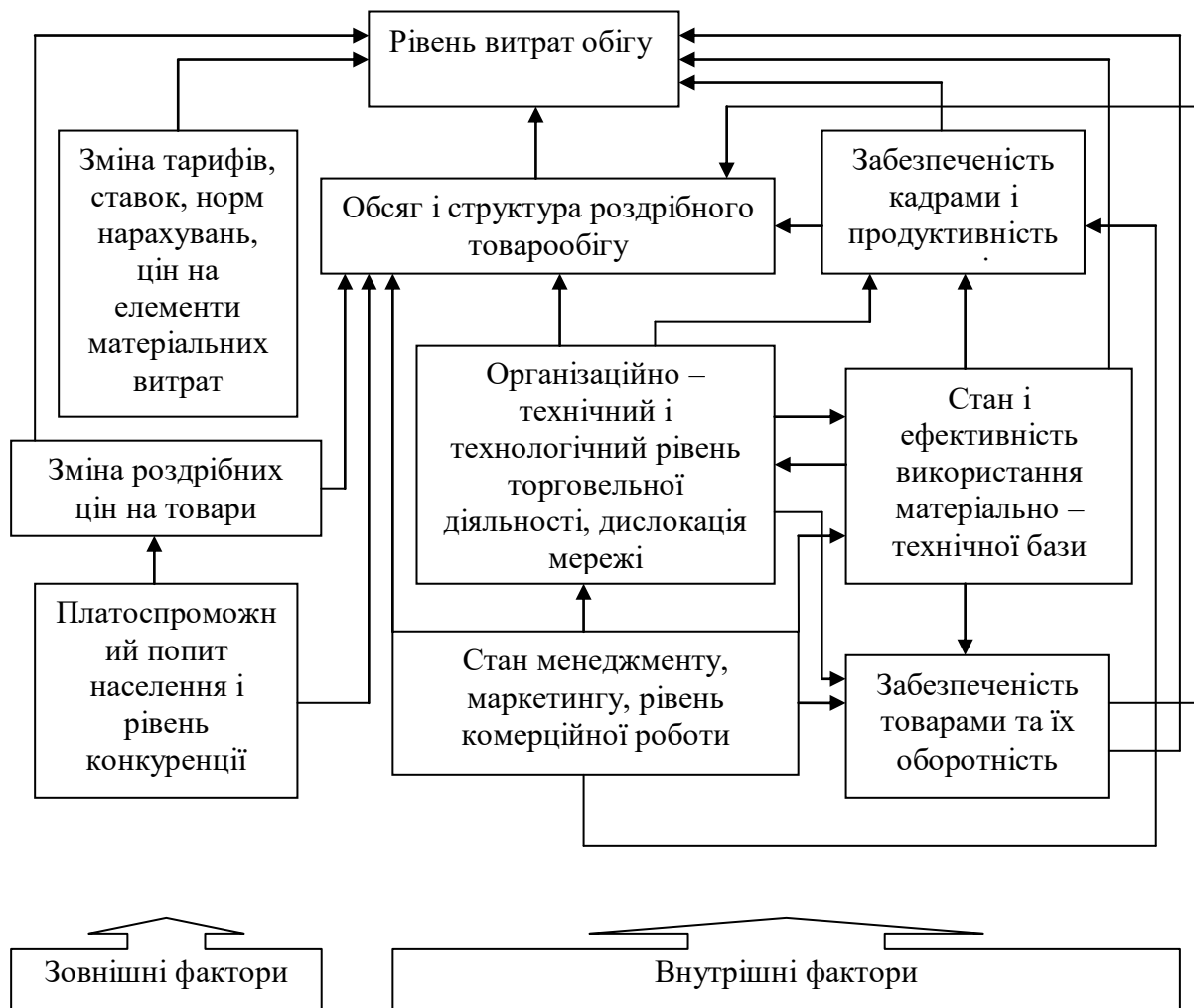


Рис. 1.2. Укрупнена схема взаємозв'язку факторів, під впливом яких формується рівень витрат обігу торговельного підприємства

Внутрішні економічні групи факторів, пов'язані з матеріально – технічною базою, працею, товарними ресурсами, впливають на витрати обігу як прямо, так і опосередковано – через обсяг і структуру роздрібно товарообороту.

Витрати торгового підприємства на доставляння продукції від місця виробництва до споживача, виражені в грошовій формі, називаються витратами діяльності торгового підприємства.

Їх склад наведено в таблиці 1.5. З переходом на новий план рахунків зараз витрати діяльності торгового підприємства відображаються на рахунках 92 "Адміністративні витрати", 93 "Витрати на збут", 94 "Інші витрати операційної діяльності".

Узагальнюючим показником в аналізі витрат діяльності торгового підприємства є абсолютна сума витрат діяльності та їх рівень у відсотках до обсягу товарообігу. З урахуванням цього оцінювання динаміки з витрат діяльності здійснюється в абсолютній величині, а також за їх рівнем до товарообігу. Для цього фактичні дані з відповідних показників порівнюються з даними за попередній рік.

Таблиця 1.5

Аналіз динаміки витрат діяльності

Показники	За попередній рік	За звітний рік	Відхилення від плану	
			сума, тис.грн.	в % до плану
01	02	03	04	05
1. Обсяг роздрібно товарообігу, тис. грн.	73530	76649	+3119	+4,2
2. Сума витрат діяльності, тис. грн.	4135	3967	-168	-4,4
3. Рівень витрат діяльності в % до товарообігу	5,6	5,2	-0,4	x

Як свідчать результати аналізу, торгове підприємство зменшило рівень витрат діяльності на 0,4 % пункти від попереднього року.

Це свідчить про підвищення ефективності діяльності торгового підприємства.

У процесі подальшого аналізу переходимо до аналізу витрат діяльності постатейно, визначаємо відхилення від попереднього року та вплив чинників на це відхилення.

На динаміку витрат діяльності впливають такі чинники: зміна обсягу товарообігу, структури товарообігу, зростання /зниження/ продуктивності праці працівників торгівлі; упровадження прогресивних форм торгівлі та інші.

Залежно від зміни витрат діяльності та величини обсягу товарообігу їх поділяють: на умовно-змінні та умовно-постійні. До умовно-постійних відносять витрати, розмір яких не змінюється або незначно змінюється залежно від зміни обсягу товарообігу.

До умовно-змінних належать витрати, розмір яких змінюється залежно від зміни обсягу товарообігу.

Попередньо згрупувавши всі статті на умовно-змінні та умовно-постійні, з кожної статті визначають вплив чинників: обсягу товарообігу та інших чинників.

Джерела інформації: форма 3 -торг, ф.1-підприємництво, рахунок 92, 93, 94.

Як свідчать результати аналізу, незважаючи на досягнуту економію з витрат діяльності в сумі 168 тис. грн. торговельне підприємство допускає збільшення витрат за окремими статтями: невиправданими перевитратами за рахунок інших чинників, перевитрати за рахунок інших чинників із статей "Соціальні заходи". Це зумовлено тим, що відрахування з цих статей спрямовані на гуманні цілі.

Аналіз впливу чинників на зміну витрат діяльності торгового підприємства

(цифри умовні)

Статті витрат діяльності	За попередній рік	Згідно попередньому року на обсяг товарооборото	За звітний рік	Відхилення від плану		
				Усього -го	у т. ч. за рахунок зміни	
					V m/o	інших чинників
01	02	03	04	05	06	07
1. Адміністративні витрати						
1.1. Умовно-змінні						
1.1.1. Витрати на оплату праці адміністративного персоналу	1000	1042	1070	+70	+42	+28
1.1.2. відрахування на соціальні заходи:	250	260,5	268			
а/ Відрахування на пенсійне забезпечення	-217	226,1	232	+15	+9,1	+5,9
б/ Відрахування на соціальне страхування	25	26	27	+2	+1	+1
в/ Відрахування на випадок безробіття	-8	8,3	9	+1	+0,3	+0,7
1.1.3. Податки:						
а/ Комунальний податок	0,5	0,52	0,4	-0,1	+0,02	-0,12
б/ Фонд охорони навколишнього середовища	0,2	0,21	0,15	-0,05	+0,01	-0,06
1.1.4. Інші витрати загальногосподарського призначення	21	21,9	26	+5	+0,9	+4,1
1.2. Умовно-постійні:						
1.2.1. Витрати на зв'язок	7,0	7,0	7,4	+0,4	x	0,4
1.2.2. Витрати на службові відрядження	0,7	0,7	0,9	+0,2	x	0,2

01	02	03	04	05	06	07
1.2.3. Поштово-канцелярські витрати:	10	10	8,5	-1,5	x	-1,5
1.2.4. Витрати на утримання основних засобів та нематеріальних активів загальногосподарсько-го використання	44	44	47,5	+3,5	x	+3,5
1.2.4. Амортизація 03 та нематеріальних активів загальногосподарсько-го призначення	47	47	49	12	x	+2
Всього						
2. Витрати на збут	1630,4	1694,23	1745,85	+115,45	+63,83	51,62
2.1. Умовно-змінні						
2.1.1. Матеріальні витрати:	-587,6	612,3	332,15	255,45	+24,7	280,15
а/ матеріали	50	52,1	10	-40,0	+2,1	-42,1
б/ паливо та електроенергія	357	372	258	-99	+15	-114
в/ запасні частини	15	15,6	8	-7	+0,6	-7,6
г/ тара та тарні матеріали	165,6	72,6	56,15	-109,45	+7	-116,45
2.1.2. Витрати на оплату праці працівникам	1198	1248,3	1194	-4	+50,3	-54,3
2.1.3. Відрахування на соціальні заходи:	303	316	299	-4	+13	-17
а/ Відрахування на пенсійне забезпечення	262	273,3	258	-4	+11,3	-15,3
б/ Відрахування на соціальне страхування	33	34,4	28	-5	+1,4	+6,4
в/ Відрахування на випадок безробіття	8	8,3	13	+5	-0,3	+4,7
2.1.4. Витрати на рекламу товарів	70	72,9	77	+7	+2,9	+4,1
2.1.5. Витрати на рекламні матеріали	80	83,4	24	-56	+3,4	-59,4

01	02	03	04	05	06	07
2.1.6. Інші витрати пов'язані зі збутом	20	20,8	10	-10	+0,8	-10,8
2.1.7. Витрати на відрядження працюючих, зайнятих збутом	130	135,5	41	-89	+5,5	-94,5
2.2. Умовно-постійні:						
2.2.1. Оренда складу	38	38	38	0	x	0
Усього витрат на збут	2309,6	2525,2	2015,1 5	- 294,45	+215,6	- 510,05
3. Інші операційні витрати						
3.1. Умовно-постійні:						
3.1.1. Плата за послуги банків	35	35	35	0	x	0
3.1.2. Інші витрати	80	80	85	+5	x	-5
3.2. Умовно-змінні:						
3.2.1. Інші витрати	80	83,4	86	+6	+3,4	+2,6
Усього інших операційних витрат	195	198,4	206	+11	+3,4	+7,6
Всього витрат діяльності торгового підприємства	4135	4417,83	3967	-168	+ 282,83	- 450,83

6. Аналіз фінансових результатів торговельного підприємства

Аналіз прибутку торговельного підприємства передбачає рішення таких завдань:

1. Оцінка динаміки прибутку.
2. Аналіз впливу чинників, що зумовлюють відхилення прибутку від основної операційної діяльності.
3. Аналіз рентабельності торгового підприємства.

Інформаційною базою для аналізу служать дані бізнес-плану форми 2 "Звіт про фінансові результати", форми 3-торг "Звіт про продаж та запаси товарів у торговій мережі".

Основним джерелом доходів від торгової діяльності є торгові надбавки по реалізованих товарах. Сума реалізованих надбавок складає валовий дохід торгового підприємства (ВД).

Відношення суми валового доходу до обсягу товарообігу, виражене у відсотках, називається середнім рівнем валового доходу (РВД):

$$\text{РВД} = \text{ВД} / \text{ТО} \cdot 100 \quad (1.2)$$

Сума і середній рівень валового доходу - найважливіші показники, від яких залежать фінансові результати роботи торгового підприємства. За інших рівних умов їх зростання сприяє захопленню суми прибутку і зростанню рентабельності.

У процесі аналізу слід вивчити динаміку даних показників за 3-5 років. Середній рівень валового доходу доцільно порівняти з даними інших аналогічних підприємств торгівлі. Після цього необхідно вивчити виконання плану по досліджуваних показниках за звітний період і встановити причини зміни їх рівня. Кінцева мета аналізу - виявити можливості збільшення валового доходу і обґрунтувати шляхи їх реалізації.

На зміну суми валового доходу впливають численні чинники, систематизувати які можна таким чином (рис.1.3)

Модель чинника суми валового доходу по окремих товарних групах (видам продажів) можна запропонувати у вигляді добутку наступних чинників:

$$\text{ВД}_i = \text{ТО}_i \cdot \text{РВД}_i$$

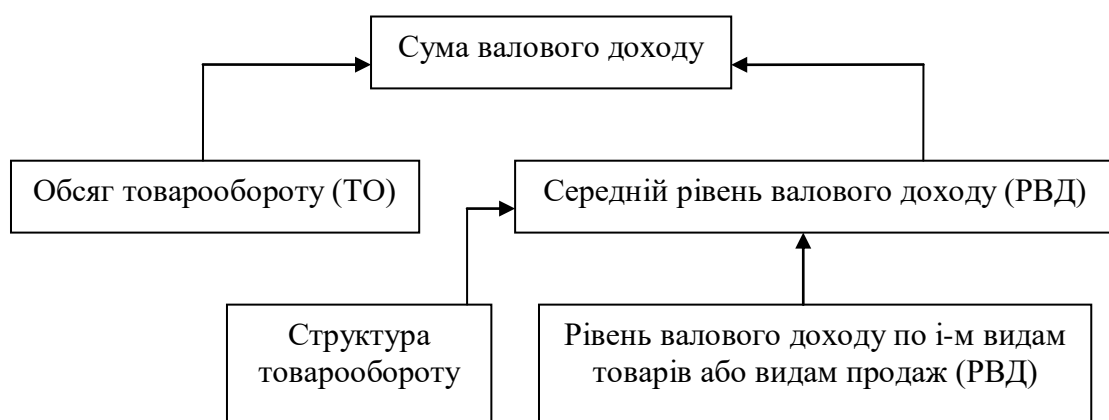


Рис. 1.3. Структурно-логічна схема факторів суми валового доходу

Як свідчать результати аналізу, торговельне підприємство збільшило чистий прибуток на 912,8 тис.грн. головним чином, за рахунок збільшення фактичної суми торгових націнок порівняно з плановими на 1179 тис.грн. та за рахунок зменшення фактичної суми витрат діяльності порівняно з попереднім роком на 168 тис.грн. Це зумовило збільшення прибутку від основної операційної діяльності на 1347 тис. грн.

До збільшення чистого прибутку привело одержання операційних доходів у сумі 4 тис. грн., а також інших фінансових доходів у сумі 11 тис. грн.

Одержання незапланованих фінансових витрат зумовило зниження чистого прибутку на 52 тис. грн.

Отже, під впливом вищенаведених чинників чистий прибуток збільшився на 912,8 тис. грн.

Далі в процесі аналізу переходять до вивчення кожної складової частини чистого прибутку торговельного підприємства.

На відхилення фактичної суми прибутку від основної операційної діяльності, впливають такі чинники:

- 1) зміна обсягу товарообігу;
- 2) зміна середнього рівня торгових націнок;
- 3) зміна середнього рівня витрат діяльності, у т.ч.:
 - а) середнього рівня адміністративних витрат;
 - б) середнього рівня витрат на збут;
 - в) середнього рівня інших операційних витрат.

Для визначення впливу зміни товарообороту необхідно відсоток відхилення від попереднього року його обсягу помножити на суму прибутку від основної операційної діяльності за попередній рік та розділити на 100.

Таблиця 1.7

Загальне оцінювання динаміки прибутку

Показники	За попередній рік	За звітний рік	Відхилення	Рівень в % до товарообігу		
				Попередній рік	Звітний рік	відхилення
01	02	03	04	05	06	07
1. Роздрібний товарообіг, тис. грн.	73530	76649	+3119	х	х	х
2. Сума торгових націнок на товари, тис. грн.	5581	6760	+1179	7,59	8,82	+1,23
3. Витрати діяльності торгового підприємства, т. грн.	4135	3967	-168	5,623	5,175	-0,448
3.1 Адміністративні витрати, тис. грн.	1630,4	1745,85	+115,45	2,22	2,28	+0,06
3.2 Витрати на збут, тис. грн.	23-9,6	2015,15	-294,45	3,14	2,63	-0,51
3.3 Інші операційні витрати	195	206	+11	0,265	0,269	+0,004
4. Фінансові результати від основної операційної діяльності, тис.грн./п.2.-п.3/:						
4.1 Прибуток	1446	2793	+1347	1,97	3,64	+1,67
4.2 Збиток						
5. Результати від інших операцій, які пов'язані з операційною діяльністю						
5.1 Інші операційні доходи, тис.грн.	-	4	+4	-	0,005	+0,005
5.2 Інші операційні витрати, тис.грн.	-	-	-	-	-	-
6. Фінансові результати від операційної діяльності, тис.грн.: - прибуток - збиток	1446	2797	+1351	1,97	3,65	+1,68

01	02	03	04	05	06	07
7. Результати від фінансової діяльності, тис.грн.						
7.1 Доходи:						
7.1.1 Доход від участі в капіталі	-	-	-	-	-	-
7.1.2 Інші фінансові доходи	-	11	+11	-	0,014	+0,014
7.1.3 Інші доходи	-	-	-	-	-	-
7.2 Витрати						
7.2.1. Фінансові витрати	-	53	+53	-	0,07	+0,07
7.2.2 Витрати від участі в капіталі	-	-	-	-	-	
7.2.3 Інші витрати	-	-	-	-	-	-
8. Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, тис.грн. /п.4+п.5.1.- п.5.2.+п.7.1.-п.7.2./:						
8.1. Прибуток	1446	2745	+1299	1,97	3,58	+8,61
8.2 Збиток						
9. Податок на прибуток від звичайної діяльності	433,8	820	+386,2	0,59	1,07	+0,48
10. Фінансові результати від звичайної діяльності /п.8-п.9/	1012,2	1925	+912,8	1,38	2,51	+1,13
12. Чистий:						
12.1 Прибуток	1012,2	1925	+912,8	1,38	2,51	+1,13
12.2 Збиток						

1) Так, у нашому прикладі вплив товарообороту визначається таким чином. Обсяг товарообігу збільшився на 4,2 %.

$$\Delta \text{Пт/о} = \frac{\text{Прпп} \times \Delta \text{т/о}\%}{100} + \frac{1446 \times 4,2}{100} = 61,0 \text{ тис. грн.} \quad (1.3)$$

Вплив зміни середнього рівня торгових націнок, рівня витрат діяльності, в тому числі адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат, визначають помноженням обсягу товарооборот за звітний рік на відхилення від попереднього року з вищезгаданих показників та діленням на 100.

2. Вплив зміни середнього рівня торгових націнок на прибуток від основної операційної діяльності:

$$\Delta \text{Пртн} = \frac{/\text{Ртнз} - \text{Ртнп}/ \text{Т/озв.}}{100} = \frac{/8,82 - 7,59/ \times 76649}{100} = 943 \text{ тис. грн.} \quad (1.4)$$

1. Вплив зміни середнього рівня витрат діяльності:

$$\Delta \text{Првд} = \frac{/\text{Рвдз} - \text{Рвдп}/ \times \text{Т/озв.}}{100} = \frac{/5,18 - 5,62/ \times 76649}{100} = + 344 \text{ тис. грн.} \quad (1.5)$$

У тому числі:

1.1. Адміністративних витрат:

$$\Delta \text{Прав} = \frac{/\text{Равз} - \text{Равп}/ \times \text{Т/озв}}{100} = \frac{/2,28 - 2,22/ \times 76649}{100} = - 46,0 \text{ тис. грн.} \quad (1.6)$$

1.2. Витрат на збут:

$$\Delta \text{Првз} = \frac{/\text{Рвзз} - \text{Рвзп}/ \times \text{Т/озв}}{100} = \frac{/2,63 - 3,14/ \times 76649}{100} = + 391 \text{ тис. грн.} \quad (1.7)$$

1.3. Інших операційних витрат:

$$\Delta \text{Піов} = \frac{/\text{Ріовз} - \text{Ріовп}/ \times \text{Т/озв}}{100} = \frac{/0,269 - 0,265/ \times 76649}{100} = 3,0 \text{ тис. грн.} \quad (1.8)$$

Перевірка:

$$+1347 = 61,0 + 943 - 46,0 + 391 - 3,0$$

$$1347 = 1346$$

Далі переходять до аналізу інших складових частин, що формують чистий прибуток, методика яких аналогічна методиці промислових підприємств.

Оцінку невикористаних можливостей отримання прибутку під час аналізу діяльності підприємств роздрібної торгівлі здійснюють у таких напрямках:

1. Виявлення резервів зростання обсягу товарообороту я основного фактора, що забезпечує збільшення прибутку. Однак необхідно зауважити, що його зростання не завжди сприяє зростанню прибутковості підприємства. Воно забезпечує прибутковість реалізації товарів лише тоді, коли торгова націнка покриває хоча б змінну частину поточних витрат. Якщо вона встановлена на нижчому рівні – беззбитковість торгівлі цими товарами не забезпечується, а збільшення обсягу їх реалізації призводить до зростання збитків.

2. Удосконалення асортиментної структури роздрібного товарообороту з метою виключення з його складу збиткових і збільшення частки високодохідних товарів. Доходність реалізації товарів повинна враховуватися під час формування моделей запасів товарів для кожного магазину (відділу, секції), зважаючи при цьому на попит покупців та можливості його задоволення.

3. Здійснення зваженої політики товаропостачання з метою зменшення ціни закупівлі товарів у виробників чи оптових посередників за забезпечення належного співвідношення між їх ціною і якістю. Варто зауважити, що не всяке скорочення ланковості руху товарів каналами постачання є вигідним для роздрібної торгівлі, особливо щодо товарів складного асортименту. Необхідно обґрунтовано підходити до вибору постачальника і обсягу партії завезення товарів, щоб вигода, отримана від зниження ціни закупівлі, була не меншою за додаткові витрати, пов'язані з транспортуванням і зберіганням товарів.

4. Проведення гнучкої та обґрунтованої цінової політики (використання можливостей збільшення цін реалізації), яка повинна забезпечити диференціацію завдань політики цін за товарними групами з урахуванням

можливостей ринку і рівня поточних витрат підприємства. Результати оцінки споживчого ринку дозволяють виявити верхню межу ціни на той чи інший товар, а відповідно і верхню межу рівня торгової націнки на окремі товари. Це дає можливість підприємствам обґрунтовано застосувати граничні рівні торгових націнок і гнучко реагувати на зміни торговельної кон'юктури.

Лише ефективна робота підприємств роздрібно́ї торгівлі одночасно у кожному із розглянутих напрямів дозволить отримати максимальний для умов їх діяльності торговельний дохід і забезпечить ефективне управління цим процесом.

Відповідно результатів аналізу необхідно розробити заходи щодо підвищення ефективності діяльності. Так, даному підприємству необхідно: прийняти заходи для збільшення обсягу товарообігу за рахунок: за рахунок більш раціонального використання робочого часу, розширення торгової мережі; компенсації недопостачання товарів; ліквідації іншого вибуття товарів; посилити контроль за додержанням кошторису витрат діяльності, не допускати перевитрат коштів; особливу увагу слід звернути на зміцнення договірної та фінансової дисципліни.

Рентабельність є відносним показником ефективності господарювання.

У торгівлі рентабельність доцільно визначити відношенням відповідних показників прибутку до обсягу товарообороту. Цю систему показників називають рентабельністю продажу. З урахуванням цього розрізняють такі показники:

1. Рентабельністю продажу від основної операційної діяльності, яка розраховується відношенням прибутку від основної операційної діяльності (Поод) до обсягу роздрібного товарообороту (Рт/о):

$$P_{\text{оод}} = \frac{\text{Поод}}{\text{Рт/о}} \times 100; \quad (1.9)$$

2. Рентабельність продажу від операційної діяльності, яка визначається відношенням прибутку від операційної діяльності (Под) до обсягу роздрібного товарообороту (Рт/о):

$$Род = \frac{Под}{Рт/о} \times 100 ; \quad (1.10)$$

3. Рентабельність продажу від звичайної діяльності, яка визначається відношенням прибутку від звичайної діяльності (Пзв) до обсягу роздрібного товарообороту (Рт/о):

$$Рзв = \frac{Пзв}{Рт/о} \times 100 \quad (1.11)$$

4. Чиста рентабельність продажу, яка розраховується відношенням чистого прибутку /Пч/ до обсягу роздрібного товарообороту (Рт/о):

$$Рч = \frac{Пч}{Рт/о} \times 100 \quad (1.12)$$

Але показники рентабельності продажу не повною мірою відображають ступінь використання ресурсів. З цією метою використовують розрахунки рентабельності витрат, яка визначається відношенням прибутку від основної операційної діяльності (Поод) до суми витрат діяльності торговельного підприємства (В):

$$Рв = \frac{Поод}{В} \times 100, \quad (1.13)$$

У торгівлі, як і в промисловості, рівень рентабельності ще визначають відношенням прибутку від звичайної діяльності (до оподаткування) до середньорічної вартості основних засобів торгівлі та матеріальних обігових коштів. Крім того, в торгівлі, як і в промисловості, застосовуються показники рентабельності акцій.

Методика цих показників у торгівлі аналогічна методиці аналізу в промисловості. Тобто в процесі аналізу дані звітнього року порівнюються з

попереднім роком, визначається відхилення та вплив чинників, що зумовили це відхилення.

7. Особливості аналізу діяльності підприємств оптової торгівлі

У сфері економіки важливу ланку посягає оптова торгівля, яка в свою чергу сприяє підвищенню розвитку не тільки підприємствам сфер виробництва, а також підвищенню економічної віддачі роздрібній торгівлі. Оптова торгівля у сьогоднішній час має дуже значну роль у системі економічних зв'язків між різними галузями економіки. Однією з пріоритетних цілей оптової торгівлі - це планомірне регулювання товарної пропозиції у відповідності з попитом. На сьогоднішній день можна зазначити, що оптова торгівля забезпечує активну участь у забезпеченні стійкої реалізації різноманітних товарів споживачам. Підприємства оптової торгівлі контролюють повноту асортиментів у супермаркетах зони, що обслуговується, домагаючись постійної наявності в продажі товарів, які є на складах, беруть участь разом із промисловістю в рекламних заходах, організують перепродаж зайво закуплених магазинами товарів в інші райони, де на них є більший попит.

Роль оптової торгівлі у розвитку національної економіки, а також питання управління окремими аспектами діяльності підприємств оптової торгівлі розглянуто у працях О. М. Азарян [11], В. В. Апопія [12], Н. О. Власової [13], Н. О. Голошубової [14], А. А. Мазаракі [15], Н. Г. Міценко [16]. Узагальнюючи роботи науковців, відмітимо необхідність подальшого дослідження у цій галузі, а саме виявлення особливостей функціонування та розвитку підприємств оптової торгівлі в розрізі регіонів.

Основною метою аналізу торговельної діяльності оптових підприємств – це виявлення, вивчення, обґрунтування й мобілізація резервів розвитку товарообігу, поліпшення процесу обслуговування покупців. Перш за все, аналізуючи показники, які характеризують ефективне функціонування оптової торгівлі, необхідно зосередити свою увагу на:

- загальну оцінку виконання планів оптового товарообігу й поставки товарів покупцям;
- дослідити їх у динаміку у часі;
- виявити й виміряти вплив факторів на розвиток оптового товарообігу;
- виявити та узагальнити причини недоліків у торговельно-комерційній діяльності;
- розробити ряд заходів, які могли б сприяти їх усунення й попередженню.

Проведений аналіз повинен показати, як саме підприємства, основною діяльністю яких є купівля і перепродаж оптових товарів, враховує соціально-економічний розвиток регіону, який він обслуговує, виробничі потужності промислових підприємств та інших постачальників.

На даний момент оцінка діяльності більшості підприємств оптової торгівлі заснована на системі показників, які можна розподілити на такі дві великі групи.

1. Статистичні показники — вони використовуються для того щоб сформулювати загальні показники оптової торгівлі на макроекономічному рівні. Завдяки їм можна оцінити як розвивається оптова торгівля загалом, за найважливішими групами товарів, можливо розрахувати частку оптової торгівлі у валовому внутрішньому продукті. До статистичних показників належать:

- загальний товарооборот;
- оптовий товарооборот;
- роздрібний товарооборот;
- оборот від посередницької діяльності;
- оборот від інших видів діяльності;
- обсяг товарних запасів у вартісному обчисленні на кінець звітного періоду;

– середньооблікова чисельність працівників підприємства оптової торгівлі;

– інформація щодо складського господарства.

2. Фінансові показники підприємство використовує при аналізі оцінки ефективності діяльності оптового підприємства, аналізу джерел витрат та прибутку, підвищення рентабельності та інші. Фінансові показники в абсолютному обчисленні є основою для подальшого до розрахунку низки відносних показників, найбільш важливим з яких є коефіцієнт прибутковості. До фінансових показників діяльності оптового підприємства належать:

- доходи за видами діяльності;
- витрати за видами діяльності;
- прибуток (збиток) діяльності;
- чистий прибуток (збиток) оптового підприємства.

Основним показником, який характеризує господарську діяльність підприємств і організацій оптової торгівлі – оптовий товарооборот. Він являє собою продаж товарів торговими підприємствами іншим підприємствам, що використовують ці товари або для подальшої реалізації, або для виробничого споживання у якості сировини і матеріалів, або для матеріального забезпечення господарських потреб. В результаті оптового товарообороту товари не переходять в сферу особистого споживання, а залишаються у сфері звернення або надходять в виробниче споживання. Іншими словами, при оптовому обороті товар реалізується для подальшої переробки або перепродажу.

Загальний оборот підприємства оптової торгівлі включає загальну вартість відвантаженого товару (виконаних робіт, послуг), яка у своєму складі не включає ціни з ПДВ та акцизу, незалежно від надходження платежів на рахунок підприємства та зобов'язань зі сплати податків за всіма видами діяльності підприємства (разом з власним споживанням та внесеними до рахунку витратами на пакування і перевезення товару) в цінах фактичної реалізації. Також не включають до обороту виручку підприємства від

нетипових видів діяльності, наприклад продаж власного устаткування та від нетипових фінансових операцій, тобто прибутку на акцій, дивіденди. Якщо покупець протягом певного періоду повернув товар на склад, або відмовився від поставки, то ці товари також вираховуються з обороту.

Роздрібний товарооборот підприємств оптової торгівлі — це, як правило, підприємства оптової торгівлі, які діють на ринку споживчих товарів та можуть здійснювати роздрібний продаж товарів особистого споживання безпосередньо населенню як за готівкові кошти, так і на основі інших платіжних засобів, через спеціально організовану торговельну мережу з метою збільшення обсягів виручки [17].

Оптовий товарооборот підприємства — це планований показник, який повинен подаватися у внутрішній звітності з розподілом за товарами та товарними групами.

Оптовий товарооборот на наступний за звітним період розраховується за формулою:

$$\text{ТОПТ} = \text{ТЗ} + \text{ЗП} - \text{ЗК}, \quad (1.14)$$

де ТОПТ — товарооборот оптовий (за планом);

ТЗ — прогнозований обсяг закупівлі товарів для реалізації споживачам у вартісному обчисленні;

ЗП — очікувані залишки товарів, призначені для реалізації, на складах оптового підприємства на початок прогнозованого періоду;

ЗК — нормативний запас на кінець прогнозованого періоду.

Нормативний запас на кінець прогнозованого періоду дістаємо так:

$$\text{ЗК} = \text{ОД} * \text{ЗН}, \quad (1.15)$$

де ОД — одноденний обсяг реалізації;

ЗН — встановлений норматив товарних запасів на кінець прогнозованого періоду, дні.

Торговельна діяльність оптових підприємств характеризується насамперед ступенем виконання планів і динаміки оптового товарообігу. Багато

оптових підприємств поряд з оптовою торгівлею займаються роздрібною реалізацією товарів. У зв'язку із цим виникає необхідність визначення й аналізу загального (валового) товарообігу, що включає оптову й роздрібну реалізацію товарів. Аналіз виконання плану й динаміки проводиться по кожному напрямкові оптової реалізації товарів (з деталізацією по їхніх видах). Насамперед перевіряють виконання плану по окремих напрямках реалізації й вивчають причини виявлених відхилень. Причинами недопоставки можуть бути порушення постачальниками договорів поставки товарів по загальному обсягу, асортиментах, якості й строкам їх надходження, а також транспортні перешкоди, недоліки в організації оптової торгівлі у складському господарстві, іншої маркетингової діяльності. Важливим показником, що характеризує поставку товарів оптовими підприємствами, є питома вага ринкового фонду в загальному обсязі товарообігу. Зростання частки ринкового фонду товарів в оптовому товарообігу звичайно позитивно характеризує торговельну діяльність оптового підприємства [18, с. 231].

Дано загальну оцінку виконання планів оптового товарообігу й поставки товарів покупцям від ТОВ «Глорія Джинс» (табл.1.8). Темп зростання валового товарообороту склав 127,7 %) та зокрема 128% - з обсягу оптового товарообороту, 127,5% - з обсягу роздрібного товарообороту. Більш високими темпами зростає внутрішній відпуск товарів з оптових складів місцевій роздрібній торговельній мережі (129,5%).

Частка оптової реалізації товарів у валовому товарообороті ТОВ «Глорія Джинс» складає приблизно 34% та практично не змінилася фактично у порівнянні з попереднім роком. По складу оптовий товарооборот підрозділяється на реалізацію товарів зі складів і транзитом (за участю і без участі в розрахунках).

Співвідношення складського і транзитного оборотів залежить від кон'юнктури ринку, фінансово-економічних інтересів постачальників і покупців, рівня цін і тарифів на складські та транзитні послуги, ступеня

спеціалізації промислового виробництва і підприємств роздрібної торгівлі, умов їх постачання і розрахунків, асортименту товарів, стану матеріально-технічної бази оптової торгівлі, тобто від наявності складських приміщень, а головне, від величини прибутковості проведених оптових операцій.

Таблиця 1.8

Аналіз динаміки, складу та структури валового товарообороту

Склад валового товарообороту	Попередній рік		Звітний рік		Відхилення		Темп зростання, %
	Сума, тис.грн	Питома вага, %	Сума, тис.грн	Питома вага, %	Сума, тис.грн	Питома вага, %	
01	02	03	04	05	06	07	08
1. Валовий товарооборот	55040	100	70268	100152	15229	-	127,7
1.1. Оптовий товарооборот	18640	33,9	23859	34	197	0,1	128
1.2. Роздрібний товарооборот	36400	66,1	46410	66	910	-0,1	127,5
2. Внутрішній відпуск товарів	10057	18,3	12999	18,5	2942	0,2	129,3

Транзит забезпечує оптовим підприємствам мінімальні витрати обігу, значно скорочує кількість ланок руху товару, прискорює час оборотності товарів, сприяє збереженню їх якості і т.п. При аналізі складу оптового товарообороту складають табл. 1.9.

Таблиця 1.9

Аналіз складу оптового товарообороту

Склад оптового товарообороту	Попередній рік		Звітний рік				Виконання плану, %	Темп зростання, %
	Сума, тис.грн	Питома вага, %	План		Факт			
			Сума, тис.грн	Питома вага, %	Сума, тис.грн	Питома вага, %		
01	02	03	04	05	06	07	08	09
Складський товарооборот	15658	84	19924	84,2	20137	84,4	101,1	128,6
Транзитний товарооборот	2982	16	3738	15,8	3722	15,6	99,6	124,8
Всього оптовий товарооборот	18640	100	23662	100	23859	100	100,8	128

Спостерігаються випереджаючі темпи зростання складської реалізації товарів у порівнянні з темпами зростання транзитного продажу товарів. Це надає можливість отримати значно вищий рівень прибутковості і рентабельності.

Далі переходять до аналізу й оцінки асортименту і структури оптової реалізації товарів (табл.1.10). Не віраючи на високі темпи зростання обсягів реалізації, спостерігається нерівномірність оптового товарообороту за окремими товарними групами, що призвело до зміни його структури. Зокрема, знизилася частка в товарообороті швейних, трикотажних і панчішно-шкарпеткових виробів при збільшенні питомої ваги реалізації товарів по інших товарних групах.

Для оцінки виконання оптовими підприємствами договорів поставки за загальним обсягом, кількістю, асортиментом та термінами відвантаження застосовують показник «оптовий товарооборот з урахуванням виконання договорів поставки товарів», який коригується на недопоставку товарів окремим покупцям.

Таблиця 1.10

Оцінка асортименту і структури оптової реалізації товарів

Товарні групи	Попередній рік		Звітний рік		Відхилення		Темп зростання, %
	Сума, тис.грн.	Питома вага, %	Сума, тис.грн.	Питома вага, %	Сума, тис.грн.	Питома вага, %	
01	02	03	04	05	06	07	08
Швейні вироби	10421	55,9	13266	55,6	2845	-0,3	127,3
Трикотаж	4947	26,5	6275	26,3	1328	-0,2	126,8
Панчішно-шкарпеткові вироби	1826	9,8	2312	9,7	486	-0,1	126,6
Хутряні товари	764	4,1	1002	4,2	238	0,1	131,2
Головні убори	186	1	240	1	54	-	129
Інші товари	496	2,7	764	3,2	268	0,5	154

Аналіз поставки і оптової реалізації товарів необхідно проводити з урахуванням засобів оплати окремими покупцями. Зокрема, виявляють шляхи, можливості і резерви розвитку оптового продажу товарів з передплатою,

максимізації розрахунків з покупцями під час відвантаження товарів і мінімізації їх відпустки в кредит (з розстрочкою платежу).

Рівномірність відвантаження і реалізації товарів в оптовій торгівлі має не менше значення, ніж у роздрібній. Своєчасна і рівномірна поставка товарів магазинам і підприємствам громадського харчування забезпечує успішне виконання плану роздрібно-товарообороту, високі темпи його зростання в динаміці і якісне обслуговування покупців (споживачів).

Вивчення рівномірності виконання плану оптової реалізації товарів по кварталах і місяцях здійснюється так само, як і в роздрібній торгівлі.

Для оцінки ритмічності розвитку оптового товарообороту і якості роботи підприємства ТОВ «Глорія Джинс» складають табл. 1.11.

Таблиця 1.11

**Аналіз динаміки якісних показників торговельної діяльності
ТОВ «Глорія Джинс»**

Показник	Од.виміру	Попередній рік	Звітний рік	Зміна	Темп зростання, %
01	02	03	04	05	06
Ритмічність виконання плану поставки товарів роздрібній торгівлі:					
- по декадах	% до загального обсягу поставки	77,4	79	1,6	102,1
- по місяцях		100	100	-	100
Ритмічність виконання складами місячних планів реалізації товарів	%	95,8	96,9	1,1	101,1
Коефіцієнт якості товарів, що надійшли	% до загального обсягу товарів, що надійшли	24,6	25	0,4	101,6
Коефіцієнт охоплення централізованою доставкою зі складів оптового підприємства	% до загального обсягу складської поставки товарів	75,3	78,8	3,5	104,6

У порівнянні з минулим роком на ТОВ «Глорія Джинс» покращилася ритмічність поставки товарів і збільшилася перевірка якості товарів, що надійшли. Зросла частка централізованої доставки в загальному обсязі складської реалізації товарів. Оптове підприємство має і далі забезпечувати

ритмічну поставку товарів по декадах і окремих днях, розвивати і вдосконалювати їх централізовану доставку.

У випадках, коли неритмічна поставка товарів відбулося з вини постачальників (промислових підприємств і ін.), слід передбачити створення на складах оптового підприємства резервних товарних запасів і вжити відповідних заходів впливу на постачальників, які порушують договори поставки. Товари повинні відвантажуватися в першу чергу найбільш далеким покупцям, так як до кінця місяця не завжди можливо надходження грошових коштів на рахунки в банку за відвантажені в другій половині місяця товари.

Оптові підприємства можуть вивчати ритмічність поставок за допомогою визначення коефіцієнту варіації:

$$V = b * 100 : \Pi, \quad (1.16)$$

де V – коефіцієнт варіації;

b – середнє квадратическое відхилення фактичного обсягу

поставок від середнго рівня поставок, обчислене по формулі:

$$b_n = \frac{\sum (\Pi_i - \Pi)^2}{n}, \quad (1.17)$$

де Π_i – поставка за перший період;

Π – середній рівень поставки, розрахований як $\Pi = \frac{\sum \Pi}{n}$;

n – число поставок.

Коли ми даємо оцінку знайденого показника потрібно звертати увагу, що чому ближче його величина до нуля, тем ритмічніше поставка, і навпаки, чим більше цей показник, тем ритмічніше поставка товарів

Виконання плану і динаміка оптового товарообороту, як і роздрібного, залежать від трьох груп факторів:

- забезпеченості і використання товарних ресурсів;
- забезпеченості трудовими ресурсами, режиму та ефективності праці;
- стану, розвитку і використання матеріально-технічної бази оптового підприємства.

Для більш обґрунтованого дослідження справ в оптовій торгівлі підприємству слід виконати аналіз ринку закупівель, оцінити його вплив на розвиток торговельної діяльності. При аналізі необхідно встановити й абсолютне відхилення фактичної кількості поставлених товарів від обсягу їх поставок за контрактом. У випадках зміни цін розраховується вплив цієї зміни на вартісну величину поставок. При цьому необхідно не тільки дати об'єктивну оцінку виконання плану і динаміки надходження товарів, а й виявити шляхи, можливості і резерви збільшення їхнього постачання, особливо на пільгових умовах. Вивчення джерел надходження товарів проводять по всіх товарних групах (товарам) в асортиментному розрізі (таблиця 1.12).

Сума фактичних товарних запасів за всіма товарними групам за рік значно зросла, що в основному пов'язано з впливом інфляційних чинників. Товарні запаси в днях обороту знизилися по швейних виробам і головних уборах, по інших товарних групах дещо зросли, по всіх товарах зменшилися на 0,8 дня. За більшістю товарних груп фактичні запаси товарів в днях на кінець року нижче нормативу, що може негативно вплинути на майбутню торгову діяльність ТОВ «Глорія Джинс».

Методика аналізу товарооборотності на оптових підприємствах приблизно така ж, як і в роздрібній торгівлі. Зокрема, визначають, на скільки прискорилося чи уповільнилося оборотність товарів в днях і в кількості оборотів, скільки вивільнено або додатково вкладено коштів за рахунок зміни товарооборотності, а головне, які є можливості та прогностні резерви прискорення часу обороту товарів, оптимізації товарних запасів.

Оптові підприємства створюють сезонні запаси товарів. Проводячи їхній аналіз, перш за все вивчають виконання планів з накопичення сезонних товарів, своєчасність і повноту їх кредитування (сезонні товарні запаси зазвичай кредитуються на пільгових умовах). Далі встановлюють своєчасність залучення сезонних товарних запасів в товарообіг. Аналіз накопичення і реалізації сезонних товарів оформлюється табл. 1.14.

Таблиця 1.12

Аналіз структури закупівель

Джерело надходження товарів	Попередній рік		Звітний рік		Відхилення		Темп зростання, %
	Сума, тис.грн.	Питома вага, %	Сума, тис.грн.	Питома вага, %	Сума, тис.грн.	Питома вага, %	
01	02	03	04	05	06	07	08
1.Від промислових підприємств свого регіону	7011	35,2	8828	35	1817	-0,2	125,9
2.Від оптових підприємств свого регіону	2390	12	2952	11,7	562	-0,3	123,5
3.Від промислових підприємств інших регіонів України	4104	20,6	5273	20,9	1169	0,3	128,5
4.Від оптових підприємств інших регіонів України	2052	10,3	2624	10,4	572	0,1	127,9
5.Від промислових підприємств ближнього зарубіжжя	617	3,1	908	3,6	295	0,5	147,2
6.Від оптових підприємств ближнього зарубіжжя	1673	8,4	1740	6,9	67	-1,5	104
7.Від промислових та оптових підприємств дальнього зарубіжжя	2071	10,4	2902	11,5	831	1,1	140,1
<i>Всього</i>	19918	100	25227	100	5309	-	126,7

ТОВ «Глорія Джинс» успішно здійснювало накопичення сезонних товарів. Однак значна кількість після закінчення сезону торгівлі залишилася нереалізованою.

Кожне оптове підприємство при аналізі поставок і оцінці їх впливу на товарообіг повинне враховувати ряд факторів, пов'язаних із ціноутворенням. Підприємство повинне враховувати:

Аналіз стану товарних запасів на оптових складах

Товарні групи	Залишки товарних запасів на кінець попереднього року		Фактичні залишки товарних запасів				Відхилення залишків товарних запасів			
	сума	в днях	Норматив		На кінець звітнього року		Від нормативу		Від попереднього року	
			сума	в днях	сума	в днях	сума	в днях	сума	в днях
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
Швейні вироби	1278	45,5	1691	46,9	1631	42,6	-60	-4,3	353	-2,9
Трикотаж	614	39,8	789	47,2	802	44,2	13	-3	188	4,4
Панчішно-шкарпеткові вироби	220	38	292	46,8	251	39,9	-41	-6,9	31	1,9
Хутряні товари	82	40,2	139	49,3	129	50,1	-10	0,8	47	9,9
Головні убори	24	47,1	32	48	34	46,5	2	-1,5	10	-0,6
Інші товари	63	38,6	106	52	118	53,7	12	1,7	55	15,1
<i>Всього</i>	2281	44,1	3049	47	2965	43,3	-84	-3,7	684	-0,8

- 1) у якому ступені діючі ціни можуть забезпечити реалізацію товарів і послуг;
- 2) який обсяг реалізації товарів можливий при існуючих цінах;
- 3) які середні витрати, які відповідають цим обсягам реалізації;
- 4) який рівень рентабельності.

Така політика в області цін може бути визнана успішною в тому випадку, якщо вона дозволить відновити або поліпшити позицію підприємства на конкурентних ринках товарів і послуг і збільшити чистий прибуток підприємства.

У процесі аналізу товарообороту й закупівель товарів і послуг потрібно розібратися в маркетинговій стратегії підприємства й установити чи мало місце проникнення товарів на новий ринок; як відбувався розвиток ринку товарів, якими торгує оптова база; які сегменти ринку товарів зложилися в даному регіоні. Особливо слід проаналізувати як вплинуло на розвиток товарообороту

й забезпечення прибуткової роботи використання активних заходів в області ціноутворення.

На практиці підприємство має можливість вибирати одне із трьох типових цінових стратегій:

- 1) установлення цін на окремі товари вище, чим у конкурентів;
- 2) установлення цін на рівні конкурентів;
- 3) установлення цін трохи нижче, чим у конкурентів.

У процесі аналізу підприємство повинне привести докази обґрунтованості цінової стратегії й провести розрахунки її впливу на кінцеві результати діяльності оптового підприємства – обсяги товарообороту та прибутку.

Таблиця 1.14

Аналіз накопичення і реалізації сезонних товарів

Товарна група	Термін зберігання	Середній залишок сезонних товарів	Залишок сезонних товарів на початок сезону			Залишок сезонних товарів на кінець сезону	
			план	факт	% виконання плану	сума	% до залишків на початок сезону
01	02	03	04	05	06	07	08
Швейні вироби	1.10-1.03	342	367	391	106,5	157	40,2
Швейні вироби	1.03- 1.10	409	463	528	114	203	38,4
Трикотаж	1.10-1.03	122	128	141	110,1	59	41,8
Трикотаж	1.03- 1.10	138	149	176	118,1	33	18,8
Панчішно-шкарпеткові вироби	1.10-1.03	32	38	35	92,1	11	31,4
Панчішно-шкарпеткові вироби	1.03- 1.10	40	43	46	107	12	26,1
Хутряні товари	1.03- 1.10	29	36	31	86,1	10	32,3
Головні убори	1.10-1.03	6	7	8	114,3	3	37,5
Головні убори	1.03- 1.10	8	9	11	122,2	3	27,3
<i>Всього</i>	1.10-1.03	502	540	575	106,5	230	40
	1.03- 1.10	624	700	792	113,1	261	33

Методика аналізу забезпеченості та використання трудових ресурсів і матеріально-технічної бази оптового підприємства в основному така ж, як і в роздрібній торгівлі. Завершується аналіз узагальненням виявлених можливостей і резервів (особливо прогнозних) зростання оптового товарообігу, оптимізації руху товару, поліпшення використання товарних, трудових і фінансових ресурсів, матеріально-технічної бази торгівлі, підвищення якості обслуговування покупців [21, с. 17].

Одне з основних умов успішного виконання плану і високих темпів зростання оптового товарообороту - правильна організація оперативного аналізу його розвитку. На оптових підприємствах ведеться оперативний контроль як за відвантаженням, так і за реалізацією товарів. Кожному складу встановлюються плани і графіки постачання товарів окремим покупцям на місяць, по декадах, а також по окремих днях. На підставі даних товарно-транспортних накладних та інших документів в спеціальних таблицях визначають фактичні обсяги відвантаження товарів за день (тиждень або декаду) та наростаючим підсумком з початку місяця.

На підставі даних виписок з рахунків банку, оптове підприємство повинно оперативно контролювати надходження грошових коштів за реалізованими товарами, виконання плану і динаміку товарообороту. Ця інформація використовується при оперативному аналізі витрат обігу, фінансових результатів, платоспроможності, фінансової стійкості оптового підприємства і розробці заходів щодо поліпшення його господарської та іншої діяльності.

Застосування сучасних інформаційних технологій дозволяє автоматизувати оперативний аналіз відвантаження товарів, оптового товарообороту, руху товарів. При цьому можна оперативно контролювати:

- скільки і на які суми виписано товарних і розрахункових документів за відвантажені товари;

- кому і скільки їх поставлено товарів (встановити відхилення від плану щодо поставки товарів за день (тиждень або декаду) і з початку місяця окремим одержувачам (в асортиментному розрізі і за загальним обсягом поставки) ;

- як своєчасно оплачуються реалізовані товари;

Це дозволить вжити заходів щодо оптимізації поставки товарів і оптового товарообороту.

В оптовій торгівлі витрати діяльності включають витрати транспортування, зберігання, підсорткування і оптової реалізації товарів. Вони зазвичай вивчаються за відносним рівнем (у відсотках до обороту).

Рівень витрат обороту оптового підприємства визначається відношенням їхньої суми до суми товарообороту в відпускних цінах.

Аналіз витрат діяльності в оптовій торгівлі проводиться зіставленням фактичного їхнього рівня за звітний рік з плановим і з рівнями витрат минулих років. В результаті визначають розмір зниження або підвищення рівня витрат діяльності (у відсотках до обороту) і темп його зміни. Далі виявляють і вимірюють вплив факторів на витрати діяльності. Вплив ступеня виконання плану і динаміки оптового товарообороту, зміни його складу і структури, терміну обороту товарів, відпускних цін на товари, тарифів і ставок за послуги, цін на матеріали, продуктивності праці, ефективності використання матеріально-технічної бази оптового підприємства вивчається так само, як і в роздрібній торгівлі.

По ТОВ «Глорія Джинс» (табл.1.15) середній (загальний) рівень витрат діяльності за звітний рік склав 11,4% до обороту і знизився проти плану на 0,2% до обороту та в порівнянні з минулим роком - на 0,84 % до обороту. Сума відносної економії витрат відповідно склала : 141тис.грн. $[70\ 269 \times (-0,2): 100]$ і 590 тис.грн. $[70\ 269 \times (-0,84): 100]$.

Аналогічна закономірність встановлена щодо витрат оптової та роздрібною торгівлі. Так, по витратах оптової торгівлі сума відносної економії склала порівняно з планом 44 тис.грн. $[23\ 859 \times (-0,183): 100]$ та в порівнянні з

минулим роком - 191 тис.грн. [23 859 x (-0,801): 100]. Відносна економія по витратах підприємств роздрібної торгівлі дорівнює відповідно 99 тис.грн. [46 410 x (-0,214): 100] і 397 тис.грн. [46 410 x (-0,856): 100].

Середній рівень витрат діяльності оптового підприємства ТОВ «Глорія Джинс» багато в чому залежить від зміни складу валового (загального) товарообігу, так як витратомісткість роздрібної реалізації товарів значно вище витратомісткості оптового товарообороту (в нашому прикладі в 1,5 рази). Вплив цього фактору на загальний рівень витрат ТОВ «Глорія Джинс» можна виміряти прийомом абсолютних різниць (табл. 1.16).

Таблиця 1.15

Аналіз виконання плану з витрат діяльності

Показники	Поперед- ній рік	Звітний рік			Відхилення		Темп зростання, %
		План	Факт	% виконан ня лану	від плану	від поперед нього року	
01	02	03	04	05	06	07	08
Валовий товарооборот в діючих цінах, в т.ч.	55040	69162	70269	101,6	1107	15229	127,7
- оптовий товаробіг	18640	23662	23859	100,8	197	5219	128
- роздрібний товарооборот	36400	45500	46410	102	910	10010	127,5
Витрати діяльності оптової торгівлі:							
- сума	1697	2008	1981	98,7	-27	284	116,7
- у % до обороту	9,104	8,486	8,303	97,8	-0,183	-0,801	91,2
Витрати діяльності роздрібної торгівлі:							
- сума	5040	6008	6029	100,3	21	989	119,6
- у % до обороту	13,846	13,204	12,99	98,4	-214	-0,856	93,7
Всього витрат діяльності	6737	8016	8010	99,8	-6	-1273	118,9
- у % до обороту	12,24	11,6	11,4	98,4	-0,2	-0,84	93,1

Таблиця 1.16

**Аналіз впливу складу валового товарообороту
на середній рівень витрат діяльності**

Склад валового товарообороту	У % до валового товарообороту			Рівень витрат, % до обороту	Відсоткове число	Вплив зміни складу % до обороту
	План	Факт	Відхилення			
01	02	03	0	05	06= 03*04	07=підсумок 06/100
Оптовий товарооборот	34,2	34	-0,2	8,486	-1,697	х
Роздрібний товарооборот	65,8	66	0,2	13,204	2,641	х
<i>Всього</i>	100	100	-	11,59	0,944	0,009

Зниження в валовому товарообороті частки оптової реалізації товарів на 0,2 % і відповідне зростання питомої ваги роздрібного товарообігу призвели до підвищення середнього рівня витрат ТОВ «Глорія Джинс» на 0,009% до обороту, що становить 6 тис.грн. (70 269 x 0,009: 100).

Витрати діяльності оптових підприємств багато в чому залежать від складу оптового товарообороту (частки в оптовому товарообороті складської і транзитної реалізації товарів). Вченими-економістами підраховано, що реалізація товарів зі складів оптового підприємства вимагає в 3-6 разів більше витрат, ніж продаж товарів транзитом. При складській реалізації товарів неминучі витрати на оренду, зміст, амортизацію і ремонт будівель, приміщень, обладнання та машин, витрати підсортування, пакування та зберігання товарів і інші витрати обігу, які зазвичай відсутні при реалізації товарів транзитом.

Значно вище при складській реалізації товарів і транспортні витрати, витрати на оплату праці і товарні втрати. У зв'язку з цим слід виявити і вивчити вплив на витрати діяльності зміни складу оптового товарообороту. Окремий облік витрат в такому розрізі на оптових підприємствах зазвичай не ведеться і вплив зміни складу оптового товарообороту на їх витрати визначити досить складно. Це можна зробити, використовуючи формулу поправочного коефіцієнта (К):

$$K = \frac{P * (P_{ск} - 1)}{ПВ_{ск} * (P_{ск} - 1) + 100}, \quad (1.18)$$

де P - середній рівень витрат діяльності оптового підприємства (базисний);

$P_{ск}$ - відношення рівня витрат діяльності по реалізації товарів зі складів до рівня витрат по реалізації їх транзитом ($P_{ск}$, коливається на окремих оптових підприємствах від трьох до шести);

$ПВ_{ск}$ - питома вага (частка) складської реалізації товарів в товарообігу (базисна).

Поправочний коефіцієнт (K) показує, на скільки відсотків до товарообігу зросте чи зменшиться загальний рівень витрат діяльності оптового підприємства на кожен відсоток збільшення або зниження питомої ваги складської реалізації товарів в оптовому товарообороті.

Визначимо поправочний коефіцієнт ТОВ «Глорія Джинс» за минулий рік, якщо витратомісткість складської реалізації товарів в 4,0 рази вище за транзитну:

$$K = \frac{9,104 * (4,0 - 1,0)}{84 * (4,0 - 1,0) + 100} = 0,108 \quad (1.19)$$

Тобто, на 0,108 % до товарообороту зросте (чи зменшиться) загальний рівень витрат діяльності підприємства на кожен відсоток збільшення (або зниження) питомої ваги складської реалізації товарів в оптовому товарообороті.

У порівнянні з минулим роком частка складської реалізації товарів в оптовому товарообороті зросла на 0,4% (84,4 - 84,0) (див. табл. 1.9), що призвело до відносного збільшення витрат оптової торгівлі на 0,043 % до обороту [$0,108 \times (+0,4)$], що становить 10 тис.грн. ($23\ 859 \times 0,043 : 100$). Для вимірювання впливу динаміки оптового товарообороту на витрати діяльності згрупуємо їх в групи умовно-змінних і умовно-постійних витрат і зробимо перерахунок фактичних витрат минулого року на фактичний товарооборот звітного року. Результати розрахунків оформимо в табл. 1.17.

У зв'язку із зростанням оптового товарообороту на 28,0% сума витрат оптової торгівлі зросла на 315 тис.грн., а рівень знизився на 0,73% до обороту,

при цьому рівень умовно-змінних витрат не змінився, а рівень умовно-постійних зменшився на 0,673%.

Для вивчення впливу зміни структури оптового товарообороту на витрати діяльності використаємо прийом відносних різниць (якщо відомі рівні торговельних витрат по асортиментним групам товарів) (табл. 1.18).

В оптовому товарообороті зросла частка більш витратомістких товарів, що призвело до підвищення рівня витрат на 0,076% до обороту (+7,58: 100), що складає 18 тис.грн. (23 859x0,076: 100).

Відпускні ціни на товари (в оптовій торгівлі) ТОВ «Глорія Джинс» в порівнянні з минулим роком зросли на 25,0% (індекс відпускних цін дорівнює 1,25). Сума витрат, що не залежать від зміни відпускних цін на товари, склала 402 тис.грн.

Таблиця 1.17

**Аналіз впливу обсягу оптового товарообороту
на зміну витрат діяльності**

Статті витрат діяльності	Попередній рік		Скореговані на фактичний обсяг товарообороту		Вплив на витрати діяльності	
	сума	у % до обороту	сума	у % до обороту	сума	у % до обороту
01	02	03	04	05	06=04-02	07=05-03
Оптовий товарооборот	18640	х	23859	х	х	х
Умовно – змінні витрати	1123	6,025	1438	6,025	315	-
Умовно – постійні витрати	574	3,079	574	2,406	-	-0,673
<i>Всього</i>	1697	9,104	2012	8,431	315	-0,73

Визначимо рівень витрат діяльності, що не залежать від зміни відпускних цін (у% до обороту):

- до товарообороту в діючих цінах:

$$402: 23859 \times 100 = 1,685;$$

- до товарообороту в порівнянних цінах:

$$402: (23859/1,25) \times 100 = 2,106.$$

Отже, підвищення відпускних цін на товари знизило рівень витрат обороту оптової торгівлі ТОВ «Глорія Джинс» на 0,421% до обороту (1,685 – 2,106), або на 100 тис.грн. $[23\ 859 \times (-0,421) \times 100]$.

Таблиця 1.18

Аналіз впливу зміни структури оптового товарообороту на рівень витрат

Товарна група	Оптовий товарооборот				Зміна, %	Рівень витрат за попередній рік, % до обороту	Відсоткові числа
	Попередній рік		Звітний рік				
	Сума	Питома вага, %	Сума	Питома вага, %			
01	02	03	04	05	06=05-03	07	08=07*06
Швейні вироби	10421	55,9	13266	55,6	-0,3	8,3	-2,49
Трикотаж	4947	26,5	6275	26,3	-0,2	8,5	-1,7
Панчішно-шкарпеткові вироби	1826	9,8	2313	9,7	-0,1	111	-1,11
Хутряні товари	764	4,1	1002	4,2	0,1	7,8	0,78
Головні убори	186	1	240	1	-	15	-
Інші товари	496	2,7	764	3,2	0,5	24,2	12,1
<i>Всього</i>	18640	100	23859	100	-	9,104	7,58

Розрахунки свідчать, що в зв'язку з підвищенням ставок заробітної плати витрати на оплату праці з оптової торгівлі збільшилися на 49 тис.грн., що становить 0,205% до обороту (49: 23 859 x 100).

У звітному році знизилися тарифи по автомобільних перевезеннях в середньому на 8,4%. Індекс транспортних тарифів дорівнює 0,916. Фактичні витрати по автомобільних перевезеннях по оптовій торгівлі за рік склали 376 тис.грн. Фактичні транспортні витрати в порівнянних тарифах рівні 410 тис.грн. (376: 0,916). Зниження тарифів по автомобільних перевезеннях на 8,4% дало відносну економію витрат - 34 тис.грн. (376 - 410), або 0,143% до обороту.

Методика аналізу впливу інших факторів на витрати оптової торгівлі така ж, як і по роздрібній. Для узагальнення результатів аналізу впливу факторів на витрати оптової торгівлі складають табл. 1.19.

Для виявлення резервів зниження витрат по оптовій торгівлі необхідно їх вивчити по окремим статтям і видам витрат. Основну увагу приділяють аналізу

витрат на оплату праці, оренду, утримання, амортизацію та ремонт основних засобів, транспортних витрат та інших, які займають основне місце у витратах підприємств оптової торгівлі.

Методика аналізу окремих статей витрат на оптовому підприємстві в основному така ж, як і на роздрібному.

Таблиця 1.19

Узагальнення результатів аналізу витрат діяльності оптової торгівлі

Показники	Витрати	
	Сума	% до обороту
01	02	03
1. Загальне відхилення витрат діяльності оптової торгівлі	284	-0,801
2. Вплив чинників на зміну витрат незалежних чинників:		
2.1. підвищення відпускних цін на товари	-100	-0,421
2.2. підвищення ставок заробітної плати	49	0,205
2.3. зниження транспортних тарифів на автомобільні перевезення	-34	-0,143
3. Вплив чинників на зміну витрат залежних чинників:		
3.1. зростання обсягу оптового товарообороту (табл.7.11)	315	-0,673
3.2. зміна складу оптового товарообороту (табл.7.2 та формула(6))	10	0,043
	18	0,076
3.3. зміна структури оптового товарообороту (табл.7.12)	26	0,112
3.4. вплив інших чинників (1-2.1.-2.2-2.3-3.1.-3.2.-3.3)		
<i>Всього</i>	369	-0,442

Виявлені резерви скорочення торгових витрат повинні бути обґрунтовані технічними та економічними розрахунками, даними проведеного аналізу.

Так, в майбутньому році за рахунок розширення закупівлі товарів у місцевих постачальників на пільгових умовах можна знизити транспортні витрати з оптової торгівлі ТОВ «Глорія Джинс» на 66 тис.грн, або на 0,277% до обороту (66: 23859 x 100). Завдяки реалізації можливостей підвищення ефективності праці, витрати на заробітну плату можна скоротити на 107 тис.грн, що становить 0,448% до обороту. За рахунок розширення закупівлі товарів на умовах консигнації, збільшення частки власного капіталу в формуванні товарних запасів, оптимізації кредитів банку витрати по оптовій торгівлі за статтею «Відсотки за користування кредитами і позиками» в майбутньому періоді можливо зменшити на 56 тис.грн., або на 0,235% до

обороту. На оптових складах ТОВ «Глорія Джинс» зайвих машин і обладнання на 120 тис.грн. (середньорічна норма амортизації по них - 12,5%). Їхня реалізація дозволить зменшити витрати на амортизацію основних засобів на 15 тис.грн. ($120 \times 12,5 : 100$), що складає 0,063% до обороту.

Результати розрахунків прогнозних резервів скорочення витрат оптової торгівлі надані в табл. 1.20.

Таблиця 1.20

Зведений підрахунок резервів скорочення витрат оптової торгівлі

Напрямки скорочення витрат	Прогнозний резерв	
	сума	у% до обороту
01	02	03
Зниження транспортних витрат за рахунок розширення закупівлі товарів у місцевих постачальників на пільгових умовах	66	0,277
Скорочення витрат на оплату праці за рахунок мобілізації резервів підвищення ефективності праці	107	0,448
Зменшення амортизації основних засобів за рахунок продажу зайвих машин та обладнання	15	0,063
Зменшення витрат за статтею «Відсотки за користування кредитами і позиками» за рахунок розширення закупівлі товарів на умовах консигнації	56	0,235
<i>Всього</i>	244	1,023

ТОВ «Глорія Джинс» в майбутньому році за рахунок мобілізації наявних резервів має можливість знизити витрати оптової торгівлі на 244 тис.грн. або на 1,023% до обороту, що становить 12,3% до фактичної суми витрат діяльності (1981 тис.грн.) звітного року ($244 : 1981 \times 100$).

Аналіз фінансових результатів господарської діяльності оптового підприємства зазвичай починають з вивчення валового доходу від реалізації товарів. Основним видом валового доходу в оптовій торгівлі є реалізовані оптові надбавки. Оптові підприємства зазвичай встановлюють надбавки за погодженням з покупцями. Методика аналізу валового доходу підприємств оптової торгівлі приблизно така ж, як і в роздрібній.

Зокрема, вивчають загальну суму реалізованих оптових надбавок і валового прибутку, що залишається в розпорядженні оптового підприємства.

Якщо оптове підприємство здійснює також роздрібну реалізацію товарів, то валовий дохід, як і прибуток, вивчають по загальній його сумі і в розрізі видів господарської діяльності.

Головне завдання аналізу - виявлення, вивчення і мобілізація резервів зростання реалізованих оптових і торгових надбавок.

Основний шлях збільшення валового доходу - скорочення ланкості руху товару. Тоді оптове підприємство зможе отримати максимальну надбавку. Методика аналізу прибутку і рентабельності на оптових підприємствах приблизно така ж, як і на роздрібних. Тут визначають і вивчають прибуток від реалізації товарів, загальний і чистий прибуток.

Значну питома вагу в фінансовому результаті оптових підприємств займають суми штрафів, отриманих за порушення договорів поставки товарів. Бувають випадки, коли оптове підприємство виконує план прибутку за рахунок штрафів, отриманих за порушення договорів поставки товарів. У таких випадках вважати ефективною, рентабельною його роботу не можна. Аналіз кінцевих фінансових результатів (прибутку або збитків) оптового підприємства проводять в ув'язці з вивченням витрат діяльності і валового доходу і оформлюють відповідними таблицями.

Закінчується аналіз узагальненням і реалізацією виявлених можливостей і прогнозних резервів зростання доходів і прибутку, підвищення рентабельності діяльності оптового підприємства.

За роки трансформації економіки України відбулися суттєві деформації (деспеціалізація, значний кількісний приріст посередників, передусім дрібних, без відповідних якісних змін у виконанні своїх функцій, належного розвитку сучасної складської мережі тощо), які не сприяють розвитку вітчизняного виробництва й торгівлі, а також соціально-економічному розвитку України.

Оптова ланка повинна розвиватися у тісному взаємозв'язку з перетвореннями у сфері виробництва і роздрібною торгівлю, зокрема з їх структурно-територіальною організацією.

Потрібна структурна переорієнтація торгівлі України на досягнення оптимального співвідношення між суб'єктами господарювання (підприємствами – юридичними особами і фізичними особами – підприємцями), великим, середнім і малим підприємництвом, видами торговельних об'єктів (магазинами, дрібно роздрібними торговельними об'єктами, у тому числі пересувними місцями продажу товарів, ринками), складськими об'єктами, посередниками оптової ланки та їх типами за розмірами і спеціалізацією.

Враховуючи складну економічну ситуацію країни, обумовлену низкою економічно-політичних проблем, для підвищення товарообороту та ефективності функціонування торговельних підприємств необхідний розвиток таких напрямів:

- по-перше, надалі вдосконалювати структуру мережі торговельних підприємств і впроваджувати якісно нові системи обслуговування ринкового типу;

- по-друге, підвищувати рівень фінансового менеджменту, економічно обґрунтованого планування доходів, витрат і прибутку, ресурсного забезпечення операційної діяльності та реальних інвестицій;

- по-третє, підвищувати рівень факторного аналізу і контролю виконання плану економічного розвитку торговельних підприємств, їх фінансового стану та стійкості, а також своєчасно виявляти фінансові проблеми, вживати антикризові заходи і запобігати банкрутству підприємств.

Покращення діяльності торговельної галузі за вказаними напрямками буде сприяти зростанню товарообороту та збільшенню фінансових результатів діяльності торговельних підприємств.

Контрольні питання

1. Що слугує джерелом інформації для аналізу роздрібного товарообігу?
2. Охарактеризуйте комплекс факторів, під впливом яких формується роздрібний товарооборот торговельного підприємства на рівні мікро середовища його функціонування.
3. Які взаємозв'язки є між платоспроможним попитом населення, зміною роздрібних цін і рівнем конкуренції в районі діяльності торговельного підприємства?
4. Розкрийте зміст факторної моделі, яка виражає залежність обсягу товарообороту підприємства роздрібною торгівлю від комплексу зовнішніх факторів. Дайте їй характеристику.
5. Яке значення для аналізу роздрібного товарообороту має використання коефіцієнту ритмічності реалізації окремих груп товарів і як їх розраховують?
6. Охарактеризуйте структуру загальної блок-схеми аналізу товарообороту.
7. Якими показниками характеризується продуктивність праці в торгівлі?
8. Якими показниками характеризується ефективність використання основних засобів торгівлі?
9. Які прийоми економічного аналізу доцільно застосувати для визначення впливу чинників праці на обсяг роздрібного товарообігу?
10. Які прийоми економічного аналізу доцільно застосовувати для визначення впливу основних засобів торгівлі на обсяг роздрібного товарообігу?
11. Розкрийте зміст процесу комплексного узагальнення результатів факторного аналізу роздрібного товарообороту.
12. Що таке витрати діяльності торгового підприємства?
13. Роль та завдання економічного аналізу в управлінні витратами обігу підприємств торгівлі.
14. Охарактеризуйте інформаційну базу аналізу витрат обігу.

15. Під впливом яких факторів формується рівень витрат обігу торговельного підприємства, які їх взаємозв'язки та черговість впливу.
16. Як здійснюється загальне оцінювання з витрат діяльності торгового підприємства?
17. Які показники розраховують у процесі аналізу загального виконання плану і динаміки витрат обігу?
18. На які групи поділяються витрати діяльності торгового підприємства в залежно від зміни обсягу роздрібного товарообігу?
19. Які чинники впливають на зміну витрат діяльності торгового підприємства?
20. Охарактеризуйте вплив динаміки цін і тарифів на витрати обігу.
21. Що є джерелом інформації для аналізу прибутку торговельного підприємства?
22. Як здійснюється загальне оцінювання динаміки прибутку в розрізі складових частин?
23. Які чинники впливають на зміну прибутку від основної операційної діяльності?
24. Які складові чистого прибутку та прибутку від звичайної діяльності ?
25. Які показники рентабельності застосовуються для аналізу діяльності торговельних підприємств?
26. Яким чином розраховуються показники рентабельності продажу та які чинники впливають на їх зміну?
27. Яка формула розрахунку рентабельності витрат та які чинники впливають на її зміну?
28. Яким чином розраховується загальна рентабельність торгового підприємства?

2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

1. Загальна характеристика діяльності сільськогосподарських підприємств.
2. Аналіз виробничого (ресурсного) забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств.
3. Особливості аналізу виробництва продукції рослинництва.
4. Особливості аналізу виробництва продукції тваринництва.
5. Аналіз собівартості сільськогосподарської продукції.
6. Аналіз обсягу продажі сільськогосподарської продукції.

Ключові слова: сільськогосподарська організація; рослинництво; тваринництво; земельні ресурси; врожайність; продуктивність тварин; поголів'я; середньорічний надої; посівна площа; рівень товарності; корма; семена.

Глосарій:

Земельні ресурси - вид природних ресурсів, які характеризуються територією, якістю ґрунтів, кліматом, рельєфом і т. д.

Земельний кадастр - систематизований звіт документованих відомостей про природний, господарський і правовий стан земель.

Посівна площа - площа ріллі, зайнята посівами сільськогосподарських культур.

Продуктивність тварин - кількість і якість продукції, одержуваної від однієї тварини за певний період (добу, місяць, лактацію, рік, протягом життя).
Сільськогосподарські угіддя - земельні ділянки (масиви), планомірно і систематично використовуються для виробництва сільськогосподарської продукції.

Врожайність культур - валовий (загальний) збір рослинницької продукції, отриманої в результаті вирощування певної сільськогосподарської культури з усієї площі її посіву в господарстві, регіоні або в країні.

1. Загальна характеристика діяльності сільськогосподарських підприємств

Раціонально організованим сільськогосподарським підприємством можна вважати таке, в якому максимально враховані та використані місцеві умови, а тому важливою задачею аналізу є правильна оцінка природних умов і місцезнаходження сільськогосподарського підприємства, що вивчається. Аналіз природних умов передбачає характеристику клімату, ґранту, рельєфу території, обводнення, водо забезпечення, природних сіножатей та пасовиськ, засміченості. Природна родючість ґрунту багато в чому залежить від її типу, виду. В результаті вкладення необхідних засобів і витрат праці на одиницю земельної площі та підвищення природної родючості збільшується економічний ефект і економічна родючість. Розпочинаючи аналіз, відзначають, до якого типу відносяться ґранти господарства, яку питому вагу займають окремі ґрантові різновиди до загальної земельної площі господарства. Наступним природним фактором є клімат, його вивчають за такими елементами: кількість опадів за рік; $t^{\circ}C$; вітри.

Дані середньорічної кількості опадів, їх розподіл за порами року, товщина снігового покриву, середньодобові мінімальні та максимальні $t^{\circ}C$ місцевості, роза вітрів та інші показники беруть на мете реологічній станції. З даних паспортизації полів беруть відомості про рельєф у книзі історії полів, який суттєво впливає на характер використання землі, техніки, а також на агротехніку вирощування сільськогосподарських культур. Розміщення земельних угідь і полів сівообміну залежить від гідрографії, тобто мережі джерел води. Вивчаючи природну рослинність, визначають кормову цінність і склад виду трав'яного покриву кормових угідь. Визначають календарні терміни сінозбирання з кормових угідь і найбільш раціональне з травлення трав на пасовиськах. Вивчення всіх даних про ґрунтово-кліматичні умови сільськогосподарських підприємств повинне проходити в динаміці за декілька років, щоб зробити висновки про характер їх впливу на врожайність сільськогосподарських культур, виробничі витрати і на інші сторони діяльності сільськогосподарських підприємств. Важливим моментом при аналізі є

вивчення місцезнаходження сільськогосподарських підприємств, тобто віддаленість його від залізничних станцій, промислових центрів, пунктів збуту і постачання, оцінка транспортних умов, тобто кількість і якість доріг. Абсолютна забезпеченість сільськогосподарських підприємств землею визначається її загальною земельною площею, а відносна – характеризується площею сільськогосподарських угідь і ріллі в розрахунку на одного працівника.

Прямим показником розміру сільськогосподарських підприємств прийнято вважати об'єм виробництва валової і товарної продукції, який залежить від розміру і якості сільськогосподарських угідь, поголів'я скота, об'єму виробничих фондів, трудових ресурсів, раціонального їх використання. На зростання виробництва і реалізації продукції сільськогосподарських підприємств усе більше впливає не тільки наявність власних ресурсів, але і розмір виробничих послуг інших сільськогосподарських підприємств, надходження купленого насіння, кормів, молодняка тварин. Тому дійсні розміри сільськогосподарських підприємств більш точно відображають вартість валового доходу. Додатковими опосередкованими показниками, які характеризують розмір сільськогосподарських підприємств, є середньорічна чисельність робітників, розмір площі угідь, поголів'я скота, вартість основних виробничих фондів тощо.

Організаційна структура сільськогосподарських підприємств визначається кількістю внутрішньовиробничих одиниць (відділення, дільниці, бригади, ферми, підсобних господарств). Розміри цих підрозділів характеризуються натуральними показниками: чисельністю працюючих, земельною площею, кількістю поголів'я скота чи виходом продукції в натуральному вираженні.

Структура управління сільськогосподарських підприємств визначається сукупністю органів управління і керівництва працівниками, системою їх підпорядкування і взаємовідносин у процесі управління сільськогосподарських підприємств (схеми). Структура управління може бути багатогалузевою,

галузевою або змішаною, а за ієрархією – 2-х, 3-х, 4-х ланковою. В процесі аналізу виявляється, на скільки повно відповідає діюча структура управління умовам, розмірам, спеціалізації, складу відокремлених виробничих підрозділів тощо.

Таким чином, практика показала, що основними показниками, які характеризують розмір сільськогосподарських підприємств є: зростання валової і товарної продукції; площа землі, в тому числі сільськогосподарських угідь і ріллі; посівні площі основних товарних культур; загальна чисельність робітників сільськогосподарських підприємств, в т.ч. зайнятих у сільськогосподарському виробництві, основні засоби сільського господарства, чисельність тварин у переводі на умовні голови, енергетична потужність. Дані показники за звітний рік порівнюються з плановими і попередніми періодами.

2. Аналіз виробничого (ресурсного) забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств

Результати господарської діяльності сільськогосподарських підприємств багато в чому залежать від природно - кліматичних умов. Оскільки різні природні явища можуть значно скоротити збори врожаю, продуктивність праці та інші показники, при аналізі господарської діяльності необхідно враховувати природно - кліматичні умови кожного року і кожного господарства. Для сільського господарства характерна сезонність виробництва. У зв'язку з цим протягом року нерівномірно використовуються трудові ресурси, техніка, матеріали, неритмічно реалізується продукція і надходить виручка. (Наприклад, зернозбиральні комбайни можуть бути використані тільки 10-20 днів в році). Сільськогосподарське виробництво має справу з живими організмами. Тому на рівень його розвитку впливають не тільки економічні, а й біологічні, хімічні і фізичні закони, що ускладнює вимірювання впливу факторів на результати господарської діяльності.

Основним засобом виробництва в сільському господарстві є земля, ефективність якої нерозривно пов'язана з кліматичними умовами. На відміну

від інших галузей народного господарства, де точно відома економічна ефективність чи виробнича потужність, продуктивність землі не піддається точному обліку і під впливом різних факторів змінює природний і економічний характер. (Як засіб виробництва земля не тільки не зношується, а й навпаки може поліпшуватися).

Землі властиві такі особливості, як універсальність виробництва, слабка концентрація, багатогалузевий характер, більш низький рівень продуктивності праці. Сільське господарство відрізняється від інших галузей також і тим, що в ньому частина продукції використовується на власні цілі в якості засобів виробництва: насіння, фураж, тварини. Тому обсяг реалізованої продукції зазвичай набагато менше виробленої.

З урахуванням специфіки сільського господарства для оцінки діяльності сільськогосподарських підприємств використовується багато специфічних показників (урожайність, продуктивність худоби, жирність молока та ін.) У той же час, в сільському господарстві більше, ніж в промисловості, однотипних підприємств, які здійснюють виробництво приблизно в однакових природних умовах. Тому на відміну від промислових підприємств тут можна більш широко застосовувати міжгосподарський порівняльний аналіз. Це дозволяє точніше оцінювати результати господарської діяльності, виявляє передовий досвід інших підприємств.

Наявність широкої бази для порівняння як в рамках окремого підприємства, так і в масштабах окремих районів дозволяє частіше використовувати в аналізі такі прийоми: зіставлення паралельних і динамічних рядів, аналітичні угруповання, кореляційний аналіз, багатовимірний порівняльний аналіз. Основними завданнями використання земельних ресурсів є: - вивчення складу, структури земельного фонду, встановлення порушень в землекористуванні і виявлення резервів розширення і поліпшення сільськогосподарських угідь; - оцінка ефективності та використання земель і розробка заходів, спрямованих на її підвищення.

Аналіз використання земельних ресурсів здійснюється на підставі документів з обліку землі, дані земельного кадастру. У документах внутрішньогосподарського землекористування вказуються контури (межі) полів і площі масивів. Облік використання ріллі, внесення добрив, виконання агротехнічних заходів, отриманої врожайності ведеться агрономічних документах. У процесі аналізу порівнюють фактичні дані про розмір угідь в поточному році з плановими і даними минулих років. Це дозволить визначити зміни в розмірі загального земельного фонду, площі сільськогосподарських земель в цілому і за видами угідь.

Слід враховувати, що зміни в розмірі земельних угідь відбуваються в результаті меліоративних робіт. Тому для пошуку резервів поліпшення сільськогосподарських земель проводять аналіз виконання плану меліоративних робіт. Якщо розглядати сільськогосподарські угіддя з точки зору інтенсивності їх використання, то найбільш інтенсивно використовуються і дають кращу віддачу орні землі, потім поліпшені сінокоси і пасовища, а потім природні луки і пасовища. Тому для оцінки ступеня інтенсивності використання земель в господарстві необхідно розглянути показники питомої ваги кожного виду угідь в загальній площі земель сільськогосподарського призначення в динаміці, а також порівняно з даними передового господарства і середніми по району.

Зміни в структурі земельного фонду, і зокрема сільськогосподарських угідь, впливають на обсяг виробництва продукції рослинництва і інші економічні показники. Для оцінки ефективності використання земельних ресурсів застосовується система узагальнюючих, приватних та допоміжних показників. До узагальнюючих показників відносять розмір прибутку, вартість виробленої продукції (в тому числі рослинництва), вихід кормових одиниць на 100 га сільськогосподарських угідь (за 100-бальною кадастровою оцінки).

Зміни в структурі земельного фонду, и зокрема сільськогосподарських угідь, впливають на обсяги виробництва продукції рослинництва и інші

економічні показники. Для оцінки ефективності використання земельних ресурсів застосовується система узагальнюючих, приватних та допоміжних показників. До узагальнюючих показників відносять розмір прибутку, вартість виробленої продукції (в тому числі рослинництва), вихід кормових одиниць на 100 га сільськогосподарських угідь (за 100-бальною кадастровою оцінки).

Допоміжні показники ефективності використання землі - це собівартість продукції, місткість основних засобів, трудомісткість, а також окупність витрат (відношення вартості продукції, отриманої з 1 га, до середніх витрат на 1 га). З огляду на важливість здійснення контролю за використанням меліорованих земель, в процесі аналізу доцільно розглядати і показники, що характеризують вихід валової продукції або вихід в кормових одиницях в розрахунку на 100 га цих земель.

Підрахунок резервів збільшення виходу продукції в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь можна виробляти таким чином:

$$P \uparrow E = ((ВП1 + P \uparrow ВП / S1 + P \uparrow S) - (ВП1 / S1)) * 100, \quad (2.1)$$

де $P \uparrow E$ - резерв підвищення ефективності використання землі (вихід валової продукції на 100 га сільгоспугідь);

ВП1 - фактичний обсяг виробництва продукції звітного періоду у вартісному вираженні;

$P \uparrow ВП$ - резерв збільшення валової продукції;

S1 - фактична площа сільгоспугідь в звітному періоді;

$P \uparrow S$ - резерв збільшення площі сільськогосподарських угідь.

Аналіз даних таблиці 2.1 і таблиці 2.2 показав, що за звітний період усі натуральні та вартісні показники, зокрема вартості основних засобів, знизилися. Валова продукція підприємства та виручка від реалізації зменшилися майже в двічі. Зменшення обсягів виробництва та реалізації відображаються на показниках ефективності. Так, за звітний період знизилась ефективність виробництва в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь, та на людино

– годину. Тому, не зважаючи на зростання показника рентабельності виробництва, підприємство функціонувало не ефективно.

Таблиця 2.1

Основні показники діяльності сільськогосподарського підприємства

Показники	Базисний рік	Звітний рік	Відхилення від базису
01	02	03	04
1. Площа сільськогосподарських угідь, га	2450	2380	-70
2. Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	8534	10050	+1516
3. Середньорічна чисельність працівників, чол.	64	60	-4
4. Відпрацьовано людино-годин, людино-годин	142272	135720	-6552
5. Валова продукція с.-г. у порівнянних цінах, тис. грн.	6980	3210	-3770
6. Повна собівартість продукції, тис. грн.	4820	1985	-2835
7. Виручка від реалізації продукції, тис. грн.	5875	2970	-2905
8. Валовий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	1055	985	-70
9. Чистий прибуток, тис. грн.	845	670	-175

Таблиця 2.2

Результати господарської діяльності сільськогосподарського підприємства

Показники	Базисний рік	Звітний рік	Відхилення від базису
01	02	03	04
1. Середньорічна вартість основних засобів на 100 га риллі	348	422	+74
2. Валова продукція на 100 га с.-г. угідь у порівнянних цінах, тис. грн.	285	135	-150
3. Виробничі витрати на 100 грн. валової продукції, грн.	69	62	-7
4. Вироблено на людино-годину валової продукції у порівнянних цінах, грн.	0,05	0,02	-0,03
5. Виручка від реалізації на 100 га. с.-г. угідь, тис. грн.	2,4	1,35	-1,05
6. Валовий дохід від реалізації продукції на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	43,06	41,3	-1,76
7. Повна собівартість реалізованої продукції на 1 грн. чистої виручки від реалізації продукції, грн.	0,82	0,67	-0,15
8. Рентабельність виробництва реалізованої продукції, %	17,5	33,75	+16,25

3. Особливості аналізу виробництва продукції рослинництва и тваринництва

Основними об'єктами аналізу в даному розділі є: валова продукція рослинництва, виробництво її окремих видів, розмір і структура посівних площ, врожайність сільськогосподарських культур. Основним джерелом інформації для аналізу виробництва продукції рослинництва є звітність «Виробництво і собівартість продукції рослинництва», в якій наводяться дані про розміри посівних площ по культурам, їх врожайності, обсязі виробництва продукції в натуральному вираженні і її собівартості. Відповідні планові показники відображаються в бізнес-плані господарства. Для оперативного аналізу використовують первинні документи.

Аналіз виробництва продукції рослинництва доцільно починати з вивчення її динаміки як по окремих культурах, так і в цілому по рослинництву з оцінкою, що відбулися. Для цього необхідно мати дані про обсяг виробництва продукції рослинництва в порівнянних цінах, а також дані про валовий збір продукції по кожній культурі. На підставі цих даних розраховуються базисні і ланцюгові індекси.

Аналіз виробничої програми в рослинництві починають зі співставлення планових, фактичних і минулорічних даних, визначаючи процент виконання планових завдань згідно з такими показниками як, вартість ВП у порівнянних цінах у рослинництві, а також у натуральних показниках за кожним видом продукції, яка виробляється господарством (таблиця 2.3)

Падіння виробництва в натуральних показниках відбилось на зниженні обсягу виробництва у вартісному вираженні. Необхідно визначити причини, які призвели до падіння виробництва і кількісно виміряти вплив основних факторів на зміну обсягу виробництва.

Основні фактори, які впливають на зміну обсягу валової продукції рослинництва, такі: площа посівів, загибель посівів, врожайність.

Таблиця 2.3

Аналіз виконання плану виробництва продукції рослинництва

Показники	План	Факт	Процент виконання плану
01	02	03	04
1. Об'єм ВП рослинництва у співставних цінах, тис.грн.	5438	2066	38
2. Основні види продукції в натуральному вираженні:			
01	02	03	04
зернові – всього	14040	10354	73,7
овочі відкритого ґрунту	35130	2557	7,28
овочі закритого ґрунту	34420	16630	48,3
кормові культури	34000	9579	28,2

Розрахунок впливу даних факторів дозволить кількісно виміряти втрати у рослинництві за видами продукції (чи розмір додатково отриманої продукції за рахунок збільшення даних показників) (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4

Аналіз впливу факторів на зміну обсягу виробництва валової продукції

Показники	Зернові, всього
01	02
1. Площа посівів, га:	
а) план	360
б) фактично засіяна	320
в) фактично зібрана площа	310
2. Врожайність, ц/га	
а) план	39,0
б) фактично	33,4
3. Валовий збір продукції, ц:	
а) план	14040
б) фактично	10354
в) розрахований умовний показник 1: на фактично засіяних площах і плановій врожайності;	12480
г) розрахований умовний показник 2: на фактично зібраних площах і плановій врожайності	12090
4. Відхилення, всього: в т.ч. за рахунок зміни:	-3686
а) площі посівів	-1560
б) загибелі посівів	-390
в) врожайності	-1736

Розрахунок впливу факторів показав, що зміна зниження засіяних площ на 40 га проти плану, зменшила валовий збір на 1560 ц. Було допущено загибель посівів на площі 10 га, що зменшело обсяг виробництва на 390 ц, знизилась врожайність зернових, що також призвело до зменшення обсягу виробництва на 1736 ц. Недобір зернових культур у господарстві відбувся за рахунок негативного впливу трьох основних факторів. Слід особливу увагу приділити аналізу причин зміни розміру посівних площ та врожайності.

Аналіз виконання плану сівби і збирання врожаю проводять для більш об'єктивної оцінки і вироблення раціональної структури площ посівів. Для цього аналізують структуру посівних площ, план сівби кожної культури, визначають зміни, які відбулися за певний період часу і в порівнянні з планом. Дають їм оцінку і роблять висновки, в яких головним повинне бути встановлення відповідності структури посівних площ галузевому спрямуванню господарства і виробничій програмі. Зміни у структурі посівних площ можуть відбуватися за рахунок заміни на більш врожайні види продукції, а також за рахунок відчуження земель, здачі їх у оренду. Для того, щоб визначити певну раціональність використання структури посівних площ, розраховують такі показники:

1. Вихід кормових одиниць і протеїну з 1 га посівів, ц
2. Вихід продукції всіх культур у грошовому вираженні в середньому на 1 га посівів
3. Виробничі витрати на 1 га посівів, грн.
4. Трудомісткість виробництва чи витрати, людино-днів щодо всіх культур у середньому на 1 га посівів
5. Продуктивність праці чи вихід продукції в грошовому вираженні в розрахунку на 1 людино-день, грн.
6. Чистий дохід з 1 га посівів
7. Рівень рентабельності культур, що вирощуються, %

Врожайність сільськогосподарських культур є синтезованим показником, який формується під впливом агробіологічних, технологічних і економічних факторів виробництва. Тому даний показник вважається узагальнюючим і залежить від факторів, таких як:

- якість землі;
- кількість внесених добрив і їх різновидність;
- якість посіяного насіння, їх пророщеність і сортність;
- терміни збирання врожаю.

Починати аналіз врожайності слід із оцінки досягнутого рівня врожайності, тенденції її зміни, напруженості планових завдань, їх виконання. Основними задачами аналізу виконання плану врожайності є:

1. Виявлення причин невиконання планових показників.
2. Здійснення заходів щодо підйому врожайності.
3. Визначення невикористаних резервів збільшення виробництва продукції рослинництва за рахунок росту врожайності.

Аналіз врожайності необхідно проводити в динаміці за ряд років (мінімум 5 років), що дозволить нівелювати вплив такого фактора, як природно - кліматичні умови. Для цього, шляхом розрахунків виводять середню врожайність і проводять порівняльний аналіз даних середньої врожайності з плановими показниками і з фактичною врожайністю звітного періоду.

Таблиця 2.5

Аналіз рівня виконання плану щодо врожайності сільськогосподарських культур (ц/га)

Показники	Середня врожайність за 5 років	Планова врожайність	Фактична врожайність	Відхилення, фактичної від планової, (±)
01	02	03	04	05
1. Зернові, всього	38,5	39	33,4	-25,6
2. Овочі відкритого ґрунту	183,4	175,65	12,8	-162,85
3. Овочі закритого ґрунту	1100	1157,2	852,8	-304,4

Як видно з таблиці 2.5 врожайність всіх культур, що вирощуються в господарстві, знизилась, що негативно вплинуло на валовий збір цих культур.

Причому планові завдання в господарстві встановлювались відповідно до середньої врожайності, що склалася за 5 років. Далі проаналізуємо, які з вищевказаних факторів вплинули на зниження врожайності сільськогосподарських культур. Аналізуючи один з важливих факторів, який вплинув на врожайність – повноту внесення добрив, враховують, що на частку цього фактора з добавки врожаю припадає 45 %. Для розрахунку суми резерву обсягу виробництва використовують методику визначення резерву збільшення виробництва продукції рослинництва за рахунок завдання щодо внесення добрив.

Таблиця 2.5

Методика визначення резервів збільшення виробництва продукції рослинництва за рахунок виконання завдань щодо внесення добрив

Показники	Зернові	Овочі
01	02	03
1. Площа посівів, на якій не було внесено добрива, га	10	23
2. Врожайність, ц/га: а) з удобреної площі; б) з неудобреної площі	41,5 29,4	22,5 7,3
3. З добавки врожаю на фактор удобрення припадає, %	45	45
4. Втрати врожайності, ц/га	5,45	6,84
5. Резерв зростання валового збору за рахунок повноти використання добрив, ц	54,5	157,32

Важливим фактором, який впливає на врожайність, є сортність насіння. Для розрахунку резерву росту валового збору визначають втрати в урожайності у зв'язку із застосуванням низькосортного не районованого насіння. Для цього здійснюють такі розрахунки: в розрізі кожного виду культури визначають площу посівів, яка засіяна низькоякісним насінням і неякісним насінням, визначають врожайність високосортного насіння і неякісного насіння. Різницю в урожайності помножують на площу посівів низькосортного насіння, тим самим визначають резерв можливого росту валової продукції. Якщо врожай зібрано пізніше оптимальних термінів збирання, то це негативно впливає на урожайність і як наслідок – на обсяг валового збору. Для визначення втрат в

урожайності та резервів росту валового збору роблять такі розрахунки (табл. 2.6):

Дані розрахунки таблиці 2.6 показали, що в господарстві зниження врожайності відбулося за двома основними причинами:

1. Недовнесення добрив під посіви культур, що призвело до втрат валового збору як зернових, так і овочів.
2. Збільшення термінів збирання врожаю призвело до суттєвих втрат у натуральному вираженні зернової продукції та овочів.

Таблиця 2.6

Розрахунок втрат в урожайності та резерви росту обсягу виробництва валової продукції рослинництва за рахунок недопущення збирання врожаю пізніше терміну

Показники	Із площі зібраної пізніше терміну	Врожайність, ц/га		Резерв росту ВЗ, ц	
		з площі зібраної у строк	з площі зібраної із запізнення м	з 1 га	зі всієї площі
01	02	03	04	05	06
1. Зернові	20	35,5	20,2	15,3	306
2. Овочі відкритого ґрунту	73	30,6	8,5	22,1	1657,5

Таким чином, у господарстві наявні суттєві резерви росту об'єму валового збору за рахунок доведення фактичної врожайності до планового рівня з урахуванням проведення всіх необхідних агротехнічних заходів, які впливають на величину врожайності.

Основними джерелами резерву росту обсягу виробництва валової продукції рослинництва є:

1. Доведення фактичної площі посівів до планового рівня. Для розрахунку даного резерву різницю між фактичною і плановою площею посівів множать на планову врожайність.

2. Недопущення загибелі посівів з вини господарства. Різницю між фактично засіяною і фактично зібраною площею множать на планову

врожайність. Резерв визначається, якщо загибель посівів допущено з вини господарства і немає підтвердження страховими платежами.

3. За рахунок збільшення врожайності сільськогосподарських культур. У зв'язку з тим, що дане джерело резерву залежить від впливу комплексу факторів, воно поділяється на під джерела. До них відносяться:

а) за рахунок повноти використання мінеральних і органічних добрив. Втрати в урожайності за рахунок недовнесення добрив у розрахунку на 1 га множать на всю площу, де не було внесено добрива, тим самим знаходять резерв щодо даного джерела;

б) за рахунок використання високосортного районованого насіння;

в) за рахунок недопущення збирання врожаю пізніше терміну.

Сума резерву з кожного виду продукції в натуральному вираженні перераховується згідно з плановою собівартістю 1 ц продукції у вартісне вираження і визначається загальна сума резерву щодо галузі рослинництва.

Таблиця 2.7

**Збірний підрахунок резервів збільшення виробництва
продукції рослинництва**

Джерела резерву	Види продукції	
	зернові	овочі відкритого ґрунту
01	02	03
1. Найбільш повне використання посівних площ	1560	-
2. Недопущення загибелі посівів	390	-
3. За рахунок збільшення врожайності:		
а) більш повного використання добрив;	54,5	157,32
б) за рахунок застосування високосортного і районованого насіння;	-	-
в) недопущення втрат при збиранні врожаю	306	1657,5
Усього, ц	2310,5	1714,8
4. Планова собівартість 1 ц, грн.	4,15	35,8
Всього резерв, тис.грн.	9,6	61,4

Роблячи узагальнюючі висновки за результатами дослідження відзначимо, що падіння обсягу валової продукції рослинництва у господарстві,

в основному, пов'язано з різким зниженням врожайності основних видів продукції. В свою чергу зниження врожайності відбулося одночасно під впливом погодно-кліматичних умов за рахунок впливу таких факторів як продовження термінів збирання врожаю, а також за рахунок недовикористання добрив під посіви. Суттєвий вплив на зниження врожайності зернових культур викликало скорочення площ посівів і, в меншій мірі, загибель посівів.

Таким чином, господарство має суттєві резерви росту обсягу виробництва чи доведення його до планового рівня за рахунок приведення в дію невикористаних можливостей сільськогосподарського підприємства. Дані резерви є втраченою вигодою сільського підприємства.

4. Особливості аналізу виробництва продукції тваринництва

Основна мета аналізу зводиться до виявлення можливих резервів збільшення обсягу виробництва продукції через вирішення таких задач:

- аналіз впливу факторів на зміну обсягу виробництва продукції тваринництва;
- аналіз руху тварин у господарстві, відповідність структури стада та її спеціалізації;
- аналіз зміни рівня продуктивності тварин;
- аналіз забезпечення господарства кормами всіх основних груп.

Аналіз розпочинають з співставлення показників обсягу виробництва валової продукції тваринництва минулого року, планового і фактичного у вартісному вираженні. Далі у розрізі всіх основних видів продукції, що виробляється, аналізують виконання плану в натуральних показниках (табл.2.8).

Аналізуючи дані таблиці 2.8 бачимо, що виробнича програма щодо тваринництва в порівнянні з плановим завданням недовиконана на 48 %, а на зниження фактичного обсягу у вартісному вираженні вплинуло недоотримання основних видів продукції. Виробництво молока в порівнянні із запланованим рівнем знизилось на 43 %, а приріст живої маси великої рогатої худоби - на 44,5

%. Для в'яснення причин зниження обсягу виробництва валової продукції тваринництва необхідно провести факторний аналіз. Основними факторами, які значно впливають на зміну обсягу виробництва валової продукції тваринництва є:

1. Чисельність поголів'я худоби і птиці (кількісний фактор, екстенсивний).
2. Продуктивність тварин і птиці (якісний).

Дані таблиці 2.9 характеризують вплив факторів, які так чи інакше змінюють обсяг валової продукції тваринництва і вказують на негативні моменти у галузі.

Таблиця 2.8

Аналіз виконання плану виробництва продукції тваринництва

Показники	План	Факт	Відхилення, (±)	% виконання плану
01	02	03	04	05
Обсяг виробництва продукції тваринництва у співставних цінах, тис.грн.	1048	544	-504	51,9
Вироблено в натуральному вимірі, ц:				
молоко	23850	22828,5	-1021,5	95,7
приріст живої маси великої рогатої худоби	1140	633	-507	55,5

Аналіз даних таблиці 2.9 показав, що збільшення середньорічного поголів'я корів на 50 голів збільшило обсяг виробництва молока на 1908 ц, зниження продуктивності 1 корови призвело до втрат у виробництві молока на 2929,5 ц. При виробництві м'яса великої рогатої худоби обидва фактори, що аналізуються, мали негативний вплив. Обсяг валової продукції щодо приросту живої маси ВРХ знизився як за рахунок зменшення поголів'я тварин, так і падіння їх продуктивності. Обидва вказаних фактора акумулюють у собі ряд причин, які також впливають на зміну їх величини. Далі слід аналізувати причини зміни кожного фактора окремо.

Таблиця 2.9

**Аналіз впливу основних факторів на зміну обсягу виробництва
продукції тваринництва**

Показники	Види продукції	
	молоко	приріст живої маси КРС
01	02	03
1. Середньорічне поголів'я, гол.		
а) план	625	898
б) факт	675	837
2. Продуктивність 1 гол., ц:		
а) план	38,16	1,26
б) факт	33,82	0,76
3. Вихід ВП, ц:		
а) план	23850	1140
б) факт	22828,5	633
в) розрахунково-умовний за фактичного поголів'я і плановій продуктивності	25758	1054,6
4. Відхилення: всього, ц, в т.ч. за рахунок зміни:	-1021,5	- 507
а) поголів'я тварин	+ 1908	-85,38
б) продуктивності	- 2929,5	-421,6

Аналіз зміни фактора поголів'я тварин слід розпочинати з розрахунків обороту стада, його руху і структури. Вияснюють причини росту чи зменшення кількості тварин за основними групами. Розраховують показники наявності поголів'я в розрізі основних груп тварин на початок року, вказують джерела надходження тварин у господарство (купівля, переведення з групи в групу, безоплатна передача тощо). Використання тварин чи вибуття їх протягом року (вибраковка, реалізація, безоплатна передача) визначають причини зменшення окремих видів тварин проти запланованого рівня.

Таблиця 2.10

Аналіз виконання плану щодо відтворення стада

Показники	На початок року			Надходження		Витрати		На кінець року		
	план	факт	відхилення, (+)	план	факт	план	факт	план	факт	відхилення, (+)
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
ВРХ	1482	1498	+16	720	1021	771	1317	1423	1202	-221
в т.ч. корови	625	625	-	-	50	-	-	625	675	+50

Аналіз зміни поголів'я у таблиці 2.10 показав, що чисельність великої рогатої худоби знизилась проти планового рівня на 221 голову, поголів'я корів на кінець року збільшилось проти запланованого рівня на 50 голів, що дозволило господарству збільшити об'єм виробництва молока за рахунок позитивного впливу даного фактора. Зниження поголів'я великої рогатої худоби відбулося за рахунок позапланових витрат тварин, за плану в 771 голову вибуття тварин фактично їх вибуло 1317 голів. Далі в аналізі вказують за рахунок чого і з яких каналів відбулося збільшення витрат тварин.

Показник продуктивності худоби і птиці є фактором комплексним, залежним від багатьох причин.

Продуктивність залежить від умов утримання худоби і птиці, механізації процесів, забезпеченості кормами і ефективності їх використання, породності худоби і птиці, наявності ялових корів. Аналіз продуктивності починають з співставлення даного показника з продуктивністю, яка склалася за 5 років, 3 роки, минулий рік, з плановими показниками.

Таблиця 2.11

Аналіз виконання плану щодо продуктивності тварин

Показники	План	Факт	Відхилення (±)
01	02	03	04
1. Надії молока на одну фуражну корову, ц	38,2	33,8	- 4,4
2. Приплід на 100 корів і нетелів, гол.	85	94	+9
3. Середньодобовий приріст живої маси ВРХ, гр.	347	215	-132

Аналізуючи дані таблиці 2.11 ми бачимо, що господарство за основними видами продукції не виконало планові завдання, тому що рівень надоїв виявився нижче запланованого на 14,4 ц на 1 фуражну корову. Це свідчить про те, що в господарстві на низькому рівні зооветеринарні заходи щодо розширення племінного поголів'я тварин. Необхідно проаналізувати використання кормової бази в господарстві та умови утримання скота. Незважаючи на те, що було отримано приплоду більше на 9 голів проти планового рівня, це все ж таки нижче нормативу на 1 голову. Відбулося зниження проти планового рівня середньодобової надбавки ваги ВРХ.

Причини зниження середньодобової надбавки ваги ВРХ необхідно шукати у використанні кормової бази. Величина середньодобової надбавки ваги значно впливає на зміну величини надбавки ваги живої маси ВРХ. Наступним фактором, який впливає на валову надбавку ваги, є кількість днів відгодівлі тварин. Розрахувавши вплив цих двох факторів, виявимо причини зменшення надбавки ваги ВРХ.

Таблиця 2.12

Аналіз вплив факторів на валову надбавку ваги живої маси ВРХ

Показники	План			Факт			(4)*	Відхилення, всього	в т. ч. за рахунок зміни	
	(1)*	(2)*	(3)*	(1)*	(2)*	(3)*			(5)*	(6)*
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
Надбавка ваги живої маси ВРХ	110	347	38,17	130	215	29,7	45,11	-10,22	6,94	-17,16

(1)* - кількість днів відгодівлі;

(2)* - середньодобова надбавка ваги 1 голови, гр.;

(3)* - середній приріст живої маси 1 голови, кг;

(4)* - валова надбавка ваги за фактичної кількості кормо-днів і планової середньодобової надбавки ваги, кг;

(5)* - днів відгодівлі;

(6)* - середньодобова надбавка ваги.

Зі збільшенням кормо-днів середньорічна надбавка живої маси великої рогатої худоби зростає на 6,94 кг. Зниження середньодобової надбавки ваги 1 голови негативно вплинуло на валову надбавку ваги, знизивши її на 17,16 кг. Таким чином, господарство 20 днів відгодовувало тварин, не отримуючи при цьому відповідної віддачі в надбавці ваги живої маси.

Основним головним фактором, який впливає на продуктивність худоби і птиці є ефективність використання кормової бази. Аналіз розпочинають з розрахунку забезпечення кормами кожного їх виду, визначають структуру кормової бази, розраховують ефективність використання кормів. У господарстві розрахунок потреби кормів здійснюється за укрупненими нормативами їх витрат на 1 голову тварин і на одиницю продуктивності. У

сільськогосподарському підприємстві забезпеченість кормами здійснюються за періодами року:

1-й період: з початку року до збирання нового врожаю кормів. Аналізуючи цей період, розглядають показники залишків кормів на початок року і потреби в них на весь період.

2-й період: з моменту збирання врожаю і до кінця календарного року.

Вказаний період є базою для 1-го періоду. Найбільш повне уявлення про забезпечення сільськогосподарського підприємства кормами і їх використання дає порівняння плану потреби в кормах за вказаний період з даними про їх витрати. При цьому враховують, що господарство не могло витратити корми, яких в нього не було і не допускало недогодування, якщо корми були в достатній кількості. Для цього і розраховують забезпеченість худоби кормами. Стан забезпечення багато в чому залежить від якості кормів, від збалансованості їх за різними елементами поживності. Важливим показником якості кормів є вміст у них сухої речовини і перетравленого протеїну.

Аналіз проводять на основі двох останніх колонок таблиці 2.13

Забезпеченість кормами не свідчить про їх ефективне використання. Необхідно проаналізувати, як розпоряджались кормами в господарстві, розрахувати їх економію (перевитрати). Для аналізу беруть дані фактичного обсягу отриманої продукції з форми - 13-АПК, а також витрати кормів у кормових одиницях фактично на 1 ц продукції, в плані визначення величини витрат кормів на 1 ц продукції і роблять розрахунки (табл.2.15).

Основними джерелами резерву росту об'єму виробництва валової продукції тваринництва є:

1. Доведення фактичного поголів'я до планового рівня (збільшення поголів'я худоби і птиці).
2. Недопущення загибелі худоби і птиці.
3. Підвищення продуктивності тварин за рахунок:
 - а) ефективності використання кормів;
 - б) недопущення яловості тварин;

в) своєчасного проведення зооветеренарних заходів;

г) покращення умов утримання тварин.

Таблиця 2.13

Аналіз забезпечення скота кормами (т.ц)

Показники	Потреба		Факт		Забезпеченість	Структура, %
	в натуральн ому вимірі	в кор- мових одини-цях	в натуральн ому вимірі	в кор- мових одини-цях		
01	02	03	04	05	06	07
1. Концентрати	7,7	8,12	16,3	17,12	210,8	26,6
2. Соковиті корма, в т.ч. силос коренеплоди	92,4 75,03 17,36	17,09 15,01 2,08	100 85,5 14,5	18,8 17,01 1,74	110,3 113,9 83,7	29,2 26,4 2,7
3. Грубі корма, в т.ч. сіно солома	23,9	8,8	25,5	9,4	107,2	14,6
4. Зелені корма	80,34	17,67	85	17,71	100,2	27,5
5. Молоко	1,78	0,23	1,4	0,18	78,3	0,3
Інше	3,39	0,9	4,4	1,2	132,2	1,9
Всього кормових одиниць	-	52,83	-	64,46	121,0	100

Таблиця 2.14

**Аналіз ефективності використання кормів
щодо окремих видів продукції**

Показники	Види продукції	
	молоко	приріст живої маси ВРХ
01	02	03
1. Об'єм ВП фактичний, ц.	22828,5	633
2. Витрати кормів, кормових одиниць у розрахунку на 1 ц продукції: а) за планом; б) фактично.	1,53 2,06	15,9 21,5
3. Витрата кормів, кормових одиниць а) фактично на всю продукцію, б) за плановими нормами на фактичну продукцію.	34927,6 47026,7	13609,5 10064,7
4. Відхилення від плану (\pm), ц кормових одиниць	+12099,1	+3544,8
5. Економія (перевитрати) кормів, ц корм. одиниць	+12099,1	+3544,8
6. Резерв збільшення виробництва продукції за рахунок ефективності використання кормів, ц (5:2 ^а).	7907,9	222,8

Таблиця 2.15

**Визначення резерву росту обсягу виробництва молока за рахунок
недопущення яловості корів**

Показники	Сума
01	02
1. Наявність корів та телиць на початок року	675
2. Можлива кількість виходу приплоду (0,95)	641
3. Фактично отримано приплоду, голів	639
4. Кількість ялових корів, голів (3:2)	2
5. Фактична продуктивність 1 голови, ц	13,8
6. Продуктивність ялових корів, ц (60 % від надоїв)	8,28
7. Резерв виходу молока від 1 корови, ц (5-6)	5,52
8. Резерв виходу молока за умови недопущення яловості, ц (7×4)	11,04

Таблиця 2.16

**Узагальнення внутрішньогосподарських резервів росту
обсягу виробництва продукції тваринництва**

Джерела резервів	Види продукції	
	молоко	приріст жи- вої маси ВРХ
01	02	03
1. Доведення фактичного поголів'я до планового рівня	-	85,38
2. За рахунок недопущення загибелі тварин.	-	-
3. Підвищення продуктивності тварин за рахунок:		
а) ефективного використання кормів	7907,9	222,8
б) недопущення яловості корів	11,04	-
в) своєчасного проведення зооветеринарних заходів	-	-
г) покращення утримання тварин	-	-
д) покращення породного складу тварин	-	-
Разом, ц	9011,9	308,18
4. Планова собівартість одиниці продукції, грн.	34,0	308,5
Всього резерву, тис.грн.	306,4	95,1

На основі аналізу всієї галузі тваринництва нами було виявлено причини зниження об'єму виробництва продукції тваринництва. Головним фактором, який негативно вплинув на об'єм виробництва, стало зниження продуктивності тварин у сільськогосподарському підприємстві. Аналізуючи причини зниження продуктивності тварин, встановлюємо, що різке її зниження в господарстві щодо виробництва молока, так і щодо приросту ВРХ відбулося за рахунок вкрай неефективного використання кормової бази господарства. Причому

забезпеченість в цілому за всіма їх видами перевищувала норму на – 21 %. Таким чином, господарство не використало свої можливості, хоча було забезпечено в достатній мірі кормами і недоотримало молока на – 7907,9 ц, щодо приросту ВРХ – майже на 223 ц. (табл. 2.16)

Сільськогосподарському підприємству необхідно переглянути норми годування тварин, привести їх у відповідність з нормативами і чітко слідкувати за періодичністю надходження кормів та їх якістю.

5. Аналіз собівартості сільськогосподарської продукції

Основними інформаційними джерелами аналізу рівня собівартості є статистична форма № 50-с.-г., виробничі звіти щодо рослинництва і тваринництва. Головною метою аналізу є виявлення причин росту собівартості основних видів продукції і визначення шляхів можливого її зниження. Аналіз розпочинають з порівняння показників собівартості одиниці продукції основних видів за минулий рік і з плановими показниками. Визначаючи процент виконання плану щодо собівартості продукції, виявляють причини, які вплинули на зміну собівартості продукції. Показник собівартості є складним фактором, який значно впливає на результати фінансової діяльності підприємства.

Таблиця 2.17

Аналіз виконання плану собівартості продукції рослинництва і тваринництва (грн.)

Види продукції	Собівартість за минулий рік	Собівартість планова	Собівартість фактична	виконання плану в % до минулого року	виконання плану, %
01	02	03	04	05	06
1. Зернові	3,9	4,5	4,8	123	106,7
2. Молоко	40,3	39,48	50,12	124,4	126,9

З таблиці 2.17 видно, що за основними видами продукції як у рослинництві, так і в тваринництві собівартість збільшилась у порівнянні з плановим рівнем і з рівнем минулого року. Необхідно виявити причини такого росту собівартості щодо зернових і молока. Основними факторами, які

впливають на зміну собівартості продукції є рівень витрат у розрахунку на 1 га посівів і 1-у голову тварин і птиці, а також зміна такого інтенсивного комплексного показника як врожайність (ц/га) і продуктивність 1 голови.

Таблиця 2.18

Аналіз впливу основних факторів на зміну собівартості продукції

Показники	Види продукції	
	зернові	молоко
01	02	03
1. Витрати на 1 га посівів, 1 голову тварин і птиці, грн. а) план б) факт	175,5 160,5	1506,7 1694,0
2. Врожайність, ц/га Продуктивність 1 голови, ц а) план б) факт	39,0 33,4	38,16 33,8
3. Собівартість 1 ц продукції, грн. (1:2) а) план б) факт в) розрахунково-умовна собівартість за фактичних витрат і плановій врожайності (продуктивності).	4,5 4,8 4,1	39,48 50,12 44,39
4. Відхилення, всього: в т.ч. за рахунок зміни: а) витрат у розрахунку на 1 га; 1 гол. б) врожайності ц/га; продуктивності, ц	+ 0,3 - 0,4 + 0,7	+ 10,64 + 4,91 + 5,73

Аналіз впливу основних факторів на зміну собівартості 1 ц продукції зернових показав, що собівартість даного виду культур зросла на 0,3 грн. Це відбулося за рахунок зниження врожайності. Так, даний показник знизився на 5,6 ц/га, що призвело до росту собівартості на 0,7 грн. Зниження витрат у розрахунку на 1 га на 15 грн. призвело до зниження собівартості в розрахунку на 1 ц на 0,4 грн. Таким чином, зниження витрат у розрахунку на 1 га було не обґрунтованим, тому що призвело до зниження врожайності, зниження якої в свою чергу призвело до збільшення собівартості 1 ц продукції.

Зростання собівартості 1 ц молока відбулося, з одного боку, за рахунок збільшення витрат на 1 голову, з іншого – за рахунок зменшення продуктивності 1 голови. Необґрунтованість зростання витрат 1 голови

відбулося, в основному, за рахунок перерозподілу кормів, що і призвело до зростання собівартості на 10,64 грн. у розрахунку на 1 ц продукції. Для більш детального розгляду причин зростання собівартості окремих видів продукції проводять постатейний аналіз витрат.

Особливістю постатейного аналізу витрат є вивчення зміни собівартості у два етапи.

На першому етапі проводять аналіз розрахунку впливу факторів, тому що витрати на 1 га, 1 голову, продуктивність 1 голови, врожайність ц/га у розрізі всіх основних статей є витратною з 1 ц продукції. Визначають відхилення у зміні собівартості за рахунок даних факторів, розраховують суму перевитрат за статтями витрат і визначають можливу суму зниження собівартості одиниці продукції.

На другому етапі аналізують причини зміни собівартості за рахунок групи факторів із перемінних статей витрат і постійних витрат.

Після двох етапів роблять узагальнюючі висновки і визначають реальну суму зниження собівартості одиниці продукції.

Аналіз розпочинають з розрахунку витрат на 1 га, 1 голову за всіма основними статтями, а потім розраховують вплив двох основних факторів на зміну собівартості продукції (таблиця 2.19).

Дані таблиці 2.19 показують за рахунок чого змінюється собівартість продукції за статтями витрат. Визначають суму перевитрат щодо кожної статті. Головною особливістю даного аналізу є визначення причин перевитрат статей як оплата праці, насіння, добрива. Тут звертають увагу на таке: якщо спостерігається зростання собівартості за рахунок збільшення витрат на 1 га і одночасно збільшується врожайність, то дане збільшення собівартості не включається в загальну суму перевитрат (резерву).

Перемінні витрати – це такі вкладення, які змінюються зі зміною об'єму виробництва.

До постійних витрат відносяться такі витрати, які не змінюються зі зміною об'єму виробництва (загальновиробничі, загальногосподарчі витрати), але розміром постійних витрат можна управляти в процесі виробництва.

Таблиця 2.19

Аналіз впливу основних факторів на зміну собівартості за статтями витрат при виробництві зернових

Статті витрат	Витрати на 1 га посівів, грн.		Собівартість 1 ц продукції, грн.			Відхилення, всього (±)	в т.ч. за рахунок зміни	
	планові	фактичні	план	факт	розрах-умов.		витрат на 1 га	врожайності
01	02	03	04	05	06	07	08	09
1. Оплата праці з нарахуваннями	25,3	20,7	0,65	0,62	0,53	- 0,03	- 0,12	+ 0,09
2. Насіння	19,7	18,4	0,5	0,55	0,47	+ 0,05	- 0,03	+ 0,08
3. Добрива	20,5	20,6	0,52	0,62	0,52	+ 0,1	-	+ 0,1
4. Витрати на утримання основних засобів	22,4	19,3	0,57	0,58	0,49	+ 0,01	- 0,08	+ 0,09
5. Засоби захисту рослин	19,5	18,7	0,5	0,56	0,48	+ 0,06	- 0,02	+ 0,08
6. Роботи і послуги	20,3	16,8	0,52	0,5	0,43	-0,02	- 0,09	+ 0,07
7. Страхові платежі	14,6	12,6	0,37	0,38	0,32	+0,01	-0,05	+0,06
8. Інше	33,2	22,4	0,85	1,0	0,85	+0,25	-	+0,25
9. Всього	175,5	160,5	4,5	4,8	4,1	+0,3	- 0,4	+ 0,7

На даному етапі проводять факторний аналіз виявлення причин росту собівартості в розрізі всіх перемінних витрат, починаючи з оплати праці з нарахуваннями. Зміну собівартості за даною статтею аналізують щодо основних видів культур чи продуктивності. Для цього використовують такі показники, як норматив фонду оплати праці в розрахунку на 1 ц продукції (грн.), плановий і фактичний фонд оплати праці, об'єм виробничої продуктивності з даного виду і перерахований фонд оплати праці згідно з фактичними результатами господарської діяльності. Визначають абсолютне і відносне відхилення у фонді оплати праці. Абсолютне розраховується як різниця між фактичним фондом оплати праці та плановим. Відносне відхилення дорівнює різниці між фактичним фондом оплати праці і тим, що належить господарству та розрахунково-умовним фондом оплати праці (таблиця 2.20).

**Аналіз зміни собівартості відповідно до статті оплати праці з
нарахуваннями**

Показники	Сума
01	02
1. Оплата праці згідно з планом, тис.грн, за умови вирощування овочів закритого ґрунту	10489
2. Оплата праці згідно з фактом, тис.грн.	10698
3. Об'єм ВП овочів згідно з планом, ц	34420
4. ВП щодо овочів фактичного об'єму, ц	16630
5. Норматив фонду оплати праці на 1 ц продукції, грн.	304,3
6. 01	02
7. Фонд оплати праці, що належить господарству за підсумками роботи, тис.грн	5067,2
7. Абсолютне відхилення щодо фонду оплати праці, тис.грн.	209,0
8. Відносне відхилення щодо фонду оплати праці, тис.грн.	5630,8
9. Резерв економії фонду оплати праці, тис.грн.	5630,8

Фактичний фонд оплати праці у КСП виявився вище запланованого на 209 тис.грн., причому збільшення оплати праці не супроводжувалося зростанням об'єму ВП. Із урахуванням фактичного об'єму виробництва овочів фонд оплати праці повинен був бути 5067,2, що складає менше 1/2 фактично виданої зарплатні. Далі необхідно проаналізувати які фактори вплинули на необґрунтованість щодо підвищення оплати праці. Фонд оплати праці на виробництві окремих видів продукції залежить передусім від розміру посівних площ і поголів'я тварин, від рівня врожайності та продуктивності, а також від рівня оплати праці за 1 людино-годину (таблиця 2.21).

Таким чином, розрахунки показали, що сума оплати праці на основі виробництва овочів відкритого ґрунту зросла за рахунок збільшення витрат праці на 1 ц продукції (людино-година) і за рахунок оплати 1 людино-години. Знизився ж фонд оплати праці за рахунок падіння врожайності овочів відкритого ґрунту. Щодо молока фонд оплати праці збільшився за рахунок росту поголів'я тварин, збільшення трудомісткості виробничих процесів, а також за рахунок рівня оплати 1 людино-години. У КСП знизили фонд оплати праці щодо молока за рахунок зменшення фактичних надоїв у порівнянні з планом. Отже, у господарстві є можливість переглянути раціональність витрат

праці на 1 ц продукції (людино-годину) з тим, щоб довести їх до планового рівня і тим самим зменшити нераціональну виплату зарплати.

З'ясуємо причини зміни оплати праці на 1 ц продукції за умови виробництва овочів закритого ґрунту (таблиці 2.22;2.23).

Аналіз проводять на основі головної статті в рослинництві «Насіння і посадковий матеріал».

Нами проведено аналіз впливу кількісних і структурних показників на зміну собівартості згідно з статтею «Насіння» (таблиця 2.24). До кількісних факторів відноситься розмір посівних площ і норма витрат. До структурних показників відноситься вартість використаного насіння і його кількість. У нашому випадку збільшилась вартість використаного насіння, однак за рахунок зниження його витрат загальна вартість згідно з даною статтею знизилась на 7,3 тис.грн. Аналогічно аналізують групу факторів згідно зі статтею «Добрива», розглядаючи при цьому в 1-й групі такі фактори як об'єм робіт і витрати добрив за планом і фактом. До 2-ї групи відноситься вартість добрив та їх об'єм.

Однією з основних статей у тваринництві є стаття «Корми». Аналіз даної статті проводиться з урахуванням зміни таких факторів як норми витрат кормів на 1 ц продукції та ціни за 1 ц кормів.

Нами раніше було виявлено, що господарство неефективно використовувало корма, які знаходились у нього у надлишку. За загального зниження об'єму виробництва на 1 ц продукції витрачалося менше кормів, ніж планувалося, що в підсумку призвело до росту вартості витрачених кормів за рахунок збільшення ціни на корма. Таким чином, у господарстві є наявні резерви зниження собівартості за статтею «Корма» за рахунок раціонального витрачання кормів у розрахунку на 1 ц продукції.

До постійних витрат відноситься оплата праці спеціалістів, керівників, витрати на відрядження, утримання легкового автотранспорту, що обслуговує керівництво, представницькі витрати, витрати на рекламу тощо. При аналізі співставляють за кожним видом постійних витрат фактичні показники з

плановими і розраховують відхилення. Позитивне відхилення тут буде резервом зниження рівня постійних витрат. Розмір постійних витрат можна змінювати протягом року, якщо загальна собівартість продукції зростає, то вигідно зменшити частку постійних витрат.

Таблиця 2.21

Аналіз використання коштів на оплату праці за умови виробництва окремих видів продукції

Показники	Види продукції	
	овочі відкритого ґрунту	молоко
01	02	03
1. Посівні площі, га; поголів'я, гол.:		
а) план	200	625
б) факт	200	675
2. Врожайність, ц/га; продуктивність 1 гол., ц:		
а) план	175,65	38,2
б) факт	12,8	33,8
3. Витрати праці на 1 ц продукції, людино-годин:		
а) план	18,9	7,2
б) факт	36,5	8,15
4. Рівень оплати праці за 1 людино-годину, грн.:		
а) план	16,01	2,1
б) факт	17,6	3,3
5. Зарплата на виробництво продукції, тис.грн.:		
а) план	10689,7	360,9
б) факт	1644,54	613,6
6. Відхилення від плану щодо суми зарплати, всього, тис.грн., в т.ч. за рахунок зміни:	-9045,16	+ 252,7
а) посівних площ, поголів'я	-	+ 28,9
б) врожайності, продуктивності	-9910,7	- 44,9
в) трудомісткості продукції	725,4	+45,5
г) рівня оплати праці	140,16	+223,1

Таблиця 2.22

Аналіз зміни розмірів оплати праці за рахунок впливу факторів щодо виробництва овочів закритого ґрунту

Види продукції	Витрати праці на 1 ц продукції, людино-годин		Середня оплата праці 1 людино-години, грн.		Розмір оплати праці на 1 ц продукції, грн.			Відхилення, всього (+)	в т. ч. за рахунок зміни	
	план	факт	план	факт	план	факт	розрахунок		Витрат праці, люд.-год.	середня оплата 1 люд.-год.
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
1. Овочі відкритого ґрунту	18,9	36,5	16,01	17,6	304,3	642,4	587,7	338,7	+283,4	+54,7
2. Молоко	7,2	8,15	2,1	3,3	15,12	26,9	17,1	+11,78	+1,98	+ 9,8

Таблиця 2.23

**Визначення впливу основних факторів на зміну собівартості
на основі статті «Насіння» (щодо овочів відкритого ґрунту)**

Показники	Сума
01	02
1. Об'єм робіт згідно з планом, га.	200
2. Об'єм робіт фактично, га.	200
3. Витрати насіння згідно з плановими нормативами, ц.	11,8
4. Витрати насіння фактичні, ц.	7,5
5. Норма витрат насіння за планом на 1 га посівів, кг.	5,9
Витрати насіння згідно з плановими нормативами на фактичний об'єм робіт, ц.	11,8
7. Відхилення у витратах насіння - всього, ц, в т.ч. за рахунок зміни:	-4,3
а) об'єм робіт,	
б) відхилення від норм витрат.	-4,3

Таблиця 2.24

Аналіз впливу факторів на зміну вартості використаного насіння

Показники	Сума
01	02
1. Витрати насіння, ц: а) план	11,8
б) факт.	7,5
2. Вартість 1 кг насіння за планом, грн.	24,32
3. Вартість 1 кг насіння за фактом, грн.	28,67
4. Вартість використаного насіння, тис.грн.: а) план	28,7
б) факт.	21,5
Вартість насіння згідно з плановою ціною на фактичні витрати, тис.грн.	18,2
6. Відхилення вартості насіння, всього	-7,3
в т.ч. за рахунок зміни: а) загальних витрат	-10,5
б) вартості 1 кг насіння.	3,3

Таблиця 2.25

Аналіз впливу зміни вартості кормів за умови виробництва молока

Показники	Сума
01	02
1. Витрати кормів, ц: а) план	1,53
б) факт.	2,06
2. Ціна 1 ц кормової одиниці, грн.: а) план	80,11
б) факт.	152,2
3. Вартість кормів використаних на 1 ц продукції, грн.:	
а) план	122,57
б) факт	313,53
в) за фактичних витрат кормів за плановою ціною.	165,03
4. Відхилення, всього,	+190,96
в т.ч. за рахунок зміни:	
а) норм витрат кормів на 1 ц продукції,	+42,46
б) ціни.	+148,5

Основними резервами зниження собівартості продукції є:

1. Недопущення перерозподілу за статтями витрат. Для пошуку даного резерву необхідної суми перевитрат за статтями витрат у розрахунку на 1 ц продукції множать на фактичний об'єм виробленої продукції.

2. Зниження собівартості за рахунок приведення в дію резерву росту об'єму виробництва. Для цього визначають частку додаткових витрат для виробництва додаткової продукції і дану величину вилучити з резерву збільшення виробництва продукції.

6. Аналіз обсягу продажі сільськогосподарської продукції

Головна задача аналізу зводиться до визначення причин, які вплинули на зниження обсягу реалізації, виявлення можливих шляхів його росту. Аналіз розпочинають з визначення відхилень у обсязі реалізації в цілому і в т.ч. згідно з договором. Визначають рівень товарності всіх основних видів продукції. Показники для аналізу беруть у формі статистичної звітності - 7-АПК, 9-АПК, 13-АПК.

Таблиця 2.26

Аналіз виконання плану реалізації щодо основних видів сільськогосподарської продукції, ц

Показники	Види продукції	
	зернові	молоко
01	02	03
1. Обсяг виробництва продукції: а) план	14040	17600
б) факт	3630	9330
2. Реалізовано, всього: а) план	700	16000
б) факт	1365	7886
в т.ч. за договором: а) план	700	9630
б) факт	710	7865
3. Відсоток виконання плану з реалізації, % всього	195	49,3
в т.ч. за договором	101,4	81,7
4. Рівень товарності, %: а) план	4,99	90,9
б) факт	37,6	84,5

Аналіз таблиці 6.1 показав, що зниження виробництва основних видів продукції призвело до падіння рівня їх реалізації. Лише реалізація зернових

складає виняток, з планової суми реалізації в 700 ц господарство продало 1365 ц, тобто майже в 2 рази (95 %) перевищило запланований рівень. Однак показник товарності щодо зернових є низьким. Необхідно проаналізувати канали надходження, і канали витрат зернових у господарстві.

Специфіка сільськогосподарського виробництва полягає в тому, що вирощена в господарстві сільськогосподарська продукція частково залишається у внутрішньогосподарчому користуванні. Задача аналізу полягає в раціональному розподілі за каналами використання сільськогосподарської продукції і недопущення понадпланових показників у витратній частині, а також у виявленні ефективного використання наявного потенціалу сільськогосподарської продукції.

Таблиця 2.27

**Використання в господарстві зернових і зернобобових протягом
звітнього періоду, ц**

Показники	План	Факт	Відхилення, (±)	% виконання плану
01	02	03	04	05
1. Наявність на початок року	600	5940	-60	99,0
2. Приход: валовий збір	31200	29120	-2080	93,3
купівля	400	780	+380	195,0
Разом	37600	35840	-1760	95,3
3. Видатки:				
- продано згідно з договором	15000	15200	+250	101,3
- інша реалізація	600	2200	+1200	366,7
- продано робітникам і службовцям та використано на громадське харчування	1200	1450	+250	120,8
- на насіння	4200	4430	+230	105,5
- на фураж	10600	6618	-382	62,4
- втрати при зберіганні	-	42	+42	-
Разом витрачено	31600	29640	-1660	94,7
Разом на кінець року	6000	5900	-100	98,3

Дані таблиці 2.27 показують, що протягом звітнього року були відхилення від планових показників у бік зменшення наявного зерна на початок року і його надходження від валового збору у кількості 2140 ц. Недостача зерна певною мірою перекривається за рахунок перевищення плану купівлі насіння і фуража у розмірі 380 ц. Слід відзначити як суттєвий недолік у розподілі зернових

господарства, щодо збільшення витрачання його проти плану за всіма напрямками, за виключенням витрат на корм скоту. Перевитрати і недобір перекрито в господарстві зменшенням фуражного фонду, а це обумовлює необхідність заміни зерно-фуража іншими видами кормів, тому що в іншому випадку знизиться продуктивність тварин відносно розрахованих показників. Аналогічні розрахунки проводять щодо молока. Головний висновок повинен полягати в тому, наскільки ефективно і раціонально використано сільськогосподарську продукцію в порівнянні з плановим рівнем. Необхідно дати пропозиції щодо раціонального регулювання витратної частини у використанні сільськогосподарської продукції.

Обсяг реалізації залежить від зміни таких факторів як об'єм виробництва і рівня товарності. У вартісному вираженні об'єм реалізації визначається вартісним показником – виручкою від реалізації, а виручка, в свою чергу, залежить від того, яку кількість продукції господарство реалізує, і за якими цінами, що склалися на ринку.

Таблиця 2.28

**Аналіз впливу факторів на виконання плану реалізації
сільськогосподарської продукції**

Показники	Види продукції	
	зернові	молоко
01	02	03
1. Обсяг виробництва, т: а) план	1404	1760
б) факт	363	933
2. Рівень товарності, % : а) план	4,99	90,9
б) факт	37,6	84,5
3. Обсяг реалізації, т: а) план	70	1600
б) факт	136,5	788,6
в) розрахунково-умовний об'єм реалізації за фактичного об'єму виробництва і планового рівня товарності.	18,1	848,1
4. Відхилення, всього:	+66,5	-811,4
в т.ч. за рахунок зміни: а) об'єму виробництва	-51,9	-751,9
б) рівня товарності	+118,4	-59,5

Розрахунок впливу факторів показав, що негативний вплив на обсяг реалізації зернових, так і молока здійснило зменшення виробництва продукції. За рахунок даного фактора зменшилася реалізація зернових майже на 52 т, а молока – майже на 752 т. Деяке підвищення відносно плану рівня товарності збільшило реалізацію зернових на 118,4 т. Фактично рівень реалізованого молока виявився меншим запланованого рівня на 811 т, що стало наслідком зниження виробництва і зміни рівня товарності. На підприємстві є резерви росту реалізації як за рахунок збільшення об'єму виробництва видів продукції, що аналізується, так і за рахунок доведення до планового рівня товарності. Одночасно з кількісними факторами, які впливають на об'єм реалізації, розраховують і структурні, до яких відносять вплив середньої ціни реалізації на зміну виручки від реалізації (таблиця 2.29).

Таблиця 2.29

Аналіз впливу факторів на зміну виручки від реалізації

Показники	Види продукції	
	зернові	молоко
01	02	03
1. Обсяг реалізації, т: а) план	70	1600
б) факт	136,5	788,6
2. Середня ціна реалізації за 1 т, грн.: а) план	2700	3300
б) факт	10879	11774
3. Виручка від реалізації, тис.грн.:		
а) план	189	5280
б) факт	1485	9285
в) розрахунково-умовні	368,6	2602,4
4. Відхилення, всього:	+1296	+4005
в т.ч. за рахунок зміни: а) обсяг реалізації	+179,6	-2677,6
б) ціни реалізації	+1116,4	+6682,6

Аналіз впливу даних факторів показав, що не дивлячись на низький обсяг реалізації, зростання середньої ціни реалізації відносно планового рівня дозволило господарству збільшити виручку від реалізації зернових, так і молока, тобто господарство змогло за рахунок зростання ціни перекрити свої витрати і зменшити збитковість процесу виробництва.

Уся виробнича продукція сільського господарства повинна відповідати встановленому рейтингу якості. Чим вищим є рівень якості продукції реалізованої підприємством, тим вищою є ціна за 1 ц реалізованої продукції. Наприклад, за умови реалізації молока жирністю 3,2 % ціна буде вищою, ніж жирністю 2,8 %. У підсумку це вплине на виручку від реалізації. Чим вищою є виручка з даного об'єму реалізації, тим вищою є якість. Згідно з формою 7-АПК якість продукції перевіряють за такими показниками як: реалізовано в натуральному вираженні і за обліковою вагою. Різниця між обліковою вагою і натуральною масою реалізованої продукції буде свідчити про якість реалізованої продукції.

Втрати за рахунок якості молока призвели до зниження об'єму реалізації на 83 ц, що незабаром відіб'ється на недоотриманні виручки від реалізації продукції.

Існують чотири джерела резерву росту об'єму реалізації (табл. 2.31, 2.32, 2.33, 2.34):

1. За рахунок збільшення об'єму виробництва продукції (або ми збільшуємо об'єм виробництва взагалі, тобто приводимо в дію резерв росту об'єму виробництва).
2. Збільшення рівня товарності.
3. За рахунок покращення якості реалізованої продукції.
4. Недопущення залишків готової продукції.

Таблиця 2.30

Розрахунок впливу зміни якості продукції на об'єм реалізації, ц

Види продукції	Реалізовано в натуральному вираженні	Реалізовано за обліковою вагою	Втрати продукції від зниження якості
01	02	03	04
1. Зернові	710	709	-1
2. Молоко	7995	7912	-83

Таблиця 2.31

**Визначення резерву росту об'єму реалізації за рахунок приведення
в дію резерву збільшення обсягів виробництва**

Види продукції	Резерв виробництва продукції, ц	Рівень товарності, %	Середня ціна реалізації за 1 ц, грн.	Резерв збільшення об'єму реалізації, тис.грн.
01	02	03	04	05
1. Зернові	5587,6	37,6	1087,9	2286
2. Молоко	3243,04	84,5	1177,4	3226
3. Разом	*	*	*	5512

Таблиця 2.32

**Визначення резерву збільшення об'єму реалізації за
рахунок росту рівня товарності**

Види продукції	Фактичний обсяг виробництва, ц	Показники рівня товарності			Резерв росту об'єму реалізації, ц	Середня ціна реалізації, грн.	Резерв збільшення об'єму реалізації, тис.грн.
		план	факт	відхилення, (±)			
01	02	03	04	05	06	07	08
1. Зернові	3630	4,99	37,6	+32,61	-	-	-
2. Молоко	9330	90,9	84,5	-6,4	$-6,4 \times 9330$ $= 597,12$	1177,4	703
Разом					100		703

Таблиця 2.33

**Визначення резерву росту об'єму реалізації продукції
за рахунок покращення якості**

Види продукції	Втрати продукції від зниження якості, ц	Середня ціна реалізації за 1 ц, грн.	Резерв росту об'єму реалізації, тис.грн.
01	02	03	04
1. Зернові	-1	1087,9	1,1
2. Молоко	-83	1177,4	97,7
Разом	*	*	98,8

Розрахунок резерву росту об'єму реалізації за рахунок недопущення залишків готової продукції на складі базується на даних балансу (форма-1).

Таблиця 2.34

Резерви росту обсягу реалізації продукції сільського господарства

Показники (джерела резервів)	Сума
01	02
1. Використання резерву збільшення обсягу виробництва продукції	5512
2. Збільшення рівня товарності	703
3. Покращення якості продукції	98,8
4. Недопущення залишків готової продукції	-
Разом	6313,8

Після аналізу і виявлення резерву надають конкретні пропозиції господарству щодо мобілізації виявлених резервів.

Контрольні питання

1. Яке значення та завдання аналізу виробництва продукції рослинництва в умовах ринкових перетворень у сільському господарстві?
2. Назвати основні етапи аналізу виробництва продукції рослинництва.
3. Характеристика інформаційних джерел аналізу.
4. Назвати основні причини зміни обсягу виробництва продукції рослинництва.
5. Які основні чинники впливають на врожайність культур?
6. Як розрахувати резерви зростання обсягу виробництва продукції рослинництва?
7. Назвати основні етапи аналізу виробництва продукції тваринництва.
8. Назвати основні причини зміни обсягу виробництва продукції тваринництва.
9. Які основні чинники впливають на продуктивність тварин?
10. Як проаналізувати забезпеченість тварин кормами?
11. Як визначити ефективність використання кормів?
12. Як розрахувати резерви зростання обсягу виробництва продукції тваринництва?
13. Які чинники впливають на собівартість окремих видів продукції?
14. Порядок вивчення собівартості зі статтями витрат та елементами.
15. Як проаналізувати матеріальні витрати у складі собівартості окремих видів продукції?
16. Як проаналізувати витрати на оплату праці?
17. Порядок визначення резервів зниження собівартості продукції.
18. У чому виявляються особливості постатейного аналізу затрат?
19. Які канали реалізації використовують?
20. Як проаналізувати використання окремих видів продукції в господарстві?
21. Які чинники впливають на обсяг реалізації продукції?
22. Які чинники впливають на виручку від реалізації продукції?

23. Порядок визначення резервів зростання обсягу реалізації продукції сільського господарства.
24. Назвати джерела резерву росту обсягу реалізації.

3. ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

1. Фактори, що впливають на ефективність господарювання підприємств харчової промисловості на макро-, мезо- та мікроекономічному рівні;
2. Оцінювання варіантів стратегічних змін у діяльності харчових підприємств з урахуванням недопущення їхнього кризового стану;
3. Обґрунтування створення зворотної вертикальної інтеграції та ефективності її функціонування за участю м'ясопереробних підприємств.

Глосарій:

Стратегія – це еластична, узагальнена модель розвитку суб'єкта господарювання, яка містить у собі визначені стратегічні цілі, технології, ресурси та систему управління, яка забезпечує її конкурентоспроможну дієздатність і адаптацію до реальної економічної ситуації.

Стратегії розподіляються за такими рівнями :

- 1-ий рівень – корпоративні стратегії;
- 2-ий рівень – ділові стратегії;
- 3-ій рівень – функціональні стратегії.

Базисна (еталонна) стратегія – розробляється менеджерами для вибору шляху розвитку підприємства. Базисні стратегії відбивають чотири різні підходи до зростання підприємства та пов'язані зі зміною стану одного або декількох елементів: 1) продукт; 2) ринок; 3) галузь; 4) положення підприємства всередині галузі; 5) технологія. Кожний з цих п'яти елементів може знаходитися в одному із двох станів: сучасний стан чи новий.

Базисні стратегії розрізняються та такими видами: стратегії концентрованого зростання; стратегії інтегрованого зростання; стратегії диверсифікованого зростання; стратегії скорочення.

Необхідно зазначити, що базисна стратегія ґрунтується на низці **ділових стратегій**, що знаходяться на другому ієрархічному рівні. Реалізація цих стратегій забезпечує підприємству досягнення конкурентних переваг.

Ділові стратегії поділяються на три види: стратегія лідерства по низьким витратам; стратегія диференціації; стратегія фіксації певного сегмента ринку і концентрації зусиль підприємства на вибраному ринковому сегменті.

До третього рівня ієрархії відносяться **функціональні стратегії**. Ці стратегії спрямовані на створення конкурентних переваг у роботі підрозділів підприємства (виробництва, постачання, маркетингу, фінансів, адміністрування) і необхідні для розподілу ресурсів усередині функціональних підрозділів підприємства. Функціональні стратегії дають відповідь на питання, скільки ресурсів необхідно залучити задля втілення у життя обраної стратегії

Стратегічні зміни – це комплекс відповідних управлінських заходів, які необхідно зробити задля реалізації обраної базової або ділової стратегії.

Зворотна вертикальна інтеграція – це стратегія, яка направлена на зростання підприємства за рахунок придбання або ж посилення контролю над постачальниками. Підприємство може створювати дочірні структури, що здійснюють постачання, або придбавати підприємства, які вже здійснюють постачання

Пряма вертикальна інтеграція – це стратегія, яка виражена у зростанні підприємства за рахунок придбання або посилення контролю над структурами, що знаходяться між підприємством та кінцевим споживачем, а саме, системами розподілу та продажу. Зазначений тип інтеграції є доцільним тоді, коли посередницькі послуги дуже розширюються або коли підприємство не може знайти посередників із якісним рівнем роботи

1. Фактори, що впливають на ефективність господарювання підприємств харчової промисловості на макро-, мезо- та мікроекономічному рівні

Харчова промисловість є однією з найбільш важливих галузей реального сектора економіки. Її розвиток набуває стратегічного характеру, оскільки припускає вирішення основної проблеми – забезпечення продовольчої безпеки держави.

У зв'язку з цим перспективи інтенсивного функціонування харчових підприємств пов'язані з формуванням інноваційної моделі їхнього економічного розвитку. Переважна частина ключових питань такого розвитку пов'язана з позитивною адаптацією системи ресурсопостачання на переробні підприємства до умов і вимог ринкової моделі господарювання, до суттєвих змін, що сформувалися останнім часом у виробничо-технологічних зв'язках, формах і глибині економічних відносин харчової промисловості з суміжними й іншими галузями, з якими вона технологічно зв'язана [35, с. 41].

Вважаємо, що на цей час на ефективність господарювання вітчизняних підприємств харчової промисловості впливає низка факторів (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Основні фактори, які впливають на ефективність господарювання підприємств харчової промисловості України

Рівень	Фактори
01	02
Макроекономічний	порушення технологічної схеми «постачання сировини – переробка – реалізація», яка раніше існувала між сільськогосподарськими та харчовими підприємствами
Мезоекономічний	недостатня увага до фондових інструментів залучення інвестицій
Мікроекономічний	наявність значної кількості зношених основних засобів та переважно екстенсивний режим їхнього розширеного відтворення
	генерування збитків від здійснення господарської діяльності
	нестача власних обігових коштів
	організаційна інертність управлінського персоналу і керівництва підприємства
	недостатнє використання управлінським персоналом зазначених підприємств інструментарію фінансового менеджменту

Світовий досвід господарювання свідчить, що якісне інтенсивно-інноваційне функціонування підприємств харчової промисловості можливе при дотриманні низки умов, а саме: існуванні системи стабільних постачань сировини на переробні підприємства; наявності сучасної матеріально-технологічної бази; наявності платоспроможного попиту споживачів на вироблену продукцію та ін.

У зв'язку з цим, на нашу думку, одним із основних факторів, що перешкоджають на макроекономічному рівні стійкому зростанню як аграрної, так і переробної сфер АПК, є порушення між ними механізму «постачання сировини – переробка – реалізація». На діяльності харчових і переробних підприємств цей фактор відбивається в перебоях у постачаннях сировини і завантаженні виробничих потужностей, тобто слабких сигналах ризику входження організації в кризовий стан; на діяльності сільськогосподарських – розвитком диспаритету цін і, відповідно, втраті стабільного ринку збуту своєї продукції.

Цією ситуацією успішно скористалися посередницькі структури, що привласнюють собі значну частину тієї ренти, яка раніше (при постачаннях сировини «на пряму») розподілялася між аграрною і переробною сферою АПК. Так, починаючи з 1999 року, із загального обсягу реалізованої аграрної продукції частка сировини, поставленої на переробку на підприємства харчової промисловості, зменшилася в 2,2 рази (з 53 до 23%), а комерційним структурам – збільшилася в 4,5 рази (з 12 до 54%) [35, с. 42].

Зазначені процеси призвели до того, що, по суті, основними постачальниками сировини на переробні підприємства є торгово-посередницькі організації. При цьому основним стимулом до продажу сировини саме комерційним структурам для аграріїв є негайне отримання виручки від реалізації за вироблену продукцію, розмір якої набагато менше, ніж при укладанні договорів на постачання продукції безпосередньо з переробними підприємствами [36, с. 60 – 69; 37; 38, с. 116; 39, с. 5]. Ці процеси найбільшою

мірою виявляються в галузях із сезонним типом виробництва продукції (молочній і плодоовочевій), для яких характерна відсутність або наявність майже повністю зношеного складського й холодильного устаткування, що не дозволяє зберігати корисні властивості продукції протягом тривалого часу [40, с. 78].

Відповідно, створюється об'єктивна необхідність, як для сільськогосподарських, так і для переробних підприємств у розробці заходів організаційного характеру для узгодження економічних інтересів партнерства, оскільки ці процеси підвищують оборотність капіталу даних підприємств, нарощування їхнього виробничого потенціалу, і, як наслідок, обсягів виробництва продукції кінцевого споживання.

Ще одним макроекономічним фактором, що негативно впливає на діяльність підприємств харчопереробного підкомплексу, є зниження купівельної спроможності населення. За даними головного управління статистики активізація інфляційних процесів в економіці України відбулася значним підвищенням ринкових цін практично на всі товари народного споживання, зокрема на продукти харчування, особливо на овочі.

Таким чином, узагальнивши основні фактори, що впливають на ефективність господарювання харчових підприємств на макро - і мезоекономічному рівнях: низька інноваційна активність, відсутність налагоджених інтеграційних зв'язків між постачальниками сировини й виробниками кінцевої харчової продукції, відсутність налагодженої матеріально-технічної бази на підприємствах галузі та ін. – розглянемо, як вплинули ці процеси на діяльність деяких харчових підприємств, що функціонують в Одеському регіоні.

З метою оцінки рівня стратегічного управління на зазначених підприємствах проведено анкетування адміністративно-управлінського, виробничого персоналу та мажоритарних акціонерів (власників) товариств: хлібопекарського підприємства Х, підприємства, що виробляє харчові

концентрати Y і олійножирового підприємства Z. Для оцінки достовірності варіантів відповідей, що отримані від персоналу досліджуваних підприємств, були залучені незалежні експерти консалтингових агентств.

Зміст анкети (додаток А) розроблявся на підставі багаторічних досліджень, що проводяться Головним управлінням статистики в Одеській області та експертних методик виявлення проблем у стратегії розвитку товариства, заснованих на формалізованих і неформалізованих критеріях оцінки елементів стратегії підприємства [41, с. 134 – 170, 172 – 177, 197 – 209; 42, с. 49 – 53; 43, с. 168 – 173, 44, с. 159 – 166]. Аналіз зосереджено на тих сторонах виробничо-фінансової діяльності підприємства, які найчіткіше дозволяють визначити сильні та слабкі сигнали прояву зовнішнього й внутрішнього середовища функціонування підприємства не тільки на дату складання звітності, але і на поточний момент проведення дослідження. Згідно з результатами проведеного аналізу виробничо-фінансової діяльності трьох харчових підприємств із залученням адміністративно-управлінського, виробничого персоналу, мажоритарних акціонерів і незалежних експертів, видно, що якість стратегічного управління різниться на досліджуваних підприємствах.

Діагностика стратегії розвитку підприємств показала, що, на нашу думку, підприємства X та Z реалізують наступальну стратегію розвитку у вигляді стратегії посилення позиції підприємства на ринку. Ця стратегія згідно з поглядами вчених Є.А. Бельтюкова, Л.А. Некрасової [41, с. 54 – 60] та О.С. Редькіна, Н.А. Хрущ і Вернера Регена [45, с. 59], полягає в наведені значних маркетингових зусиль для того, щоб із своєю продукцією (хлібом, майонезом) завоювати лідерські позиції на ринку хлібобулочних виробів і приправ. Крім того, зазначені підприємства застосовують стратегію розвитку товару, що припускає виробництво нової продукції і реалізацію її на вже освоєному ринку. Це підтверджується відповідями адміністративно-управлінського персоналу на такі питання: «Чи в змозі підприємство формувати потреби ринку виходячи із

своїх потреб», «Яка пристосованість Вашого підприємства і яка реакція на вироблену з боку конкурентів продукцію», «Чи існує в продуктовому портфелі підприємства нові товари, що мають попит на ринку», згідно з якими підприємство X є монополістом на регіональному ринку хлібопекарської продукції, а підприємство Z володіє майже 50 - відсотковою часткою ринку майонезу в області та контролює 17 % українського ринку маргарину. Також на обох підприємствах відмічається висока інноваційна активність, яка виражається в постійному впровадженні нових технологій, що збільшують тривалість зберігання корисних властивостей виробленої харчової продукції і кращому естетичному оформленні товарів.

Наведені оптимістичні відповіді персоналу досліджуваних підприємств співпадають з оцінками експертів, які засвідчили, що конкуренція з боку зарубіжних та вітчизняних товарів має слабкий стримуючий вплив (1 бал) на виробничу і збутову діяльність цих підприємств, що свідчить про, відносно, добру якість стратегічного управління на підприємствах X і Z.

Зовсім іншими, на нашу думку, є управлінські позиції керівництва підприємства Y. Нашу увагу привернула невідповідність у відповідях на ті ж самі питання з боку персоналу підприємства та експертів. За твердженнями адміністративно-управлінського персоналу товариства, на теперішній час підприємство Y може майже на 20 % формувати потреби українського ринку кавової продукції, виходячи із своїх потреб; адекватною реакцією підприємства на вироблену з боку конкурентів продукцію є постійне впровадження інновацій у виробництво. Однак, за оцінками експертів, на сьогодні на виробничу діяльність підприємства сильний стримуючий вплив (5 балів) робить конкуренція з боку вітчизняних харчових продуктів. Крім того, твердження персоналу, що у звітному році в порівнянні з попереднім конкурентне навантаження на виробничу діяльність підприємства Y по аналогічних товарах не змінилось, є, на нашу думку, доволі сумнівним, оскільки після вступу України до СОТ прояви ризику у виробничій діяльності харчових підприємств з боку зарубіжних товарів значно посилюються. Більш того, експерти

стверджують, що на комбінаті існує налагоджена система збуту продукції (стримуючий вплив цього фактору на виробничу діяльність підприємства оцінюється ними як слабкий), а конкуренція з боку вітчизняних товарів, як уже раніше зазначалось, робить сильний вплив на виробничу діяльність підприємства Y. Отже, наведене зіставлення дозволяє припустити, що реалізація продукції на підприємстві зростає не надто швидкими темпами і причиною зазначеному, окрім цінового фактора, є її якість. Це частково підтверджується тим, що на зазначеному підприємстві Y, на відміну від підприємств X та Z, застосовується не міжнародний стандарт якості ISO 9001, а Укр. Сепро, що зумовлює низький рівень обсягу реалізації продукції цього товариства на експорт. Усе це, на нашу думку, свідчить про наявність проблем управлінського характеру в діяльності підприємства Y.

Зазначимо, що в кожного підприємства повинний бути наявний такий ресурсний потенціал, який дозволяв би його управлінському персоналу досягти поставлених стратегічних цілей. Згідно з проведеним дослідженням рівня стратегічного управління на зазначених харчових підприємствах можливо припустити, що, на відміну від двох раніше згадуваних підприємств, підприємство Y не має відповідного стратегічного потенціалу. Це твердження базується на зіставленні оцінок рівня забезпеченості факторами виробництва з боку персоналу підприємства та експертів. Так, за оцінками адміністративно-управлінського та виробничого персоналу підприємства Y, поточний обсяг сировини та матеріалів на підприємстві знаходиться в задовільному стані, теж саме стосується забезпеченості зазначеного підприємства основними виробничими засобами. Організаційно-управлінська структура на підприємстві також повністю відповідає його потребам. Отже, за оцінками персоналу товариства, його потенціал є достатньо гнучким, щоб забезпечити конкурентоспроможність підприємства Y у ринкових сегментах, які він займає.

Однак при зіставленні наданих відповідей з оцінками експертів були виявлені значні розбіжності щодо забезпеченості підприємства Y ресурсним потенціалом, який дозволяв би його керівництву досягти поставлених

стратегічних цілей. Експерти стверджують, що це підприємство зазнає сильний (5 балів) стримуючий вплив на свою виробничу діяльність з боку забезпеченості сировиною, матеріалами, належним устаткуванням та кваліфікованим адміністративно-управлінським персоналом. Про це свідчать такі дані: рівень стійкості зв'язку підприємства Y у постачанні сировини з сільськогосподарськими підприємствами оцінюється персоналом підприємства Y як середній (3 бали), а стримуючий вплив на виробничу діяльність товариства з боку забезпеченості сировиною, за оцінками експертів, як сильний (5 балів). Отже, можливо сформулювати висновок: підприємство має незначні (разові) зв'язки з сільськогосподарськими виробниками сировини, внаслідок чого зазнає проблеми в її постачанні, що підтверджується 40 - відсотковим рівнем завантаженості виробничих потужностей зазначеного підприємства.

Реалізація будь-якої стратегії потребує інвестицій. Проведене аналітичне дослідження свідчить, що підприємство Y, на відміну від X і Z, зазнає потреби в них для того, щоб упроваджувати намічені бізнес-проекти. Це підтверджується свідченнями експертів, які відмічають фактори, що обмежують власні джерела інвестицій у виробничу діяльність підприємства Y: нестача власних коштів і недостатня прибутковість інвестицій. До факторів, що обмежують позикові інвестиційні джерела відносять високі відсоткові ставки. Зіставляючи наведені фактори з наявними проблемами підприємства в постачанні сировини і незначною часткою вкладання коштів у ремонт наявного устаткування, можливо стверджувати, що підприємство Y потребує значних інвестиційних ресурсів для стабілізації своєї діяльності.

Зі всього наведеного можна зробити висновок, що базова стратегія зростання, яку намагається реалізувати підприємство Y у вигляді стратегії центральної диверсифікації, що спрямована на пошук і використання додаткових можливостей виробництва нової продукції в існуючому виді діяльності на освоєному ринку [45, с. 59], не забезпечує виконання поставлених перед нею завдань, а саме: досягнення лідерських позицій у своїх сегментах

ринку, баланс між власним і позиковим капіталом та ін. Тому у виробничо-фінансовій діяльності підприємства У необхідно проводити стратегічні зміни за наступними параметрами: постачання сировини на підприємство; збільшення власних оборотних коштів; підвищення прибутковості інвестицій; поліпшення якості продукції, що виробляється; оновлення парку машин та обладнання в умовах політики раціонування капіталу; підвищення кваліфікаційного рівня адміністративно-управлінського персоналу підприємства, тощо.

Дослідження рівня стратегічного управління на харчових підприємствах, які функціонують в Одеському регіоні, показало, що на мікроекономічному рівні основним фактором, який негативно впливає на ефективність господарювання товариства є організаційна інертність з боку адміністративно-управлінського персоналу підприємства щодо впливу ризикових проявів, що виникають у зовнішньому середовищі його функціонування. Дестабілізуюча дія виявленого фактору виражається в тому, що поступово керівництво втрачає стратегічне бачення перспектив розвитку бізнесу і, відповідно, не залишає собі можливості впроваджувати стратегічні зміни в діяльності задля пристосування розробленої корпоративної стратегії підприємства до умов сучасного ринкового середовища. Це, врешті-решт, призводить до втрати конкурентних переваг підприємства у сегментах ринку, які воно займає.

Таким чином, дослідження інформаційно-аналітичного апарату, що характеризує вплив макро-, мезо- і мікроекономічних факторів на ефективність господарювання харчопереробних підприємств, показало, що на сьогодні існує значне коло проблем, що впливають на стійкий розвиток підприємств цієї галузі реального сектора економіки України. При цьому для протидії негативним сигналам впливу зовнішнього й внутрішнього середовища функціонування харчових підприємств необхідно розробити заходи стабілізаційного характеру як з боку самих цих товариств, так і з боку органів державної влади. Оскільки тільки обопільними зусиллями можливо подолати сучасні ризики та загрози, притаманні господарській діяльності підприємств

переробної сфери АПК, і створити умови, за яких продукція цієї галузі зможе на рівні конкурувати із зарубіжними товарами, що рухаються у рамках єдиного ринкового середовища. Однак початковим завданням, що ставиться перед системою антикризового управління підприємством, є ідентифікація кризових ознак його виробничо-фінансової діяльності, що, у свою чергу, дозволяє обґрунтувати напрями управління стратегічними змінами [54, с. 60].

Реалізація стратегії припускає проведення необхідних змін, без яких навіть дуже добре розроблена стратегія може зазнати провал. Через це з повною впевненістю можна стверджувати, що стратегічні зміни – це ключ до здійснення стратегії. Разом зі стратегічними змінами і створенням на підприємстві необхідного клімату важливим завданням, яке доводиться вирішувати керівництву на стадії реалізації стратегії, є формування й мобілізація ресурсів товариства. Так, найважливішою умовою ефективного використання ресурсів і, відповідно, ефективного здійснення стратегії є їх правильний розподіл у часі. Тому для того, щоб уникнути провалу на стадії реалізації стратегії, необхідно організувати такий розподіл фінансових ресурсів, за якого завжди у потрібний момент були б необхідні грошові кошти [46, с. 126 – 137].

У зв'язку з проведеними дослідженнями, нами визначена низка факторів, що гальмують ефективний розвиток харчових підприємств на макро - і мезоекономічному рівнях. Установлено, що до основних негативних проявів зовнішнього середовища функціонування харчових підприємств відноситься порушення механізму «постачання сировини - переробка – реалізація», що існував раніше між сільськогосподарськими і харчопереробними підприємствами.

2. Оцінювання варіантів стратегічних змін у діяльності харчових підприємств з урахуванням недопущення їхнього кризового стану

Проблема своєчасного забезпечення сировиною впритул торкається підприємств харчової промисловості Одеського регіону як прибуткових (X, Z), так і тих, які перебувають у кризовому стані (наприклад, Y).

Підприємство Z зараз володіє значною сировинною базою: жирами рослинного походження, що дозволяє йому безперервно і прибутково здійснювати свою діяльність. Проте у найближчому майбутньому буде введений в експлуатацію підприємство-конкурент, і, можливо, підприємство потенційно почне відчувати перебої в постачаннях сировини.

Однією з основних проблем підприємства Y, як виробника не тільки натуральної та розчинної кави, але і брикетованих продуктів і супів, є висока собівартість продукції, оскільки закупівля сировини, головним чином, здійснюється через посередницькі організації.

Розглянуті приклади свідчать про те, що у харчових підприємств відокремлених від безпосереднього виробника сировини, рано чи пізно виникають перебої в постачанні сировини та перевантаженні виробничих потужностей, тобто слабкі сигнали ризику потрапляння до кризової ситуації. Тому вважаємо доцільним розглянути варіанти реалізації стратегії інтегрованого зростання підприємств харчової промисловості, які дозволять у перспективі забезпечити їхню стабілізацію і розвиток.

Згідно з даними таблиці 3.2 сьогодні інтеграція між переробною й аграрною сферами АПК можлива у вигляді декількох варіантів:

- сільськогосподарської обслуговуючої кооперації;
- концесії (договірних відносин);
- франчайзингу;
- зворотньої вертикальної інтеграції.

Сама по собі кооперація припускає добровільне об'єднання фізичних і (або) юридичних осіб на основі членства для ведення спільної господарської діяльності з метою задоволення своїх економічних і соціальних проблем на принципах самоврядування [47].

Відповідно до ст. 3 Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію» [48], залежно від цілей, завдань і характеру діяльності кооперативи підрозділяються на виробничі й обслуговуючі.

Сільськогосподарські виробничі кооперативи здійснюють господарську діяльність на принципах підприємництва з метою отримання доходу, тоді як основною метою обслуговуючих кооперативів є надання комплексу послуг, зв'язаних з виробництвом, переробкою, збутом продукції рослинництва, тваринництва, лісівництва і рибництва.

Специфічною рисою сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу є те, що його учасник одночасно виступає як співвласник кооперативу, так і його клієнт, що автоматично спонукає товаровиробників до об'єднання. У зв'язку з цим, згідно з Законом України «Про сільськогосподарську кооперацію» [48] метою сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу є самозабезпечення членів - сільськогосподарських товаровиробників агробізнес-послугами, а не отримання прибутку від сторонніх осіб.

Статус неприбутковості організації стосується не ефективності роботи обслуговуючого кооперативу, а розподілу коштів, які в інших суб'єктів господарювання вважаються прибутком. Ці кошти розподіляються між членами кооперативу пропорційно їхньої участі в господарській діяльності як кооперативні виплати, надбавки до реалізаційних цін на продукцію або знижки на ціни постачання або послуг [49, с. 52 – 53].

Створення сільськогосподарської кооперації, по суті, є альтернативним підходом до забезпечення стійкого розвитку виробників сільськогосподарської продукції в умовах відсутності або неефективної роботи підприємств виробничої і соціальної сфери (ці організації надають послуги стороннім особам лише в обсягах, що не перевищують 20% від загального обороту кооперативу). Незважаючи на це, на нашу думку, доцільно відносити цю форму об'єднання до варіантів інтеграційних зв'язків між сільськогосподарськими і

переробними підприємствами, оскільки вона дозволяє зазначеним виробникам єдиного технологічного ланцюжка обопільно протистояти впливу спекулятивних посередницьких структур.

Однією з організаційних форм, що дозволяють, на нашу думку, переробним підприємствам самостійно організувати доступ до сировинної зони, є концесія. Вона являє собою надання уповноваженим органом виконавчої влади або органом місцевого самоврядування юридичній або фізичній особі права на створення (будівництво) і (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії на підставі концесійного договору на платній і терміновій основі [50].

На відміну від договору концесії, франчайзинг є формою відносин між незалежними підприємствами і (або) фізичними особами, в межах якої один з підприємців (франчайзер) розробляє модель бізнес-процесу і продає права на ведення бізнесу згідно з цією моделлю іншому підприємцю (франчайзі). У більшості випадків франчайзі отримує права на користування тією чи іншою моделлю підприємницької діяльності на визначеній території і на визначений час [55, с. 25].

Прикладами успішних франчайзингових схем розвитку підприємницької діяльності в Україні є: агропромислове об'єднання «Владівські курчата», що займається виробництвом і реалізацією м'яса птиці; мережа ресторанів під торговою маркою «Два гусаки»; мережі закладів швидкого харчування «Макдональдс» і «Баскін Робінс».

Франчайзинг, на відміну від інших, наведених нами форм інтеграції (кооперації, концесії і вертикальної інтеграції), дозволяє відкрити власний бізнес за відносно невеликих початкових витратах. Досить лише придбати франшизу (пакет документів, що має готову бізнес-систему, яка включає керівництво по веденню бізнесу й консультаційні послуги) в організації, що займається випуском франчайзингових пакетів.

Таблиця 3.2

Варіанти інтеграційних зв'язків між виробником та постачальником *

	Види інтеграційних зв'язків			
	Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація	Концесія (договір)	Франчайзинг	Зворотня вертикальна інтеграція
01	02	03	04	05
Характеристика	<p>Діяльність цього виду кооперативу полягає в обслуговуванні сільськогосподарського та іншого виробництва учасників кооперації</p> <p>Учасник об'єднання є співвласником кооперативного підприємства й одночасно його клієнтом</p> <p>Обслуговуючі кооперативи не ставлять собі за мету одержання прибутку</p>	<p>Укладається договір між органом державної влади та господарюючим суб'єктом.</p> <p>Предметом договору є надання права на експлуатацію об'єкта концесії</p> <p>Експлуатація об'єкта здійснюється на платній основі та протягом обговореного терміну</p> <p>Особа, яка має право на володіння об'єктом концесії, визначається тільки на конкурсній основі</p>	<p>Укладається договір між правовласником (<i>франчайзером</i>), що реалізує пакет документів (<i>франшизу</i>) та користувачем (<i>франчайзі</i>), що захотів її придбати.</p> <p>Користувач франшизи в праві вести виробничу та комерційну діяльність, використовуючи товарний знак, унікальну технологію та управлінські знання франчайзера</p> <p>Одержання права франчайзі вести господарську діяльність за підтримки франчайзера відбувається на платній основі (щомісячні платежі)</p>	<p>Установлюється контроль над постачальником з боку виробника</p> <p>Узгодження інтересів виробника та постачальника здійснюється на основі конвертації (обміну) їхніх акцій</p>

Придбавши франшизу, підприємець отримує право на продаж товарів підприємства-виробника під відомою торговою маркою або ж на виробництво продукції за унікальними технологіями, розробленими підприємством-франчайзером, в обмін на частину прибутку від здійснення господарської діяльності, що виплачується у вигляді щомісячних платежів. Одночасно з цим підприємець бере на себе зобов'язання здійснювати господарську діяльність відповідно до встановлених правил у частині технологічної відповідності виробленої продукції розробленим стандартам; незмінності місць продажу товарів, поставлених на реалізацію франчайзером та ін.

Ще одним напрямом розвитку інтеграційних зв'язків між переробними і сільськогосподарськими підприємствами, на нашу думку, є зворотня вертикальна інтеграція, спрямована на зростання підприємства за рахунок

придбання або ж посилення контролю над постачальниками. Підприємство може або створювати дочірні структури, що здійснюють постачання, або купувати підприємства, що вже здійснюють постачання [46, с. 95]. Варіанти реалізації цієї стратегії наведені на рис. 3.1.

Харчове підприємство в разі виникнення збоїв у постачанні сировини оцінює варіанти:

- диверсифікації ризику недопостачання за допомогою пошуку декількох постачальників;
- придбання акцій сільськогосподарського підприємства й входження до складу його акціонерів.

Оскільки більшість сільськогосподарських і переробних підприємств є приватизованими та функціонують у формі акціонерних товариств, то вони мають можливість емітувати й розміщувати цінні папери на фінансовому, кредитному й фондовому ринках. Отримання грошових коштів за рахунок продажу звичайних акцій є гарантією для інвестора і, відповідно, збільшує кредитоспроможність підприємства.

Слід мати на увазі, що звичайні акції не погашаються і позичальник не платить відсотки за користування грошовими коштами, одержаними від їхнього продажу на відміну від користування банківським кредитом. Підприємство-ініціатор контролює розміщення акцій на ринку для усунення ризику втрати контролю. Більш того, якщо підприємство вирішило вийти на ринок цінних паперів, то воно повинне володіти певними умовами прозорості не тільки у фінансовій звітності, але і в мотивах здійснення операції, що є поширеним у західній практиці і починає застосовуватися на території держав СНД.

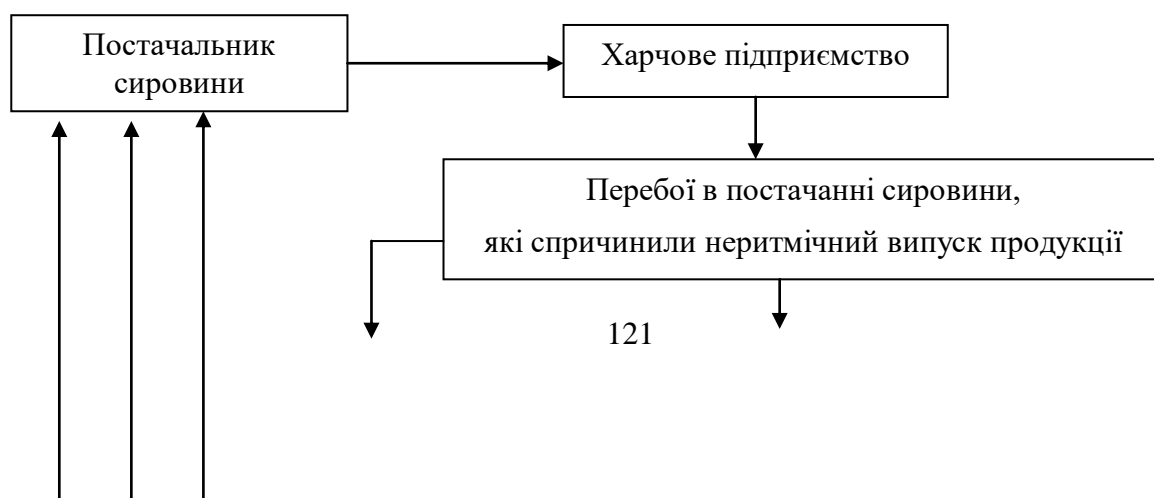




Рис. 3.1 – Варіанти реалізації стратегії зворотної вертикальної інтеграції

Дотримуючись стратегії зворотної вертикальної інтеграції, харчове підприємство купує пакет акцій сільськогосподарського підприємства, що дозволяє йому стати материнською компанією, а сільськогосподарським підприємствам – дочірніми. Організатором інтеграційного процесу і, відповідно, материнською компанією повинно стати саме харчове підприємство, оскільки сільськогосподарські підприємства часто продають сировину посередницьким організаціям унаслідок неможливості її тривалого зберігання у більшості випадків за зниженими цінами.

Великі харчові підприємства змушені купувати сировину у посередницьких організацій з націнкою, підвищуючи частку матеріальних витрат у структурі собівартості кінцевої продукції. Тому варіант формування холдингової структури господарювання застосований більшою мірою для фінансово стійких підприємств-лідерів, зацікавлених у підтримці всіх

складових технологічного циклу. Включення до складу акціонерів підприємств-постачальників сировини допускає налагодження стійких зв'язків у постачанні, отримання знижок за оплату готівкою, отримання товарного кредиту. Для сільськогосподарського підприємства інтеграція має наступні вигоди: налагоджений ринок збуту продукції, допомога в проведенні посівного і збирального процесів (закупівля паливно-мастильних матеріалів, субсидування лізингу збиральної техніки) та забезпечення кормами для формування основного стада.

Формування холдингу через розподіл пакета акцій досягається за допомогою купівлі акцій, внесення до статутного фонду, додаткової емісії акцій у зв'язку з переоцінкою майна підприємства й інших способів. При цьому переробне і сільськогосподарське підприємства будуть перебувати в рівних умовах і диспаритет цін буде понижений або виключений. Такий варіант, більшою мірою, є припустимим для підприємств-постачальників, що систематично потрапляють у кризові ситуації.

Як варіант реструктуризації харчових підприємств процес злиття може здійснюватися за рахунок власних коштів підприємства-ініціатора та вкладень інвесторів унаслідок викупу пакета акцій шляхом погашення боргів перед бюджетом, заборгованості перед банками з подальшою конвертацією в акції підприємства-боржника. Вибір способу реструктуризації власними коштами або за допомогою розміщення акцій на ринку багато в чому залежить від вартості товариства, в якому зацікавлено підприємство-ініціатор злиття.

Зіставляючи наведені варіанти фінансування реструктуризації, слід оцінити ефективність господарських одиниць і бізнес-процесів за допомогою техніки *pooling of interests* (об'єднання інтересів), згідно якої усі розрахунки проводяться без переоцінки вартості активів підприємств, що купуються. При цьому повинна зберігатися конфіденційність корисної для ухвалення управлінських рішень інформації про майбутні значення таких показників, як *P/E* (співвідношення ціни і прибутку в розрахунку на акцію), рейтингу облігацій і більшості фінансових ресурсів підприємства.

До моменту затвердження остаточного рішення слід провести фінансовий аудит (перевірку фінансового стану підприємства, яке мають намір придбати), діагностику ризикової позиції його операцій, активів і продукції, що випускається. Здійснення додаткових перевірок, аудиту й аналізу операції залежить від специфіки підприємства та здійснюється з урахуванням уже виявлених попередніми аудитами недоліків.

Для здійснення реструктуризації підприємства у вигляді акціонерного товариства необхідно послідовно пройти наступні етапи юридичної процедури організаційної регламентації: для кожного з етапів обов'язково повинні бути визначені умови, а також порядок конвертації акцій кожного акціонерного товариства в акції і (або) інші цінні папери. У договорі при визначенні порядку конвертації (обміну) цінних паперів указується вид, категорія (тип), номінальна вартість, співвідношення конвертації (обміну).

Ще один напрям упровадження стратегії зворотньої вертикальної інтеграції в управлінні розвитком харчового підприємства можливо розглядати при проведенні процедури банкрутства, коли власних його активів не вистачає для повного задоволення вимог кредиторів і воно фактично ліквідується. У цій ситуації все буде залежати від інтересів кредиторів. У разі наявності частки держави в статутному капіталі таких підприємств органи державного управління можуть бути зацікавлені у збереженні їхньої виробничої активності та цілісності як майнових комплексів.

Поряд із зворотньою вертикальною інтеграцією існує ще й пряма, що припускає активізацію інтеграційних процесів з боку сільськогосподарських підприємств. На нашу думку, на сьогодні така інтеграція практично нездійсненна, оскільки у більшості сільськогосподарських підприємств поки що недостатньо інвестиційних ресурсів і виробничого потенціалу для її проведення.

Таким чином, розгляд варіантів інтеграційних зв'язків між виробником і постачальником показав, що загальним для них є організація виробничо-збутових зв'язків безпосередньо між аграрною й переробною сферами АПК. Ці

інтеграційні зв'язки дозволяють сільськогосподарським підприємствам налагоджувати стабільні ринки збуту своєї продукції, а переробним підприємствам – знизити залежність від кон'юнктурних коливань на ринку сировини і потреб постачальників, що нівелює прояв слабких сигналів ризику входження у кризову ситуацію.

Під час оцінки реалізації указаних форм інтеграції спостерігається єдність цілей виробників єдиного технологічного ланцюжка, але засоби їх досягнення різноманітні, тому виникає необхідність розглянути особливості цих форм і як їх оцінює кожен з учасників інтеграційного процесу (табл. 3.3).

Суб'єкт господарювання (сільгоспвиробник), який на добровільній основі входить у сільськогосподарську обслуговуючу кооперацію, дістає можливість забезпечити себе ресурсами й послугами для здійснення господарської діяльності. В обмін на це він зобов'язаний сприяти іншим членам кооперативу, тим самим вносячи свій внесок у розвиток цієї організаційно-правової форми власності. У разі виникнення розбіжностей цей сільськогосподарський товаровиробник має право безперешкодно вийти з кооперативу. Отже, членство в такому об'єднанні не несе в собі ніяких негативних наслідків для його учасника.

Відповідно, на розвиток кооперативної форми власності, що створює конкурентні відносини для харчопереробних підприємств (оскільки припускає отримання прибутку на всіх стадіях технологічного ланцюжка від заготівлі сировини до реалізації кінцевої продукції), не чинять негативний вплив фактори зовнішнього й внутрішнього середовища її функціонування.

Таблиця 3.3

**Переваги та недоліки інтеграційних зв'язків
між виробником та постачальником***

Особливо сті	Види інтеграційних зв'язків			
	Сільськогоспо- дарська обслуговуюча	Концесія (договір)	Франчайзинг	Зворотня вертикальна інтеграція

	кооперація			
01	02	03	04	05
Переваги	Добровільне членство у кооперативі та безперешкодний вихід із нього	Збереження юридичної та економічної самостійності особи, яка користується об'єктом концесії	<p>Збереження юридичної та економічної самостійності франчайзера і франчайзі</p> <p style="text-align: center;"><i>“Плюси” для франчайзера:</i></p> <p>Збільшення міри контролю на ринку</p> <p>Одержання додаткового доходу при мінімальних витратах та інвестиціях за рахунок розширення виробництва і (або) збуту товарів (послуг)</p> <p>Вивчення ринку на основі зворотнього потоку інформації від франчайзі</p> <p style="text-align: center;"><i>“Плюси” для франчайзі:</i></p> <p>Використання на законних умовах моделі ведення бізнесу підприємства, що продемонструвало на практиці високий рівень ефективності</p> <p>Доступ до гарантованої системи постачання</p> <p>Набуття певного рівня захищеності від конкурентів на території дії франчайзингової угоди</p>	<p><i>“Плюси” для виробника:</i></p> <p>Зменшення залежності від коливання цін на сировину та матеріали</p> <p style="text-align: center;"><i>“Плюси” для постачальника:</i></p> <p>Отримання стабільного ринку збуту своєї продукції</p> <p>Стимулювання розвитку господарської діяльності з боку виробника</p>

01	02	03	04	05
Недоліки	Членство у цьому об'єднанні не несе в собі ніяких негативних наслідків для його учасника. Однак сьогодні в Україні не виконуються законодавчі норми, що стимулюють розвиток діяльності цих структур	Рівень співпраці за допомогою цієї форми інтеграції отримав слабкий розвиток у переробній сфері АПК внаслідок недовіри до державних органів влади через відсутність прозорих, на нашу думку, правил участі у конкурсі	<p style="text-align: center;"><i>“Мінуси” для франчайзера:</i></p> <p>Залежність ефективної роботи від сторонніх організацій</p> <p>Наявність деяких проблем у контролі якості товарів (послуг), що надаються користувачу, що визвано його відносною незалежністю</p> <p>Негативна дія неефективних франчайзі на імідж франчайзера</p> <p>Ймовірність розголошення комерційної таємниці</p>	Часткова або повна втрата юридичної та економічної самостійності з боку постачальника

Особливості	Види інтеграційних зв'язків			
	Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація	Концесія (договір)	Франчайзинг	Зворотня вертикальна інтеграція
01	02	03	04	05
Недоліки			<p><i>“Мінуси” для франчайзі:</i></p> <p>Можлива конкуренція з боку інших користувачів франшиз</p> <p>Відсутність підтримки з боку франчайзера всупереч оговореним в угоді обов'язкам</p> <p>Залежність від фінансової стабільності франчайзера</p>	

Проте основною причиною, що стримує розвиток зазначеної форми інтеграції, є невідповідність норм Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію» нормам Цивільного і Господарського кодексів України та Закону України «Про кооперацію». Ця причина на практиці призводить до значних незрозумінь з боку податкових органів щодо особливого статусу сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, що, у свою чергу, створює додаткові перешкоди на шляху організації і розвитку сільськогосподарської кооперації.

Статус неприбутковості є базисом створення таких умов роботи обслуговуючих кооперативів, які найефективніше сприяють підтримці вітчизняного сільськогосподарського товаровиробника, його захищеності від агресивного ринкового середовища. На жаль, не завжди податкові служби дотримуються принципу неприбутковості щодо обслуговуючих кооперативів.

Скориставшись неузгодженістю окремих норм Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію» і «Про оподаткування прибутку підприємств», а також відсутністю чітких норм щодо визначення статусу сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів як неприбуткових організацій, податкові органи ухвалили категоричні рішення про те, що сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи не можуть бути включені до реєстру неприбуткових організацій і установ і, відповідно, скористатися

податковими пільгами [49, с. 53]. У зв'язку з цим у сільськогосподарських товаровиробників відсутня зацікавленість входження у даний вид кооперації, оскільки, приймаючи статус неприбуткової організації, їм все одно слід сплачувати фіксований або єдиний податок.

Основною перевагою для суб'єкта інтеграційного процесу, що побажав узяти в експлуатацію об'єкт (наприклад, ділянку землі) на умовах концесії, є збереження його юридичної й економічної самостійності. При цьому він бере на себе зобов'язання зі сплати щомісячних платежів за користування об'єктом концесії незалежно від результатів своєї виробничо-фінансової діяльності.

Проте сам рівень співпраці за допомогою цієї форми інтеграції слабо розвинений у переробній сфері АПК з причини обмеженої довіри до органів державної влади через відсутність прозорих, на нашу думку, умов участі в конкурсі. Наприклад, підставою для недопущення претендента для участі в конкурсі може бути подана не в строк заявка на участь або недостатня (неправдива) інформація про суб'єкта господарської діяльності. Відповідно, перевага може бути віддана наперед вибраній особі. Тим більше, що відповідно до норм Закону «Про концесії» [50] переможцем конкурсу на право експлуатації об'єкта концесії є особа, що запропонувала найкращі умови здійснення концесії відповідно до умов концесійного конкурсу. Зокрема, найкращими умовами можна вважати сам рівень управління об'єктом концесії – у цьому випадку перевагу матиме претендент, що володіє значним досвідом у вибраній сфері діяльності, а підприємство, що перебуває на ранній стадії свого життєвого циклу, або підприємство, що прагне увійти до вказаного бізнесу, диверсифікувавши свою діяльність, зазнає фіаско. Те ж саме відноситься і до умов забезпечення фінансування діяльності: безумовно, пріоритет у цьому аспекті матиме особа зі значним запасом фінансової тривалості.

Крім того, згідно зі ст. 15 Закону «Про концесії» концесіонер, який належним чином не виконує свої зобов'язання з експлуатації об'єкта концесії

або виплати концесійних платежів, може позбутися права на використання об'єкта концесії (наприклад, земельної ділянки) відповідно до рішення суду. Одночасно, відповідно до пп. 4 ст. 12 цього Закону концесіонерам, які експлуатують збиткові або низькорентабельні об'єкти, що представляють важливе соціальне значення, органи державної влади можуть надавати пільги зі сплати платежів та ін.

Резюмуючи викладену причину слабого рівня довіри до органів державної влади зі сторони переробної сфери АПК при взятті об'єкта у концесію, в частині законодавчо ініційованої «відсутності єдиних правил гри» можна провести аналогію з нормами Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом», у відповідності з якими до невеликого за розмірами підприємства, що опинилося тимчасово неплатоспроможним, може бути застосована процедура банкрутства, а велике підприємство з мільйонними боргами може одержувати від органів місцевого самоврядування і контрольно-ревізійних служб лише безліч заяв стосовно неефективного управління зазначеним підприємством.

Загальним принципом як у концесійній, так і у франчайзинговій діяльності є збереження юридичної й економічної самостійності суб'єктів інтеграційного процесу з тією лише різницею, що в концесійній діяльності однією зі сторін є держава, а франчайзингові операції укладаються між суб'єктами підприємницької діяльності.

Основною перевагою в реалізації стратегії зворотньої вертикальної інтеграції з позиції виробника кінцевої продукції є те, що харчове підприємство має можливість відмовитися від придбання сировини в посередницьких організацій за завищеними цінами, зберігаючи тим самим частину прибутку, що привласнюється ними, всередині нової організаційної структури, що склалася.

Крім того, у процесі конвертації (обміну) акцій реорганізованих підприємств відбувається взаємопроникнення їхніх капіталів, що припускає досягнення паритетних відносин між переробним і сільськогосподарським

підрозділами. У цьому випадку для сільськогосподарського підприємства перевагою, як уже раніше згадувалося, є можливість організувати стабільний ринок збуту своєї продукції за трансфертними цінами. Більш того, у процесі проведення вертикальної інтеграції можливо створення й привласнення синергетичного ефекту, що полягає в зростанні продуктивності праці, зниженні собівартості виробленої продукції і підвищенні рентабельності реалізованої продукції.

Ступінь досягнення паритетності у відносинах між аграрною й переробною сферами АПК буде залежати від того, наскільки різняться у виробничому й фінансовому потенціалі підприємства, що реорганізуються. Важливим також є ступінь їхньої зацікавленості в налагодженні інтеграційних процесів як базової стратегічної альтернативи по відношенню до реакції на слабкі ризикові сигнали з боку зовнішнього й внутрішнього середовища їхнього функціонування.

Разом з тим, для сільськогосподарських товаровиробників основним недоліком у процесі проведення вертикальної інтеграції на відміну від кооперації і франчайзингу є втрата самостійності в ухваленні управлінських рішень, тобто відчуження від засобів виробництва. Також важливим є той факт, що розвиток зворотньої вертикальної інтеграції у харчопереробному підкомплексі поетапно призводить до концентрації сільськогосподарських земель і, відповідно, посиленню монополізму.

Дослідження показало, що стабілізація й розвиток харчових підприємств напряду пов'язані з розробкою варіантів стратегічних змін у їхній діяльності, оскільки завдяки їх здійсненню можливо створити умови, необхідні для реалізації обраної стратегії розвитку товариства. Це, у свою чергу, забезпечить йому досягнення конкурентних переваг у ринкових сегментах, які він займає. При цьому із великої кількості базових стратегій, а саме: стратегій концентрованого зростання, інтегрованого зростання, диверсифікованого зростання і стратегії виживання – практично, на нашу думку, на сьогодні тільки

дві стратегії можуть здійснити реальний вплив на діяльність харчових підприємств: стратегія інтегрованого зростання та стратегія диверсифікованого зростання.

Під стратегією інтегрованого зростання, на нашу думку, слід розуміти організацію сировинної зони для харчового підприємства та створення умов, що дозволяють забезпечити зближення інтересів виробників і постачальників.

Вважаємо, що диверсифікація, причому комбінаторна – це адаптація підприємства до тих потреб, що на сьогодні висуває ринок.

Перейдемо до безпосереднього висвітлення особливостей проведення економічного аналізу узгодження цілей та інтересів суб'єктів господарювання у процесі інтеграції.

3. Обґрунтування створення зворотної вертикальної інтеграції та ефективності її функціонування за участю м'ясопереробних підприємств

Одним із пріоритетних напрямків, спрямованих на зниження виробничих витрат та нарощування чистого доходу від реалізації продукції м'ясопереробними підприємствами є формування сировинної зони за допомогою побудови вертикальних зв'язків між сільськогосподарськими виробниками та переробними підприємствами. У зв'язку з цим виникає необхідність у виборі та практичному використанні м'ясопереробними підприємствами відповідної стратегії, яка буде спрямована на створення подібних вертикалей з метою підвищення ефективності функціонування всіх її учасників.

Найпоширенішими в науковій літературі та перевіреними на практиці є стратегії концентрованого, диверсифікованого, інтегрованого зростання та стратегія скорочення [46, с. 156]. На нашу думку, найбільш оптимальною для впровадження в практичну діяльність підприємств м'ясопереробної галузі є стратегія інтегрованого зростання, тобто формування перспективного напрямку розвитку підприємства за допомогою застосування різних форм інтеграції зі

своїми контрагентами (постачальниками сировини, посередниками, торговими організаціями та ін.).

Як вже раніше зазначалося, виділяють два основних типи стратегії інтегрованого зростання: стратегія зворотної вертикальної інтеграції (переробне підприємство об'єднується із постачальниками сировини) та стратегія вертикальної інтеграції «вперед» (переробне підприємство об'єднується із підприємствами збутової мережі). З метою побудови сировинної зони м'ясопереробним підприємствам доцільно використовувати саме стратегію зворотної вертикальної інтеграції, оскільки саме вона має цілу низку переваг як для переробного підприємства, так і для постачальника сировини. Для того щоб зацікавити підприємства м'ясопереробної галузі та сільськогосподарських виробників вступати у вертикальні об'єднання, необхідно створити механізм, завдяки якому досягається задоволення економічних інтересів кожного них.

Проведений аналіз дозволив зробити висновки про низьку забезпеченість сировиною м'ясопереробних підприємств, що не дозволяє повністю використовувати виробничі потужності. Це пов'язано, перш за все, із занепадом сировинної бази (скороченням поголів'я та продуктивності худоби, збитковістю сільськогосподарських виробників та ін.). Така ситуація спричинена відсутністю матеріальної зацікавленості виробників сировини в нарощуванні обсягів виробництва та відсутністю в них можливостей до розширеного відтворення.

Однією з причин збитковості сільськогосподарських виробників є існування диспаритету цін внаслідок монополізації ринків. У переробній галузі промислові підприємства здійснюють закупівлю сировини за низькими для сільського господарства, але вигідними для себе цінами. В інших випадках втручаються посередницькі організації, які скуповують продукцію задешево і перепродають у кілька разів дорожче. У зв'язку з цим оптові закупівельні ціни

на сільськогосподарську продукцію значно відрізняються від цін на продукти її переробки або продукцію, що потрапляє до роздрібних мереж [60, с. 184].

Низька інвестиційна привабливість, руйнація матеріально-технічного потенціалу в сільському господарстві, залежність від сезонності виробництва також значною мірою вплинули на занепад вітчизняного тваринництва [61, с. 89].

Внаслідок скорочення сировинної зони вітчизняні м'ясопереробні підприємства починають використовувати імпорту сировину, що, у свою чергу, може призвести до певних негативних наслідків, а саме:

- втрати каналів збуту готової продукції сільськогосподарськими виробниками;

- співпраця з іноземними постачальниками сировини не гарантує тісних, стабільних та довгострокових зв'язків, необхідних для стратегічного розвитку м'ясопереробної галузі;

- іноземні постачальники можуть витіснити національних виробників з ринку, оскільки вони є більш конкурентоспроможними та володіють навиками виживання у жорсткій конкурентній боротьбі на світовому ринку.

Саме тому, головним ключовим фактором, від якого залежить ефективний та перспективний розвиток м'ясопереробних підприємств, виступає стан економічних відносин та їхня налагодженість між виробниками сировини та її переробниками.

У зв'язку із цілою низкою проблем, які існують у діяльності як виробників сировини, так і переробних підприємств, розвиток партнерських взаємовідносин на базі зворотної вертикальної інтеграції є об'єктивною необхідністю, оскільки лише спільними зусиллями можна досягнути підвищення рентабельності та здійснювати розширене відтворення.

Побудова зворотної вертикальної інтеграції дозволить забезпечити матеріальну зацікавленість сільськогосподарських виробників у виробництві та постачанні необхідного для переробного підприємства обсягів сировини для її

переробки та ліквідувати розрив між цінами на сировину та продукцію промислової переробки.

Посилення економічних зв'язків м'ясопереробних підприємств із сільськогосподарськими виробниками дає змогу забезпечити стабільне постачання сировини в необхідному обсязі та якості, підвищити рівень завантаження виробничих потужностей та обсяги випуску конкурентоспроможної продукції, що дозволить отримати зростання прибутку та підвищення рівня рентабельності. Інтегруючись із постачальниками сировини, м'ясопереробне підприємство за рахунок поступового зростання доходів від реалізації отримує можливість направляти частину виручки на розвиток сировинних зон, тим самим забезпечуючи собі все більш міцне та стабільне джерело постачань сировини для власного подальшого стратегічного розвитку.

На думку Т. М. Гамми, найвагомішою перевагою вертикально інтегрованих структур є можливість внутрішньої реалізації продукції, спільне використання ресурсів, поглиблення переробки сільськогосподарської продукції. Такий внутрішній механізм надає змогу уникати посередників та акумулювати більшу частку прибутку в межах інтегрованої компанії [62, с. 11].

Правильно побудовані вертикальні зв'язки повинні приносити певний економічний ефект, який виражається в підвищенні ефективності функціонування учасників інтеграції. Соціальний ефект стосовно інтеграційних процесів виражається у вигляді поліпшення умов життя, зростання соціальних благ та інших вигод, одержуваних працівниками підприємств, які є учасниками інтегрованого формування (підвищення заробітної плати та рівня зайнятості, наявність соціального пакета та ін.). Екологічний ефект розвитку інтеграції може бути оцінений шляхом зіставлення питомої ваги екологічно чистих продуктів у загальному обсязі виробництва, величини платежів за забруднення довкілля, інших показників екологічності виробництва до й після вступу відповідних підприємств у вертикальну інтеграцію [63, с. 188].

Ураховуючи проблеми, які присутні в діяльності як сільськогосподарських виробників, так і підприємств м'ясопереробної галузі, нами у процесі дослідження була зроблена спроба розглянути реалізацію стратегії зворотної вертикальної інтеграції на прикладі м'ясопереробного підприємства ПП «М» та сільськогосподарського підприємства ТОВ «П». Для даного дослідження були обрані саме вищезазначені підприємства, оскільки ПП «М» є характерним представником м'ясопереробних підприємств середнього розміру в Одеському регіоні, яке знаходиться на міні-фазі «стагнації» та потребує негайної розробки та впровадження в практичну діяльність відповідних заходів, які спрямовані на підвищення ефективності його функціонування. ТОВ «П» було обране, виходячи з того, що в Одеській області відсутні стабільно функціонуючі виробники сировини для м'ясопереробних підприємств, а найближчим за розташуванням виявилось саме дане підприємство.

Ініціатором активації інтеграційного процесу, тобто інтегратором, повинно виступати м'ясопереробне підприємство, оскільки сировинні господарства знаходяться у стані виживання та опору монополізму з боку промислових підприємств та інших покупців сільськогосподарської продукції. Диспропорційний розвиток економіки не дає можливості товаровиробникам сировини виступати рівноправними партнерами для переробного підприємства [64, с. 171; 65, с. 212; 66, с. 65].

Сьогодні інтеграція сільськогосподарських та переробних підприємств відбувається в різноманітних формах. Вважаємо, що одним із найпоширеніших та найоптимальнішим напрямком розвитку інтеграції в м'ясопереробній галузі є створення інтеграційних структур за договірною формою. Перевагами даної форми, по-перше, є те, що підприємства зберігають свою юридичну та господарчу незалежність, тобто відбувається поглиблення спеціалізації та зосередження конкретно на тих функціях, які кожен з учасників інтегрованої структури виконує найбільш ефективно. По-друге, застосування договірної форми економічних відносин дозволяє встановлювати взаємовигідні

розрахунки з максимальним урахуванням інтересів кожного з членів інтегрованого формування.

Вирівнювання матеріальної зацікавленості всіх партнерів стосовно збільшення обсягів виробництва та зростання економічної ефективності їхньої спільної діяльності є важливою умовою успішного функціонування інтегрованих структур. Економічні зв'язки між учасниками інтегрованих формувань реалізується за допомогою встановлення взаємовигідного ціноутворення, яке використовується між ними. Відновлювати паритетність відносин між виробниками сировини та переробними підприємствами необхідно самостійно на договірній основі, повністю розуміючи залежність їхнього ефективного розвитку один від одного та орієнтуючись на стратегічні перспективи функціонування.

На наш погляд, відновити паритетність відносин між переробними підприємствами та виробниками сировини можливо в межах інтегрованих формувань, використовуючи трансфертні (договірні) ціни, застосування яких дасть змогу розподілити доходи від реалізації та забезпечити рентабельність діяльності для всіх учасників виробничого процесу.

На практиці існує багато методів розрахунку та застосування трансфертних цін. Вважаємо, що з метою зацікавлення сільськогосподарських підприємств у стабільній реалізації сировини в необхідному обсязі, якості та термінах необхідно формувати трансфертну ціну на неї, виходячи з ринкової ціни та з додаванням до цієї ціни певного відсотка надбавки, тобто гарантовану величину прибутку на кожну одиницю сировини. У зв'язку з цим розрахована таким чином трансфертна ціна зможе відшкодувати не лише витрати, понесені на виробництво й збут сільськогосподарської сировини, а й забезпечить прибуток, достатній для нормального функціонування підприємства. Отже, якщо сільськогосподарським підприємством реалізація його продукції буде здійснюватися за трансфертною ціною, то вона набуває функції гарантованої,

тобто ціни, реалізацію за якою будуть зацікавлені здійснювати виробники сировини.

Для того, щоб ще більше матеріально зацікавити сільськогосподарських виробників вступати у зворотні вертикальні інтеграції, що, у свою чергу, дасть змогу м'ясопереробним підприємствам сформувати стабільну сировинну зону, необхідно усунути проблему нееквівалентного розподілу доходів [64, с. 161].

Проблемою є те, що основна частина прибутку від кінцевої реалізації м'ясної продукції залишається в переробного підприємства, тобто виробнича сфера втрачає потенційні ресурси, які так необхідні для інвестування в подальший стабільний розвиток галузі та зміцнення конкурентоспроможних позицій. За умови пропорційного розподілу прибутку від реалізації кінцевої продукції м'ясопереробної галузі сільськогосподарські підприємства отримують додаткові інвестиції для розширеного відтворення, а переробні підприємства таким чином зміцнюють свою сировинну зону, що в подальшому зумовить підвищення ефективності функціонування всіх учасників інтеграційного об'єднання.

Ефективна взаємодія в межах інтеграційного об'єднання м'ясопереробних підприємств та сільськогосподарських виробників залежить від своєчасності, повноти та достовірності інформаційних потоків. Оскільки зараз усі суб'єкти господарювання працюють в умовах комерційної таємниці, то найоптимальнішим варіантом для формування достовірних інформаційних потоків є покладання на бухгалтерські служби даних підприємств відповідних аналітичних функцій з метою забезпечення кругообігу інформації від переробних підприємств до сировинних господарств та навпаки, що дозволить задовольнити інформаційні потреби всіх учасників інтеграційного процесу.

Інформаційною базою для забезпечення функціонування інтеграційного об'єднання є дані бухгалтерського обліку (синтетичні та аналітичні регістри за рахунками), постанови використання системи якості ISO, плани-графіки закупівель сировини, фактичні калькуляції собівартості сировини, плани-

графіки постачань сировини, дані фінансової звітності (Баланс (звіт про фінансовий стан) (форма №1), Звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід) (форма №2), Звіт про рух грошових коштів (форма №3)), розрахунок ціни реалізації продукції та ін. На рис. 3.2 подано схему руху інформаційних потоків у межах інтегрованої структури. За допомогою інформації, якою обмінюються між собою учасники інтеграційного об'єднання, сільськогосподарські підприємства зможуть приймати рішення про збільшення або зменшення обсягів виробництва, підвищення продуктивності виробництва сировини та підвищення її якості, а м'ясопереробні підприємства будуть мати можливість планувати обсяги виробництва кінцевої продукції та вносити відповідні корективи в цінову політику й методику розподілу прибутків від її реалізації.

Перед тим як безпосередньо розглянути механізм побудови зворотної вертикальної інтеграції та обґрунтування ефективності її функціонування за участю м'ясопереробних та сільськогосподарських підприємств, доцільно розглянути особливості калькулювання повної собівартості їх продукції, формування ціни на неї та рівні рентабельності даних суб'єктів господарювання до вступу в інтеграційне об'єднання подібного типу.

ТОВ «П» займається рівномірним та ритмічним протягом року розведенням свійської птиці, а саме – бройлерів породи (кросу) КОББ 500, яка має цілу низку переваг, порівняно з іншими кросами: високий показник приросту живої маси; невисока, порівняно з іншими породами бройлерів, собівартість птиці; наявність великих та сильних ніг; відмінні конверсійні показники за кормами; уражаючі розміри та відмінно білий колір грудки; дуже високий показник виживання.

Повний технологічний процес вирощування бройлерів забезпечується за допомогою стабільного функціонування таких цехів, як: цех утримання батьківського стада та виробництва інкубаційних яєць; цех інкубації яєць; цех вирощування курчат-бройлерів до 42-денного віку.

Вирощування бройлерів на ТОВ «П» базується на таких основних принципах, як:

- використання високопродуктивної гібридної птиці;
- вирощування бройлерів за допомогою повної механізації й автоматизації виробничих процесів та регулювання мікроклімату залежно від віку птахів;
- застосування ресурсозберігаючих технологій;
- виконання виробничого процесу за технологічним графіком, який забезпечує ритмічне цілорічне вирощування бройлерів;
- застосування повнораціонних сухих комбикормів, які відповідають біологічним потребам птахів і дозволяють отримати високоякісну продукцію;
- суворе дотримання ветеринарно-санітарних правил.

Утримання батьківського стада курей відбувається на підлозі. При такому типі утримання пташники розділяють на секції з поголів'ям у кожній із них не більше 700 – 800 курей при щільності посадки 3 – 5 голів на 1 м² підлоги.

Статеве відношення в стаді 1 : 9. Температура повітря в приміщенні підтримується на рівні 12 – 16 °С, вологість – 60 – 70%. Одне гніздо розраховано на 5 – 6 курок. Фронт годівлі – не менше 12 см, а напування – 2 см.



Рис. 3.2 – Рух інформаційних потоків у межах інтегрованої структури

Оскільки несучість курей з віком поступово знижується, а чисельність поголів'я в результаті вибракування зменшується, то батьківське стадо регулярно поповнюють молодими курками. До цеху інкубації яйця надходять із цеху батьківського стада. Добових курчат передають у цех вирощування, де їх утримують на підлозі при щільності до 18 голів на 1 м² підлоги.

У сучасному бройлерному виробництві важливе значення має дотримання раціональних, науково-обґрунтованих технологічних нормативів вирощування та утримання бройлерів.

Температура тіла в добових курчат близько 39 °С, у 10-денних досягає 42 °С. У цей період температуру повітря в приміщенні підтримують на рівні 32 – 34 °С, із поступовим зниженням до 16–19 °С. Вологість повітря в перші дні

життя бройлерів підтримується на рівні 65–70%, а в кінці вирощування – 60–68%.

Велике значення має світловий режим – тривалість світлового дня та інтенсивність освітлення. У перший тиждень життя курчат їм забезпечують освітлення цілодобово. На підприємстві підтримують не менше 20 люкс (10–15 Вт потужності електроламп в розрахунку на 1 м² площі приміщення). Для бройлерів із 7 по 21 день рівень освітленості знижують до 15 люксів (15 Вт/м²), а починаючи з 22 дня і до забою — до 10 люкс (6 Вт/м²). Оскільки бройлери дуже полохливі, споживають корм і воду навіть уночі, на підприємстві забезпечують чергове освітлення з інтенсивністю не менше 2,2 Вт/м² [67, с. 59].

Для ефективного вирощування птиці із розрахунку на 100 голів витрачається в 1 тиждень життя бройлерів – 2,8 л; у 2 тиждень – 8 л, у 3 тиждень – 10 л, 4 тиждень – 15 л, 5 тиждень – 20 л, 6 тиждень – 25 л.

Надзвичайно важливу роль у вирощуванні бройлерів відіграє їх годівля повнораціонними комбікормами. ТОВ «П» для отримання значного приросту живої маси бройлерів використовує три види кормів залежно від віку птиці. Так, для бройлерів віком від 0 до 14 днів підприємство використовує комбікорм Стартер; від 15 до 35 днів – Гровер; від 35 днів до 42 віку – Фінішер – повнораціонні гранульовані комбікорми для бройлерів ТМ «Калинка» європейської якості, вироблені за голландськими технологіями підприємства Trouw Nutrition. У середньому для вирощування одного бройлера до 42-денного віку підприємство витрачає 4-5 кг комбікорму. Зазначимо, що в структурі витрат на вирощування бройлерів понад 70% займають саме витрати на комбікорми.

Однією із необхідних статей витрат при вирощуванні бройлерів є витрати на ветеринарні препарати та дезінфікуючі засоби, які забезпечують профілактику інфекційних захворювань птиці.

Калькуляційною одиницею у птахівництві є 1 центнер приросту живої маси та 1 центнер живої маси птиці. Собівартість центнера приросту живої

маси визначається діленням загальної суми витрат на утримання птиці (без вартості побічної продукції) на кількість центнерів приросту живої маси. Собівартість центнера живої маси птиці визначається діленням їх вартості на кількість центнерів живої маси (без маси тварин, що загинули) [68, с. 60].

У табл. 3.4 подана фактична калькуляція 1 ц живої маси птиці (бройлерів) за березень 2016 року. Основними статтями витрат даної калькуляції є: корми (92,95%); заробітна плата виробничих робітників (1,46%); відрахування на соціальні заходи (0,54%); ветеринарні препарати та дезінфікуючі засоби (1,63%);

Таблиця 3.4

**Фактична калькуляція 1 ц живої маси птиці (бройлерів) ТОВ «П»
за відповідний місяць звітного року (до інтеграції)**

№ з/п	Показники	На весь випуск	На 1 ц живої маси
01	02	03	04
1	Незавершене виробництво на початок місяця (вартість поголів'я на початок місяця у 14-денному віці), тис.грн	420	-
2	Залишок поголів'я на початок місяця (у віці 14 днів), голів	20000	-
3	Жива маса поголів'я на початок місяця, ц	90	-
4	Надійшло від цеху інкубації, голів	1000	-

01	02	03	04
5	Жива маса голів, які надійшли з цеху інкубації, ц	4	-
6	Вартість голів, які надійшли з цеху інкубації, тис.грн	50	-
7	Витрати на вирощування птиці (за вирахуванням вартості побічної продукції), тис.грн, усього	1120	-
7.1	Заробітна плата виробничих робітників, тис.грн	16,32	0,0257
7.2	Відрахування на соціальні заходи, тис.грн	6,04	0,0095
7.3	Ветеринарні препарати та дезінфікуючі засоби, тис. грн	18,25	0,0288
7.4	Корми, тис. грн	1041,80	1,6432
7.5	Роботи та послуги, тис.грн	25,05	0,0395
7.6	Витрати на утримання та експлуатацію основних засобів, тис.грн	8	0,0126
7.7	Загальновиробничі витрати, тис.грн	4,54	0,0072

8	Поголів'я, що загинуло (падiж), голiв	-	-
9	Жива маса поголiв'я, що загинуло, ц	-	-
10	Вартiсть поголiв'я, що загинуло, тис.грн	-	-
11	Залишок на кiнець мiсяця, голiв	30000	-
12	Жива маса поголiв'я на кiнець мiсяця, ц	634	-
13	Прирiст живої маси, ц	540	-
14	Незавершене виробництво на кiнець мiсяця, (вартiсть поголiв'я на кiнець мiсяця у 30-денному вiцi), тис.грн	418	-
15	Виробнича собiвартiсть всього поголiв'я (сума витрат, вiднесених на одержану продукцiю), тис.грн	1122	-
16	Собiвартiсть 1 ц приросту живої маси, грн/ц	-	2074,07
17	Собiвартiсть 1 ц живої маси, грн/ц	1590000	2507,88
18	Адмiнiстративнi витрати, грн	42896,44	67,66
19	Витрати на збут, грн	64344,66	101,49
20	Повна собiвартiсть, грн.	1697241,10	2677,03
21	Прибуток на 1 ц живої маси, грн.	50922,88	80,32
22	ПДВ на 1 ц живої маси, грн.	349631,98	551,47
23	Вiдпускна цiна 1 ц живої маси, грн	-	3308,82
24	Рентабельнiсть 1 ц живої маси, %	-	3

роботи та послуги (витрати електроенергiї, водопостачання, опалення та iн.) (2,24%); витрати на утримання та експлуатацiю основних засобiв (0,71%); загальновиробничi витрати (0,41%).

З даних табл. 3.4 видно, що повна собiвартiсть 1 центнера живої маси птицi становить 2677,03 грн, який ТОВ «П» реалiзовувало за цiною, яка знаходилася в межах ринкової – 3308,82 грн, а рiвень рентабельностi був на рiвнi 3%.

ПП «М» спецiалiзується на виробництвi м'яса птицi. Виробничий процес на даному пiдприємствi починається з закупiвлi бройлерiв певних кросiв (порiд). Уся птиця, яка надiйшла на пiдприємство, потрапляє до цеху передзабiйного утримання, де її сортують на двi групи: що пiдлягає забою без вiдгодiвлi та, що пiдлягає вiдгодiвлi. Цех переробки приймає птицю з цеху передзабiйного утримання за категорiями (птиця без вiдгодiвлi) та за кiлькiстю голiв i фактичною вагою без урахування встановленого зменшення ваги на вміст шлунково-кишкового тракту (птиця пiсля вiдгодiвлi).

У цеху переробки проводиться забiй та обробка птицi, сортування за категорiями, зважування, пакування та передача холодильному вiддiлу для

охолодження, заморозки або зберігання. Попутна продукція та відходи, що одержуються в результаті забою та переробки птиці, піддаються відповідній доробці. Пір'я, зняте з птиці, після напівшпарки віджимається на центрифугі та висушується на спеціальній сушильній установці. Добре просушену перо сировину пакують та передають на склад підприємства за кількістю місць, фактичною вагою та вологістю. Жир кишковий, потрохи битої птиці збирають у спеціальну тару та направляють на доробку, після якої продукцію направляють до холодильного відділу, а відходи – на технічні цілі.

При переробці птиці калькулюється собівартість лише основної продукції, тобто м'яса птиці. Усі витрати по передзабійному утриманню та переробці птиці включаються в собівартість м'яса. Вартість відходів виробництва віднімається від вартості сировини, витраченої на виробництво м'яса, а вартість попутної продукції виключається з виробничої собівартості м'яса за розрахунковими цінами.

На ПП «М» калькуляції складаються окремо на м'ясо за видами птиці (кури, курчата та ін.) та способами їх переробки (патрані або напівпатрані). Калькуляційною одиницею при калькулюванні є 1 т м'яса птиці. Із табл. 3.5 видно, що повна собівартість 1 т м'яса становить 39,48 тис.грн, яку ПП «М» реалізовувало за ціною, яка знаходилася в межах ринкової – 50,69 тис.грн, а рівень рентабельності знаходився в межах 7%.

Зауважимо, що на даному підприємстві практикується використання калькулювання з повним розподілом витрат, який полягає в здійсненні калькулювання за допомогою повного їх розподілу на одиницю кожного об'єкта калькулювання за калькуляційними статтями [69, с. 172].

Таблиця 3.5

Фактична калькуляція 1 т м'яса птиці ПП «М» за відповідний місяць звітного року (до інтеграції)

№ з/п	Найменування статей калькуляції	На весь випуск, тис.грн	На 1 т продукції, грн
01	02	03	04

1	Основне виробництво		
1.1	Сировина та основні матеріали	992,65	27573,61
1.2	Транспортно-заготівельні витрати	8,40	233,33
1.3	Зворотні відходи (вираховуються)	100,11	2780,83
1.4	Допоміжні матеріали	25,14	698,42
1.5	Витрати електроенергії на технологічні цілі	19,10	530,54
1.6	Витрати води на технологічні цілі	16,98	471,75
1.7	Заробітна плата виробничих робітників	22,50	624,99
1.8	Відрахування на соціальні заходи	8,31	230,92
1.9	Амортизація виробничого обладнання	5,62	156,07
1.10	Утримання виробничого обладнання	2,19	60,92
1.11	Загальновиробничі витрати	5,25	145,92
1.12	Усього витрат основного виробництва	1006,04	27945,63
2	Допоміжні виробництва		
2.1	Цех передзабійного утримання	7,55	209,72
2.2	Лабораторія	5,89	163,61
2.3	Холодильний відділ	9,78	271,67
2.4	Усього витрат допоміжних виробництв	23,22	645,00
3	Супутня продукція (вираховується)	16,01	444,72
4	Виробнича собівартість (1.12+2.4-3)	1013,25	28145,90
5	Постійні та умовно-постійні витрати		
5.1	Адміністративні витрати	189,04	5251,11
5.2	Витрати на збут	219,06	6085,00
5.3	Усього постійних та умовно-постійних витрат	408,10	11336,11
6	Прибуток	99,49	2763,74
7	Оптова ціна (4+5.3+6)	1520,85	42245,75
8	ПДВ	304,17	8449,15
9	Відпускна ціна (7+8)	1825,02	50694,91
10	Рівень рентабельності, %		7

Оскільки основною проблемою даного м'ясопереробного підприємства є відсутність стабільної сировинної зони, то воно вимушене співпрацювати з різними постачальниками сировини, що призводить до недоотримання сировини в необхідному обсязі, порушення термінів поставок та отримання птиці не завжди в запланованій кондиційній вазі та якості.

Ураховуючи проблеми, із якими стикаються в процесі виробничо-фінансової діяльності ТОВ «П» (диспаритет цін та падіння обсягів виробництва й реалізації продукції, зниження рівнів рентабельності, відсутність фінансових ресурсів для здійснення розширеного відтворення) та ПП «М» (відсутність стабільної сировинної зони, недозавантаження виробничих потужностей, порушення ритмічності роботи, підвищення собівартості одиниці продукції,

зменшення обсягу виробництва та реалізації кінцевої продукції, недоотримання прибутку, падіння рівнів рентабельності), пропонуємо даним підприємствам механізм побудови зворотної вертикальної інтеграції, практична реалізація якого дозволить не лише ліквідувати вище перераховані негативні фактори, а й підвищити прибутковість та конкурентоспроможність кожного із них.

З метою ефективного функціонування інтегрованого об'єднання необхідно, щоб підприємством-інтегратором виступало ПП «М», оскільки саме воно виробляє й доводить до кінцевого споживача м'ясну продукцію та займає більш стійку, порівняно із сільськогосподарськими підприємствами, ринкову позицію. Вважаємо, що найоптимальнішою формою створення інтеграції в м'ясопереробній галузі є договірна форма, оскільки вона забезпечує збереження юридичної та господарської незалежності кожного учасника, поглиблення їх спеціалізації, зосередження на тих функціях, які кожен з учасників інтегрованої структури повинен виконувати.

Для того щоб зацікавити сільськогосподарське підприємство вступати в інтеграційне об'єднання, необхідно запропонувати такі умови, за яких йому було вигідно співпрацювати із переробним підприємством на довгостроковій основі. У зв'язку з цим вважаємо, що найбільш ефективним стимулом для ТОВ «П» є закупівля ПП «М» сировини за ціною, яка буде містити певний рівень рентабельності. Наприклад, фактична собівартість 1 ц живої маси птиці становить 2677,03 грн, якщо ПП «М» буде закуповувати у ТОВ «П» сировину не за ринковою ціною (3308,82 грн за 1 ц), а за так званою трансферною ціною 3533,68 грн ($2677,03 + \text{Прибуток } 10\% (267,70) + \text{ПДВ } (588,95) = 3533,68$ грн), тобто за ціною, яка буде містити гарантований рівень рентабельності (10%). В такому випадку ТОВ «П» буде мати не лише на 7% вищий рівень рентабельності ($10\% - 3\% = 7\%$), а й гарантовані обсяги реалізації своєї продукції, тобто буде мати впевненість, що в певні терміни вона зможе реалізувати свою продукцію в необхідному для переробного підприємства обсягах та за вигідною для себе ціною.

Участь у зворотній вертикальній інтеграції дозволить ПП «М» створити власну сировинну зону, наявність якої забезпечить йому повну завантаженість виробничих потужностей (50 т сировини – 500 ц птиці в живій масі) (середня завантаженість виробничих потужностей на даному підприємстві знаходиться на рівні 65-70%), відновити ритмічність роботи, зменшити собівартість одиниці продукції, підвищити обсяг виробництва та реалізації кінцевої продукції, що в кінцевому результаті призведе до отримання більшого прибутку та вищих рівнів рентабельності. Дані висновки підтверджені в табл. 3.6. Так, за рахунок збільшення завантаженості виробничих потужностей зростає виробнича собівартість як усього випуску, так і на 1 т м'яса птиці відповідно на 42% та 2%. Проте за рахунок ефекту масштабу зменшилася питома вага постійних та умовно-постійних витрат у структурі повної собівартості одиниці продукції. Так, якщо до інтеграції дані статті витрат займали понад 28%, то вступ до зворотної вертикальної інтеграції дозволив знизити питому вагу їх до 16%, що, у свою чергу, зумовило зниження повної собівартості 1 т м'яса птиці на 12,5% $((28883,90 + 5660,51) / (28145,90 + 11336,11) \times 100 - 100\%)$.

Зниження повної собівартості 1 т м'яса птиці дозволить ПП «М» реалізовувати свою продукцію за нижчою ціною, порівняно з ринковою (49,74 тис.грн проти 50,69 тис.грн), що дозволить йому підвищити попит на м'ясо свого виробництва та збільшити коло лояльних покупців.

Таблиця 3.6

Фактична калькуляція 1 т м'яса птиці ПП «М» за відповідний місяць звітного року (після інтеграції)

№ з/п	Найменування статей калькуляції	На весь випуск, тис.грн	На 1 т продукції, грн
01	02	03	04
1	Основне виробництво		
1.1	Сировина та основні матеріали	1472,37	29447,40
1.2	Транспортно-заготівельні витрати	11,60	232
1.3	Зворотні відходи (вираховуються)	148,40	2968,0
1.4	Допоміжні матеріали	29,58	591,6
1.5	Витрати електроенергії на технологічні цілі	22,47	449,4
1.6	Витрати води на технологічні цілі	19,98	399,6

1.7	Заробітна плата виробничих робітників	26,47	529,4
1.8	Відрахування на соціальні заходи	9,78	195,6
1.9	Амортизація виробничого обладнання	6,61	132,2
1.10	Утримання виробничого обладнання	2,58	51,6
1.11	Загальновиробничі витрати	6,18	123,6
1.12	Усього витрат основного виробництва	1459,22	29184,40
2	Допоміжні виробництва		
2.1	Цех передзабійного утримання	9,97	199,40
2.2	Лабораторія	7,96	159,20
2.3	Холодильний відділ	13,92	278,40
2.4	Усього витрат допоміжних виробництв	31,85	637,00
3	Супутня продукція (вираховується)	56,25	937,50
4	Виробнича собівартість (1.12+2.4-3)	1434,82	28883,90
5	Постійні та умовно-постійні витрати		
5.1	Адміністративні витрати	189,04	2739,71
5.2	Витрати на збут	219,06	2920,80
5.3	Усього постійних та умовно-постійних витрат	408,10	5660,51
6	Прибуток	368,58	6908,88
7	Оптова ціна (4+5.3+6)	2211,50	41453,29
8	ПДВ	442,30	8290,66
9	Відпускна ціна (7+8)	2653,80	49743,95
10	Рівень рентабельності, %		20%

При цьому рівень рентабельності підвищиться на 4%, тобто складе 20%.

Розмір мобілізованих таким чином резервів для даного підприємства на 1 т м'яса птиці становить: у частині зменшення повної собівартості – 4937,59 грн (39482,01 – 34544,41); у частині збільшення прибутку – 4145,14 грн (6908,88 – 2763,74).

Для того щоб ще більше матеріально зацікавити ТОВ «П» вступати у вертикальну інтеграцію та для забезпечення подальшого стабільного розвитку власної сировинної зони, пропонуємо ПП «М» вдатися до пропорційного розподілу прибутку від реалізації кінцевої продукції. Наприклад, якщо після реалізації своєї продукції ПП «М» отримає рівень рентабельності 20% та вище, то воно 20% від кінцевого прибутку перерахує ТОВ «П», якщо від 15% до 20%, то перерахує 15%, а якщо переробне підприємство отримає менше 15% рентабельності, то до перерахування будуть підлягати лише 10% від кінцевого прибутку.

Зауважимо, що така система пропорційного розподілу кінцевого прибутку зацікавить сільськогосподарське підприємство не лише співпрацювати на довгостроковій основі, а й постійно намагатися зменшувати власну собівартість, оскільки від рівня собівартості сировини прямо залежить собівартість продукції переробного підприємства й відповідно рівень його рентабельності.

За таких умов сільськогосподарське підприємство буде реалізовувати свою продукцію не лише в гарантованих обсягах, термінах, ціні, яка буде й так містити фіксований рівень рентабельності, а й ще отримає так звану надбавку, яку буде також гарантувати за умовами договору переробне підприємство. У такому випадку рівень рентабельності ТОВ «П» складе вже не 3%, а 15,3% ((133,85 тис.грн (прибуток від реалізації 500 ц птиці в живій масі) + 73,72 тис.грн (20% прибутку, який перерахувало переробне підприємство))) / 1357,79 тис.грн (повна собівартість 500 ц птиці в живій масі) x 100%). Розмір мобілізованих таким чином резервів для даного підприємства становить 156,65 тис.грн (207,57 тис.грн – 50,92 тис.грн).

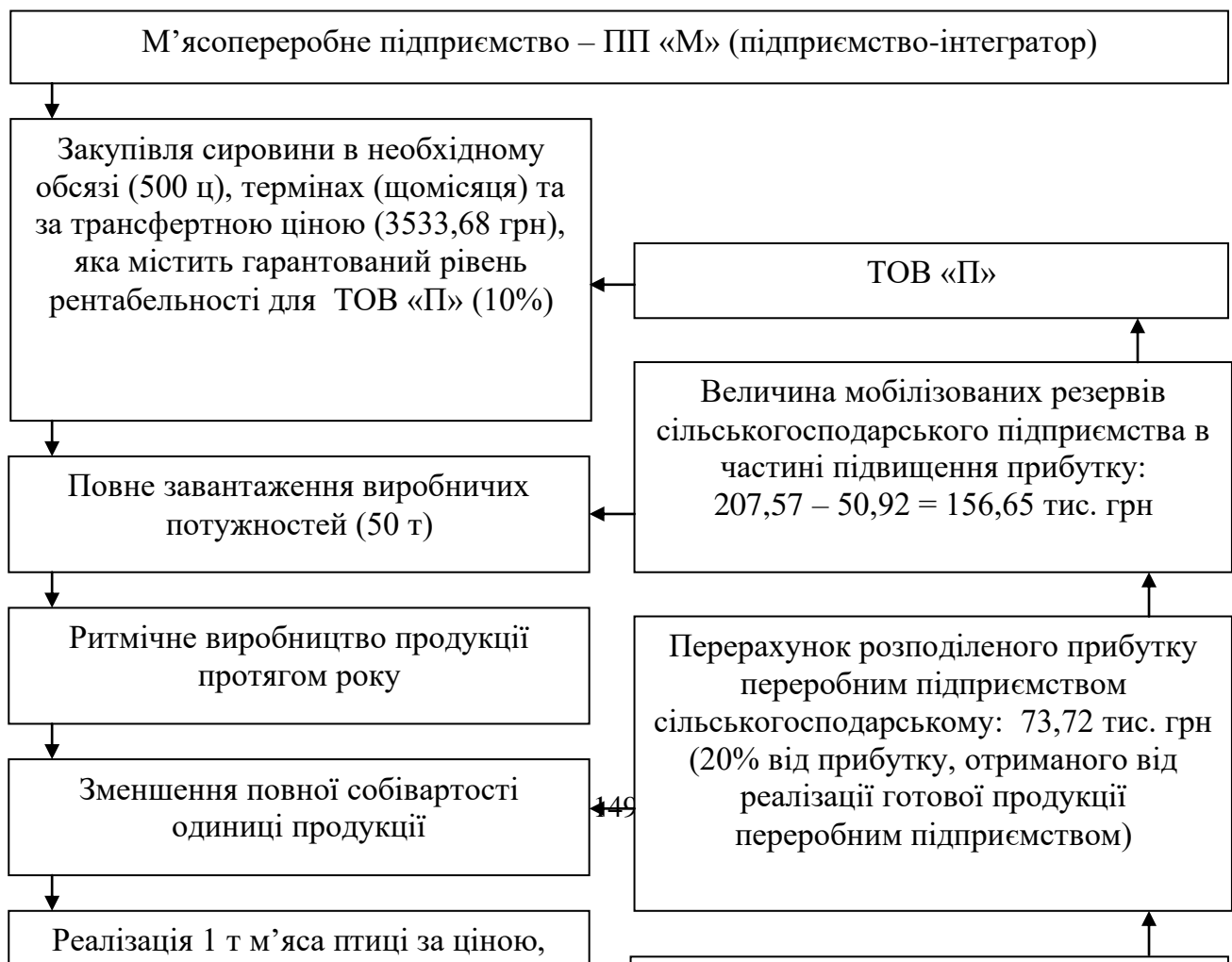


Рис. 3.3 – Механізм побудови зворотної вертикальної інтеграції за участю ПП «М» та ТОВ «П»

За умови використання запропонованої схеми розподілу прибутку (рис. 3.3) сільськогосподарські підприємства отримують додаткові інвестиції для розширеного відтворення, а переробні підприємства таким чином зміцнюють свою сировинну зону, що в подальшому зумовить підвищення ефективності функціонування всіх учасників інтеграційного об'єднання.

Отже, розглянутий механізм побудови зворотної вертикальної інтеграції (рис. 3.3) дає можливість задовольнити інтереси всіх учасників інтеграційного процесу, оскільки передбачає присутність зацікавленості та відповідальності всіх учасників об'єднання за кінцевий результат їхньої співпраці.

У межах інтегрованої структури для виробників сировини зникає проблема пошуку каналів збуту, зменшуються до мінімуму або виключаються повністю витрати на пошук покупців готової продукції, з'являється можливість реалізації продукції за вигідними трансфертними цінами та брати участь у розподілі кінцевого прибутку від реалізації м'ясної продукції переробним підприємством.

Беручи участь у зворотній вертикальній інтеграції, переробне підприємство отримує надійних партнерів, що забезпечують відповідні обсяги, якість, терміни поставки продукції, обов'язковість дотримання договірних умов та взаємовигідні розрахунки, тобто будуть мати змогу створити власну сировинну зону, що зумовить повне завантаження виробничих потужностей та прибуткове функціонування. Орієнтуючись на стабільне довгострокове функціонування, переробні підприємства будуть мати змогу збільшувати обсяги виробництва готової продукції, нарощувати її асортимент, оновлювати основні виробничі засоби, запроваджувати інноваційні та передові технології, що дозволять утримувати лідируючі та конкурентоспроможні позиції на ринку [70, с. 189].

Таким чином, мобілізуючи резерви підвищення ефективності функціонування за рахунок участі у зворотній вертикальній інтеграції, ПП «М» отримає змогу перейти від міні-фази «стагнації» на міні-фазу «стійкого розвитку», яка буде характеризуватися стабільною сировинною зоною, ритмічним виробництвом, підвищенням попиту на продукцію, що, у свою чергу, зумовить підвищення прибутковості його діяльності.

Розроблений механізм побудови зворотної вертикальної інтеграції за участі переробних та сільськогосподарських підприємств дозволить мобілізувати резерви підвищення ефективності функціонування будь-яким м'ясопереробним підприємствам не залежно від фази життєвого циклу, на якій у певний момент часу вони перебувають.

Контрольні питання

1. Фактори, що впливають на ефективність господарювання підприємств харчової промисловості на макро-, мезо- та мікроекономічному рівні.
2. Основні фактори, які впливають на ефективність господарювання підприємств харчової промисловості України.

3. Оцінювання варіантів стратегічних змін у діяльності харчових підприємств з урахуванням недопущення їхнього кризового стану.
4. Переваги та недоліки інтеграційних зв'язків між виробником та постачальником.
5. Обґрунтування створення зворотної вертикальної інтеграції та ефективності її функціонування за участю м'ясопереробних підприємств
6. Рух інформаційних потоків у межах інтегрованої структури.
7. Механізм побудови зворотної вертикальної інтеграції за участю підприємств харчової промисловості.

4. АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

1. Особливості економіки будівельної галузі. Інформаційне забезпечення аналізу.
2. Аналіз обсягу, структури та якості будівельно-монтажних робіт.
3. Аналіз факторів, що впливають на виконання виробничої програми будівельної організації.
4. Аналіз витрат та собівартості будівельно-монтажної продукції.

Глосарій:

1. Будівельно-монтажні роботи – загальна назва усіх робіт у будівництві.
2. Будівництво – зведення будівель та споруд, а також їх капітальний та поточний ремонт, реконструкція, реставрація.
3. Забудовник – особа, що забезпечує будівництво на земельній ділянці, яка йому належить.

4. **Замовники** – уповноважені інвесторами особи, що здійснюють реалізацію інвестиційних проектів. Замовник може бути одночасно інвестором.
5. **Інвестор** – особа, що вкладає власні або позичені кошти в будівництво.
6. **Підрядники** – особи, що здійснюють роботи за угодою (безпосередні виконавці) або посередники, що укладають угоду субпідряду з виконавцями-субпідрядниками.
7. **Собівартість кошторисна** – різниця між кошторисною вартістю будівельно-монтажних робіт та сумою планових накопичень.
8. **Собівартість планова** – зменшення кошторисної собівартості на величину завдання зі зниження собівартості за рахунок впровадження організаційно-технічних заходів.
9. **Собівартість фактична** – фактичні витрати на виробництво виконаних будівельно-монтажних робіт у грошовій формі.

1. Особливості економіки будівельної галузі.

Аналіз фінансово-господарської діяльності будівельної організації та діагностування ефективності бізнес-процесів будівельних підприємств є основою прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Будівельна діяльність представляє сферу матеріального виробництва, здійснення якої проявляється у створенні нових виробництв, розширенні, реконструкції та технічному переозброєнні діючих підприємств та інших об'єктів виробничої та невиробничої сфери. До продукції будівництва також відноситься капітальний ремонт об'єктів будівельного походження.

Ефективність всієї системи економіки держави залежить від стану будівельної галузі, оскільки капітальне будівництво створює велику кількість робочих місць та споживає продукцію багатьох галузей економіки. Негативні тенденції падіння індексів будівельної продукції (таблиця 4.1) поступово змінюються на позитивну динаміку показників обсягів продукції будівництва, як в цілому так і за окремими видами (будівлі житлового та нежитлового

призначення, інженерні споруди) та для сучасного стану української економіки позитивні тенденції у будівельній галузі сприятимуть зростанню рівня технологічного оновлення діючого виробничого потенціала та підвищенню попиту на продукцію підприємств малого бізнесу.

Аспекти економічного аналізу залежать від різних підходів до управління в будівельній галузі. В економічній літературі виділяють три підходи в залежності від охоплення різних об'єктів управління: 1) при галузевому управлінні – виконавців будівельних робіт, тобто підрядні організації разом із їхньою технічною базою та проектуванням; 2) при територіальному управлінні

– багатогалузевий будівельний комплекс, який включає додатково промисловість будівельних матеріалів і виробів; 3) при інвестиційному підході

– по ланцюжку: від замовників (інвесторів), усіх виконавців будівельних і небудівельних робіт і послуг у процесі підготовки та будівництва об'єктів до суб'єктів, які експлуатують будівлі та споруди, використовують їхні корисні властивості або якість [72]. Перші два підходи характерні для централізованої планової економіки, але інвестиційний підхід є прийнятним для організації управління в ринкових умовах, що охоплює всіх учасників різних форм власності та вказує на кінцеву мету їхньої взаємодії – створення ефективних в експлуатації будівель і споруд.

Діяльності будівельного підприємства притаманні наступні особливості:

1) Розбіжності в часі процесів будівництва об'єктів та звітного періоду. Оскільки більшість показників можна розрахувати тільки по завершенні звітного періоду, виникає необхідність аналізу витрат у розмежуванні – за період та по об'єктах;

2) Бізнес-процеси будівельних підприємств охоплюють значну площу з використанням великої кількості будівельної техніки, що висуває певні вимоги для проведення ефективного аналізу їх використання;

3) Необхідність диверсифікації бізнес-процесів на пов'язані з підготовчими роботами на виробництво матеріалів (наприклад, асфальт, бетон тощо) та

безпосередньо на виконання будівельно-монтажних робіт, що висуває вимоги до створення відповідної системи показників;

4) Аналіз витрат на окремих об'єктах будівництва та окремих стадіях виконання робіт має враховувати високу мобільність трудових ресурсів та техніки;

5) Технологічний взаємозв'язок та послідовність операцій як процесу будівництва в цілому так і окремих бізнес-процесів;

6) Висока матеріаломісткість виробництва висуває необхідність розробки ефективної системи аналізу і контролю за використанням матеріалів [73].

Таблиця 4.1

Індекси будівельної продукції за видами*[1]

(у% до попереднього року)

Роки	Будівництво, всього	Будівлі	У тому числі		Інженерні споруди
			Житлові	Нежитлові	
01	02	03	04	05	06
2011	120.0	114.9	101.7	122.1	124.4
2012	92.7	93.9	93.5	94.1	91.7
2013	89.0	96.6	111.3	90.0	82.8
2014	79.6	79.6	103.5	66.3	79.7
2015	87.7	91.9	98.9	85.8	83.7
2016	117.4	120.7	117.8	123.7	114.0

*Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя, за 2014-2016 роки також без частини зони проведення антитерористичної операції.

Методичні підходи економічного аналізу будівельного підприємства також враховують особливості будівельної продукції як товару, обумовлені специфічністю виробничого процесу будівельної галузі, зокрема такі: тривалий термін виробничого циклу; вплив природно-кліматичних умов, що висуває необхідність врахування пов'язаних з цим ризиків; сезонний характер виробництва, що впливає на нерівномірність використання трудових ресурсів, техніки; індивідуальний та мелкосерійний характер виробництва.

Однією з принципових відмінностей будівельної продукції як товару в порівнянні з товарами масового або серійного виробництва є різні маркетингові аспекти: 1) продукція як товар за задумом його вмісту (проект), 2) продукція як товар в реальному виконанні (готовий об'єкт), 3) продукція як товар у вигляді будівельних послуг підрядчика, товар у супроводі.

Інформаційне забезпечення аналізу. Нормативні документи, що визначають основи, порядок організації та основні правила ведення бух. обліку в будівництві:

1. Цивільний кодекс України (ЦКУ);
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»;
3. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств»;
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 18 «Будівельні контракти»;
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах»;
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»;
7. Положення про підрядні контракти;
8. Національний стандарт бухгалтерського обліку (НСБО) 11 «Будівельні підряди». Сучасні інформаційні технології дозволяють ефективно вирішувати управлінські завдання, що виникають в процесі діяльності будівельного підприємства (таблиця 4.2).

Таблиця 4.2

Інформаційні технології з вирішення управлінських завдань будівельного підприємства [74]

№ з/п	Функції, реалізовані будівельними організаціями	Основні завдання	Інформаційні технології
01	02	03	04
1	Загальне управління	Прийняття рішень, організаційний контроль, регулювання їхнього	

		виконання	
2	Підготовка технічних договорів, організаційно-технологічної документації	Забезпечення повноти та своєчасності формування документів	Офісні програми Microsoft Word, Excel, Access
3	Обробка та аналіз кошторисної документації	Забезпечення корекції кошторисних розрахунків	Win кошторис
4	Планування виробничо-господарської діяльності	Організація та здійснення поточної та запланованої виробничо-господарської діяльності	Time Line, MS Project, Spider Tokata
5	Оперативний аналіз та управління будівельним виробництвом	Організаційний контроль, регулювання провадження робіт, забезпечення ресурсами	
6	Аналіз забезпеченості трудовими ресурсами	Забезпечення інженерно-технічним та робочим персоналом	
7	Аналіз матеріально-технічного забезпечення	Своєчасне комплектне забезпечення будівельних об'єктів матеріалами й ресурсами	Бази даних на різній основі
8	Забезпечення якості продукції	Контроль якості	
9	Забезпечення охорони праці	Контроль нормального режиму праці, безпечних умов праці	
10	Бухгалтерський облік	Забезпечення достовірного повного обліку економічної діяльності	1 С Бухгалтерія
11	Здача об'єктів в експлуатацію	Організація роботи зі здачі об'єкта	
12	Комплексна оцінка фінансово-господарської діяльності	Здійснення аналізу, відпрацювання техніко-економічних показників, розробки, спрямовані на підвищення конкурентоздатності	

2. Аналіз обсягу, структури та якості будівельно-монтажних робіт.

Обсяг будівництва підрядної будівельної організації визначається виробничою програмою. Виробнича програма включає перелік об'єктів, на будівництво яких укладено договори підряду, їх потужність, терміни введення, нормативну тривалість будівництва, обсяг будівельно-монтажних робіт на рік і джерела їх фінансування. Виробнича потужність будівельних підприємств оцінюється їх потенційними можливостями з виробництва будівельно-монтажних робіт, створення будівельної продукції, надання будівельних послуг

при повному використанні наявних ресурсів і мінімальних витратах виробництва.

На відміну від промисловості, де виробнича потужність є показником, що відображає технічні характеристики встановленого та діючого стаціонарного обладнання, в будівництві в силу нерухомості будівельної продукції та мобільності засобів праці виробнича потужність визначається співвідношенням виробничих параметрів. Так, здійснюється розрахунок варіантів використання виробничих ресурсів відповідно до конкретних можливостей формування портфеля замовлень і у встановленні оптимального варіанту завантаження будівельного обладнання, що забезпечить максимальний прибуток. Необхідно приймати до уваги, що концентрація ресурсів на будівельних об'єктах призводить до їх неефективного використання.

При аналізі обсягу будівельно-монтажних робіт необхідно враховувати особливості змісту звітності будівельної організації-генерального підрядника, де відображено введення в дію повного обсягу будівельних робіт -як виконаних власними силами так і субпідрядними організаціями. Інші звітні показники (з праці, основних засобів, витрат, фінансових результатів) відображаються в звітності генерального підрядника і субпідрядника тільки по тих роботах, за які вони безпосередньо звітують.

При аналізі виконання плану будівельно-монтажних робіт за кожним споруджуваним об'єктом звертають особливу увагу на пускові об'єкти. Визначення ступіню готовності окремих об'єктів здійснюється за формулою:

$$C_{\text{готовності}} = \frac{\text{Вартість будівельно-монтажних робіт, виконаних з початку будівництва об'єкта}}{\text{Повна кошторисна вартість робіт}} \quad (4.1)$$

За підсумками аналізу ступеня готовності окремих об'єктів зіставляють обсяг будівельно-монтажних робіт, що залишився для виконання, з термінами завершення будівництва об'єктів за планом. Обсяг виконаних робіт, який не відповідає будівельним нормам і правилам, в обсяг підрядних робіт не

зараховується і вважається браком. Оцінка якості виконаних робіт проводиться при закритті наряду і при здачі готових об'єктів замовникам.

Аналіз якості виконаних робіт здійснюється на основі вивчення наступних документів: нарядів, які видаються на виправлення браку; актів здачі об'єктів в експлуатацію із зазначенням робіт, що підлягають виправленню; рекламаций забудовників на низьку якість робіт, що виявлені в процесі експлуатації.

Розрахунок коефіцієнту браку здійснюється за наступною формулою:

$$K_{\text{браку}} = \frac{\text{Вартість забракованої продукції за звітний період}}{\text{Вартість фактичного обсягу будівельно-монтажних робіт}} \quad (4.2)$$

Коефіцієнт браку вивчають в динаміці, а також порівнюють його рівень з даними інших підприємств будівельної галузі для встановлення причин браку і розробки заходів щодо його недопущення.

3. Аналіз факторів, що впливають на виконання виробничої програми будівельної організації.

Виконання обсягу будівельно-монтажних робіт залежить від впливу зовнішніх і внутрішніх факторів. Дія зовнішніх чинників пов'язана з замовниками і контрагентами та залежить від своєчасності фінансування та забезпечення проектно-кошторисною документацією, а також якості та своєчасності поставок матеріальних ресурсів. Дія внутрішніх факторів пов'язана з інтенсифікацією (механізацією) організації виробництва і ефективності використання засобів виробництва і трудових ресурсів.

Підвищення продуктивності праці на сучасному етапі індустріалізації будівництва досягається застосуванням методів зведення будівель і споруд шляхом їх монтажу на будівельних майданчиках із збірних конструкцій і деталей із застосуванням будівельних машин і механізмів. При аналізі визначають показник рівня зборності будівництва, що характеризує ступінь індустріалізації будівництва. Використовують різні способи його розрахунку:

- 1) відношенням вартості застосованих збірних залізобетонних конструкцій і деталей до всієї вартості спожитих матеріалів;
- 2) відношенням кількості кубічних метрів застосованих збірних залізобетонних конструкцій до корисної, житлової або виробничої площі в квадратних метрах у введених в дію об'єктах;
- 3) відношенням кількості кубічних метрів збірних залізобетонних конструкцій до кошторисної вартості робіт, виконаних власними силами підрядної будівельно-монтажної організації [75].

У бізнес-плані будівельної організації передбачаються завдання на виконання певних обсягів за окремими видами робіт механізованим і комплексно-механізованим способом. Аналіз рівня механізації робіт здійснюється за показником:

$$K_{\text{механізації}} = \frac{\text{Обсяг робіт, виконаних механізованим способом}}{\text{Загальний обсяг робіт}} \quad (4.3)$$

Розрізняють два види показників механізації робіт: механізація окремих операцій і комплексна механізація робіт.

Економію праці (перевитрати) у результаті підвищення (зниження) рівня механізації робіт і скорочення обсягу ручної роботи визначають за формулою:

$$E = \frac{\text{Фізичний обсяг робіт, виконаний за допомогою механізмів}}{\text{Трудомісткість одиниці робіт, виконуваних механізованим способом}} - \frac{\text{Трудомісткість одиниці робіт, виконуваних вручну}}{\text{Трудомісткість одиниці робіт, виконуваних вручну}} \quad (4.4)$$

Рівень механізації будівельно-монтажних робіт знаходиться у прямій залежності від продуктивності будівельних машин і механізмів, яка характеризується виробкою на одиницю виробничої потужності машини.

Для планування і оцінки досягнутого рівня продуктивності застосовуються планові норми продуктивності. Ці норми розраховуються на рік в залежності від умов експлуатації машин, раціонального режиму роботи і

заходів щодо підвищення ефективності використання машин. Норми встановлюються в одиницях продукції (кубічні метри ґрунту, тонни конструкцій і т.д.), яка може бути вироблена на одиницю виробничої потужності машини (ємність ковша в кубічних метрах, вантажопідйомність у тоннах). На основі цих показників здійснюється аналіз інтенсифікації використання будівельних машин і механізмів (виробка на одиницю потужності або в одиницю часу).

4. Аналіз собівартості будівельно-монтажної продукції.

Собівартість будівельно-монтажних робіт є найважливішим показником, що відображає діяльність будівельної організації. Від її рівня залежать фінансові результати, фінансовий стан і конкурентоспроможність організації на ринку будівельної продукції та послуг. Під собівартістю будівельно-монтажних робіт розуміють витрати будівельних організацій в грошовій формі на виконаний обсяг робіт. Кошторисна вартість будівельно-монтажних робіт складається з наступних складових: прямі витрати (витрати на матеріали, оплату праці, утримання та експлуатацію машин і механізмів), накладні витрати, планові накопичення.

На основі кошторисної вартості плануються обсяги будівельно-монтажних робіт і здійснюються розрахунки за виконані роботи. Розрізняють кошторисну, планову і фактичну собівартість.

Кошторисна собівартість - це різниця між кошторисною вартістю будівельно-монтажних робіт і сумою планових накопичень. Для будівельних організацій, що здійснюють будівництво за рахунок бюджетних коштів, величина кошторисного прибутку нормується на основі загальногалузевих нормативів, які встановлюються для всіх виконавців робіт або за видами будівельних та монтажних робіт. Кошторисний прибуток в складі кошторисної вартості будівельної продукції - це кошти, призначені для покриття витрат підрядних організацій на розвиток виробництва і матеріальне стимулювання

працівників. Планова собівартість менше кошторисної на величину завдання щодо зниження собівартості за рахунок впровадження організаційно-технічних заходів. Фактична собівартість відображає в грошовій формі всі фактичні витрати на виробництво виконаних будівельно-монтажних робіт.

У процесі аналізу вивчають: загальну зміну собівартості будівельної продукції, зміну собівартості окремих будівельних об'єктів; зміну собівартості за статтями витрат; фактори зміни собівартості за статтями витрат; резерви зниження собівартості за кожною статтею витрат.

Сума витрат на виробництво залежить від обсягу та структури будівельно-монтажних робіт, рівня змінних витрат та загальної суми постійних витрат, тому використовують наступну факторну модель загальної суми витрат:

$$B = \sum b_i Q_i + a, \quad (4.5)$$

де B - сума витрат на виробництво, b_i - рівень змінних витрат на i -й об'єкт, Q_i - обсяг будівельного виробництва на i -му об'єкті, a - сума постійних витрат.

Істотне збільшення суми постійних і змінних витрат може бути результатом підвищення ресурсоемності будівельної продукції і зростання цін на ресурси та встановлюється в процесі постатейного аналізу собівартості будівельно-монтажних робіт.

На наступному етапі аналізу динаміки і виконання плану з собівартості вивчають зміни витрат на 1 грн. будівельної продукції. Зниження витрат на 1 грн. обсягу робіт характеризує успішність роботи будівельної організації по впровадженню нової техніки і технології, підвищенню продуктивності праці, дотриманню режиму економії у витрачанні матеріальних, трудових і грошових ресурсів, виявленню і використанню внутрішніх резервів.

Для вивчення впливу факторів на матеріальні витрати використовують наступну факторну модель:

$$MB = \sum (O_i * Y_i * H_i * C_i), \quad (4.6)$$

де: O_i - обсяг робіт; Y_i - структура робіт; H_i - норма витрат; C_i - ціни на матеріали.

Відхилення від планових норм витрат матеріалів може бути викликано наступними причинами: 1) перегляд їх рівня протягом звітного періоду, 2) зміна якості будівельних матеріалів, 3) зміни у кваліфікації працівників, 4) обсяг забракованої продукції, 5) рівень організації контролю за збереженням і ефективністю використання матеріальних ресурсів та інші фактори.

Зміна цін на будівельні матеріали може бути викликана наступними причинами: 1) вплив інфляції, 2) зміни ринку сировини, 3) зміна постачальників матеріалів, 4) зміна відстані перевезення матеріалів та рівня транспортних тарифів, митних зборів і зборів тощо.

Для з'ясування конкретних причин зміни рівня цін на будівельні матеріали доцільно проаналізувати процес формування планового і фактичного рівня собівартості одиниці основних видів матеріалів.

Сума витрат за статтю «Основна заробітна плата робітників» може змінитися за рахунок обсягу та структури будівельно-монтажних робіт, їх трудомісткості і рівня оплати праці за одну людину-годину.

Для факторного аналізу витрат на оплату праці застосовують наступну факторну модель:

$$\text{ВОП} = \Sigma (O_i * Y_i * T_i * Z_i), \quad (4.7)$$

де –ВОП - витрати на оплату праці, O_i - обсяг робіт, Y_i - структура робіт, T_i - трудомісткість робіт, Z_i - рівень оплати праці

Перевитрата коштів на заробітну плату може виникнути внаслідок збільшення обсягу робіт і підвищення рівня оплати праці, який, в свою чергу, залежить від інфляції або змінюється через зростання рівня продуктивності праці. Факторний аналіз витрат на оплату праці окремих видів робіт дозволить виявити причини зростання їх трудомісткості і наявність резервів зниження витрат.

Витрати за статтею «Витрати з експлуатації машин і механізмів» включають: амортизацію будівельної техніки, витрати на її ремонт, експлуатаційні витрати, витрати по переміщенню та встановленню машин на будівельні об'єкти та ін. Причинами зміни деяких витрат за цією статтею може бути обсяг будівельно-монтажних робіт, наприклад, для експлуатаційних витрат (повністю), витрат на ремонт (частково).

Для факторного аналізу окремих видів витрат на утримання і експлуатацію машин і механізмів застосовують наступну факторну модель:

$$B = K * D * K_{зм} * T * Z + A, (4.8)$$

де B – витрати на утримання і експлуатацію машин і механізмів; K – кількість i -го виду машин, D – кількість відпрацьованих днів однієї машиною за аналізований період, $K_{зм}$ – коефіцієнт змінності, T – середня тривалість однієї зміни, Z – рівень змінних витрат за 1 машино-годину роботи, A – сума постійних витрат на утримання даного виду машин.

Виконання факторного аналізу для кожного виду машин і механізмів дозволить виявити резерви скорочення витрат на їх утримання і експлуатацію.

Значну питому вагу в собівартості будівельної продукції займають накладні витрати. Це комплексні статті витрат, до яких відносяться адміністративно-управлінські витрати, витрати з обслуговування працівників будівництва, витрати з організації на будівельних майданчиках, непродуктивні витрати та ін. Одна їх частина відноситься до умовно-постійних, а друга – до умовно-змінних витрат. Економія або перевитрати накладних витрат ($\Delta НВ$) за рахунок зміни тривалості будівництва об'єкта визначаються за формулою (4.9):

$$\Delta НВ = НВ_{\text{пост}} * (1 - K_T), (4.9)$$

де $НВ_{\text{пост}}$ – нормативна сума умовно-постійних витрат по об'єкту; K_T – коефіцієнт тривалості будівництва об'єкта (відношення фактичної тривалості будівництва до нормативної).

Здійснення постатейного аналізу накладних витрат спрямовано на вивчення внутрішніх (технологія та організація будівництва, кваліфікація робітників, система оцінки та контролю якості, стимулювання якості) і зовнішніх факторів (якість проектів, якість будівельних матеріалів та конструкцій, якість робіт субпідрядників, якість роботи машин та обладнання), що впливають на рівень накладних витрат.

Аналіз завершується визначенням наявних резервів зниження собівартості продукції будівництва.

Методики аналізу фінансових результатів та фінансового стану для будівельних підприємств суттєво не відрізняються від методик аналізу промислових підприємств.

Контрольні питання

1. Назвіть особливості діяльності будівельних підприємств, що впливають на методичні підходи економічного аналізу.
2. Які інформаційні джерела використовують при проведенні аналізу господарської діяльності підприємств будівельної галузі?
3. Які інформаційні технології використовують при вирішенні управлінських завдань будівельного підприємства?
4. Назвіть особливості змісту звітності будівельної організації-генерального підрядника.
5. Чим характеризується виробнича потужність будівельного підприємства?
6. Як визначається ступінь готовності об'єктів будівництва?
7. Який показник характеризує ступінь індустріалізації будівництва? Назвіть способи його розрахунку.
8. Під дією яких факторів змінюються витрати на заробітну плату на об'єктах будівництва?
9. Які фактори впливають на зміну витрат на утримання і експлуатацію машин і механізмів?

10. Як впливає зміна обсягу будівельно-монтажних робіт на зміну величини накладних витрат?

Література

1. Абрютин М.С. Экономический анализ торговой деятельности: Учеб. пособие. - М.: Дело и сервис, 2002. – 215 с..
2. Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учебник. – М.: Экономика, 2004. – 329 с.
3. Бутенко А.І., Кучеренко В.В. Кон'юнктурний аналіз товарного ринку / За ред.. проф. Кучеренко В.В. – Одеса: ОДЕУ, 2001. – 297 с.
4. Грабова Н.Н., Кириленко В.Б. Бухгалтерський облік та аналіз торгово-комерційної діяльності: Практичний посібник. К.: Знання, 2005. – 320 с.
5. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятий торговли и общественного питания: Учебник. – Минск: Высшая школа, 2007 – 397 с.
6. Костенко Т.Д. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: Навч. посіб. – К.: Знання, 2005. – 280 с.
7. Ковальчук М.І. Стратегічний аналіз у сільському господарстві: Навч. посіб. – К.: 2000. – 290 с.
8. Мних Е.В. Економічний аналіз: Підруч. – 2-ге вид., перероб та доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 472 с.
9. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: Учебн. пособ. – ИП «Экоперспектива», Минск.: 2007. – 485 с.
10. Царенко О.М. Економічний аналіз діяльності підприємств промислового комплексу: Навч. посіб. – Суми, 2000. – 256 с.
11. Азарян Е.М. Оптовая торговля: инфраструктура и тенденции развития : монография / Е. М. Азарян [и др.]; Донец. гос. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : ДонГУЭТ, 2005. – 292 с.
12. Апопій В.В. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія / В. В. Апопій. – К. : Академвидав, 2012. – 420 с.
13. Власова Н. О. Управління дебіторською та кредиторською заборгованостями в підприємствах оптової торгівлі : монографія / Н. О. Власова, Л. Л. Носач ; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Х. : ХДУХТ, 2011. – 228 с.

14. Голошубова Н. О. Структурна перебудова торгівлі споживчими товарами в Україні / Н. О. Голошубова // Товари і ринки. – 2013. – № 1. – С. 1628.
15. Мазаракі А. А. Ринок споживчих товарів в Україні: посткризові тенденції / А. А. Мазаракі, В. Д. Лагутін // Економіка України. – 2011. – № 9. – С. 17–26.
16. Міценко Н. Г. Засади регулювання діяльності підприємств оптової торгівлі / Н. Г. Міценко // Наукові записки. – Львів, 2011. – Вип. 3 (36). – С. 94–100.
17. Апопій В.В., Копич І.М. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія / [В.В. Апопій, І.М. Копич, О.Г. Біла та ін.]; за ред. В.В. Апопія та І.М. Копича. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.
18. Трішкіна Н.І. Підвищення ефективності управління товаропостачанням на підприємствах оптової торгівлі / Н.І. Трішкіна // Молодий вчений. – 2014. – № 12 (15). – С. 140–143.
19. Експрес-випуск «Оптова торгівля України у 2009» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uz.ukrstat.gov.ua>.
20. Ільченко Н.Б. Тенденції розвитку підприємств оптової торгівлі в Україні / Н.Б. Ільченко // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2014. – Т. 19. – Вип. 2/3. – С. 132–136.
21. Мазаракі А. А. Ринок споживчих товарів в Україні: посткризові тенденції / А. А. Мазаракі, В. Д. Лагутін // Економіка України. – 2011. – № 9. – С. 17–26.
22. Волкова Н. А. Теоретичні та практичні засади аналітичних досліджень конкурентоздатності підприємств АПК / Н. А. Волкова // Аналітичні методи дослідження конкурентоздатності суб'єктів господарювання: монографія / за ред. Волкової Н. А. – Одеса: Кримполіграфпапір, 2017. – С. 172-214.
23. Волкова Н. А. Анализ состояния и развития сельского хозяйства Одесского региона / Н.А. Волкова // Вестник ТвГУ. Серия: Экономика и управление. - 2014. - № 4 – 2. - С. 281-289.
24. Волкова Н. А. Особенности оценки финансового состояния сельскохозяйственных предприятий / Н. А. Волкова // Счетоводство –

наука, практика, незалежність: збірник наукових праць. - Софія: СТОПАНСТВО, 2011. - С. 277-281.

25. Волкова Н. А. Особливості діагностики схильності сільськогосподарських підприємств до банкрутства / Н. А. Волкова // Вісник соціально-економічних досліджень : збірник наукових праць / гол. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. - Одеса : ОДЕУ, 2008. - Вип. 30. - С. 78-83.
26. Волкова Н. А. Методика сучасного аналізу фінансового стану сільськогосподарських підприємств / Н. А. Волкова // Вісник соціально-економічних досліджень: збірник наукових праць / гол. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. - Одеса: ОДЕУ, 2009. - Вип. 35. - С. 305-308.
27. Волкова Н. А. Аналіз сучасного стану сільськогосподарських підприємств Одеського регіону / Н. А. Волкова // Вісник соціально-економічних досліджень: збірник наукових праць / гол. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. - Одеса: ОДЕУ, 2011. - Вип. 42(2). - С. 169-172.
28. Волкова Н. А. Аналітичні аспекти ефективності управління оборотними активами підприємств АПК / Н. А. Волкова // Реформування економіки України: стан та перспективи: збірник матеріалів VII міжнародної науково-практичної конференції. – Київ: МІБО КНЕУ, 2012. – С. 25-27.
29. Волкова Н. А. Визначення критеріїв оцінки інвестиційної привабливості підприємств АПК / Н. А. Волкова // Економічний аналіз: збірник наукових праць / ред. кол. В. А. Дерій та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. – Том 23. – № 2. – С. 22-26.
30. Волкова Н. А. Аналітичні методи пошуку резервів ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств / Н. А. Волкова, А. Л. Коляда // Тернопільський національний економічний університет / за ред. В. А. Дерій. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2017. – Том 27. – № 2.

31. Волкова Н. А. Аналітичне обґрунтування створення зворотної вертикальної інтеграції підприємств АПК [Електронний ресурс] / Н. А. Волкова, А. Л. Коляда // Економіка та суспільство. – 2017. – №8. – Режим доступу до журналу: <http://economyandsociety.in.ua/journal-8/15-stati-8/780-volkova-n-a-kolyada-a-1>
32. Ковальчук М.І. Економічний аналіз діяльності підприємств АПК [Підручник] / М.І. Ковальчук – К.: КНЕУ, 2005. – 390с.
33. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз сільськогосподарських підприємств [Навч. посіб.] / Л.А. Лахтіонова - К.: КНЕУ, 2005. – 365с.
34. Савицкая Г. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: [Учеб.] - / Г. Савицкая - Мн.: ИП «Экоперспектива», 208. – 494с.
35. Шмаглій О.Б. Харчова промисловість та її розвиток / О.Б. Шмаглій // Економіка АПК. – 2006. – № 8. – С. 40–47.
36. Благодатний А.В. Розвиток і вдосконалення фінансово-кредитного механізму АПК / Андрій Володимирович Благодатний. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 164 с.
37. Валентинов В.Л. Фактори виникнення нееквівалентності міжгалузевих відносин в АПК / В.Л. Валентинов // Економіка АПК. – 2007. – № 2. – С. 19–22.
38. Міщенко Н.М. Формування інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції / Н.М. Міщенко // Економіка АПК. – 2004. – № 5. – С. 115–121.
39. Супіханов Б.К. Розвиток державної аграрної політики у підвищенні ефективності сільськогосподарського виробництва / Б.К. Супіханов // Економіка АПК. – 2007. – № 8. – С. 3–8.
40. Захарін С.В. Інвестиційні та ресурсні проблеми молочної промисловості / С.В. Захарін // Економіка АПК. – 2005 – № 4. – С. 76–81.
41. Бельтюков Е.А. Выбор стратегии развития предприятия: [учеб. пособ.] / Е.А. Бельтюков, Н.А. Некрасова . – Одесса: НОПУ, 2002. – 279 с.

42. Бобылєва А.З. Финансовое оздоровление фирмы: теория и практика: [учеб. пособ.] / Алла Зиновьевна Бобылєва. – М.: Дело, 2003. – 256 с.
43. Лігоненко Л.О. Антикризове управління торгівельним підприємством: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: спец. 08.06.01 “Економіка торгівлі та послуг” / Л.О. Лігоненко. – К., 2001. – 34 с.
44. Швиданенко Г.О. Сучасна технологія діагностики фінансово–економічної діяльності підприємства: [монографія] / Г.О Швиданенко, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2002. – 192 с.
45. Редькін О.С. Сучасні стратегії та технології корпоративного управління: [Редькін О.С., Реген В., Хрущ Н.А.] [монографія]. – Одеса: Евен, 2004. – 216 с.
46. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. – Москва: Гардарика, 1998. – 296 с.
47. Закон України “Про кооперацію” – Офіц. текст із змін. станом на 11 лист. 2004р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
48. Закон України “Про сільськогосподарську кооперацію” – Офіц. текст із змін. станом на 29 черв. 2004 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?user=172709>.
49. Гриценко М.П Сільськогосподарська кооперація: проблеми, шляхи роз’язання / М.П. Гриценко, М. Й. Малік, В.А. Пулім // Економіка АПК. – 2007. – № 1. – С. 51–58.
50. Закон України “Про концесії” – Офіц. текст із змін. станом на 8 вер. 2005 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
51. Господарський кодекс України – Офіц. текст із змін. станом на 1 січ. 2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=2&nreg=436-15>.

52. Цивільний кодекс України – Офіц. текст із змін. станом на 31 трав. 2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=2&nreg=435-15>.
53. Спинелли – мл. Стивен. Франчайзинг: путь к богатству / Спинелли – мл. Стивен, Резенберг Роберт М., Берли Сью; [пер. с англ И. Г. Розмаинского]. – М.: Вильямс, 2007. – 384 с.
54. Волчек Р.М. Розробка варіантів стратегічних змін у системі антикризового управління харчовими підприємствами : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Волчек Руслан Миколайович. — Одеса, 2008. — 203 с.
55. Спинелли – мл. Стивен. Франчайзинг: путь к богатству / Спинелли – мл. Стивен, Резенберг Роберт М., Берли Сью; [пер. с англ И. Г. Розмаинского]. – М.: Вильямс, 2007. – 384 с.
56. Білик М.Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств / М.Д. Білик // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 117–128.
57. Бирман В.Г. Диверсифікація виробництва як фактор фінансової устойчивості агропідприємств / В.Г. Бирман, І.А. Бурейко // Економіст. – 2003 – № 5. – С. 76–83.
58. Доронін Д.А. Франчайзинг по-українськи / Д.А. Доронін // Юридична газета. – 2004. – № 9 (21). – 14 трав. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.yur-gazeta.com/issue/21>.
59. Килимник І.І. Особливості правового регулювання договору комерційної концесії (франчайзингу): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юр. наук : спец. 12.00.03 “Цивільне право і цивільний кодекс; сімейне право; міжнародне приватне право” / І.І. Килимник – Х., 2003. – 25 с.
60. Голозубова Н. В. Інтеграція як форма економічного партнерства між постачальниками сировини та виноробними підприємствами: дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Голозубова Н. В. – Одеса, 2011. – 226 с.

61. Олійник О. О. Формування інтеграційних структур в агробізнесі / О. О. Олійник, Т. І. Олійник // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2015. – № 1 (29). – С. 87-90.
62. Гамма Т. М. Вертикальна інтеграція підприємств АПК як ключовий фактор продовольчої безпеки України / Т. М. Гамма // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: збірник наукових праць ХНАДУ. – 2015. – №1 (8). – Т.2. – С. 5-12.
63. Гамма Т. М. Критерії оцінки економічної ефективності інтеграційних процесів у харчовій промисловості / Т. М. Гамма // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2015. – № 3 (80). – С. 181-192.
64. Соломчук Л. М. Інтегровані корпоративні формування за участю м'ясопереробних підприємств: дис. канд. ек. наук : 08.00.04 / Л. М. Соломчук. – Київ, 2015. – 220 с.
65. Сосновська І. Формування системи управління економічною безпекою виробничого господарської діяльності м'ясопереробних підприємств [Електронний ресурс] / І. Сосновська // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2015. – Вип. 2 (13). – С. 210-218.
66. Сус Ю. Ю. Окремі методологічні аспекти необхідності відродження галузі тваринництва / Ю. Ю. Сус // Продуктивність агропромислового виробництва. Сер. Економічні науки. – 2014. – Вип. 26. – С. 61-68.
67. Рibaкова О. А. Сільськогосподарська птиця як об'єкт бухгалтерського обліку / О. А. Рibaкова // АГРОСВІТ. – 2015. – № 13. – С. 58-63.
68. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств – Офіц. текст із змін. станом на 27 березня 2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uazakon.com/big/text1528/pg1.htm>
69. Кузнецова І. О. Економіка підприємств хлібопродуктів: навчальний посібник / І. О. Кузнецова. – Одеса: Атлант, 2013. – 328 с.

70. Коляда А.Л. Аналітичне забезпечення управління ефективністю функціонування м'ясопереробних підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09 / Коляда Анастасія Леонідівна. — Одеса, 2016. — 230 с.
71. Офіційний сайт Держкомітету статистики України / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/bud.htm
72. Кулікова Л.В. Сучасні тенденції розвитку будівельних підприємств [Текст] / Л.В. Кулікова // Інвестиції: практика та досвід. — 2017. — № 8. — С. 52-55
73. Пономарева Н.И. Особенности формирования учётно-аналитической системы в строительных организациях / Н. И. Пономарева // Успехи современного естествознания. — 2008. — № 7. — С. 72-75 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.natural-sciences.ru/ru/article/view?id=10286>
74. Савельєва Т.М., Чаргазія Т.З. Інформаційне забезпечення стратегії розвитку будівельних підприємств / Т.М. Савельєва, Т.З. Чаргазія // Економіка будівництва і міського господарства. — 2006. — Том 3 - № 2. — С. 109-116
75. Ушакова Т.В., Файзрахманова Г.Р., Янковская Д.Г. Экономический анализ в отраслях народного хозяйства / Т.В. Ушакова, Г.Р. Файзрахманова, Д.Г. Янковская; - Казань, Казанский университет, 2015. — 73 с.

Анкетне опитування персоналу харчових підприємств,
що функціонують в Одеському регіоні

Додаток А

Питання	Назва підприємства		
	X	Y	Z
01	02	03	04
Відповіді незалежних експертів консалтингових агенств			
<p>1. Які фактори роблять найбільш стримуючий вплив на виробничу діяльність підприємства? <u>Варіант відповіді:</u></p> <p>а) рівень сировини, матеріалів, комплектуючих: – сильний (5 балів) – слабкий (1 бал) – відсутність впливу (0)</p> <p>б) рівень налагодженої системи збуту продукції: – сильний (5 балів) – слабкий (1 бал) – відсутність впливу (0)</p> <p>в) рівень конкуренції з боку зарубіжних товарів: – сильний (5 балів) – слабкий (1 бал) – відсутність впливу (0)</p> <p>г) рівень конкуренції з боку вітчизняних товарів: – сильний (5 балів) – слабкий (1 бал) – відсутність впливу (0)</p> <p>д) рівень платоспроможного попиту на продукцію, що випускається: – сильний (5 балів) – слабкий (1 бал) – відсутність впливу (0)</p> <p>е) рівень податків: – сильний (5 балів) – слабкий (1 бал) – відсутність впливу (0)</p> <p>е) рівень забезпеченості устаткуванням: – сильний (5 балів) – слабкий (1 бал) – відсутність впливу (0)</p>	<p>слабкий</p> <p>відсутність впливу</p> <p>слабкий</p> <p>слабкий</p> <p>слабкий</p> <p>слабкий</p> <p>сильний</p> <p>сильний</p> <p>сильний</p>	<p>сильний</p> <p>слабкий</p> <p>сильний</p> <p>сильний</p> <p>сильний</p> <p>сильний</p> <p>сильний</p> <p>сильний</p>	<p>відсутність впливу</p> <p>відсутність впливу</p> <p>слабкий</p> <p>слабкий</p> <p>сильний</p> <p>сильний</p> <p>сильний</p> <p>сильний</p>

Питання	Назва підприємства		
	Х	У	З
<p>ж) рівень морального і фізичного зносу устаткування:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сильний (5 балів) – слабкий (1 бал) – відсутність впливу (0) <p>з) рівень забезпеченості оборотними коштами:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сильний (5 балів) – слабкий (1 бал) – відсутність впливу (0) <p>и) рівень кваліфікації адміністративно – управлінського персоналу:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сильний (5 балів) – слабкий (1 бал) – відсутність впливу (0) <p>й) рівень тарифів природних монополій:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сильний (5 балів) – слабкий (1 бал) – відсутність впливу (0) <p>к) нічого не стримує;</p> <p>л) ваш варіант</p>	сильний	сильний	сильний
<p>2. На який період часу підприємство забезпечене замовленнями?</p> <p><u>Варіант відповіді:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – на квартал – на півріччя – на рік 	на рік	на рік	на рік
<p>3. На скільки відсотків у теперішній час завантажені виробничі потужності підприємства?</p> <p><u>Варіант відповіді:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – на 40 %; – на 50 % і більш; – не задіяні. 	на 50 % і більш	на 40 %	на 50 % і більш
<p>4. Чи змінився загальний обсяг інвестицій на підприємстві (при їх наявності) у звітному році в порівнянні з попереднім?</p> <p><u>Варіант відповіді:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – став більшим; – став меншим; – без змін; – немає інвестицій. 	став більшим	став більшим	без змін

Питання	Назва підприємства		
	X	Y	Z
<p>5. В які елементи виробничо-технічного потенціалу вкладалися інвестиції у звітному році? <u>Варіант відповіді:</u> – в активну частину основних виробничих фондів: а) заміну старого устаткування; б) ремонт установленого устаткування; в) механізацію або автоматизацію виробничих процесів; г) впровадження нових технологій; д) енерго - або ресурсозберігання; – у пасивну частину основних фондів: а) ремонт будівель, споруд – інвестицій немає – ваш варіант</p>	<p>заміну старого устаткування, впровадження нових технологій</p>	<p>переважно у ремонт будівель, споруд і невелика сума коштів вкладена у ремонт установленого устаткування</p>	<p>ремонт установленого устаткування, енерго - або ресурсозберігання</p>
<p>6. Назвіть, будь-ласка, фактори, що обмежують інвестиції (власні, позикові джерела інвестицій) на підприємстві? <u>Варіант відповіді:</u> <i>Власні джерела:</i> а) нестача власних коштів; б) недостатня прибутковість інвестицій; <i>Позикові джерела:</i> а) високі відсоткові ставки за кредитом; б) труднощі в отриманні довгострокових кредитів. – ваш варіант</p>	<p>нічого не обмежує</p> <p>високі відсоткові ставки за кредитом</p>	<p>нестача власних коштів; недостатня прибутковість інвестицій</p> <p>високі відсоткові ставки за кредитом</p>	<p>нестача власних коштів</p> <p>високі відсоткові ставки за кредитом</p>

Питання	Назва підприємства		
	X	Y	Z
Відповіді адміністративно-управлінського та виробничого персоналу підприємств			
<p>7. Як Ви оцінюєте поточний обсяг:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>виробництва;</i> - <i>реалізації вашої продукції, зокрема</i> - <i>на території України;</i> - <i>на експорт;</i> - <i>запасів готової продукції;</i> - <i>запасів сировини і матеріалів у теперішній час?</i> <p><u>Варіант відповіді:</u></p> <p>а) високий; б) задовільний; г) низький; д) Ваш варіант _____</p>	<p>високий високий</p> <p>високий низький задовільний задовільний</p>	<p>високий високий</p> <p>високий низький задовільний задовільний</p>	<p>високий високий</p> <p>високий задовільний задовільний задовільний</p>
<p>8. Якими, на Вашу думку, будуть в майбутньому році в порівнянні із звітним.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>обсяг виробленої продукції;</i> - <i>обсяг реалізованої продукції;</i> - <i>обсяг запасів готової продукції;</i> - <i>спискова чисельність працюючих на підприємстві;</i> - <i>відпускна ціна на основну продукцію?</i> <p><u>Варіант відповіді:</u></p> <p>а) більше; б) менше; в) без змін.</p>	<p>більше більше без змін</p> <p>без змін</p> <p>більше</p>	<p>більше більше без змін</p> <p>без змін</p> <p>більше</p>	<p>більше більше без змін</p> <p>без змін</p> <p>більше</p>
<p>9. На скільки змінилося в звітному році в порівнянні з попереднім конкурентне навантаження по аналогічних товарах?</p> <p><u>Варіант відповіді:</u></p> <p>а) зросло; б) знизилась; г) Ваш варіант _____</p>	<p>зросло</p>	<p>без змін</p>	<p>без змін</p>

Питання	Назва підприємства		
	X	Y	Z
<p>10. Який рівень стійкості зв'язку Вашого підприємства у постачаннях сировини з сільськогосподарськими підприємствами?</p> <p><u>Варіант відповіді:</u> а) високий (5 балів) б) середній (3 бали) в) низький (разовий) (1 бал)</p>	високий	середній	середній
<p>11. Чи відчувається обмеженість фінансових ресурсів?</p> <p><u>Варіант відповіді:</u> а) так, недостатньо; б) ні, достатньо.</p>	ні, достатньо	ні, достатньо	ні, достатньо
<p>12. Чи в змозі підприємство формувати потреби ринку, виходячи з своїх потреб?</p> <p><u>Варіант відповіді:</u> а) так, оскільки підприємство - монополіст; б) ні, оскільки відсутні важелі впливу; в) Ваш варіант _____</p>	так, оскільки підприємство-монополіст на регіональному ринку хлібопекарської продукції	майже на 20% на українському ринку кавової продукції	майже на 50% на ринку майонезу в області
<p>13. Яка організаційно-управлінська структура на Вашому підприємстві?</p> <p><u>Варіант відповіді:</u> а) занадто "роздута"; б) недіяльна; в) відповідає потребам; г) недостатня.</p>	відповідає потребам	відповідає потребам	відповідає потребам
<p>14. Яка пристосовуваність Вашого підприємства і яка реакція на вироблену з боку конкурентів продукцію?</p> <p><u>Варіант відповіді:</u> а) відбувається постійне впровадження нових потужностей, НІОКР; б) спостерігається низька інноваційна активність; в) реакція повністю відсутня.</p>	відбувається постійне впровадження нових потужностей, НІОКР	відбувається постійне впровадження нових потужностей, НІОКР	відбувається постійне впровадження нових потужностей, НІОКР

Питання	Назва підприємства		
	X	Y	Z
<p>15. Чи існує в продуктовому портфелі підприємства нові товари, що мають попит на ринку? Варіант відповіді: а) так, існують; б) ні, не існують; в) очікуються.</p>	так, існують	так, існують	так, існують
<p>16. Чи застосовуються на Вашому підприємстві стандарти якості продукції? Якщо так, то назвіть їх, будь-ласка.</p>	ISO 9001	УкрСепро	ISO 9002
<p>17. Назвіть, будь-ласка, Ваших основних конкурентів?</p>	ТОВ “Діполос”, ТОВ “Нове діло”	ЗАТ “Дніпропетровський завод харчових концентратів”, ПрАТ “Колиндяни”, СП “Галка”	ПАТ “Львівський олійножировий комбінат”
<p>18. Назвіть, будь-ласка, основні переваги і недоліки Ваших конкурентів?</p>	Низькі відпускні ціни на продукцію. Однак за якістю їхня продукція поступається нашій	Низькі відпускні ціни на продукцію. Однак за якістю їхня продукція поступається нашій. Конкуренти впроваджують агресивні маркетингові стратегії	Низькі ціни, більш широкий асортимент виробленої продукції
Відповіді мажоритарних акціонерів підприємств			
<p>19. Чи існують в наглядовій раді Вашого підприємства формальні комітети (по аудиту, з питань призначення і нагород, корпоративного управління, стратегічного планування)? Варіант відповіді: а) так, існують; б) ні, не існують; в) очікуються.</p>	так, існують	ні, не існують	ні, не існують
<p>20. Чи існує на Вашому підприємстві кодекс корпоративного управління? Варіант відповіді: а) так, існує; б) ні, не існує; в) очікується його ухвалення.</p>	очікується його ухвалення	ні, не існує	ні, не існує

Питання	Назва підприємства		
	X	Y	Z
<p>21. Чи планує Ваше підприємство включити власні акції в лістинг бірж або торгово-інформаційних систем протягом майбутніх трьох років?</p> <p><u>Варіант відповіді:</u></p> <p>а) так, планує; г) Ваш варіант</p> <p>б) ні, не планує;</p> <p>в) не визначилися.</p>	ні, не планує	не визначилися	акції підприємства уже включені в лістинг Першої торгово-інформаційної системи