

*Робочий зошит для виконання практичних занять та самостійної  
роботи з дисципліни «Організація і методика економічного аналізу»  
здобувача вищої освіти академічної групи \_\_\_\_*

\_\_\_\_\_  
*на прикладі* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (району)

*Викладач кафедри:*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

УДК 334.7:339.13  
А-64

Робочий зошит оновлено у 2020-2021 навчальному році.

Укладач:

Вишневська О.М. — д.е.н., професор, декан обліково-фінансового факультету  
Миколаївського національного аграрного університету.

Усикова О.М. — д.е.н., професор кафедри обліку і оподаткування Миколаївського  
національного аграрного університету.

## ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Економічний аналіз – є системою спеціальних знань з метою дослідження зміни і розвитку економічних явищ та процесів у їхньому взаємозв'язку та взаємозалежності, які визначаються суб'єктивними та об'єктивними причинами, направлені на забезпечення управління ними. Економічний аналіз передбачає систему філософських, математичних, спеціальних економічних та інших знань, що дозволяють зробити обґрунтовані судження про природу, зміну та розвиток економічних явищ та процесів.

Організація економічного аналізу – є системою раціональних, скоординованих дій вивчення об'єкта спостереження відповідно до визначених метою. Організація економічного аналізу розглядається як технологічний процес, який поділено на окремі етапи: аналітичний процес (аналітичні операції), праця виконавців аналіз, технічне та інформаційне забезпечення процесу. Організаційні етапи аналітичної роботи включають: підготовчий етап, основний (аналітичний) етап, завершальний (підсумковий) етап.

Метою навчальної дисципліни є вирішення конкретної управлінської задачі, у свою чергу аналітична задача повинна бути засобом конкретизації мети аналізу з врахуванням організаційних, інформаційних та методом можливостей проведення досліджень. Предметом навчальної дисципліни є господарська діяльність підприємств, їх підрозділів, об'єднань, інших господарських формувань, яка має відображення у вихідних для аналізу даних обліку, звітності та планах підприємства, а також у системі аналітичних економічних показників.

Метою навчальної дисципліни «Аналіз господарської діяльності» є засвоєння здобувачами вищої освіти теоретичних й практичних знань з питань організації та ведення аналізу господарської діяльності, набуття навичок щодо методики проведення аналізу на різних рівнях господарювання з метою комплексного оцінювання результатів діяльності, прийняття дієвих, ефективних, оптимальних управлінських рішень.

Здобувач вищої освіти повинен знати методику аналізу ринкового потенціалу, визначення кола конкурентів, конкурентних переваг підприємства, аналізу ресурсного потенціалу підприємства, окремих процесів (виробництво, розподіл, зберігання, переробка, транспортування продукції), аналізу собівартості продукції, управління витратами операційної діяльності, фінансової й інвестиційної діяльності, аналізу реалізації продукції, оцінки асортименту продукції за видами, надання послуг, виконання робіт, аналізу фінансових результатів діяльності підприємства, інвестиційної привабливості, кредитоспроможності підприємства, фінансового стану тощо.

Робочий зошит є методичною основою для проведення практичних завдань та самостійної роботи здобувачів вищої освіти.

Таблиця Тематика освітньої компоненти

Змістовні модулі курсу			Теми
Найменування	Обсяг, кредити	Сума балів	
Змістовний модуль 1. Організація економічного аналізу на підприємстві	0,333	5,0-10,0	Тема 1. Сфери використання економічного аналізу. Предмет та види економічного аналізу.
	0,40	5,0-10,0	Тема 2. Метод і методика економічного аналізу.
	0,333	5,0-10,0	Тема 3. Інформаційна база економічного аналізу.
	0,333	5,0-10,0	Тема 4. Організація економічного аналізу на підприємстві.
Змістовний модуль 2. Маркетинговий аналіз діяльності підприємства.	0,333	5,0-10,0	Тема 1. Аналіз умов господарювання підприємства.
	0,40	5,0-10,0	Тема 2. Маркетинговий аналіз діяльності підприємства.
	0,40	5,0-8,0	Тема 3. Аналіз конкурентних позицій підприємства.
	0,333	5,0-8,0	Тема 4. Аналіз техніко-технологічних особливостей (технологічні карти).
Змістовний модуль 3. Аналіз ресурсного потенціалу підприємства.	0,40	5,0-8,0	Тема 1. Аналіз земельних ресурсів. Оцінка природних ресурсів території.
	0,40	5,0-8,0	Тема 2. Аналіз трудових ресурсів. Оцінка соціально-демографічних чинників.
	0,333	5,0-8,0	Тема 3. Аналіз основних засобів. Аналіз капітальних вкладень, інвестиційні можливості.
Всього	4,0	60-100	x

## МОДУЛЬ 1. Організація економічного аналізу на підприємстві.

### Завдання 1. Аналітична функція. Сфери застосування економічного аналізу.

Аналіз – є системою знань, способів й підходів оцінки стану діяльності, можливих варіантів її поліпшення, обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на досягнення результату. Аналіз – є інструментом управління.

Сфери застосування:

- усі сфери й галузі діяльності національної економіки
- в усіх суспільних системах
- на усіх рівнях управління
- свідомо, підсвідомо, інтуїтивно
- масштабність – особистісна, локальна, галузева, регіональна, державна, міждержавна, глобальна
- особливості процесів і явищ
- встановлення причинно-наслідкових залежностей
- орієнтація на очікуваний результат
- коригування управлінських рішень з огляду на зміну внутрішніх й зовнішніх чинників (факторів) впливу.

### Завдання 2. Формування аналітичної задачі.

Аналітична задача включає реалізацію завдань, які направлені на виявлення причинно-наслідкових залежностей у операційній, фінансовій, інвестиційній діяльності окремого суб'єкту ринку:

1. Аналіз умов господарювання підприємства (внутрішні, зовнішні чинники впливу).
2. Аналіз ринкових можливостей підприємства (маркетинговий аналіз).
3. Аналіз ресурсного потенціалу підприємства, оцінка впливу природних чинників впливу, екологічний аналіз.
4. Аналіз виробництва продукції, товарів, надання робіт та послуг підприємством.
5. Аналіз собівартості продукції, оцінка витрат діяльності, управління витратами.
6. Аналіз реалізації продукції, товарів, робіт та послуг підприємством.
7. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства.
8. Аналіз фінансового стану підприємства. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства. Оцінка кредитоспроможності підприємства.

Об'єктом аналізу є окремий суб'єкт ринку, який провадить свою діяльність, здійснює витрати, отримує фінансовий результат діяльності.

Предметом аналізу – є комплексна оцінка діяльності підприємства, дослідження окремих процесів та явищ, виявлення пріоритетних чинників впливу, оцінка ситуації, встановлення причинно-наслідкових залежностей, обґрунтування резервів з урахуванням внутрішніх (вхідних, базових) можливостей підприємства, в також зовнішніх чинників (можливості, привабливість, імідж тощо).

Вагомою складовою аналітичної задачі – є визначення особливостей діяльності суб'єкту ринку з огляду на галузеву приналежність. У проведенні комплексної оцінки діяльності підприємства рекомендовано використовувати

підприємства аграрного сектора економіки (будь-яка організаційно-правова форма власності).

Послідовність вирішення аналітичної задачі:

1. Мета аналізу.
2. Визначення основних завдань аналізу.
3. Інформаційне забезпечення проведення аналізу.
4. Обґрунтування основних принципів, масштабів оцінки.
5. Методи й підходи аналізу.
6. Вибір критеріїв результативності.
7. Визначення груп показників.
8. Вибір групи нормативних значень показників.
9. Вибір групи прогнозних (планових) значень показників для порівняння.
10. Оцінка показників. Виявлення причинно-наслідкових залежностей.
11. Порівняння показників з нормативними, прогнозними (плановими) значеннями.
12. Виявлення пріоритетних чинників впливу на процеси та явища.
13. Узагальнення результатів. Формування пропозицій. Виявлення резервів.
14. Узагальнення пропозицій для прийняття рішень.
15. Підготовка аналітиком, групою аналітиків: аналітичної записки, аналітичної довідки, виробничого плану, виробничого звіту, фінансового плану, фінансового звіту, стратегії розвитку, маркетингового плану, бізнес-плану, інвестиційної пропозиції, інвестиційного плану, аудиторського висновку тощо.
16. Прийняття управлінських рішень.
17. Оцінка ризиків. Напрями нівелювання ризиків. Упередження ризиків.
18. Основні функції ризик-менеджменту у діяльності суб'єкту ринку.
19. Контроль за виконанням рішень. Рівні відповідальності.
20. Оцінка результативності управлінських рішень.
21. Прогнозування (планування) діяльності суб'єктів ринку.
22. Формування стратегії розвитку, виробничих планів, маркетингових планів, бізнес-планів, інвестиційних планів, інвестиційних пропозицій, грантових пропозицій.
23. Визначення потенційних можливостей залучення зовнішніх джерел фінансування.
24. Упередження фінансових шахрайств під час інвестування діяльності суб'єктів ринку.

### **Завдання 3. Метод і методика економічного аналізу.**

Метод економічного аналізу – системне, комплексне вивчення господарських явищ й процесів. Метод є сукупністю прийомів і способів дослідження діяльності суб'єкту шляхом виявлення і визначення взаємозв'язків та змін його параметрів, кількісного і якісного вимірювання впливу окремих чинників та їхньої сукупності на цю зміну.

Метод – це спосіб дослідження, пізнання певних явищ та процесів у просторі та часі. Метод економічного аналізу являє собою сукупність прийомів та способів дослідження діяльності будь-якого економічного об'єкта через виявлення та вивчення взаємозв'язків між елементами досліджуваного об'єкта.

В економічного аналізі використовується понад 100 прийомів, у тому числі загальнонаукові методи пізнання – аналіз, синтез, дедукція, індукція. Вибір методу дослідження економічних явищ та процесів обумовлюється характером функціональної залежності між параметрами економічної системи, а об'єктивність результатів аналізу обумовлюється достовірністю та якістю економіко-математичного моделювання функціональних зв'язків та коректністю обчислень. Усю сукупність функціональних зв'язків поділяють на дві групи:

- детерміновані зв'язки — пропорційні залежності між двома або більшою кількістю параметрів аналітичної моделі, за умови коли певному значенню чинника відповідає адекватне значення аналізованого параметра;
- стохастичні зв'язки — складні залежності між параметрами аналітичної моделі, за умови коли тому самому значенню чинника може відповідати декілька значень результативного параметра.

Усі методи економічного аналізу умовно поділяють на методи якісного виміру й оцінки функціональних зв'язків та методи кількісного виміру й оцінки функціональних зав'язків.

До методів якісного аналізу належать загальнонаукові методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція) та методи експертних оцінок.

До методів кількісного аналізу належать традиційні методи (порівняння, середні величини, індекси, динамічні ряди, аналітичні групування), методи дослідження детермінованих факторних зв'язків, методи комплексної економічної оцінки, графічні методи аналізу, методи оптимальних рішень, фонетричні методи і моделі.

Використання логічних методів в економічному аналізі базується на загальнонауковому підході дослідження зміни і розвитку економічних явищ та процесів через їхню диверсифікацію та інтеграцію, абстрактних підхід. До цієї групи методів відносять: методи порівняння, методи елімінування, статистичні методи, балансові методи.

Методи комплексної економічної оцінки використовуються для узагальнення кількісної та якісної оцінки сукупності параметрів, які всебічно характеризують зміну і розвиток однорідних економічних явищ та процесів.

Графічні методи використовуються для сприйняття та розуміння сутності економічних явищ та процесів, тенденцій та закономірностей їхньої зміни та розвитку, вивчення структурних зрушень, взаємозв'язків між показниками.

Вагомою складовою результативності економічного аналізу є коректна аналітична задача, вибір дієвого методу дослідження та адекватне ситуації (вхідним умовам) управлінське рішення (управлінські рішення). Комплексне оцінювання діяльності, рейтингове оцінювання роботи підрозділів підприємства, узагальнення результатів оцінки, прийняття рішень на різних рівнях залежать від організаційної структури підприємства — «На ситуацію слід реагувати відразу, або не реагувати взагалі». На усіх етапах оцінки існує потреба щодо дослідження на оцінки ризиків, які нівелюють очікувані результати діяльності.

## **Завдання 4. Оцінка ситуацій.**

Передумови формування аналітичної задачі:

Мета діяльності

Сфера діяльності

Особливості діяльності

Територіальне місцерозташування

Залежність від ресурсів (від природних копалин – до інтелекту)

Інтереси особистості

Інтереси компанії

Внутрішнє середовище

Зовнішнє середовище

Регіональні особливості

Можливості адаптації

Результат діяльності

(соціальний, економічний (фінансовий), екологічний, суспільний)

Фінансовий результат.

**Аналітична задача залежить від поставленої мети:**

аналіз процесів

аналіз явищ

розуміння процесів та явищ, можливих наслідків

встановлення причинно-наслідкових залежностей

узагальнення результатів

прийняття рішень

реалізація рішень

відповідальність за прийняті рішення

коригування рішень через зміну ситуації

формування стратегії, концепції, плану дій

контроль за практичною реалізацією рішень.

**Обов'язкові умови вирішення аналітичної задачі:**

Доступ до інформації

Повнота інформації

Достовірність інформації

Оцінка інформації

Вибір методів і підходів

Кваліфікація аналітиків (знання, досвід, логіка мислення, інтуїція...)

Узагальнення результатів оцінки

Формування варіантів рішень

Можливі наслідки

Потенційні ризики.

**Які конкурентні переваги суб'єкту ринку:**

Сфера діяльності?

Територіальна зосередженість?

Вхідні умови (капітал)?

Достатність ресурсів?

Виробничі потужності?

Відсутність конкурентів?



Зацікавленість інвесторів?  
 Ринки збуту?  
 Умови діяльності?  
 Кваліфікація робітників?  
 Якість продукції, товарів, робіт, послуг?  
 Політика компанії, корпоративні інтереси, особистісні інтереси.

### **Завдання 5. Управлінські рішення.**

Реалізація стратегії розвитку суб'єкту ринку повинна враховувати:  
 Хто приймає управлінські рішення?  
 З якою метою приймаються управлінські рішення?  
 За яких вхідних умов приймаються управлінські рішення?  
 Яким є вплив зовнішніх чинників?  
 Яким є вплив внутрішніх чинників?  
 Чи достатніми є інформаційні ресурси для проведення аналітичної оцінки?  
 Чи достатніми є фінансові ресурси?  
 Чи існує залежність від зовнішніх джерел фінансування?  
 Якими є методика й підходи аналітичної оцінки?  
 Масштаби аналітичної оцінки?  
 Періодичність проведення аналітичної оцінки?  
 Кваліфікація аналітиків?  
 Кваліфікація керівників?  
 Практичні можливості запровадження управлінських рішень?  
 Наслідки прийняття управлінських рішень, які можливі ризики?  
 Скільки ресурсів, які ресурси необхідно задіяти для реалізації стратегії?  
 Яким є контроль?  
 Хто здійснює контроль за практичну реалізацію управлінських рішень?  
 Який результати передбачено отримати?  
 У які строки передбачено отримати результат (соціальний, економічний (фінансовий), екологічний, суспільний)?

### **Завдання 6. Методи, технічні прийоми економічного аналізу**

1. Табличний метод.
2. Графічний метод.
3. Метод порівняння.
4. Метод динамічних рядів.
5. Метод деталізації.
6. Аналітичні групування.
7. Метод абсолютних різниць.
8. Метод ланцюгових підстановок.
9. Метод прямих та обернених зв'язків.
10. Метод відносних різниць.
11. Метод процентних різниць.
12. Індексний метод аналізу.
13. Метод подовження факторних систем і подовження чисельника.

14. Метод формального розкладання.
15. Метод скорочення факторної моделі.
16. Метод розширення функцій моделей.
17. Метод пропорційного розподілу і часткової участі.
18. Інтегральний метод.
19. Симплексний аналіз.
20. Методи експертної оцінки.
21. Методи планування (прогнозування).

## МОДУЛЬ 2. Маркетинговий аналіз діяльності підприємства.

### Завдання 1. Оцінка чинників впливу на діяльність підприємства

Недоліки	Переваги
Правового забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– відсутність нормативно-правової бази щодо способів використання земель сільськогосподарського призначення</li> <li>– розбіжності в нормативно-законодавчих документах               <ul style="list-style-type: none"> <li>– політична нестабільність</li> </ul> </li> <li>– корумпованість судових органів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– функціонування сільськогосподарських підприємств здійснюється відповідно до чинного законодавства</li> <li>– податкові пільги для сільськогосподарських товаровиробників</li> </ul>
Соціального середовища	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– старіння сільського населення</li> <li>– деградація сільських населених пунктів</li> <li>– зменшення реальних доходів сільського населення в розрахунку на одного члена сім'ї</li> <li>– низький рівень соціального захисту сільського населення</li> <li>– занепад соціальної інфраструктури села</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– комплексний соціально-економічний розвиток сільського регіону</li> <li>– розроблені державні цільові програми розвитку села</li> <li>– соціальна відповідальність аграрного бізнесу</li> </ul>
Економічного середовища	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– низький рівень конкуренції, а здебільшого випадків її відсутність               <ul style="list-style-type: none"> <li>– ціновий диспаритет</li> </ul> </li> <li>– наявність на ринку імпортних продуктів харчування низької якості та за низькими цінами</li> <li>– низький рівень технічного обслуговування сільськогосподарських підприємств</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– диверсифікація сільськогосподарських і несільськогосподарських видів діяльності               <ul style="list-style-type: none"> <li>– державна фінансова підтримка сільськогосподарських товаровиробників</li> </ul> </li> </ul>
Екологічного середовища	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– недосконалість нормативно-законодавчої бази щодо охорони навколишнього середовища</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– виробництво екологічно чистої сільськогосподарської продукції</li> </ul>

**Основні задачі** виконання завдання полягають у наступному:

- охарактеризувати місцезнаходження і склад господарства, ґрунтово-кліматичні та інші умови; встановити наскільки вони відповідають успішному

розвитку сільськогосподарського виробництва в господарстві при плановій його спеціалізації. Природно-кліматичні умови та організаційно-економічна характеристика підприємства, що досліджується:

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

Аналіз місцезнаходження підприємства наведено у таблиці 2.1.

**Таблиця 2.1** Місцезнаходження підприємства

Пункти	Назва	Відстань	Стан доріг
Відстань від центральної садиби (км) до:			
- обласного центру			
- найближчої залізничної станції			
- переробних підприємств			
Приймальних пунктів:			
- худоби та птиці			
- молока			
- зерна			

За проведеним дослідженням виявлено, що

---



---



---



---



---



---



---



---

Описати фактори внутрішнього та зовнішнього середовища для підприємства:

---



---



---

### Аналіз розміру підприємства

Для повної характеристики підприємства необхідним є проведення аналізу розмірів виробництва. Розміри сільськогосподарських підприємств визначають по відношенню до досягнутого рівня розвитку виробничих сил. Найкращі результати забезпечуються у тому випадку, якщо господарство має оптимальний розмір. В свою чергу оптимальний розмір підприємства залежить від його виробничого напрямку, компактності, землекористування, рівня технічної оснащеності, рівня організаційних здібностей і кваліфікації керуючих кадрів, стану організації та дисципліни праці безпосередніх виконавців. Для забезпечення більш повної оцінки, розміри підприємства доцільно порівняти з розмірами середньо районних показників або показників передового господарства.

**Таблиця 2.3** Розміри виробництва підприємства

Показники	Роки		В середньому за три / п'ять років	Підприємство у 20_р. в % до	
	20__	20__		20_р.	Середнього
Вартість валової продукції сільського господарства (в постійних цінах 2016 р.), тис.грн., в т.ч.:					
- рослинництва					
- тваринництва					
Дохід (виручка), тис. грн., у т.ч.:					
- від рослинництва					
- від тваринництва					
Середньорічна чисельність робітників, осіб					
Площа сільськогосподарських угідь, га					
Середньорічна вартість активів, тис.грн.					
Енергетичні ресурси, к.с.					
Поголів'я худоби та птиці, ум. голів					

Отже, \_\_\_\_\_

### Аналіз спеціалізації сільськогосподарського виробництва.

Спеціалізація – одна з форм суспільного розподілу праці. Правильна спеціалізація господарства – важлива умова зростання обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, покращення її якості та зниження собівартості. Визначимо форму спеціалізації підприємства на основі даних форми 50 с. -г.

**Таблиця 2.4** Розмір та структура доходу (виручки) від реалізації сільськогосподарської продукції, товарів, робіт та послуг

Види продукції, галузі	20_р.	20_р.	20_р.	В середньому за три роки	Структура, %
Зерно Цукровий буряк Соняшник Овочі Інша продукція рослинництва					
Разом по рослинництву					
Скотарство, всього: - молоко - приріст живої маси ВРХ Приріст живої маси свиней Птахівництво Інша продукція тваринництва					
Разом по тваринництву					
Разом по сільськогосподарському виробництву					
Промислова переробка Роботи та послуги					
Разом по господарству					100,0

Аналіз даних таблиці надає можливості обґрунтувати, що

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

На основі проведеного аналізу обсягів грошової виручки від реалізації сільськогосподарської продукції необхідно визначити форму спеціалізації сільськогосподарського підприємства. Форми спеціалізації: - вузькоспеціалізоване, при умові, що обсяг грошової виручки від реалізації одного виду продукції займає більше 90% від загального обсягу;

- спеціалізоване, при умові, якщо від однієї галузі отримано до 50% грошових надходжень, або від двох споріднених по 25% (в сумі 50%);
- багатогалузеве.

### *Аналіз організаційної структури підприємства.*

Організаційну структуру господарства визначають за складом виробничих підрозділів (відділень, ферм, бригад, підсобних і допоміжних виробництв). Організаційна структура є основною структури управління. Показники для аналізу організаційної структури господарства приведені в таблиці 2.5.

**Таблиця 2.5 Основні показники організаційно-виробничої структури**

Виробничі відділення	Всього	У т.ч. по відділеннях	
		№ 1	№ 2
Кількість бригад, у т.ч.: - будівельних; - по обслуговуванню ферм; - механізованих загонів; Ремонтні майстерні Ангари Гаражі Нафтобаза Кількість ферм, всього, в т.ч. по галузям: - скотарство; - свинарство; - птахівництво			

Для подальшого аналізу необхідним є проведення аналізу внутрішньогосподарської концентрації виробництва.

Таблиця 2.6 Внутрішньогосподарська концентрація виробництва

Показники	Всього
Середньорічна чисельність робітників, осіб	
Площі сільськогосподарських угідь, га	
В т.ч. рілля	
Питома вага в сільськогосподарських угіддях, %	
- ріллі	
Площа посіву, га	
В т.ч. під: - зерновими;	
- соняшником;	
- овочами;	
Поголів'я худоби на фермах:	
- корів;	
- молодняк ВРХ;	
- свиней;	
Валова продукція, %	
- зерна	
- соняшнику	
- овочей	
- молока	
- приросту живої маси ВРХ	
- приросту живої маси свиней	
- птахівництва	

**Висновок:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### Питання для самоконтролю:

1. Що включають організаційно-економічні умови підприємства і яке основне завдання їх аналізу?
2. Як проводиться аналіз місцезорозташування, розмірів, концентрації, спеціалізації підприємства?
3. Сутність спеціалізації, її економічний зміст?
4. Сутність концентрації, її економічний зміст?
5. На основі яких джерел інформації проводиться аналіз організаційно-економічної характеристики господарства?
6. Організації аналітичної роботи її послідовність на підприємстві, що досліджується.

## **Маркетинговий аналіз діяльності підприємства**

Основними задачами аналізу виступає: виявлення потенційних ринків реалізації продукції; вивчення ринкових можливостей підприємства; обґрунтування обсягів і асортименту продукції; обґрунтування рівня цін на продукцію; оцінка кон'юнктури ринку; загальна оцінка зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу.

### **Завдання 1. Оцінка ринкових можливостей підприємства і вибір ринків збуту**

Основні етапи проведення аналізу:

- визначення видів продукції, які підприємство може запропонувати на ринок;
- обґрунтування обсягів і асортименту продукції;
- обґрунтування рівня ціни продажу;
- оцінка конкурентоспроможності продукції;
- оцінка ринків збуту.

Для визначення продукції, з якою підприємство може вийти на ринок, проводиться ретроспективна оцінка видів продукції, які підприємство має або запланувало до випуску.

**Таблиця 2.7.** Вихідні дані для проведення ретроспективної оцінки основних видів сільськогосподарської продукції

Показники	Види продукції					
	Зернові	Соняш-ник	Кукуруд-за	Цукровий буряк	Молоко	М'ясо
Площа посіву, га					х	Х
Поголів'я тварин, ум.гол.	Х	х	х	х		
Дохід (виручка) від реалізації, тис.грн.						
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн.						
Прибуток (збиток), тис.грн.						
Сума прибутку (збитку) в розрахунку на 1 га посіву, грн.					х	Х
Сума прибутку (збитку) в розрахунку на одну умовну голову, грн.	Х	х	х	х		
Рентабельність (збитковість), %						

Для проведення ретроспективної оцінки продукції застосуємо таблицю 2.8. Ті види продукції, які наберуть найбільшу суму балів є найефективнішими для виходу на ринок.



Таблиця 2.8 Ретроспективна оцінка продукції (бальна оцінка)

Показники	Кількість балів	Фактична оцінка продукції					
		Зернові	Соняшник	Кукурудза	Цукровий буряк	Молоко	Худоба
Сума прибутку (збитку) в розрахунку на 1 га посіву, грн.:							
- прибуток максимальний;	5					X	X
- вище середнього;	4					X	X
- середній;	3					X	X
- нище середнього;	2					X	X
- низький;	1					X	X
Сума прибутку (збитку) в розрахунку на одну умовну голову, грн.:							
- прибуток максимальний;	5	X	X	X	X		
- вище середнього;	4	X	X	X	X		
- середній;	3	X	X	X	X		
- нище середнього;	2	X	X	X	X		
- низький;	1	x	X	x	x		
Рівень рентабельності (збитковості), %:							
- найвищий;	5						
- високий;	4						
- середній;	3						
- низький;	2						
- незначний	1						
Виробничий потенціал галузі:							
- достатній;	5						
- середній;	4						
- обмежений;	3						
- недостатній;	2						
- майже відсутній	1						
Екологічні вимоги:							
- виробництво продукції не шкодить навколишньому середовищу;	5						
- шкодить незначно;	4						
- шкодить середньо;	3						
- шкодить помітно;	2						
- дуже шкодить	1						
Разом:							



При проведенні маркетингового аналізу необхідним є дослідження цін на продукцію. При встановленні рівня цін необхідно враховувати такі фактори:

- витрати на виробництво;
- ціна конкурентів;
- величина та інтенсивність попиту;
- транспортні витрати;
- надбавки та скидки на користь покупця або посередників;
- митні та інші збори;
- витрати на рекламу;
- логістичні витрати.

**Таблиця 2.10** Обґрунтування ціни на основні види продукції

Види продукції	Собівартість 1 ц виробл. продукції	Транспортні витрати	Ціни конкурентів	Попит на продукцію (оцінка)	Інші витрати	Ціна за 1 ц продукції
Пшениця озима						

Одним із важливих факторів що формує ринкову ситуацію є конкуренція. Тому необхідно постійно проводити аналіз конкуренції. Для цього збираються відомості про конкурентів, а саме:

- види продукції що вироблюються;
- ціни на продукцію;
- умови реалізації;
- наявність реклами;

Отже, визначаються сильні та слабкі сторони конкурентів. Для визначення рівня конкурентного статусу підприємства проводять порівняльний аналіз з найсильнішими конкурентами за допомогою приведеної у таблиці 2.11 шкали експертних оцінок.

Таблиця 2.11 Аналіз конкурентоспроможності

Показники	Бальна оцінка	Власне підприємство	Конкурент
Асортимент продукції:			
- дуже широкий	5		
- широкий	4		
- не дуже широкий	3		
- вузький	2		
- дуже вузький	1		
Якість продукції:			
- відмінна	5		
- добра	4		
- задовільна	3		
- незадовільна	2		
Прийнятна для покупця ціна:			
- дуже висока	1		
- висока	2		
- середня	3		
- низька	4		
- мізерна	5		
Охват ринку:			
- дуже широкий;	5		
- широкий	4		
- середній	3		
- вузький	2		
- дуже вузький	1		
Величина витрат на рекламу:			
- значна	5		
- середня	4		
- незначна	3		
- майже відсутня	2		
- відсутня	0		
Відомість продукції що виробляється;			
- дуже відома	5		
- відома	4		
- відома окремим сегментам ринку	3		
- відома окремим покупцям	2		
- невідома	0		
Ступінь готовності до постачання:			
- високий	5		
- середній	4		
- низький	3		
- дуже низький	2		
Ступінь оновлення видів продукції:			
- високий	5		
- середній	4		
- низький	3		
- дуже низький	2		
- не оновлюється	0		
Разом:			

Сума експертних оцінок аналізованого підприємства визначає його положення серед підприємств-конкурентів для прийняття маркетингових рішень. Щоб забезпечити високу ефективність продукції необхідно знаходити найбільш доцільні ринки збуту. Аналіз вибору ринків збуту проведемо за допомогою наступної таблиці (табл. 2.12).

**Таблиця 2.12** Оцінка ринків збуту продукції

Характеристика ринку	Оцінка а (бали)	Ринки збуту					
		На власну переробку	На ринок у роздріб	На ринок оптом	Інші канали	Переробні підприємства	
						Інтегровані	Не є інтегровані
Місткість: - необмежений збут - середній - обмежений - відсутній	+3 +2 +1 0						
Ціна продажу: - висока - середня - фіксована - монополія покупця	+3 +2 +1 -1						
Торгова обстановка: - наявність угоди - нормативних актів	+1 +1						
Конкуренція: - значна - середня - слабка - відсутня	0 +1 +2 +3						
Вимоги до якості: - високі - середні - низькі	+1 +2 +3						
Умови збуту: - ринок монополізований - на ринку деякі підприємства - на ринку багато підприємств;	-1 +2 +1						
Відношення до потенційного покупця: - зв'язки стабільні - зв'язки середні - зв'язки епізодичні	+3 +2 +1						
Інформація про ринок: - значна і надійна - ненадійна - відсутня	+1 0 -1						

Для більш детального аналізу ринків збуту оберемо один з видів продукції що виробляється в досліджуваному господарстві. Розподілимо його за каналами реалізації і визначимо який з каналів є найбільш доцільним, тобто підприємство отримує найбільший рівень прибутку від реалізації продукції саме за цим каналом.

**Таблиця 2.13** Оцінка ринків збуту при реалізації продукції

Показники	Ринки збуту					
	На власну переробку	На ринок у роздріб	На ринок оптом	Інші канали	Переробні підприємства	
					Інтегровані	Не є інтегровані
Обсяг реалізації, ц						
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн.						
Ціна реалізації 1 ц, грн.						
Дохід (виручка) від реалізації, тис.грн.						
Прибуток (збиток) від реалізації, тис.грн.						
Прибуток отриманий в розрахунку на 1 ц продукції, грн.						
Рентабельність продукції, %						

Які управлінські рішення можна запропонувати для дієвості маркетингових досліджень підприємства:

## Завдання 2. Аналіз попиту на продукцію

Маркетинговий аналіз не завершується на аналізі ринків збуту продукції. Для подальшого аналізу необхідним є дослідження попиту на продукцію що виробляється. Аналіз попиту починається з аналізу динаміки реалізації продукції в досліджуваному господарстві.

**Таблиця 2.14** Динаміка доходу (виручки) від реалізації , тис.грн.

Види продукції	Роки		
	20__ р.	20__ р.	20__ р.
Продукції рослинництва: - зернові - соняшник - кукурудза - цукровий буряк - овочі - інша			
Продукція тваринництва: - молоко - худоба в живій масі ВРХ - худоба в живій масі свині - вовна - яйця - інша			
Продукція власної переробки: - олія - мука - макаронні вироби - ковбасні вироби - консерви - молочні продукти - інша			

Причини зміни попиту на певну продукцію залежать від багатьох факторів. Аналіз основних факторів, від яких залежить обсяг попиту, починається з ціни на продукцію. Для визначення можливої реакції споживачі на ту, чи іншу зміни ціни використовується коефіцієнт еластичності попиту. Еластичність попиту характеризує ступінь реакції покупців, які купили певну кількість товару, на коливання ринкової ціни.

**Е (еластичність попиту) = відсоток зміни обсягу продукції (Q) / відсоток зміни ціни на продукцію (P)**

Для проведення аналізу попиту на певний вид продукції застосуємо наступну таблицю (табл. 2.15).

**Таблиця 2.15** Розрахунок коефіцієнту еластичності попиту залежно від ціни реалізації продукції

Роки	Ціна 1 ц, грн		Попит на продукцію в розрахунку на одну людину		Коефіцієнт еластичності попиту (E)
	Фактична (P)	Приріст у % до попереднього року	Фактичний (Q)	Приріст у % до попереднього року	
1	2	3	4	5	6=5/3

Коефіцієнт прямої еластичності попиту ( $E_p$ ) за ціною показує, наскільки відсотків змінюється попит, якщо ціна товару змінюється на 1 відсоток.

$$E_p = (\Delta Q_x / Q_x) / (\Delta P_x / P_x) = (\Delta Q_x / \Delta P_x) / (P_x / Q_x), \text{ де}$$

$Q_x$  – обсяг продажу аналізованого товару;

$\Delta Q_x$  – зміна обсягу реалізації товару;

$P_x$  – ціна продажу аналізованого товару;

$\Delta P_x$  – зміна ціни реалізації аналізованого товару;

За допомогою наведеної формули проведемо аналіз коефіцієнту прямої еластичності попиту на певний вид продукції в досліджуваному господарстві (табл. 2.16).

**Таблиця 2.16** Розрахунок коефіцієнту прямої еластичності попиту за ціною на продукцію (вказати вид)

Роки	Попит на продукцію в розрахунку на одну людину		Ціна 1 ц, грн		Коефіцієнт прямої еластичності попиту ( $E_p$ )
	Фактичний (Q)	Приріст у % до попереднього року	Фактична (P)	Приріст у % до попереднього року	
1	2	3	4	5	6=(3/5) / (4/2)



Проведемо аналіз еластичності попиту при зміні доходу споживача.

**Коефіцієнт еластичності попиту за доходом (E<sub>i</sub>) = відсоток зміни обсягу продукції (Q) / відсоток зміни доходу в розрахунку на одну людину (I)**

**Таблиця 2.17** Розрахунок коефіцієнту еластичності попиту на продукції за доходом

Показники	Базисний період (20_р.)	Звітний період (20_р.)	Приріст, +,-
Дохід в розрахунку на одну людину, грн.			
Попит на продукції в розрахунку на одну людину, грн.			
Коефіцієнт еластичності попиту			

Коефіцієнт еластичності попиту за доходом показує, наскільки відсотків змінюється попит, якщо дохід в розрахунку на одну людину змінюється на 1 відсоток.

### **Завдання 3. Життєвий цикл товару.**

Життєвий цикл товару – це час існування товару на ринку. Концепція життєвого циклу товару оснований на тому, що будь яка продукція, роботи чи послуги з певними споживчими якостями рано чи пізно випереджаються більш вдосконаленою продукцією, яка має кращі споживчі якості. В практичній діяльності не існує “вічного товару”, так як рано чи пізно прибуток, отриманий від реалізації товару, із-за скорочення попиту настільки зменшується, що подальша реалізація продукції стає непотрібною. Сутність теорії життєвого циклу полягає в тому, що товар являє собою живий організм із певними стадіями розвитку: народження-зрілість-старіння – смерть. На першому етапі виведення на ринок – відбувається період поступового зростання збуту, де із-за великих витрат на просування продукції на ринку прибутку ще не має, комерційна діяльність збиткова і стає прибутковою тільки в кінці цього етапу.

На другому етапі життєвого циклу товару відбувається швидке розширення продукту на ринку. Споживач приймає товар, розширюються обсяги продаж, та для підприємства з’являється можливість отримання прибутку. Так як на цьому етапі попит на товар швидко зростає, то, не повинно виникати проблем. Але на цій фазі розвитку виникають свої труднощі, пов’язані з тим, що конкуренти пропонують аналогічний продукт. Тому поточні задачі підприємства в значній мірі

скоординовані на зацікавлення покупців до купівлі продукції цієї марки. На цьому етапі йде конкурентна боротьба на обхват споживачів, за частку підприємства на ринку.

Третій етап циклу продукту, називається етапом зрілості продукту, він включає період, якому відповідає насиченість ринку даним товаром та стабілізація, або навіть скорочення прибутку від його реалізації. Для даного етапу характерно посилення цінової конкуренції, поступове скорочення цін, яке призведе до поступового зниження прибутковості товару в кінці етапу.

На четвертому етапі життєвого циклу товар уходить з ринку, попит падає. Це призводить до значного зниження прибутковості. Підприємство скоординоване на тому, щоб найбільш вигідно зняти товар з виробництва та піти з ринку. При рішенні даної задачі підприємство постійно повинно концентрувати увагу на двох факторах: час та прибуток, який постійно скорочується.

Обрати собі об'єкт для аналізу та провести комплексне дослідження життєвого циклу товару, графічно зобразити у зошиті. Зробити обґрунтований висновок.

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

#### **Завдання 4. Маркетингова стратегія.**

Маркетингова стратегія стосується формулювання довгострокових цілей та політики підприємства, дослідження та аналізу потенційних ринків, які відповідають місії підприємства. Вона базується на дослідженні ринків та потреб споживачів, узгодженні маркетингових цілей з наявними ресурсами та можливостями підприємства, визначенні товарів, які мають найкращі ринкові перспективи. Ця стратегія є надважливою, адже вона спрямовує і забезпечує координацію роботи усіх інших функціональних підрозділів підприємства навколо загальної стратегії.

#### **Формування маркетингової стратегії.**

- 1.1. Визначення місії, мети та базових передумов створення стратегії.
- 1.2. Дослідження поточної ринкової ситуації, тобто проведення аналізу зовнішнього середовища діяльності підприємства.
- 1.3. Аналіз конкурентоспроможності підприємства, визначення вихідних позицій на ринку відповідної продукції.

- 1.4. Формування варіантів стратегій та відповідної поведінки підприємства на ринку.
- 1.5. Вибір найбільш доцільного варіанту стратегії в реальних поточних умовах діяльності підприємства, формування відповідних цілей маркетингової діяльності.
- 1.6. Розробка плану реалізації обраної стратегії. Аналіз можливих форс-мажорних ситуацій та формування відповідних контрзаходів.
2. Реалізація обраної стратегії за рахунок комплексу маркетингу. Паралельний контроль реалізації стратегії.
3. Аналіз результатів реалізації маркетингової стратегії.
4. Коригування дій на довготермінову перспективу за фактичними результатами реалізації маркетингової стратегії, перегляд стратегічних цілей та засобів їх реалізації.

Така послідовність є циклічною, адже після процес аналізу результатів впровадженої маркетингової стратегії настає етап коригування наступних стратегічних цілей та дій щодо їх досягнення. Підприємства різних галузей та розмірів мають різні періоди перегляду загальних в цілому та маркетингових стратегій зокрема. Сучасні науковці в сфері управління та маркетингу стверджують, що на сучасному етапі розвитку світової економічної системи швидкі процеси розвитку ринків та зміни середовища існування компаній, терміни перегляду корпоративних стратегій зменшуються як в великих корпораціях, так і в середньому бізнесі. На вихідному етапі розробки маркетингової стратегії дуже важливою складовою окрім самого визначення місії, мети та базових передумов реалізації стратегії, є формування команди, що відповідатиме за цей процес, а також часових та ресурсних меж (вартість розробки, обсяги, терміни тощо). Далі, по-перше, необхідно провести повний, об'єктивний та неупереджений аналіз внутрішнього середовища та фактичного стану підприємства, а, по-друге, зробити конкурентний аналіз та аналіз конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз навколишнього ринкового середовища передбачає збір та обробку даних щодо рівню конкуренції на ринку, дій та стратегій конкурентів, вподобань споживачів, факторів впливу на галузь та продукт, та іншу ринкову інформацію з використанням як внутрішніх джерел, так і зовнішніх, які можуть бути придбані, наприклад, як послуга консалтингової компанії. Метою цього етапу є формування повної картини бачення ситуації на ринку продукції, розуміння потенційних сценаріїв розвитку ринку, усвідомлення дій конкурентів та висновки щодо зовнішніх можливостей та загроз для підприємства. На цьому етапі ідентифікуються цільові ринки, цільові споживачі, конкурентоспроможний та затребуваний продукт, потенційно ефективні канали просування продукції та інші нюанси комплексу маркетингу.

Найбільш розповсюдженими методами аналізу зовнішнього середовища підприємства є наступні: SWOT–аналіз (можливості та загрози), PEST–аналіз, SPACE–аналіз, функціонально – вартісний метод, метод бенчмаркінгу, аналіз ланцюга доданої вартості, модель п'яти сил Портера, матриця оцінки можливостей, матриця BCG, матриці GE/McKinsey, метод аналізу полів бізнесу та інші.

Проведення оцінки та аналізу конкурентоспроможності має на меті усвідомлення поточного становища підприємства та його продукції на галузевому ринку. Досягнути повного розуміння вихідного становища підприємства можливо за допомогою оперативної та об'єктивної методики аналізу конкурентоспроможності.

Визначенням та дослідженням методів аналізу конкурентоздатності підприємства займались багато вчених в сфері стратегічного управління. Так, З. Шершньова визначає конкурентоспроможність підприємства як рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо — стратегічного та поточного планування), знань і навичок персоналу тощо, що виражається в таких кінцевих показниках як якість продукції, рентабельність, продуктивність та ін.

Повний аналіз стану підприємства та його поточних ринкових позицій, аналіз конкурентного середовища та конкурентоздатності підприємства, аналіз зовнішніх факторів впливу та зовнішнього середовища дають підприємству змістовну та широку вхідну інформацію для наступного етапу – формування варіантів потенційних маркетингових стратегій.

Розробка варіантів потенційних стратегій має на меті створення можливості вибору керівництвом підприємства з декількох можливостей довгострокової ринкової поведінки. На цьому етапі важливо запропонувати декілька альтернативних варіантів стратегій, на основі таких критеріїв:

- рівень ризику використання конкретної стратегії;
- наявність у підприємства потенціалу для реалізації певної стратегії;
- обсяг витрат на реалізацію конкретної маркетингової стратегії і потенційна величина ефекту від її реалізації;
- переваги від реалізації конкретної стратегії маркетингу відносно інших;
- рівень можливості виконання місії та основних цілей підприємства завдяки реалізації конкретної маркетингової стратегії.

Керівництво підприємства а також, за необхідності, основні стейкхолдери, повинні розглянути запропоновані розроблені варіанти маркетингових стратегій на стратегічній сесії. Найбільш доцільна до реалізації маркетингова стратегія повинна відповідати вимогам керівництва, а також характеру змін навколишнього ринкового середовища і реальним можливостям підприємства запровадити всі необхідні зміни та реалізувати стратегію.

Маркетингова стратегія, що є складовою частиною стратегічного набору підприємства, спрямовує діяльність підприємства на досягнення наступних довгострокових цілей:

- збільшення частки підприємства на ринку (захоплення ринку);
- збільшення обсягу продажів підприємства;
- збільшення прибутку підприємства;
- формування лояльності в існуючого покупця (клієнта) та залучення нових;
- формування позитивного іміджу компанії та бренду;

Маркетингова стратегія виконується через програму заходів щодо розвитку та модернізації виробництва, та реалізації товарів підприємства з метою забезпечення високих і стабільних прибутків. Цей процес може передбачати зміни в бізнес-структурі, культурі та системі управління підприємством (фірмою), розвиток логістичної діяльності та експортних можливостей.

Контроль реалізації стратегії передбачає:

1. Використання статистичного та експертного методів аналізу іміджу підприємства та його товарів.

2. Порівняння та аналіз відхилень запланованих та фактично витрачених ресурсів в контексті реалізації окремих маркетингових цілей.
3. Аналіз зміни конкурентних позицій товарів на ринках, визначення основних факторів впливу та закономірностей.
4. Контроль виконання завчасно визначених базових ключових показників (КРІ).

Зауваження та рекомендації за результатами контролю мають бути враховані через реалізовані на практиці коригуючі та стимулюючі дії, поряд з результатами реалізації маркетингової стратегії. Результати аналізу є основою для висновку щодо правильності вибору стратегії та поточного механізму реалізації маркетингової стратегії підприємства та коректності поставлених стратегічних цілей.

#### **Завдання 5. Прийняття управлінських рішень.**

Одним з основних завдань управління є процес розробки стратегії підприємства. Існує дуже велика кількість способів, методів та підходів формування стратегії підприємства залежно від сфери діяльності, розміру, можливостей підприємства, а також відповідно до зовнішніх умов діяльності підприємства. Визначено три основні моделі розробки стратегії підприємства, яка виходить з питання ролі керівника підприємства:

*Планова модель*, за якою стратегія формується, виконується і контролюється в плановому режимі з залученням професійних працівників, які за допомогою необхідних методів і моделей прогнозують можливі результати і знаходять найефективніший шлях досягнення поставленої мети. У плановому підході акцент робиться переважно на кількісних чинниках, тоді як якісні, організаційні та власні залишаються поза увагою.

*Підприємницька модель*, в процесі розробки стратегії застосовуються менш формальні та методичні методи вибору, в основі яких лежить особистий досвід керівництва підприємства, його знання особливостей функціонування підприємств галузі; ці чинники використовуються для формування потенційних сценаріїв розвитку, які потім враховується при розробці планів, програм та проектів.

*Модель навчання на досвіді*, за якої в умовах нестабільного ринкового, політичного та економічного середовища, велику роль відіграють поточні рішення керівництва щодо коригування стратегії розвитку підприємства.

Керівники вищої ланки зазвичай відіграють найважливішу роль в процесі розробки стратегії підприємства. Керівники відділів (або функцій) приймають участь в формуванні стратегії безпосередньо їх відділу (функції), а у випадку тісної взаємодії з іншими підрозділами або відділами (функціями), допомагають на відповідних напрямках. Згідно з підручником по стратегічному менеджменту, існує чотири основні підходи до розробки стратегічних рішень залежно від участі керівництва і виконавців:

*Головний стратегічний підхід (одноосібний)*. За такого підходу керівник підприємства відіграє роль головного стратега і має вирішальний голос при аналізі, формуванні альтернативних стратегій і при безпосередньому виборі стратегій.

*Підхід делегування повноважень*, який полягає у передачі основного обсягу робіт відповідному кваліфікованому персоналу для відповідального виконання. Персонал зі своїм безпосереднім керівництвом (начальники відділів або функцій) за такого підходу отримує змогу прийняття найбільшої участі в розробці стратегії, а вище керівництво та акціонери виступають як спостерігачі.

*Підхід, що базується на спільній роботі, за якого керівництво підприємства займається розробкою стратегії спільно з майбутніми виконавцями цієї стратегії. Такий підхід дозволяє враховувати бачення співробітників компанії, а також підвищити рівень усвідомлення працівниками місії та цілей підприємства;*

*Ініціативний підхід, що заснований на створенні конкурентних умов між працівниками за можливість врахування їх особистих ідей при розробці стратегії підприємства, за пошук найефективніших способів досягнення мети[30].*

Оскільки питання формування стратегії підприємства складно розглядати суцільно, необхідно зазначити що в основі цього процесу лежить одночасна розробка всіх рівнів у стратегічному наборі підприємства. Розробка стратегії відбувається на генеральному рівні, рівні бізнес-стратегій, на рівні функціональних та ресурсних стратегій підприємства.

Провести оцінку можливостей підприємства та обґрунтувати можливі управлінські рішення з метою забезпечення ефективності діяльності підприємства у стратегічному форматі. Зробити загальний висновок до Модуля 2.

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

### **Питання для самоконтролю:**

1. Маркетинговий аналіз, необхідність його проведення в умовах ринкової економіки.
2. Задачі проведення маркетингового аналізу, джерела інформації.
3. Як проводиться ретроспективна оцінка продукції що виробляється на підприємстві?
4. Як проводиться аналіз обсягу реалізації та асортименту продукції?
5. Як проводиться аналіз рівня цін на продукцію?
6. Як проводиться аналіз ринків збуту продукції?
7. Коефіцієнт еластичності попиту, його економічний зміст.
8. Аналіз коефіцієнту еластичності попиту, методичні прийоми аналізу, порядок розрахунку.
9. Логістична діяльність підприємств.
10. Експортна діяльність підприємств.

### МОДУЛЬ 3. Аналіз ресурсного потенціалу підприємства

Ресурсний потенціал є вхідною умовою реалізації виробничої стратегії підприємства. Виробнича стратегія є одним із елементів стратегічного плану розвитку підприємства, без якого загальний механізм діяльності був би неможливим, оскільки саме виробнича стратегія визначає, які виробничі потужності будуть на підприємстві, наскільки ефективно вони використовуватимуться, що і як буде продукуватися за допомогою них. Фактично вона визначає напрям основної діяльності підприємства. Тому вибір відповідної стратегії є важливим питанням, яке потребує виваженого підходу до його вирішення. Проте він ускладнюється тим, що сьогодні сформовано широку видову структуру виробничих стратегій з урахуванням ряду класифікаційних ознак та критеріїв, але не проведено їх систематизації й узагальнення. Тому практична сторона вибору та формування виробничої стратегії підприємства потребує проведення попереднього теоретичного вивчення цього питання, узагальнення підходів до виділення видів стратегій та їх класифікаційних характеристик.

Вивчення видової структури виробничих стратегій потребує з'ясування сутності самого поняття. В одному із досліджень автора під виробничою стратегією підприємства запропоновано розуміти довгостроковий план дій щодо формування виробничої системи певного типу та ефективного управління її складовими, що забезпечить її функціональну спроможність та економічну ефективність, а як результат – стратегічну конкурентоздатну позицію підприємства.

Науковцями сформовано цілий ряд видів виробничої стратегії з урахуванням певних класифікаційних ознак чи чинників, наприклад, рівень організації виробництва; ефективність виробництва; обсяги виробництва; концентрація управління виробництвом; виробничий потенціал; виробничі потужності та рівень їх використання; витрати виробництва; ефективність управління запасами; ефективність матеріально-технічного забезпечення; ефективність управління якістю, рівень техніки та технології; резерви продуктивності праці; напрями інвестування; швидкість впровадження інновацій. Також існують наукові підходи, в яких виділено окремі види виробничих стратегій без урахування якогось із критеріїв.

Виробничі стратегії: створення нового виробництва; використання наявного виробничого потенціалу; зміни в організації виробництва; стратегія змін у технологічному процесі; впровадження оперативно-календарного планування тощо. Для впорядкування і спрощення розуміння принципових відмінностей між виробничими стратегіями доцільно поділити їх на чотири категорії:

- стратегії, орієнтовані на ринок;
- стратегії, орієнтовані на виробничі можливості;
- стратегії, орієнтовані на загальні можливості підприємства;
- комплексні стратегії.

Різниця полягає у тому, що в першому випадку майбутню виробничу поведінку підприємства визначає споживач, в другому випадку виробнича стратегія будується на основі виробничих можливостей підприємства, третій вид формується на основі можливостей підприємства загалом, а четвертий вид характеризується урахуванням комплексу чинників.

Стратегії, орієнтовані на ринок, передбачають, що під час формування виробничої стратегії менеджери будуть враховувати те, як ринок сприймає товар.

Тому в цьому випадку можна націлюватись на конкурентні переваги чи ринкові. Конкурентними перевагами можуть бути низька вартість товарів, висока якість (в ідеалі поєднання цих двох переваг), швидкий вивід на ринок нових товарів, широка номенклатура та асортимент продукції, врахування потреб та побажань споживачів до основних характеристик товару. Вибір виробничих стратегій, які спрямовані на ринкові переваги, повинен базуватися на врахуванні двох чинників, а саме попиту на продукцію та величини прибутку від її продажу.

Вибір другого виду стратегій ґрунтується на врахуванні якісних та кількісних характеристик виробничої складової, тобто наявних виробничих потужностей та можливостей їх використання, плановий період функціонування виробництва, етап життєвого циклу товару та операційний пріоритет діяльності.

Тому, враховуючи наявні виробничі потужності підприємства, потреби в них та можливості їх використання, можна планувати виробничу стратегію використання наявного виробничого потенціалу за умов стабільного попиту на продукцію без перспектив його зростання з одночасним отриманням бажаного економічного результату та ефективного використання наявних виробничих потужностей. Якщо відбувається зростання попиту на продукцію чи зміна вимог та побажань споживачів за умови максимального використання виробничих потужностей, то рекомендовано впроваджувати стратегію створення нового виробництва чи зміни технологічного процесу. За умов стабільного чи динамічно зростаючого попиту та низької ефективності використання виробничих потужностей, наявності в них «вузьких місць» рекомендовано обирати одну з таких виробничих стратегій: технічного переоснащення, модернізації, реконструкції, удосконалення структури виробництва, удосконалення організації виробничого процесу.

Щодо вибору стратегій з урахуванням періоду, протягом якого планується здійснювати виробництво, то для нетривалого періоду (до 1 року) пропонується реплікаційна стратегія, яка ґрунтується на використанні наявних виробничих потужностей, незмінності виробничого процесу та продукції і націлена на максимальне використання виробничого потенціалу за стабільної його структури та величини. Для короткотривалого періоду (1–2 роки) рекомендована стратегія маневрування, яка передбачає зміну окремих складових операційної системи та характеристик продукції за практично незмінних виробничих потужностей. Її цільове спрямування – максимально ефективно використання наявного виробничого потенціалу за умов варіювання його складових. Стратегія зростання рекомендована для середньо-тривалого виробництва (2–4 роки), коли відбувається збільшення обсягів виробництва раніше освоєних видів продукції, їх модифікацій з урахуванням потреб споживачів. При цьому технологічні і виробничі процеси практично не зазнають змін, але відбуваються нарощення виробничих потужностей та кількісне і якісне покращення виробничого потенціалу.

І за умов довготермінового виробництва (більше 4 років) доцільно впроваджувати інноваційну стратегію, яка передбачає постійне оновлення технологій, освоєння нових видів продукції, модифікацію наявних, нарощення виробничих потужностей та потенціалу.

Залежно від того, на якому етапі життєвого циклу перебуває товар, що продукується, можна обирати одну зі стратегій. Зокрема, якщо товар перебуває на ранній стадії, то рекомендована стратегія пристосування чи стабілізації, на стадії



зростання – стратегія зростання чи інтенсифікації, а на стадії зрілості – стратегія модифікації чи диверсифікації.

Цей підхід може мати суперечливий характер, оскільки стратегія – це довгостроковий план, який повинен визначати орієнтири виробництва продукції від її зародження до зрілості. А в цьому випадку рекомендовані стратегії змінюються на кожному етапі життєвого циклу продукції. Проте така ситуація можлива за зміни керівництва, корпоративної стратегії, кардинальних змін умов функціонування підприємства.

Тому логічним було б на ранній стадії впроваджувати стратегію пристосування, яка передбачає максимальне врахування потреб та побажань покупців щодо основних властивостей та характеристик продукції. Це дасть розширити ринкову нішу, збільшити попит на продукцію, що, зрештою, сприятиме ефективнішому використанню виробничих потужностей. Також на цій стадії можливою є стратегія стабілізації за умов сталого попиту, високої економічної ефективності виробничої діяльності та оптимального завантаження виробничих потужностей. Вона передбачатиме випуск освоєної продукції за практично незмінних кількісних та якісних її параметрів, використання наявного виробничого потенціалу та його поступове нарощення.

На етапі життєвого циклу товару зростання доцільно обрати стратегію зростання або інтенсифікації. Стратегія зростання передбачає нарощення обсягів виробництва продукції, розширення виробничих потужностей за незмінної технології виробництва. Стратегія інтенсифікації передбачає нарощення обсягів виробництва продукції завдяки підвищенню ефективності використання виробничих потужностей, змін технології та технічного оснащення.

На стадії зрілості товару рекомендованими будуть виробничі стратегії модифікації та диверсифікації. Стратегія модифікації передбачає впровадження технологічних змін, створення продукції з якісно новими характеристиками, імплементацію інноваційних ідей у виробничий процес. Стратегія диверсифікації націлена на розширення номенклатури та асортименту продукції, напрямів виробничої діяльності підприємства. Практично одна й інша стратегії спрямовані на оновлення виробництва, нарощення виробничого потенціалу, ефективніше використання виробничих потужностей та їх розширення.

Вибір виробничої стратегії з орієнтацією на операційні пріоритети передбачає такі можливості, як мінімізація витрат, гнучкість виробництва, розвиток якості, швидкість виробництва, післяпродажний сервіс. При цьому два перші пріоритети стосуються традиційних виробничих стратегій, а інші – сучасних. Така градація зумовлена зміною самих пріоритетів виробничої діяльності, які були визначені на основі опитування споживачів. Якщо раніше споживачі віддавали перевагу низькій вартості товару (стратегія мінімізації витрат) чи здатності підприємства швидко реагувати на якісну та кількісну зміну попиту споживачів (стратегія гнучкості виробництва), то сьогодні вирішальними критеріями обрання товару є його висока якість (стратегія розвитку якості) чи швидкість оновлення продукції, вивід на ринок інноваційних продуктів (стратегія швидкості виробництва). Також одним із пріоритетів є післяпродажний сервіс, який характеризується якістю, швидкістю, ціною та комфортністю експлуатаційного обслуговування, а також консультативною підтримкою й інформаційною забезпеченістю під час купівлі товару.

Ще однією групою виробничих стратегій є стратегії, орієнтовані на загальні можливості підприємства, або стратегії загальних переваг. Тобто вибір виробничої стратегії необхідно робити, відштовхуючись від загальних можливостей підприємства, а не тільки його виробничої складової чи комерційних інтересів. Серед цих стратегій виділили адаптаційну, стратегію спеціалізації, наступальну та стратегію прориву.

Адаптаційна стратегія доцільна для впровадження на невеликих підприємствах, які характеризуються невеликими масштабами виробничої діяльності, стабільним, вузьким асортиментом продукції, низьким рівнем інноваційної активності та витрат на неї. Проте за невеликих обсягів виробництва вони можуть краще реагувати на потреби споживачів, враховувати їх побажання та потреби, за рахунок чого мати конкурентні переваги.

Стратегія спеціалізації рекомендована до впровадження на невеликих чи середніх підприємствах з відповідними обсягами виробництва, які поступово впроваджують інновації у виробничий процес та збільшують витрати на НДПКР. В цьому випадку загальною перевагою підприємства стане здатність швидко реагувати на особливі потреби ринку, тим самим формуючи свою ринкову нішу та поступово її розширюючи за рахунок спеціалізації виробництва.

Для великих та середніх підприємств із великосерійним чи масовим типом виробництва, активною інноваційною діяльністю та достатнім її фінансуванням пропонуємо наступальну стратегію. Її впровадження дасть змогу сформувавши загальні переваги за рахунок високої технологічності, інноваційних продуктів та масштабності виробництва.

Стратегія прориву може бути характерна для нових невеликих чи середніх підприємств або тих, хто випускає інноваційний продукт на ринок, працює у сфері інноваційних технологій. Зрозуміло, що впровадження цієї стратегії повинно супроводжуватися значними витратами на проведення НДПКР. Реалізація стратегії прориву дасть змогу досягти загальних переваг саме за рахунок інноваційності діяльності, новизни продукту та швидкості виводу його на ринок.

Також серед виробничих стратегій пропонуємо комплексні, які одночасно враховують декілька чинників (комерційний інтерес, характеристики виробничої системи, загальні можливості підприємства). До комплексних виробничих стратегій віднесли стратегію стабілізації, оновлення, модифікації, переорієнтації та реструктуризації.

Впровадження стратегії стабілізації доцільне на підприємствах, які володіють достатнім виробничим потенціалом, займають стабільну нішу на ринку, отримують бажаний економічний результат та мають обмежені можливості для інноваційної діяльності. За таких умов виробництво буде спрямоване на ефективне використання наявних виробничих потужностей, поступове покращення їх якісних та кількісних характеристик, зростання продуктивності діяльності.

Стратегія оновлення передбачає створення нового виробництва за рахунок нарощення потужностей, формування нових структурних підрозділів, розвитку нових функціональних напрямів діяльності. Впровадження цієї стратегії рекомендовано для підприємств, які мають достатні фінансові ресурси, можливості здійснення інноваційної діяльності, стабільну позитивну репутацію на ринку, або ж тих, що знаходяться на стадії створення.



## Аналіз земельних ресурсів

Основні задачі аналізу: вивчити сучасний стан земельного фонду підприємства і виявити можливості кращого його використання. Аналіз ведеться в динаміці за декілька років, у порівнянні з планом, з середніми показниками господарств району, з даними передового господарства аналогічної спеціалізації, розташованого в схожих природно-економічних умовах (табл. 3.1).

**Таблиця 3.1** Склад і структура земельного фонду та сільськогосподарських угідь

Види земельних угідь	Земельний фонд				Сільськогосподарські угіддя			
	20_р.		20_р.		20_р.		20_р.	
	Га	%	Га	%	Га	%	Га	%
Рілля Багаторічні насадження Сіножаті Пасовища								
Сільськогосподарські угіддя						100,0		100,0
Площа лісу					X	X	X	X
Ставки і водоймища					X	X	X	X
Присадибні ділянки					X	X	X	X
Інші землі					X	x	X	X
Загальна земельна площа		100,0		100,0	X	x	X	X

Розглянемо розмір і структуру посівних площ в господарстві (табл. 3.2). Віддача земельних угідь зростає, якщо господарства своєчасно і в необхідному обсязі здійснюють заходи для поліпшення стану землі. У процесі подальшого аналізу необхідно виявити, як змінюються площі і структура землекористування (табл. 3.3).

**Таблиця 3.2** Розмір та структура посівних площ

Культури	Площа, га		Структура, %	
	20_рік	20_рік	20_рік	20_рік
озимі зернові				
ярі зернові				
зернобобові				
Всього зернових та зернобобових				
Кукурудза на зерно				
цукрові буряки				

соняшник				
Разом технічних культур				
Овочі відкритого грунту				
Овочі закритого грунту				
Баштанні продовольчі				
Кормові культури				
Разом посівів				

---



---



---



---



---

Для аналізу землекористування необхідно розрахувати наступні коефіцієнти:

- **коефіцієнт освоєння землі (К ос.)**, який розраховується відношенням площі с. -г. угідь до загальної земельної площі;

- **коефіцієнт розораності сільськогосподарських угідь (К р.)**, який розраховується відношенням площі ріллі до площі сільськогосподарських угідь;

- **коефіцієнт використання землі (К в.)**, який розраховується відношенням площі посівів сільськогосподарських угідь до площі ріллі.

**Таблиця 3.3** Динаміка і структура землекористування

Показники	20_р.		20_р.	
	га	%	га	%
Загальна земельна площа				
В т.ч. сільськогосподарські угіддя				
З них: - рілля				
- Пасовища;				
Зрошені землі				
Площа посіву				
Коефіцієнт освоєння землі				
Коефіцієнт розораності сільськогосподарських угідь				
Коефіцієнт використання ріллі				

---



---



---

Проаналізуємо використання ріллі в господарстві за допомогою наступної таблиці.

**Таблиця 3.4** Використання земельних ресурсів на підприємстві

Види угідь	Роки		Відхилення, +,-
	20_р.	20_р.	
Площа ріллі			
Площа посівів			
В т.ч. загиблих			
Площа парів			
Площа рілля, що не використовувалась господарством, в т.ч.			
- здано в оренду;			
- не обробляється			

#### **Питання для самоконтролю:**

1. Основні завдання і джерела даних аналізу земельних ресурсів?
2. Як аналізують структуру, стан та використання земельних ресурсів?
3. Як проводять аналіз землекористування?
4. Які законодавчі акти визначають форму власності на землю, умови використання земельних ділянок, плату за землю?
5. Який законодавчий акт визначає систему необхідних відомостей і документів щодо правового режиму земель, їхнього розподілу поміж її користувачами, якісними характеристиками земельних ділянок, народногосподарською цінністю.

#### **Аналіз інтенсифікації процесу виробництва**

Основні задачі: проаналізувати основні показники, які характеризують рівень інтенсифікації сільськогосподарського виробництва і з'ясувати причини зміни найважливіших з них. Необхідні дані обчислення показників інтенсифікації сільськогосподарського виробництва представлено у таблиці 3.5.

**Таблиця 3.5** Вихідні дані для розрахунку показників інтенсифікації виробництва

Показники	20_р.	20_р.	Відхилення, %
Середньорічна вартість основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення і нормованих обігових засобів, тис.грн., в т.ч.: - основні виробничі засоби сільськогосподарського призначення; - обігові засоби Витрати на виробництво сільськогосподарської продукції, тис.грн., у т.ч.: - витрати на оплату праці Витрати праці, всього тис. люд.-год. Внесено добрив, всього т, в т.ч.: - мінеральних (в діючій речовині); - органічних Площа сільськогосподарських угідь, га В т.ч.: - оброблювані землі - зрошувані землі Середньорічна чисельність працівників сільського господарства, осіб. Поголів'я худоби та птиці, ум. гол. Разом по сільськогосподарському виробництву, тис.грн.: вартості валової продукції (в постійних цінах 2016 року), в т.ч.: - рослинництва - тваринництва Валового доходу, тис.грн, в т.ч.: Прибутку (збитку), тис.грн., в т.ч.: - рослинництва - тваринництва			

Використовуючи наведені у таблиці 3.6 дані визначимо і проаналізуємо найважливіші показники інтенсифікації сільськогосподарського виробництва.

Спочатку визначимо показники рівня інтенсифікації в розрізі основних груп виробничих ресурсів – земля, основні виробничі засоби, обігові засоби, робоча сила.

**Таблиця 3.6** Основні показники інтенсифікації використання землі

Показники	20_р.	20_р.	Відхилення, %
Припадає на 1 га оброблюваних земель: - основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення, грн. - виробничих витрат, грн. Питома вага в сільськогосподарських угіддях, %: - оброблюваних земель - зрошуваних земель Одержано на 1 га оброблюваних земель, грн.: - вартості валової продукції сільського господарства (в постійних цінах 2016 р.) - валового доходу від сільського господарства - прибутку від реалізації сільськогосподарської продукції			

**Таблиця 3.7** Основні показники рівня інтенсифікації використання виробничих засобів

Показники	20_р.	20_р.	Відхилення, %
Припадає на 100 грн. вартості валової продукції сільського господарства (в постійних цінах 2016 р.): - основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення, грн. Одержано на 100 грн. основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення, грн.: - вартості валової продукції сільського господарства (в постійних цінах 2016 р.); - валового доходу від сільського господарства; - прибутку від реалізації сільськогосподарської продукції; Припадає на одну умовну голову худоби та птиці, грн.: - вартості валової продукції тваринництва (в постійних цінах 2016 року); - валового доходу; - прибутку від реалізації продукції тваринництва			



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Таблиця 3.8** Основні показники використання трудових ресурсів

Показники	20_р.	20_р.	Відхилення, %
<p>Припадає на одного середньорічного працівника:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення, грн.</li> <li>- оплати праці, грн.</li> </ul> <p>Відпрацьовано середньорічним робітником за рік, люд.-год.</p> <p>Припадає на 100 грн. вартості валової продукції сільського господарства (в постійних цінах 2016 р.), грн.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- витрат праці, люд.-год.</li> <li>- оплати праці, грн.</li> </ul> <p>Отримано на одного працівника сільського господарства, грн.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вартості валової продукції сільського господарства (в постійних цінах 2016 р.)</li> <li>- валового доходу від сільського господарства</li> <li>- прибутку від реалізації сільськогосподарської продукції</li> </ul>			

---

---

---

---

**Таблиця 3.9** Узагальнюючі показники інтенсифікації  
сільськогосподарського виробництва

Показники	20_р.	20_р.	Відхилення, %
Виробничі витрати на 1 грн. вартості валової продукції сільського господарства (в постійних цінах 2016 року), грн. Рентабельність сільського господарства, % Загальна рентабельність (Норма прибутку), %			

**Питання для самоконтролю:**

1. Суть інтенсифікації сільськогосподарського виробництва.
2. Основні показники інтенсифікації сільськогосподарського виробництва.
3. Основні напрямки інтенсифікації та шляхи підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва.
4. Проведення аналізу інтенсифікації сільськогосподарського виробництва, завдання, джерела даних.
5. Економічний зміст показників вартості валової продукції сільського господарства, валового доходу, прибутку. Методика розрахунку.

**Аналіз трудових ресурсів**

Основні задачі аналізу: визначити забезпеченість господарства трудовими ресурсами; виявити резерви і визначити шляхи поліпшення трудовими ресурсами. Джерелами інформації є спеціалізовані статистичні форми звітності 1ПВ, 3ПВ, 6ПВ.

**Таблиця 3.10** Вихідні дані для розрахунку завантаженості земельних угідь та умовного поголів'я на одного працівника

Показники	20_р.	20_р.
Площа сільськогосподарських угідь, га		
Площа посівів, га		
У т.ч. працемістких однорічних культур		
Площа багаторічних насаджень, га		
Разом працемістких однорічних і багаторічних насаджень, га		
Поголів'я худоби та птиці, ум. голів.		
Середньорічна чисельність робітників зайнятих у сільськогосподарському виробництві, осіб		

**Таблиця 3.11** Навантаження земельних угідь і умовних голів худоби на одного працівника

Показники	Середнє значення на три/п'ять років	Роки		20_ рік у % до	
		20_	20_	20_ р.	Середнього
Припадає на одного середньорічного робітника: - сільськогосподарських угідь, га - площі посівів, га в т.ч. працемістких однорічних культур: - площі під багаторічними насадженнями - разом працемістких культур і багаторічних насаджень, га - худоби та птиці, ум. гол.					

**Таблиця 3.12** Потреба у кадрах, їхня кількість

Категорії робітників	План	Факт	Відхилення, +,-
Будівельники			
Електрозварники			
Ветеринарні лікарі			
Техніки			
Слюсарі			
Водії			
Логісти			
Інші категорії робітників			

### Продуктивність праці.

Продуктивність праці – це здатність конкретної праці виробляти за одиницю часу певну кількість продукції. Продуктивність праці характеризують перш за все такі показники: - виробництво валової продукції на одного працівника, на одну люд.-год. Основні задачі аналізу: проаналізувати рівень і тенденцію зміни продуктивності праці; визначити вплив окремих факторів на її відхилення; виявити резерви зростання продуктивності праці.

**Таблиця 3.13** Узагальнюючі показники продуктивності праці

Показники	20_р.	20_р.	20_р. в % до 20_р.
Вироблено вартості валової продукції сільського господарства (в постійних цінах 2016 року) у розрахунку на: - середньорічного працівника сільського господарства, грн.; - одну людину-годину Припадає валового доходу, грн. на: - середньорічного працівника - одну людину-годину			

Рівень продуктивності праці одного працівника за рік залежить від: - числа відпрацьованих люд.-год. одним середньорічним працівником за рік; - рівня використання валової продукції за одну люд.-год.

Частка їх впливу на відхилення результативного показника визначається за допомогою прийому обчислення різниць (табл. 3.14).

### Чинники впливу на продуктивність праці:

---



---



---



---



---

**Таблиця 3.14** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на продуктивність праці

Показники	20_р.	20_р.
<p>Чинники впливу:</p> <p>Відпрацьовано за рік одним працівником, люд.-год.</p> <p>Вироблено продукції за одну люд.-год., грн.</p> <p>Результативний:</p> <p>Продуктивність праці одного працівника за рік, грн.</p> <p>Загальне відхилення,</p> <p>В т.ч. за рахунок факторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- чисельності відпрацьованих люд.-год. одним працівником;</li> <li>- годинної продуктивності праці</li> </ul>		

**Таблиця 3.15** Прямі витрати праці на 1 ц основних видів сільськогосподарської продукції, люд.-год.

Види продукції	20_р.	20_р.	Відхилення, +/-
Зернові			
Соняшник			
Сорго			
Цукровий буряк			
Кукурудза на зерно			
Овочі			
Ягідні культури			
Плодові культури			
Молоко			
Приріст живої маси ВРХ			
Приріст живої маси свиней			
Продукція птахівництва			

**Таблиця 3.16** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на працемісткість соняшнику

Показники	20_р.	20_р.
<p>Чинники:</p> <p>Прямі витрати праці на соняшник у розрахунку на один га, люд.-год.</p> <p>Врожайність соняшнику, ц /га</p> <p>Результативний:</p> <p>Прямі витрати праці на 1 ц соняшнику (працемісткість), люд.-год.</p> <p>Умовний показник</p> <p>Загальне відхилення,</p> <p>у т.ч. за рахунок факторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прямих витрат праці на соняшник в розрахунку на 1 га;</li> <li>- врожайності соняшнику</li> </ul>		

**Таблиця 3.17** Вихідні дані для визначення впливу факторів на працемісткість молока

Показники	20_р.	20_р.
<p>Чинники:</p> <p>Прямі витрати праці на молоко в розрахунку на одну корову, люд.-год.</p> <p>Надій на одну середньорічну корову, ц</p> <p>Результативний:</p> <p>Прямі витрати праці на 1 ц молока (працемісткість), люд.-год.</p> <p>Умовний показник</p> <p>Загальне відхилення,</p> <p>В т.ч. за рахунок факторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прямих витрат праці на молоко в розрахунку на середньорічну корову;</li> <li>- надою на одну середньорічну корову</li> </ul>		

Щоб знизити працемісткість продукції необхідно: в рослинництві підвищити врожайність і знизити витрати праці на один га, в тваринництві – підвищити продуктивність худоби і знизити витрати у розрахунку на одну голову.

## Чинники впливу на працемісткість окремого виду продукції:

---



---



---



---



---

Для того, щоб виявити шляхи зниження витрат на 1 га угідь і на одну голову худоби треба перш за все визначити структуру витрат праці за всіма видами робіт у відповідних галузях рослинництва і тваринництва.

**Таблиця 3.18** Склад і структура витрат праці при виробництві соняшнику

Види робіт	Витрати праці на 1 ц соняшнику, люд.-год.	В % до підсумку
Внесення органічних добрив		
Вспашка		
Боронування		
Посів		
Внесення мінеральних добрив		
Міжрядна обробка (культивация)		
Просапка		
Обробка гербіцидами		
Збір врожаю		
Разом:		100,0

---



---



---



---



---

### Питання для самоконтролю:

1. Поняття продуктивності праці та методи її визначення.
2. Проведення аналізу продуктивності праці, вплив факторів, методичні прийоми.
3. Виявлення резервів зростання продуктивності праці при виробництві продукції рослинництва й тваринництва.
4. Поняття працемісткості сільськогосподарських культур.
5. Проведення аналізу працемісткості сільськогосподарських культур, вплив факторів, методичні прийоми.
6. Виявлення резервів зниження працемісткості сільськогосподарських культур.

## Аналіз оплати праці

Щорічно сільськогосподарські підприємства планують фонд заробітної плати по господарству в цілому, виробничих підрозділах, категоріях працівників, видах продукції. Важливо правильно, раціонально використовувати ці кошти.

Основі задачі аналізу: - проаналізувати фонд оплати праці й фактори, які на нього впливають; - вивчити причини зміни рівня оплати праці; виявити можливості більш правильного використання коштів на оплату праці.

**Таблиця 3.19** Рівень заробітної плати

Показники	20_р.	20_р.	Відхилення, %
Річний фонд оплати праці, тис.грн.			
В т.ч. відрахування на соціальні заходи, тис.грн.			
Середньорічна заробітна плата одного працюючого підприємства, грн.			
Середньорічна заробітна плата одного робітника сільського господарства, грн..			
Середньомісячна заробітна плата одного робітника підприємства, грн.			
Середньомісячна заробітна плата одного робітника сільського господарства, грн.			
Середньорічний виробіток товарної продукції на одного робітника підприємства, грн.			
Середньорічний виробіток товарної продукції на одного робітника сільського господарства, грн.			

**Таблиця 3.20** Чисельність і оплата праці основних груп працівників

Групи працівників	Середньорічна чисельність, осіб		Нараховано оплати праці, всього тис.грн.		Середньорічна заробітна плата працівника, грн.	
	20_р.	20_р.	20_р.	20_р.	20_р.	20_р.
Галузей рослинництва						
Галузей тваринництва						
По сільськогосподарському виробництву						
По підприємству						



**Таблиця 3.21** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на оплату праці одного працівника

Показники	20_р.	20_р.
<p>Чинники:</p> <p>Відпрацьовано за рік одним робітником люд.-год.</p> <p>Оплата однієї люд.-год., грн.</p> <p>Результативний:</p> <p>Середньорічна заробітна плата одного робітника, грн.</p> <p>Загальне відхилення,</p> <p>В т.ч. за рахунок факторів:</p> <p>кількості відпрацьованих люд.-год;</p> <p>оплати праці однієї люд.-год.</p>		

**Таблиця 3.22** Оплата праці за видам сільськогосподарської продукції

Вид продукції	20_р.	20_р.	Відхилення, +,-
Зернові			
Соняшник			
Цукровий буряк			
Овочеві культури			
Плодові культури			
Ягідні культури			
Кукурудза на зерно			
Молоко			
Приріст живої маси ВРХ			
Приріст живої маси свиней			
Продукція птахівництва			
Інші види продукції			

**Таблиця 3.23** Вихідні дані для визначення факторів, що впливають на суму витрат на оплату праці при виробництві певного виду продукції \_\_\_\_\_

Показники	20_ р.	20_ р.
<p style="text-align: center;">Чинники:</p> <p>Валове виробництво окремого виду продукції. ц</p> <p>Витрати праці на одиницю продукції, люд.-год.</p> <p>Оплата праці однієї люд.-год., грн.</p> <p style="text-align: center;">Результативний:</p> <p>Загальна сума оплати праці при виробництві окремого виду продукції, тис.грн.</p> <p>Перший умовний показник</p> <p>Другий умовний показник</p> <p>Загальне відхилення,</p> <p>В т.ч. за рахунок факторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кількості виробленої продукції</li> <li>- витрат праці на одиницю продукції</li> <li>- оплати праці однієї люд.-год</li> </ul>		

---



---



---



---



---

Обґрунтувати фактори впливу на формування фонду оплати праці на підприємстві:

Внутрішні чинники впливу:

---



---



---

Зовнішні чинники впливу:

---



---



---

Таблиця 3.24 Склад та структура фонду оплати праці робітників

Показники	20_р.		20_р.	
	тис. грн.	Питома вага, %	тис. грн.	Питома вага, %
<b>Робітники основного виду діяльності</b>				
Середньорічна чисельність, осіб		-		-
Оплата за відрядними розцінками				
Погодинна оплата за тарифними ставками				
Доплати: - за роботу у понаднормовий час - за цілоденні і внутрішньозмінні простої не з вини робітників - за роботу у нічний час - за суміщення професій - інші доплати робітникам				
Оплата щорічних і додаткових відпусток				
Винагороди за підсумками роботи за рік				
Інші винагороди і заохочення, що входять у фонд оплати праці				
Фонд оплати праці робітників зайнятих в сільськогосподарському виробництві				
<b>Інші робітники та службовці</b>				
Середньорічна чисельність, осіб		-		-
Оплата за основними окладами				
Винагороди за підсумками роботи за рік				
Фонд оплати праці спеціалістів і службовців				
Фонд оплати праці в цілому на підприємстві		100,0		100,0

---



---



---



---



---



---

Таблиця 3.25 Витрати на оплату праці при виробництві окремого виду продукції

Види продукції	Кількість (вартість) продукції			Розцінка за 1 ц (грн.) продукції, грн.	Фонд оплати праці, тис.грн.					
	План	факт	Відх.		План	факт. обсяг при план. розцінці (ст.3* ст.5 план)	факт	Економія (ст. 8-ст.6)	За рахунок	
									Обсяг продукції (ст.7-ст.6)	Розцінки (ст.8-ст.7)
1	2	3	4	5 план/ факт	6	7	8	9	10	11
Пшениця озима										

Для наочного представлення взаємозв'язку продуктивності праці і рівня його оплати можна використати графічний спосіб.

Можна порівняти динаміку зміни продуктивності праці на підприємстві та фонду оплати праці, виявити причини змін. Обґрунтувати доцільність нарощування або скорочення фонду оплати праці на підприємстві.

**Таблиця 3.26** Динаміка фонду оплати праці та заборгованості із заробітної плати, тис.грн.

Роки	Фонд оплати праці по підприємству	Заборгованість із заробітної плати	Відхилення, +,-

---



---



---



---



---



---

**Таблиця 3.27** Динаміка фонду оплати праці та вартості валової продукції

Роки	Фонд оплати праці по підприємству, тис.грн.	Вартість валової продукції, тис.грн.	Відхилення, +,-

---



---



---



---



---



---

### Питання для самоконтролю:

1. Основні завдання та джерела інформації при проведенні аналізу оплати праці на підприємстві.
2. Визначення впливу факторів та методичні прийоми, що застосовуються при аналізі оплати праці.
3. Напрямки зацікавлення робітників та підвищення продуктивності праці.
4. Виявлення можливостей більш раціонального використання коштів на оплату праці.

### Аналіз основних засобів

Процес технічного і енергетичного переозброєння сільського господарства приводить до швидкого росту фондозабезпеченості сільського господарства. У зв'язку з цим зростає роль і значення основних виробничих засобів.

Основні задачі аналізу полягають в наступному: - визначити рівень забезпеченості господарства основними виробничими засобами і енергетичними ресурсами; - вивчити динаміку й структуру основних засобів; - розглянути показники відтворення (руху) основних засобів; - проаналізувати ефективність використання основних виробничих засобів.

По-перше, проаналізуємо рівень забезпеченості підприємства основними засобами та енергетичними ресурсами (табл. 3.28). Джерелом інформації є форма 11-оз «Звіт про наявність та рух основних засобів, амортизацію (знос)».

**Таблиця 3.28** Вихідні дані та розрахунок забезпеченості основними засобами та енергетичними ресурсами

Показники	20 р.	20 р.	Відхилення, %
Середньорічна вартість основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення, тис.грн.			
Енергетичні ресурси, к.с.			
Площа сільськогосподарських угідь, га			
Середньорічна чисельність працівників сільського господарства, чол.			
Вартість валової продукції (в постійних цінах 2016 р.), тис.грн.			
Припадає на 100 га сільськогосподарських угідь:			
- середньорічної вартості основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення, тис.грн.;			
- енергетичних ресурсів, к.с.			
Припадає на одного середньорічного робітника господарства:			
- вартості валової продукції сільського господарства (в постійних цінах 2016 р.), тис.грн.			
- енергетичних ресурсів, к.с.			

Джерелом інформації для розрахунку забезпеченості господарства, що досліджується тракторами виступає ф. № 10 мех.

**Таблиця 3.29** Вихідні дані та розрахунок забезпеченості технікою (тракторами)

Показники	20 р.	20 р.	Відхилення, %
Середньорічна кількість умовних тракторів, шт.			
Площа сільськогосподарських угідь, га, в т.ч.: - оброблюваних			
Припадає на один умовний трактор, га:			
- сільськогосподарських угідь;			
- оброблюваних земель			

**Таблиця 3.30** Розмір та структура основних засобів

Показники	20 р.		20 р.	
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%
Вартість основних виробничих засобів, всього				
в т.ч. : – сільського господарства;				
- будівництва;				
- торгівлі і громадського харчування;				
- промислово-виробничих підрозділів				
Вартість основних невикористаних засобів, всього, в т.ч.:				
- житлового господарства;				
- комунального господарства та побутового обслуговування населення;				
- закладів освіти;				
- закладів культури та мистецтва;				
- закладів охорони здоров'я, фізичної культури та соціального забезпечення;				
- наукові заклади;				

**Таблиця 3.31** Розмір та структура основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення

Показники	20_р.		20_р.	
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%
Будівлі, споруди та передавальні пристрої				
Машини та устаткування, всього, в т.ч.				
- трактори;				
- комбайни та інші сільськогосподарські машини і знаряддя				
Транспортні засоби, всього, з них:				
- автомобілі вантажні				
Інструмент виробничий та господарський інвентар				
Робоча худоба і продуктивна худоба				
Багаторічні насадження				
Капітальні витрати на поліпшення земель (без споруд)				
Інші основні засоби, всього,				
з них основні засоби: - галузі рослинництва;				
- галузі тваринництва;				
- загального призначення				

---



---



---



---



---



---



---

**Таблиця 3.32** Вихідні дані для визначення показників руху основних засобів, тис.грн.

Показники	20_р.	20_р.	Відхилення, %
1. Вартість основних засобів на початок року, всього			
2. Вартість основних засобів на кінець року, всього			
3. Вартість основних засобів на кінець року, по яких знос не нараховується			
4. Знос основних засобів на кінець року			
5. Залишкова вартість основних засобів на кінець року (р.2-р.4)			
6. Вартість основних засобів, які вибули за рік			
7. Вартість основних засобів, які надійшли у звітному році			

---



---



Проаналізуємо рух основних засобів за допомогою наступних коефіцієнтів:

- **Коефіцієнт зносу** – це відношення суми зносу основних засобів до їх початкової вартості, за мінусом основних засобів, за якими знос не нараховується (продуктивна худоба, робочі воли, молоді багаторічні насадження. Чим нижче коефіцієнт зносу, тим кращий стан засобів і навпаки;
- **Коефіцієнт придатності** – відношення вартості їх незношеної частини (залишкової вартості), за мінусом, вартості основних засобів, за якими знос не обчислюється до початкової вартості цих засобів. Залишкова вартість дорівнює вказаній початковій вартості основних засобів за мінусом суми зносу;
- **Коефіцієнт вибуття** – відношення засобів, які вибули за рік до їх наявності на початок року;
- **Коефіцієнт оновлення** – відношення основних засобів, які знову надійшли за рік до їх наявності на кінець року. Коефіцієнт оновлення та вибуття можна визначити і за групами чи видами основних засобів;
- **Коефіцієнт росту** – відношення вартості основних засобів на кінець року до їхньої наявності на початок року.

Таблиця 3.33 Показники стану та руху основних засобів

Показники	20_р.	20_р.	Відхилення, %
Коефіцієнт зносу			
Коефіцієнт придатності			
Коефіцієнт вибуття			
Коефіцієнт оновлення			
Коефіцієнт росту			

Проаналізуємо ефективність використання виробничих основних засобів за допомогою показників:

**Фондовіддача** – вихід вартості валової продукції сільського господарства в розрахунку на 1 гривню основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення;

**Валовий дохід та прибуток** від сільського господарства в розрахунку на 1 гривню основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення;

**Фондоємкість** – це сума основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення які припадають на 1 гривню отриманої вартості валової продукції сільського господарства. Чим менше потрібно засобів на 1 гривню вартості валової продукції тим більше вивільняється в господарстві засобів на інші цілі.



Таблиця 3.36 Обсяги капітальних інвестицій

Найменування	20_р.	20_р.	Відхилення, %
Капітальне будівництво			
Придбання (виготовлення) основних засобів			
Придбання (виготовлення) інших необоротних активів			
Придбання (створення) нематеріальних активів			
Формування основного стада			
Інші			
Разом за рік			

Таблиця 3.37 Структура капітальних інвестицій

Найменування	Протягом року		На кінець року		Відхилення, відсоткових пунктів
	Тис.грн.	%	Тис.грн.	%	
Капітальне будівництво					
Придбання (виготовлення) основних засобів					
Придбання (виготовлення) інших необоротних активів					
Придбання (створення) нематеріальних активів					
Формування основного стада					
Інші					
Разом за рік		100,0		100,0	

**Таблиця 3.38** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на фондоозброєність праці

Показники	20_ р.	20_ р.
<p>Чинники:</p> <p>Середньорічна вартість основних та оборотних засобів (середньорічна вартість активів), тис.грн.</p> <p>Середньоспискова чисельність робітників, осіб</p> <p>Результативний:</p> <p>Фондоозброєність праці, тис.грн./особу</p> <p>Умовний показник</p> <p>Загальне відхилення</p> <p>у т.ч. за рахунок факторів:</p> <p>- середньорічна вартість активів</p> <p>- середньоспискова чисельність робітників</p>		

**Таблиця 3.39** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на фондозабезпеченість виробництва

Показники	20_ р.	20_ р.
<p>Чинники:</p> <p>Середньорічна вартість основних та оборотних засобів (середньорічна вартість активів), тис.грн.</p> <p>Площа посіву сільськогосподарських культур, га</p> <p>Результативний:</p> <p>Фондозабезпеченість виробництва, тис.грн. / га</p> <p>Умовний показник</p> <p>Загальне відхилення</p> <p>у т.ч. за рахунок факторів:</p> <p>- середньорічна вартість активів</p> <p>- площа посіву сільськогосподарських культур</p>		



**Таблиця 3.41** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на фондівдачу

Показники	20 р.	20 р.
<p>Чинники:</p> <p>Вартість валової продукції (в постійних цінах 2016 р.). тис.грн.</p> <p>Середньорічна вартість основних та оборотних засобів (середньорічна вартість активів), тис.грн.</p> <p>Результативний:</p> <p>Фондовіддача, грн.</p> <p>Умовний показник</p> <p>Загальне відхилення</p> <p>у т.ч. за рахунок факторів:</p> <p>- вартості валової продукції</p> <p>- вартості основних та оборотних засобів</p>		

**Питання для самоконтролю:**

1. Що таке основні засоби, їх поділ щодо цільового призначення.
2. Оцінка основних засобів на підприємстві.
3. Основні завдання й джерела даних аналізу основних засобів.
4. Як визначають потребу в основних засобах на підприємстві?
5. Як проводять аналіз структури основних засобів?
6. Основні напрямки надходження основних засобів, джерела їх фінансування?
7. Які показники виступають узагальнюючими при характеристиці забезпеченості господарства основними фондами?

## Аналіз використання машинно-тракторного парку

Основні задачі аналізу: проаналізувати використання тракторів в цілому по господарству та його виробничих підрозділах; виявити резерви більш ефективного використання тракторів; за допомогою прийомів економічного аналізу визначити вплив різних факторів на зміну показників які характеризують використання тракторів.

Основними показниками використання тракторів є:

**Кількість відпрацьованих машино-днів і машино-змін** одним умовним еталонним і фізичним трактором. В цілому за рік ці показники визначаються діленням числа відпрацьованих тракторним парком машино-днів (машино-змін) на середньорічну кількість тракторів;

**Коефіцієнт змінності** – розраховується діленням числа відпрацьованих машино-змін на число машино-днів в роботі;

**Середньозмінні, середньоденна, сезонна, річний виробіток однієї машини;**

**Коефіцієнт корисного використання тракторного парку (Кк)**, який є узагальнюючим показником роботи тракторного парку, який визначається за формулою:

$$K_k = O_p / C_p * K_d * N_v, \text{ де}$$

$O_p$  – обсяг роботи, яка виконана тракторним парком за рік (квартал, місяць, декаду) в еталонних га;

$C_p$  - сумарна потужність тракторного парку в кінських силах;

$K_d$  – кількість календарних днів роботи за рік (квартал, місяць, декаду) на рік 265 днів;

$N_v$  – норма виробітку в розрахунку на 1 к.с. за день.

**Таблиця 3.42** Вихідні дані для визначення основних показників використання тракторів

Показники	20_р.	20_р.	Відхилення, %
Середньорічна кількість еталонних тракторів, шт.			
Відпрацьовано машино-днів, всього.			
Відпрацьовано машино-змін, всього.			
Загальний обсяг виконаних тракторних робіт, ет. га			
Експлуатаційні витрати, тис.грн.			
Сумарна номінальна потужність двигунів тракторів, к.с.			

---



---



---



---



---

**Таблиця 3.43** Основні показники використання тракторів

Показники	20_р.	20_р.	Відхилення, %
<p>Відпрацьовано одним еталонним трактором за рік:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- машино-змін;</li> <li>- машино-днів;</li> </ul> <p>Коефіцієнт використання річного фонду робочого часу.</p> <p>Коефіцієнт змінності.</p> <p>Виробіток на 1 еталонний трактор, ет.га:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- за зміну;</li> <li>- за день;</li> <li>- за рік;</li> </ul> <p>Коефіцієнт корисного використання парку.</p> <p>Собівартість одного умовного еталонного га, грн.</p>			

**Таблиця 3.44** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на зміну загального обсягу тракторних робіт

Показники	20_р.	20_р.
<p>Чинники:</p> <p>Середньорічна чисельність тракторів, шт</p> <p>Річний виробіток на один трактор, га</p> <p>Результативний:</p> <p>Обсяг тракторних робіт, тис. га</p> <p>Загальне відхилення:</p> <p>у т.ч. за рахунок факторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- середньорічної чисельності тракторів</li> <li>- річного виробітку на один трактор.</li> </ul>		



**Таблиця 3.45** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на зміну середньоденного виробітку одного трактора

Показники	20_р.	20_р.
<p>Чинники:</p> <p>Число днів роботи умовного трактора за рік</p> <p>Середньоденний виробіток одного трактора, ет.га</p> <p>Результативний:</p> <p>Середньорічний виробіток на один умовний трактор, ет.га</p> <p>Загальне відхилення:</p> <p>у т.ч. за рахунок факторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- числа днів роботи умовного трактора</li> <li>- середньоденного виробітку одного трактора.</li> </ul>		

**Таблиця 3.46** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на зміну денного виробітку

Показники	20_р.	20_р.
<p>Чинники:</p> <p>Число змін за робочий день</p> <p>Змінний виробіток на один трактор, ет. га</p> <p>Результативний:</p> <p>Середньоденний виробіток умовного трактора, ет.га</p> <p>Загальне відхилення:</p> <p>у т.ч. за рахунок факторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- числа змін за робочий день</li> <li>- змінного виробітку на один трактор.</li> </ul>		

**Таблиця 3.47** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на обсяг тракторних робіт

Показники	200 р.	200 р.
<p>Чинники:</p> <p>Середньорічне число тракторів, шт</p> <p>Відпрацьовано днів одним трактором за рік</p> <p>Середньоденний виробіток одного трактора, ет.га</p> <p>Результативний:</p> <p>Загальний обсяг тракторних робіт, ет. га</p> <p>Перший умовний показник:</p> <p>Другий умовний показник:</p> <p>Загальне відхилення:</p> <p>у т.ч. за рахунок факторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- середньорічного числа тракторів</li> <li>- кількості відпрацьованих днів одним трактором за рік</li> <li>- середньоденного виробітку одного трактора.</li> </ul>		

**Таблиця 3.48** Нормативна потреба, наявність і придбання сільськогосподарської техніки

Назва й марка техніки	Наявність на початок року	Не вистачає	Придбання	Середньорічна кількість машин
Трактори, всього В т.ч.: - К-701 - Т-150 - МТЗ-80 - ЮМЗ-6 л - Т-70 с - Т-16				
Зернозбиральні комбайни, всього В.т.ч.: - Дон-1500 - СК-5 Нива - Топлайнер				
Спеціальні комбайни та інші складні самохідні машини, всього В т.ч.: - бурякозбиральні - Гичкозбиральні - КСК-100 - Кукурудзозбиральні				
Сільськогосподарські машини, всього, в т.ч.: - Вантажні автомобілі - Тракторні причеми - Плуги - Плоскорізи - Луцильники - Борони дисков - Культиватори - Сівалки - Інші				

---

---

---

---

---

**Питання для самоконтролю:**

1. Матеріально-технічна база та її особливості в сільському господарстві.
2. Основні завдання та джерела інформації аналізу використання машинно-тракторного парку.
3. Основні показники забезпеченості господарства тракторами.
4. Які методи економічного аналізу використовують для аналізу машинно-тракторного парку.
5. Оновлення машинно-тракторного парку та джерела фінансування на прикладі досліджуваного підприємства.
6. Використання GPS – навігації.
7. Використання дронів та інформаційне забезпечення процесу виконання основних технологічних операцій.



**Таблиця 3.50** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на загальний обсяг виконаних робіт комбайном марки \_\_\_\_\_

Показники	20__ р.	20__ р.
<p>Чинники:</p> <p>Середньосезонна кількість машин, шт</p> <p>Відпрацьовано днів 1 машиною за сезон</p> <p>Середньоденний виробіток одного комбайна, га</p> <p>Результативний:</p> <p>Загальний обсяг робіт, га</p> <p>Перший умовний показник</p> <p>Другий умовний показник</p> <p>Загальне відхилення,</p> <p>В т.ч. за рахунок факторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- середньосезонної кількості машин</li> <li>- кількості відпрацьованих днів однією машиною</li> <li>- середньоденного виробітку однієї машини</li> </ul>		

---



---



---



---



---



---

**Порівняти вартісні та продуктивні характеристики сільськогосподарських машин:**

---



---



---



---



---



---

**Питання для самоконтролю:**

1. Завдання та джерела інформації для проведення аналізу використання комбайнів.
2. Які показники впливають на загальний обсяг тракторних робіт, методи економічного аналізу?
3. Показники економічної ефективності впровадження нової техніки.
4. Резерви більш ефективного використання комбайнів.

### Аналіз використання вантажного автотранспорту

Основні задачі аналізу: вивчити ступінь використання автопарку; визначити вплив різних факторів на зміну показників, які характеризують використання автопарку; виявити можливості більш продуктивного використання автопарку й зниження собівартості 1 т км.

**Таблиця 3.51** Вихідні дані для розрахунку показників використання вантажних автомобілів

Показники	20_р.	20_р.
Середньоспискова кількість автомобілів, шт. Автомобіле-дні перебування в господарстві, всього тис.км, в т.ч. - в роботі - в ремонті і очікуванні Середня номінальна вантажопідйомність автомашини, т Виконано тис. т/км Перевезено вантажу, тис. т Витрати пального, всього тис.л Витрати на утримання вантажного автопарку, всього тис.грн.		

**Таблиця 3.52** Показники використання вантажного автотранспорту

Показники	20_р.	20_р.	Відхилення +,-
Число днів роботи однієї машини протягом року Коефіцієнт використання машин в роботі Коефіцієнт використання пробігу Коефіцієнт використання вантажопідйомності Кількість відпрацьованих однією машиною тонно км за: - рік - машино-день в роботі Витрати палива на 100 км пробігу, л Собівартість 10 т-км, коп.			

---



---



---



---



---



---

**Таблиця 3.53** Вихідні дані та розрахунок впливу факторів на загальний обсяг тонн-кілометрів

Показники	20_р.	20_р.
<p><b>Чинники:</b></p> <p>Середньорічна кількість автомашин, шт.  Відпрацьовано днів однією машиною за рік  Денна продуктивність однієї машини, т/км</p> <p><b>Результативний:</b></p> <p>Виконано тис. тонн-км, всього  Перший умовний показник  Другий умовний показник  Загальне відхилення,  у т.ч. за рахунок факторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- середньорічної кількості автомашин</li> <li>- відпрацьованих днів однією машиною</li> <li>- денної продуктивності однієї машини</li> </ul>		

**Питання для самоконтролю:**

1. Основні завдання та джерела інформації для проведення аналізу використання вантажного автотранспорту.
2. Показники використання вантажного автопарку, вплив факторів, методичні прийоми.
3. Виявлення можливих резервів більш продуктивного використання автопарку.

## Аналіз капітальних вкладень

За функціональною спрямованістю розрізняють валові і чисті капіталовкладення. **Валові капітальні вкладення** — це загальна сума одноразових витрат капіталу на просте і розширене відтворення виробничих основних фондів та об'єктів соціальної інфраструктури. **Чисті капітальні вкладення** — витрати лише на розширене їх відтворення. Величину чистих капіталовкладень розраховують у такий спосіб: із загального обсягу капіталовкладень вилучаються амортизаційні відрахування, що використовуються, як відомо, на просте відтворення основних фондів та іншого майна підприємства.

Основні задачі аналізу полягають в наступному: визначити рівень забезпеченості господарства капітальними вкладеннями, джерела формування; вивчити динаміку та структуру капітальних вкладень; розглянути показники ефективності капітальних вкладень; обґрунтувати можливості залучення зовнішніх джерел фінансування діяльності підприємства, інвестиційних проектів.

**Таблиця 3.54** Інвестиції в основний капітал за джерелами формування

Джерела формування	20__ рік	20__ рік	20__ рік
У фактичних цінах, млн. грн			
Усього			
у тому числі за рахунок			
коштів державного бюджету			
коштів місцевих бюджетів			
власних коштів підприємств та організацій			
кредитів банків та інших позик			
коштів іноземних інвесторів			
коштів населення на будівництво власних квартир			
коштів населення на індивідуальне житлове будівництво			
інших джерел фінансування			
Відсотків до загального обсягу			
Усього			
у тому числі за рахунок			
коштів державного бюджету	100,0	100,0	100,0
коштів місцевих бюджетів			
власних коштів підприємств та організацій			
кредитів банків та інших позик			
коштів іноземних інвесторів			
коштів населення на будівництво власних квартир <sup>2</sup>			
коштів населення на індивідуальне житлове будівництво			
інших джерел фінансування			



**Таблиця 3.55** Обсяг та структуру прямих іноземних інвестицій в аграрний сектор (регіональний аспект)

Території	20__ рік	20__ рік	20__ рік	20__ р. у % до	
	тис. дол.США	тис. дол.США	тис. дол.США	20__ р.	20__ р.
Всього					
міста					
Миколаїв					
Вознесенськ					
Очаків					
Первомайськ					
райони					

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

**Таблиця 3.56** Склад та структура капітальних інвестицій за видовою структурою у економіку

Капітальні інвестиції	Тис.грн.	%
Освоєно капітальних інвестицій		100,0
Інвестицій у матеріальні активи		
У т.ч. - інвестиції в основний капітал - витрати на інші необоротні матеріальні активи - капітальний ремонт - довгострокові біологічні активи тваринництва - придбання нових та існуючих будівель та споруд		
Інвестиції в нематеріальні активи		

З використанням графічного методу можна провести аналіз джерел фінансування.

**Питання для самоконтролю:**

1. Основні завдання та джерела інформації для проведення аналізу капітальних вкладень.
2. Показники кількісної, якісної оцінки капітальних вкладень, фактори впливу, методичні прийоми.
3. Виявлення можливих резервів нарощування капітальних вкладень.
4. Використання грантових ресурсів.
5. Підготовка грантових пропозицій.
6. Інвестиційні проекти. Інвестиційна привабливість.

**Загальний висновок .**

## Прийняття управлінських рішень

**Таблиця 3.57** Порівняльна оцінка факторів внутрішнього середовища підприємства

Складові зміни внутрішнього середовища підприємства	Позитивні наслідки	Негативні наслідки
Зміна форми власності		
Зміна системи управління підприємством та його підрозділами		
Зміна організаційної структури підприємства		
Зміна організації аналітичної роботи		
Зміна організації виробництва та праці		
Зміна розмірів та спеціалізації		
Зміна виробничого потенціалу		
Зміна підходу до матеріального стимулювання		
Розвиток інтеграції		
Розвиток кооперації		
Впровадження заходів по інтенсифікації виробництва		

**Таблиця 3.58** Порівняльна оцінка факторів зовнішнього середовища підприємства

Складові зміни зовнішнього середовища	Позитивні наслідки	Негативні наслідки
Розширення асортименту продукції на продаж		
Підвищення конкурентоспроможності продукції		
Підвищення іміджу товаровиробника		
Підвищення ціни пропозиції продукції		
Вдосконалення взаємовідносин з постачальниками та покупцями		
Вдосконалення взаємовідносин з фінансовими установами		
Вдосконалення взаємовідносин у сфері страхування		
Вдосконалення взаємовідносин у сфері оподаткування		
Впровадження інновації		
Підвищення рівня інвестиційної привабливості		

Таблиця 3.59 Порівняльна оцінка ресурсного потенціалу підприємства

Складові зміни ресурсного потенціалу	Позитивні наслідки	Негативні наслідки
Інтенсивність використання земельних ресурсів		
Інтенсивність використання трудових ресурсів		
Інтенсивність використання основних засобів		
Інтенсивність використання оборотних активів		
Економічна ефективність використання земельних ресурсів		
Економічна ефективність використання трудових ресурсів		
Економічна ефективність використання основних засобів		
Економічна ефективність використання оборотних засобів		

**Таблиця 3.60.** Порівняльна оцінка виробничого потенціалу підприємства

Складові зміни виробничого потенціалу	Позитивні наслідки	Негативні наслідки
Розширення обсягів валового виробництва		
Збільшення рівня залучених виробничих ресурсів		
Збільшення рівня залучених коштів		
Зміна технологій виробництва		
Підвищення якості продукції		
Скорочення постійних витрат на виробництво продукції		
Скорочення змінних витрат на виробництво продукції		
Підвищення рівня маржинального доходу		
Підвищення рівня валового доходу		
Підвищення рівня чистого доходу		

Таблиця 3.61 Порівняльна оцінка ринкових можливостей підприємства

Складові зміни ринкових можливостей	Позитивні наслідки	Негативні наслідки
Розширення обсягів реалізації продукції		
Підвищення рівня товарності		
Зменшення рівні внутрішньогосподарського використання продукції		
Підвищення доходності реалізації продукції		
Зменшення рівні необґрунтованих витрат на зберігання, доробку продукції		
Зменшення рівні витрат на транспортування продукції та інші витрати на збут		
Підвищення рівні виконання договірних зобов'язань перед покупцями продукції		

Таблиця 3.62 Порівняльна оцінка фінансових результатів діяльності підприємства

Складові зміни фінансових результатів діяльності	Позитивні наслідки	Негативні наслідки
Вдосконалення системи організації виробництва		
Вдосконалення системи реалізації продукції		
Підвищення рівня прибутковості основного виду діяльності		
Ефективне використання власних коштів		
Ефективне використання залучених коштів		
Підвищення рівня платоспроможності підприємства		
Підвищення рівня фінансової стійкості підприємства		
Зменшення рівня внутрішніх ризиків		
Зменшення рівня зовнішніх ризиків		

Будь-яка діяльність завжди пов'язана із ризиком. Як правило, найбільша прибутковість може бути отримана при максимальному ризику. Але в той же час із збільшенням рівня ризику зростає загроза фінансової стійкості і банкрутства підприємства. Дослідження діяльності вітчизняних сільськогосподарських підприємств дає підстави стверджувати, що більшість з них є збитковими, неплатоспроможними, фінансово нестійкими. Отже, ризик неповернення коштів від вкладання в зазначені підприємства є досить великим, а вкладання коштів недоцільним. В залежності від прийняття управлінських рішень щодо реалізації заходів по фінансовому оздоровленню сільськогосподарських підприємств необхідно враховувати можливість як локальних, тобто внутрішніх ризиків підприємства, так і глобальних ризиків, ризиків які виникають на макрорівні.

Отже, оцінка фінансової стійкості та платоспроможності підприємства повинна бути доповнена характеристикою потенційних ризиків помилкових дій з боку менеджерів (ризик упущеної вигоди, збільшення витрат, скорочення платоспроможності), а також ризик впливу стихійних сил, виникнення форс-мажорних обставин. Окремо необхідно досліджувати виробничий ризик, який пов'язаний із особливостями сільськогосподарського виробництва, комерційний ризик, який безпосередньо пов'язаний із реалізацією продукції (робіт, послуг), кон'юктурою ринку, а також фінансовий ризик, який в свою чергу може виникати



через реалізацію відносин підприємства з банками, інвестиційними, страховими, лізинговими компаніями тощо. Крім цього оцінка ризиків повинна враховувати тривалість дії негативних факторів на результативність діяльності підприємства, а саме оцінка довгострокових ризиків, які пов'язані із стійкими негативними тенденціями економічного розвитку, а також короткострокові ризики, які пов'язані із зміною ринкової кон'юнктури. Крім цього негативні фактори впливу на фінансову стійкість підприємства можуть виникати через інфляційний, процентний, валютний, податковий, інвестиційний, депозитний, кредитний та валютний ризики.

**Таблиця 3.63** Характеристика можливих ризиків та факторів їх появи для підприємства

Види ризиків	Фактори появи ризиків	Зони ризиків
Зовнішні ризики  Інфляційний Податковий Відсотковий	Недоотримання запланованого прибутку. Тривалий строк окупності вкладених коштів. Неефективний інвестиційний менеджмент. Суттєві перевитрати власних та залучених коштів. Зміни макроекономічних параметрів.	Інвестиційна діяльність підприємства Кредитування підприємства Збутова діяльність підприємства Податкові зобов'язання підприємства
Внутрішні ризики  Ризик зниження фінансової стійкості Ризик неплатоспроможності Ризик упущеної вигоди Ризик виникнення форс-мажорних обставин	Надмірне, необґрунтоване залучення коштів. Недостатність фінансування активів. Недостатня ліквідність активів. Неефективний фінансовий менеджмент. Низька ефективність використання ресурсів. Висока частка постійних витрат. Недостатність ціни реалізації на готову продукцію. Неефективний виробничий менеджмент. Зміна кон'юнктури ринку.	Виробничо-господарська діяльність підприємства Комерційні діяльність підприємства Ризик-менеджменту

Дослідження зазначених ризиків може бути лише суб'єктивним, так як вони виникають на рівні держави і не залежать від діяльності певного господарюючого суб'єкту. Мінімізація цієї групи ризиків може бути досягнута лише через державні важелі. Для оцінки можливого ризику можна використати методику німецької фірми BERI, критерії представлено в таблиці 3.64.

**Таблиця 3.64** Оціночні критерії індексу BERI для підприємства

Оціночні критерії	Максимальна питома вага для підприємства, %
Політична стабільність	До 10,0
Відношення до іноземних інвестицій	До 5,0
Ступінь націоналізації	До 5,0
Імовірність і ступінь девальвації внутрішньої валюти	До 10,0
Стан платіжного балансу	До 8,0
Ступінь розвитку бюрократизму	До 2,0
Темпи економічного розвитку	До 10,0
Конвертованість валюти	До 8,0
Якість виконання договорів	До 12,0
Рівень втрат на заробітну плату та продуктивність праці	До 8,0
Можливість користування послугами зовнішніх та внутрішніх експертів	До 2,0
Ефективність організації комунікацій	До 2,0
Взаємовідносини з державним сектором	До 8,0
Умови отримання короткострокових кредитів	До 10,0
Умови отримання довгострокових кредитів	До 10,0
Разом:	100,0

Зазначені в таблиці оціночні критерії ще раз дають можливість відмітити, що мінімізація можливих ризиків для підприємства може бути здійснена лише за умови реалізації заходів за внутрішніми змінними.

Так як зовнішні фактори ризиків не залежать від підприємства. Хоча на зовнішні фактори за критеріями дослідження припадає до 70,0% впливу.

Для проведення заходів по мінімізації ризиків необхідно використовувати сукупність методів та прийомів зменшення можливих фінансових втрат. Їх вибір та напрямки реалізації значною мірою залежить від специфіки діяльності підприємства, реалізації стратегій розвитку підприємства.

Для сільськогосподарського підприємства, враховуючі всі вище зазначені особливості необхідним є реалізація наступних заходів: уникнення ризиків через мінімізацію незапланованих втрат та захисту від невиконання договірних зобов'язань, ефективне використання власних та залучених коштів, реалізація управлінських рішень у напрямку підвищення платоспроможності підприємства тощо; утримання ризиків через ефективне дослідження можливих втрат коштів та внутрішнє страхування (створення резервного або страхового фонду); мінімізація ризиків через диверсифікацію та лімітування, тобто максимально чіткий розподіл грошових коштів між різноманітними активами та встановлення відповідних фінансових лімітів (нормативів) по окремих напрямках діяльності підприємства; передача ризику через зовнішнє страхування можливих ризиків підприємства.

### **Загальний висновок .**

Суттєвою базовою основою аналітичної задачі – є визначення особливостей діяльності суб'єктів ринку з огляду на галузеву приналежність. З метою вирішення значної кількості практичних задач достатньо мати чіткі характеристики пріоритетних чинників впливу, які надають повнішу характеристику вірогідності зміни ситуації у майбутньому, переважно, у короткостроковій або середньостроковій перспективі. Вибір пріоритетних чинників впливу потребує поєднання знань, вмінь, логіки мислення та інтуїції аналітика.

Пріоритетні підходи оцінки ризиків у діяльності суб'єктів аграрного сектора економіки повинні ґрунтуватися на можливості запровадження дієвих інструментів управління, які залежать від масштабності ризиків, можливості реалізації заходів з виділеного кола альтернатив. Достовірна оцінка ситуації дозволяє уникати зайвих витрат та формувати коло альтернатив. Адекватність рішень є вагомою перевагою в управлінні діяльністю, так як дозволяє сконцентрувати зусилля на пріоритетах, фактичних можливостях суб'єкту ринку та його структурних підрозділів, за їхньої наявності. Відмінність ризиків за напрямками коригування управлінських рішень залежить від масштабності їхнього впливу на окремі процеси та явища, що визначає інструменти реалізації обраних альтернатив.

Вагомою складовою результативності оцінки є коректна аналітична задача, вибір дієвого методу дослідження та адекватне ситуації (вхідним умовам) управлінське рішення (управлінські рішення). Комплексне оцінювання діяльності, рейтингове оцінювання роботи підрозділів підприємства, узагальнення результатів оцінки, прийняття рішень на різних рівнях залежать від організаційної структури підприємства. З точки зору результативності управління, на ситуацію слід реагувати відразу, або не реагувати взагалі. На усіх етапах оцінки існує потреба щодо дослідження та оцінки ризиків, які нівелюють очікувані результати діяльності.

Практичне впровадження управлінських рішень може бути забезпечене можливостями реалізації спільних дій, гарантування інтересів, відповідальності та очікуваних результатів співпраці за умовах державно-приватного та публічно-приватного партнерства.

## Список рекомендованої літератури

1. Адлер О. О., Руда Л. П., Мацкевічус С. С. Аналіз господарської діяльності. Самостійна робота студента : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2019. 98 с
2. Багров В. П., Багрова І. В. Економічний аналіз : навчальний посібник. Київ : Центр навч. літератури, 2006. 160 с.
3. Болух М. А., Бурчевський В. З., Горбатов М. І. Економічний аналіз : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2001. 540 с.
4. Великий Ю. В. Аналіз господарської діяльності : навчальний посібник. Миколаїв : Вид-во ЧДУ імені Петра Могили, 2014. 156 с.
5. Горлачук В. В., Коваленко О. Ю., Белінська С. М. Економічний аналіз господарської діяльності підприємства : навч. посіб. Миколаїв : ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. 308 с.
6. Данилко В. К., Кушніренко О. М., Марченко К. С. Управління витратами : навчальний посібник. Київ : Каравела, 2012. 216 с.
7. Єгорова О. В., Дорогань-Писаренко Л. О., Литвин О. Ю. Аналіз господарської діяльності : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів аграрного профілю. Полтава : РВВД ПДАА, 2016. 308 с.
8. Клочан В. П., Вишневська О. М., Костаневич Н. І. Організація і методика економічного аналізу : навч. посіб. Миколаїв : МДАУ, 2010. 178с.
9. Ковальчук М. І. Економічний аналіз діяльності підприємств АПК : підручник. Київ : КНЕУ, 2005. 390 с.
10. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз і планування : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 224 с.
11. Лучко М. Р., Жукевич С. М., Фаріон А. І. Фінансовий аналіз : навчальний посібник. Тернопіль : ТНЕУ, 2016. 304 с.
12. Організація і методика економічного аналізу. Практикум. Том I. / В. П. Клочан та ін. Миколаїв : МДАУ, 2009. 241 с.
13. Організація і методика економічного аналізу. Практикум. Том II. / В. П. Клочан та ін. Миколаїв : МДАУ, 2009. 250 с.
14. Попович П. Я. Економічний аналіз суб'єктів господарювання : навчальний посібник. Київ : Знання, 2008. 360 с.
15. Сарапіна О. А., Пінчук Т. А., Стефанович Н. Я. Організація і методика економічного аналізу : навчальний посібник. Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2013. 314 с.
16. Соловйова Н. І. Фінансова стійкість сільськогосподарських підприємств: інтегральна оцінка, інформаційно-експертне забезпечення : монографія. Херсон : ХДУ, 2006. 196 с.
17. Яців І. Б., Липчук В. В., Райтер Н. І. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. Львів : Ліга-Прес, 2015. 240 с.

## Інтернет джерела

1. Всесвітній економічний форум у Давосі. Підсумки 50-ї ювілейної зустрічі. URL : [https://www.rbc.ua/static/longread/davos\\_ukr/index.html](https://www.rbc.ua/static/longread/davos_ukr/index.html)
2. The Global Risks. Report 2020. World Economic Forum. 2020. URL : [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global\\_Risk\\_Report\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risk_Report_2020.pdf)
3. Міжнародний Валютний Фонд (МВФ). URL : <https://sites.google.com/site/economorganizations/ekonomicni-organizaciie-globalnogo-masstabu/mvf-miznarodnij-valutnij-fond>
4. Міжнародний Банк реконструкції та розвитку (МБРР). URL : <https://sites.google.com/site/economorganizations/ekonomicni-organizaciie-globalnogo-masstabu/mbr-r-miznarodnij-bank-rekonstrukciie-ta-rozvitku>
5. Світовий Банк. URL : <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine>.
6. Індекс глобалізації країн світу по версії КОФ / Швейцарський економічний інститут (KOF Swiss Economic Institute). URL : <http://globalization.kof.ethz.ch>

## Навчальне видання

Робочий зошит для здобувачів вищої освіти  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
спеціальності 071 «Облік і оподаткування»  
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**Вишневська Ольга Миколаївна**

**Усикова Олена Миколаївна**

Технічний редактор: О.М. Вишневська

Комп'ютерна верстка: О.М. Вишневська

