

Центральноукраїнський національний технічний університет
Економічний факультет
Кафедра економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи

«ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ»
Завідувач кафедри
д.е.н., професор
_____ Володимир ЗАЙЧЕНКО
«___» _____ 20__ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

на тему:

**«Шляхи підвищення прибутковості діяльності підприємства (на прикладі
ТОВ «Агродар-Україна Плюс», м. Кропивницький)»
«Ways to increase the profitability of the enterprise»**

Виконав здобувач вищої освіти
2м курсу, групи ЕП-22м-1,4
ОПП «Економіка підприємств»
спеціальності 051 «Економіка»
_____ Недоренко С. О.
«___» _____ 20__ р.
Керівник роботи: к.т.н., доцент
_____ Чумаченко О.С.
«___» _____ 20__ р.
Рецензент: к.е.н., доцент
_____ Мельник Т.А.

м. Кропивницький

Центральноукраїнський національний технічний університет

Факультет Економічний

Кафедра Економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітньо-професійна (освітньо-наукова) програма Економіка підприємства

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри

(підпис)

д.е.н., проф. Володимир ЗАЙЧЕНКО
(наук. ступінь, вч. звання, ім'я та прізвище)

«___» _____ 202__ року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Недोरенко Сергій Олександрович

(прізвище, ім'я та по-батькові)

1. Тема роботи «Шляхи підвищення прибутковості діяльності підприємства
ТОВ «Агродар-Україна Плюс», м. Кропивницький)»

2. Керівник роботи Чумаченко Ольга Сергіївна, к.т.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

3. Строк подання роботи до захисту січня 2024

4. Мета та завдання кваліфікаційної роботи Мета кваліфікаційної роботи:

є поглиблення теоретичних засад та обґрунтування практичних аспектів підвищення
прибутковості підприємства у сучасних умовах господарювання.

Завдання: розкрити сутність прибутку, як економічної категорії та розглянути його види;
визначити фактори впливу та резерви зростання прибутковості діяльності підприємства;

дослідити методичні підходи до оцінки прибутковості підприємства; охарактеризувати
діяльність ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»; проаналізувати фінансово-економічний

ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»; оцінити прибутковість підприємства ТОВ «АГРОДАР-
УКРАЇНА ПЛЮС»; розглянути перспективи впровадження стратегії підвищення

прибутковості на підприємстві; запропонувати пропозиції щодо підвищення прибутковості ТОВ
«АГРОДАР-Україна ПЛЮС».

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Ознайомлення з літературними джерелами	05.09.23-20.09.23	
2.	Написання вступу та першого розділу	21.09.23-10.10.23	
3.	Написання другого розділу	11.10.23-11.11.23	
4.	Написання третього розділу	12.11.23-15.12.23	
5.	Оформлення кваліфікаційної роботи	16.12.23-28.12.23	
6.	Перевірка кваліфікаційної роботи на унікальність та виявлення академічного плагіату	29.12.23-20.01.24	
7.	Підготовка ілюстративного матеріалу, отримання відгуку наукового керівника, рецензії, рецензії	21.01.24-24.01.24	
8.	Підготовка до захисту	25.01.24	

Дата видачі завдання
«05» вересня 2023 р.

Керівник роботи _____ *Чумаченко О.С.*
(підпис) (прізвище та ініціали)

Завдання прийняте до виконання
«05» вересня 2023 р.

Здобувач _____ *Недोरенко С. О*
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Недоренко С. О. «Шляхи підвищення прибутковості діяльності підприємства (на прикладі ТОВ "Агродар-Україна Плюс)"». Кваліфікаційна робота за другим (магістерським) рівнем вищої освіти за ОПП «Економіка підприємства» зі спеціальності 051 «Економіка» / Центральноукраїнський національний технічний університет. Кропивницький, 2024. 63 с.

В першому розділі роботи розглядалися теоретико-методологічні засади сутності прибутку, розглянути фактори впливу та резерви її збільшення . Представлено методичні підходи до оцінки прибутковості підприємства. В другому розділі надано характеристику діяльності підприємства, проаналізовано фінансово-економічну діяльність підприємства, а також здійснено оцінку прибутковості підприємства. В третьому розділі запропоновано стратегії збільшення прибутковості підприємства та обґрунтовано підходи до виявлення шляхів подальшого підвищення прибутковості.

Ключові слова: прибуток, прибутковість, дохід, рентабельність.

ANOTATION

S. O. Nedorenko "Ways to increase the profitability of the enterprise (on the example of "Agrodar-Ukraine Plus" LLC)" Qualifying thesis for the second (master's) level of higher education at the OPP "Economics of the enterprise" in the specialty 051 "Economics" / Central Ukrainian National Technical University . Kropyvnytskyi, 2024. 63 p.

In the first section of the work, the theoretical and methodological foundations of the essence of profit were considered, the influencing factors and reserves of its increase were considered. Methodical approaches to the assessment of the company's profitability are presented. The second chapter provides a description of the company's activity, analyzes the financial and economic activity of the company, and evaluates the company's profitability. In the third chapter, strategies for increasing the company's profitability are proposed and approaches to identifying ways to further increase profitability are substantiated.

Key words: profit, profitability, income, profitability.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ..	7
1.1 Сутність прибутку як економічної категорії та його класифікація	7
1.2. Фактори впливу та резерви зростання прибутковості діяльності підприємства	12
1.3. Методичні підходи до оцінки прибутковості підприємства	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»	22
2.1. Характеристика ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»	22
2.2 Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»	31
2.3 Оцінка прибутковості підприємства ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»	36
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	41
3.1. Перспективи впровадження стратегії підвищення прибутковості на підприємстві	41
3.2. Обґрунтування підходів до виявлення шляхів подальшого підвищення прибутковості ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»	44
ВИСНОВКИ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54

ВСТУП

Актуальність теми. Успішне функціонування суб'єкта господарювання на ринку того чи іншого товару або послуги визначається його здатністю приносити достатній дохід для відшкодування витрат і формування прибутку. Прибуток є кінцевий результат діяльності підприємства, що характеризує абсолютну ефективність його роботи. Прибуток є найважливішим чинником стимулювання підприємницької діяльності, створюючи фінансові передумови її розширення, і є основою вирішення соціальних і матеріальних потреб трудового колективу. Значення прибутку зумовлено тим, що, з одного боку, вона залежить переважно від якості роботи організації, підвищує економічну зацікавленість її працівників у найефективнішому використанні ресурсів, з другого – вона є основним джерелом формування державного бюджету. Таким чином, у зростанні прибутку зацікавлені як організація, так і держава.

Ефективне функціонування підприємства можливе за умови його прибутковості, оскільки прибуток є головним джерелом подальшого розвитку, а отже, забезпечує можливість успішної адаптації до змінних умов, підвищує фінансову стійкість та інвестиційну привабливість. Чим більший прибуток, тим реальніше досягнення цілей, які стоять перед підприємством. Прибуток забезпечує безперервність діяльності, що в умовах невизначеності є одним із пріоритетних напрямів стратегічного та оперативного управління. Затяжна економічна криза викликана пандемією COVID-19, а в подальшому і повномасштабна війна значно знецінюють одержувані суми прибутку, тому завдання максимізації прибутку – першорядна необхідність для підприємств.

Прибуток, як джерело виробничого і соціального розвитку, є одним із основних факторів самофінансування підприємства. Крім того, можливості підприємства в основному визначаються тим, наскільки його доходи перевищують витрати. Тому важливу роль у діяльності підприємства відіграє не лише прибуток, а й збитки. Зазвичай вони можуть свідчити про прорахунки і навіть помилки в організації виробництва, а також у збуті. Зазначене дозволяє стверджувати, що прибуток є результатом діяльності підприємства, який свідчить про його абсолютну ефективність.

Актуальність теми дослідження пов'язана з проблемою підвищення прибутковості особливо за умов економічної нестабільності ринкових взаємин.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є поглиблення теоретичних засад та обґрунтування практичних аспектів підвищення прибутковості підприємства у сучасних умовах господарювання.

Для вирішення поставленої мети необхідно розв'язати наступні завдання:

- розкрити сутність прибутку, як економічної категорії та розглянути його види;
- визначити фактори впливу та резерви зростання прибутковості діяльності підприємства;
- дослідити методичні підходи до оцінки прибутковості підприємства;
- охарактеризувати діяльність ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»;
- проаналізувати фінансово-економічний стан ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»;
- оцінити прибутковість підприємства ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»;
- розглянути перспективи впровадження стратегії підвищення прибутковості на підприємстві;
- запропонувати пропозиції щодо підвищення прибутковості ТОВ «АГРОДАР-Україна ПЛЮС».

Об'єкт дослідження є система показників прибутковості сучасного ТОВ «АГРОДАР-Україна ПЛЮС».

Предметом дослідження виступає методика аналізу показників прибутковості підприємства.

Наукова новизна одержаних результатів Основні теоретичні та практичні результати дослідження, які мають наукову новизну, полягають у наступному:

набуло подальшого: розвитку дослідження факторів впливу зовнішнього середовища на ефективність підприємства при якому слід виокремити

генерацію доходу, управління витратами, ринковий попит, конкурентне середовище, регуляторне середовище та економічні умови;

удосконалено:

- перелік стратегій щодо підвищення прибутковості підприємств в умовах ринкової економіки.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у можливості використання його результатів у практичній діяльності сучасних підприємств з метою зміцнення його конкурентної позиції на ринку та впроваджувати запропоновані заходи щодо збільшення прибутковості на підприємствах цієї галузі.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні положення кваліфікаційної роботи доповідалися на Всеукраїнській науково-практичній конференції за темою «Проблеми і перспективи економічного розвитку в умовах модернізації процесів в Україні і світі» та були опубліковані в вигляді тез на тему: «Особливості факторів впливу на прибутковість підприємства».

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота виконана згідно з методичних рекомендацій до виконання та захисту випускних кваліфікаційних робіт. Випускна кваліфікаційна робота викладена на 60 сторінках комп'ютерного тексту, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Робота включає 19 таблиць, 9 рисунків, список використаних джерел налічує 44 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність прибутку як економічної категорії та його класифікація

В умовах ринкової економіки прибуток постає як мета діяльності всіх комерційних підприємств та організацій, тобто позитивний кінцевий фінансовий результат. Фінансовий результат може бути і негативним, тобто підприємство може зазнавати збитків. Отримання прибутку життєво необхідне підприємствам, оскільки прибуток є джерелом фінансових ресурсів їхнього розвитку (додаток А) .

Дослідженням питання сутності прибутку займалися багато зарубіжних та вітчизняних вчених. А. Сміт в своїх працях під прибутком розумів: «закономірний результат продуктивності капіталу, як винагороду капіталістові за його діяльність і ризик, як вирахування з частини неоплаченої праці найманого працівника» [36].

А. Пігу трактував поняття прибуток, або як він називав, «приватний чистий продукт, пояснював як приріст благ, які можна продати, а також приріст доходів того індивіда, який забезпечує капіталовкладення» [24].

На думку Ж.Б. Сея прибуток підприємця «складається з двох частин: промислового прибутку, або проценту на капітал, та прибутку підприємця – винагорода за його промислові здібності, талант, дух порядку та управління» [33].

А. Поддєрьогіна вважає прибуток як « грошовий вираз частини вартості додаткового продукту, тобто частини чистого доходу, отриманого підприємством, яка залишається після покриття витрат виробництва. Підприємство одержує прибуток за умови, коли втілена в знову створеному продукті вартість буде реалізованою і набуде грошової форми. Оскільки додатковий продукт є вартістю, створеною понад вартість необхідного

продукту, то об'єктивна основа існування прибутку пов'язана з необхідністю первинного розподілу додаткового продукту» [39].

Т.В. Осипова під основою прибутковості розуміє «сам прибуток, який у цілому й визначає результат фінансово-господарської діяльності підприємств»[28].

Р.Р. Антонюк пропонує розглядати прибутковість «як здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення господарської діяльності, який полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами, при чому в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування» [16].

Прибуток є найважливішим економічним поняттям у діяльності підприємства. Економічний прибуток також відомий як «економічна додана вартість» (EVA) і розраховується шляхом віднімання загальних альтернативних витрат проекту із загального доходу. У термінології бухгалтерського обліку економічний прибуток можна назвати «економічним доходом», «залишковим доходом» або «надприбутком».

Підприємства зазвичай використовують EVA під час розрахунку ефективності своїх інвестицій і визначення того, чи забезпечують вони бажаний прибуток. Це дозволяє підприємствам зрозуміти, чи створюють вони цінність для акціонерів порівняно з тим, що можна було б отримати за допомогою інших доступних варіантів.

Зрештою, це допомагає визначити, які інвестиції їм потрібно здійснити або яких уникнути. Зосередившись на EVA, підприємства можуть краще розподіляти капітальні ресурси на проекти, які пропонують вищі потенційні винагороди, уникаючи тих, які можуть спричинити збитки.

Важливо також зазначити, що економічний прибуток враховує вартість капіталу під час оцінки проектів, що допомагає гарантувати, що ці інвестиції забезпечують прибуток, який перевищує той, який доступний на ринку [4].

Економічний прибуток — це загальний дохід підприємства за вирахуванням її прямих і непрямих витрат. На відміну від бухгалтерського прибутку, економічний прибуток включає альтернативні витрати [6].

У сучасному світі невизначеності та постійних змін це в інтересах кожного бізнесу щоб підвищити його продуктивність. Підприємства повинні пристосовуватися до мінливих ринкових умов і досягти стабільного прогресу, щоб зберегти свої позиції на ринку. Якщо підприємство хоче щоб досягти успіху в боротьбі з конкуренцією, вона повинна вміти ефективно використовувати свої ресурси [10].

Економічний прибуток як окрема економічна категорія має ряд переваг та недоліків, які зображено на рис. 1.1.



Рис. 1.1 - Переваги і недоліки економічного прибутку

Джерело: складено автором

Переваги економічного прибутку

1. Допомагає систематизувати всі можливості – економічний прибуток, являється відмінним способом порівняти різні можливості для бізнесу і вибрати найкращий і найвигідніший варіант. Це допомагає систематизувати кожную можливість, щоб прийняти обґрунтоване рішення.

2. Вимірює успіх, тобто економічний прибуток разом із бухгалтерським прибутком є чудовим способом вимірювання успіху підприємства. Якщо всі потенційні можливості були ретельно оцінені та прийнято обґрунтоване рішення, економічний прибуток стане чудовим способом показати, що підприємство працює краще, ніж якщо б воно пішла вперед за будь-яким іншим варіантом.

3. Вимірює ефективність, на відміну від бухгалтерського прибутку, який вимірює прибутковість бізнесу, економічний прибуток є чудовим способом вимірювання ефективності бізнесу, зокрема ефективності розподілу ресурсів.

Недоліки економічного прибутку

1. Не враховує кілька важливих фінансових аспектів, тому що являється не точним і повним показником прибутковості підприємства. Він не включає всі важливі фінансові аспекти та операції, які можуть відбутися протягом певного періоду часу.

2. Важко оцінити. Альтернативну вартість невиконання бізнес-діяльності важко точно оцінити. Тому важко точно оцінити економічний прибуток.

Елементи прибутку:

1. Дохід – це надходження підприємства, які відбуваються в одному звітному періоді. Дохід отримується від операційної діяльності.

2. Витрати - це гроші, які підприємство повинно виплатити після продажу продукту за один обліковий період. Протягом звітного періоду витрати зазвичай призводять до зменшення економічних доходів або активів, що означає, що власний капітал часто зменшується.

3. Вартість – цей елемент є грошовими коштами підприємства, які використовуються для виробництва товарів або послуг, які забезпечують прибуток для підприємства, оскільки природа бізнесу полягає в отриманні більшого прибутку.

4. Прибуток і збиток, тобто сума, на яку зменшується або збільшується власний капітал підприємства через операції, які відбуваються в протягом певного періоду. Однак не з інвестиційного доходу власника підприємства.

5. Чистий прибуток – це те, що відбувається, коли ви віднімаєте витрати та збитки від доходу та прибутку за один період. Крім того, це також валове надходження економічних доходу. Це відбувається в рамках звичайної діяльності підприємства, коли валові надходження спричиняють збільшення власного капіталу, яке не спричинене інвестиційним бізнесом [5].

Досліджуючи економічну сутність прибутку та його облікового відображення, доцільно дослідити класифікацію прибутку. В науковій літературі не існує єдиного підходу до класифікації прибутку, тому згрупуємо загальну класифікацію прибутку (див. рис. 1.2).

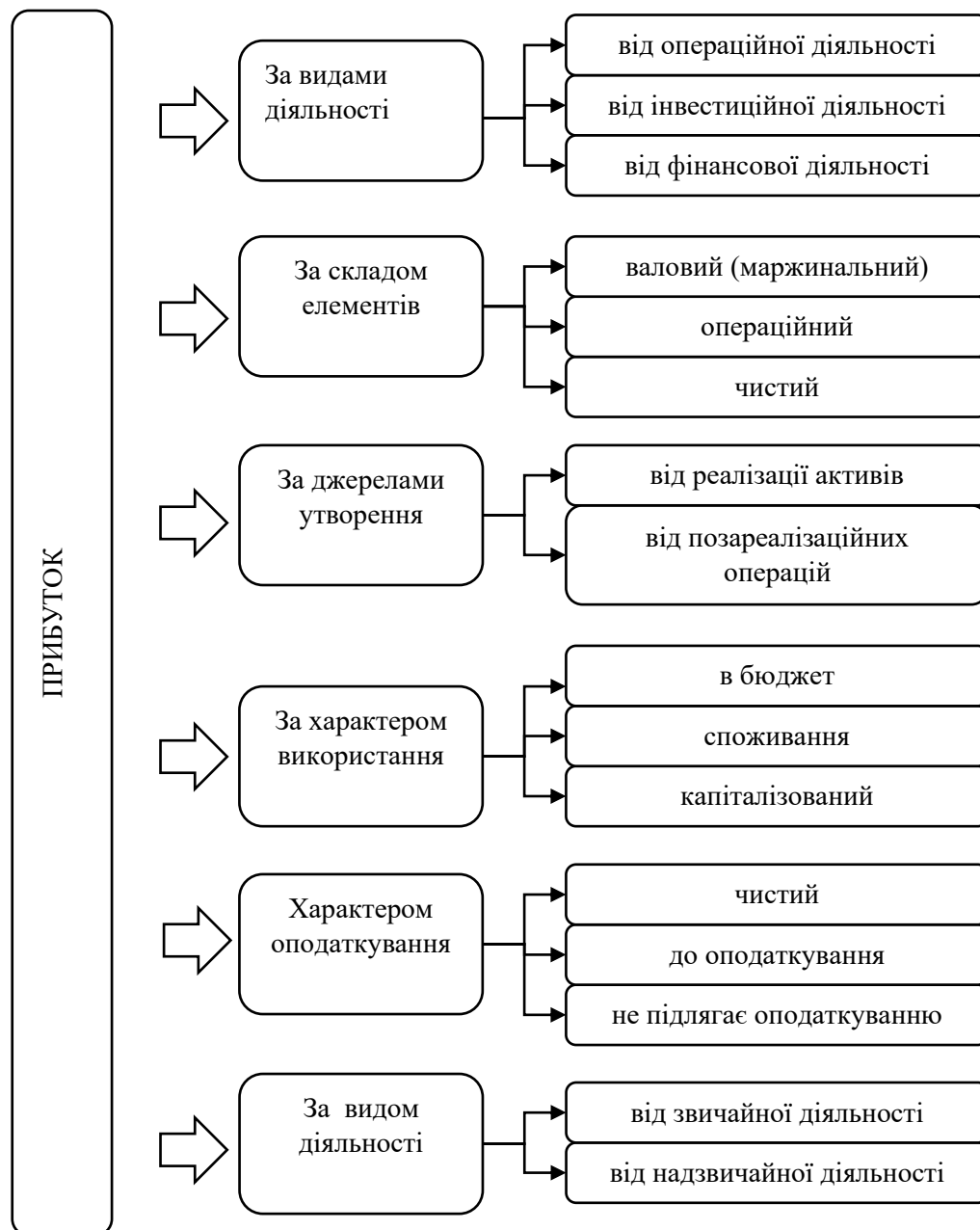


Рис.1.2- Класифікація прибутку

Джерело: складено автором

Загалом підприємства використовують три види прибутку для вивчення різних сфер діяльності. Це валовий прибуток, операційний прибуток і чистий прибуток.

Валовий прибуток віднімає собівартість проданих товарів (COGS) із загального обсягу продажів. Змінні витрати — це лише витрати, необхідні для

виробництва кожного продукту і не включає постійні витрати. Підприємства порівнюють лінійки продуктів, щоб визначити, яка є найбільш прибутковою.

Операційний прибуток включає як змінні, так і постійні витрати.

Чистий прибуток включає всі витрати. Це найточніше уявлення про те, скільки грошей заробляє бізнес. З іншого боку, це може вводити в оману.

1.2. Фактори впливу та резерви зростання прибутковості діяльності підприємства

У процесі формування прибутку піддається впливу різних факторів. Так як сучасній економіці властиві динамізм, невизначеність, ризик та багатфакторність, то посилюються вимоги до системи управління підприємством та прибутком, вимагаючи нових підходів до її організації, методів та інструментів. Тому зміна в динаміці прибутку дає сигнал про необхідність прийняття управлінських заходів, спрямованих на виявлення фактору впливу та його усунення, якщо він носить негативний характер, або використання його як резерву збільшення прибутку, як позитивний фактор.

Для управління фактори необхідно класифікувати. Традиційний підхід передбачає поділ факторів на зовнішні та внутрішні (див. рис.1.3).



Рис.1.3- Фактори впливу на прибутковість підприємства

Джерело: складено автором

Зовнішні фактори впливу мають значний вплив на прибутковість, і тому їх можна розглядають як можливості та загрози для підприємства, що залежить від ефективності менеджменту підприємства.

До зовнішніх факторів належать [4]:

1. Генерація доходу: здатність генерувати постійний і зростаючий дохід має вирішальне значення для довгострокової прибутковості. Підприємства повинні проаналізувати свої канали збуту, клієнтську базу та стратегії ціноутворення, щоб забезпечити стабільне зростання прибутку.

2. Управління витратами. Контроль витрат є важливим для підтримки прибутковості. Це включає моніторинг операційних витрат, оптимізацію управління ланцюгом постачання та впровадження заходів щодо економії.

3. Ринковий попит. Розуміння ринкової динаміки та вподобань клієнтів є життєво важливим для підприємств, щоб залишатися попереду конкурентів. Підприємства повинні проводити дослідження ринку, стежити за галузевими тенденціями та адаптувати свої пропозиції відповідно до мінливих потреб клієнтів.

4. Конкурентне середовище. Аналіз конкурентного середовища допомагає підприємствам бути в курсі стратегій, цін і позиціонування на ринку своїх конкурентів. Ця інформація дозволяє підприємствам виділитися та зберегти конкурентну перевагу.

5. Регуляторне середовище: дотримання застосовних законів і правил має вирішальне значення для уникнення юридичних проблем, які можуть виснажити фінансові ресурси. Підприємства повинні бути в курсі відповідних норм і встановити надійні процеси дотримання.

6. Економічні умови: економічні фактори, такі як інфляція, відсоткові ставки та споживчі витрати, можуть суттєво вплинути на прибутковість підприємства. Аналіз макроекономічних тенденцій допомагає підприємствам передбачати потенційні ризики та відповідно коригувати свої стратегії.

З погляду управління внутрішні чинники піддаються впливу та дозволяють моделювати господарські процеси з метою підвищення

прибутковості. При цьому частина внутрішніх факторів об'єднують у підгрупу основних, до яких відносять:

- зростання обсягів продажів, яке у свою чергу залежить від того, наскільки конкурентоспроможна продукція, як швидко вона оновлюється, який її асортимент, чи є післяпродажне чи сервісне обслуговування, чи задовольняє споживача якість продукції та рівень цін тощо;

- собівартість продукції, що безпосередньо впливає на розмір прибутку, оскільки прибуток формується у процесі виробництва. Саме в собівартості необхідно шукати її резерви підвищення. Ефективним інструментом управління витратами та прибутком може бути управлінський облік, який поки що не достатньо використовується підприємствами;

- вплив фактора ціни, на прибуток, за інших рівних умов, визначається питомою вагою валових витрат у структурі ціни. Чим він нижчий, тим більший прибуток і навпаки підвищення питомої ваги валових витрат призводить до зниження прибутку;

- вплив структури продукції визначається співвідношенням високорентабельної, низькорентабельної та збиткової продукції. Чим вища частка високорентабельної продукції, тим більший прибуток, тому дуже важливо оптимізувати портфель замовлень, збільшуючи в ньому частку саме високорентабельної продукції.

Підгрупа другорядних факторів має менш істотний вплив, який не одразу може бути помітно, але враховувати його необхідно, оскільки роль основних факторів, що розглядаються як резерви, може бути повною мірою вичерпана, і тоді другорядні набувають іншого рівня значимості. Необхідно усунути такі порушення, як: цінові; в організації виробництва та умовах праці; як продукція; у постачаннях ресурсів тощо.

В принципі внутрішні фактори можна не поділяти на основні і другорядні, а розглядати їх в глобальному значенні, а саме:

1. Стратегія ціноутворення – одним із основних факторів, який може суттєво вплинути на прибутковість, є цінова стратегія, прийнята бізнесом. Якщо продукти чи послуги мають занадто низьку ціну, це може залучити

клієнтів, але призведе до недостатнього доходу для покриття витрат і отримання прибутку. З іншого боку, встановлення занадто високих цін може відлякати потенційних клієнтів і призвести до зниження обсягу продажів. Проведення ретельного аналізу ринкових тенденцій, цін конкурентів і структури витрат має важливе значення для визначення оптимальної стратегії ціноутворення.

2. Контроль витрат. Інший важливий аспект, який слід враховувати під час аналізу прибутковості, — це контроль витрат. Малі підприємства повинні ретельно керувати своїми витратами, щоб гарантувати, що вони не з'їдають прибутки. Це передбачає ретельний моніторинг кожного аспекту діяльності підприємства, виявлення областей неефективності та впровадження заходів щодо скорочення витрат, якщо це необхідно.

3. Залучення та утримання клієнтів. Здатність залучати та утримувати клієнтів є життєво важливим фактором, що впливає на прибутковість. Малі підприємства повинні аналізувати свої стратегії залучення та утримання клієнтів, щоб визначити сфери, які можуть перешкоджати їхній прибутковості.

4. Операційна ефективність відіграє значну роль у визначенні прибутковості. Підприємства повинні оцінити свої операційні процеси та визначити сфери, де можна підвищити ефективність. Це може включати впорядкування робочих процесів, впровадження технологій автоматизації та інвестиції в навчання співробітників для підвищення продуктивності.

5. Компетентність менеджменту: ефективне керівництво та менеджмент відіграють життєво важливу роль у прибутковості підприємства. Сильні управлінські команди можуть приймати обґрунтовані рішення, реагувати на виклики та стимулювати зростання.

Грунтовний аналіз факторів впливу на прибутковість тієї чи іншої компанії сприятиме виявленню резервів або напрямів зростання прибутковості.

Резерви зростання прибутку багато в чому залежать від зростання обсягів виробництва та рентабельності продукції, зниження собівартості продукції, недопущення збитків тощо. від визначення перспективних резервів,

пов'язаних з подальшим розвитком та розширенням виробництва, з впровадженням досягнень науково-технічного прогресу, диверсифікацією та зміцненням своїх позицій на ринку тощо.

Резерви виявляються на стадії планування та у процесі виконання планів. Визначення резервів зростання прибутку базується на науково обґрунтованій методиці їх розрахунку, мобілізації та реалізації. Виділяють три етапи цієї роботи: аналітичний, організаційний та функціональний

Істотним фактором зростання прибутку є покращення якості. У цілому нині, існують такі резерви збільшення прибутку:

- 1) збільшення обсягу виробництва та реалізації своєї продукції;
- 2) зниження собівартості продукції; підвищення якості продукції, що випускається. Для контролю над отриманням прибутку створюється центр прибутку (ЦП) - структурне підрозділ, відповідальне фінансовий результат від поточної діяльності. Найчастіше відповідальність за поточний прибуток (або збиток) несе керівництво компанії. В окремих випадках у складі підприємств можуть виділятися центри прибутку, відповідальні за фінансовий результат за якимось видом діяльності. Таким чином, з метою збільшення фінансових результатів можливо розробити на підприємстві комплекс заходів: найнижчі матеріальні витрати; зниження матеріаломісткості та трудомісткості; впровадження нових технологій та обладнання; підвищення якості продукції; оптимізація асортименту; збільшення оборотності обігових коштів. Підвищити рентабельність та прибуток підприємство зможе, виконуючи дані рекомендації.

Для розвитку підприємства з погляду фінансової, виробничої та екологічної діяльності необхідно насамперед стабільне розвиток економіки загалом, навіть створювані на підприємствах резерви знецінюються у зв'язку з високим рівнем інфляції. Особливо це стосується питань становлення нових підходів до визначення істинної цінності будівельних ресурсів не як матеріального блага, бо як соціального, необхідного для розвитку всього суспільства загалом.

Отже, розглянувши основні фактори прибутковості, узагальнимо, що прибутковість має важливе значення для бізнесу. Вивчаючи стратегії ціноутворення, контролюючи витрати, оптимізуючи залучення й утримання клієнтів, а також підвищуючи операційну ефективність, підприємства можуть визначати сфери для вдосконалення та вживати цілеспрямованих заходів для підвищення прибутковості.

1.3. Методичні підходи до оцінки прибутковості підприємства

Аналіз прибутковості проводять для отримання інформації, яка служить основою для економічно обґрунтованих управлінських рішень, які в подальшому будуть вести підприємство до зростання фінансових результатів від його діяльності. Так само аналіз допомагає знайти шляхи підвищення ефективності роботи компанії [27].

Стандартні підходи аналізу прибутку та рентабельності:

- горизонтальний аналіз фінансових результатів;
- вертикальний аналіз фінансових результатів;
- розрахунок рентабельності;
- факторний аналіз фінансових результатів [44].

Аналіз фінансових результатів є базою для обґрунтування управлінських рішень організації. У науковій літературі існує безліч методик, які дозволяють детально і всесторонньо реалізувати оцінку прибутковості підприємства (див. рис. 1.4).

Так в своїй праці О.В. Хмелевський оцінку прибутковості пропонує здійснювати через оцінку рентабельності підприємства. За його методикою пропонується розрахувати наступні показники – рентабельність продукції, продажів, активів та власного капіталу [43].

Група вчених на чолі з І.Ю. Єпіфановм пропонує проводити аналіз прибутковості підприємства більш детально досліджуючи вплив різних факторів, тобто вони пропонують оцінювати прибутковість за допомогою чотири факторної мультиплікативної моделі. Для побудови даної моделі

використовуються такі показники, як власний капітал підприємства, коефіцієнт оборотності активів, мультиплікатор власного капіталу та чиста рентабельність [23].

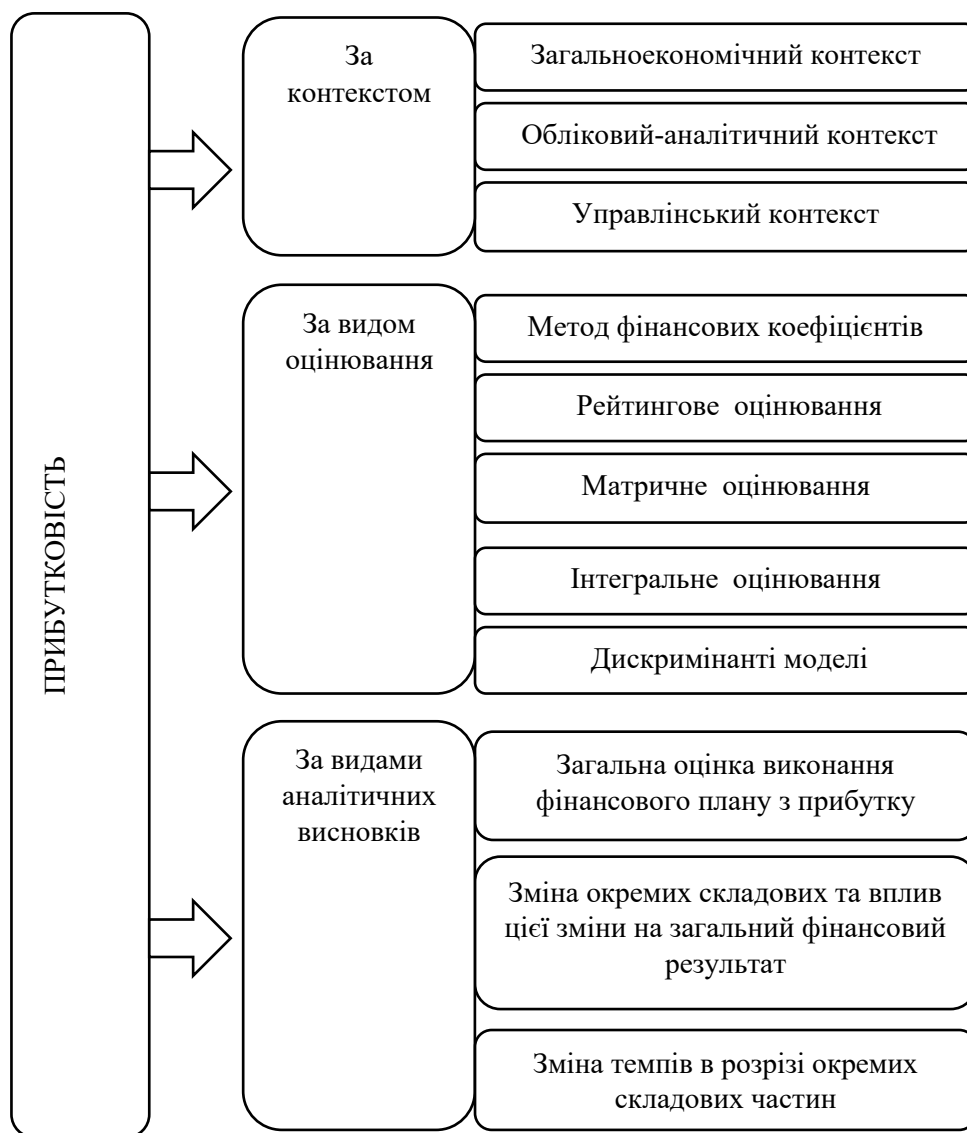


Рис. 1.4- Класифікація методик оцінки прибутковості

Джерело: складено автором

Д. Андерсон віддає перевагу багатофакторному регресійному аналізу, де загальна форма представлення залежності між ендогенною змінною та екзогенною змінною [2].

На думку авторів С. В. Шубіною, І. В. Крамаренко, І. В. Лосевою, В. О. Швадченко ефективна для оцінки прибутковості підприємства являється застосування кореляційно-регресійного аналізу [44].

М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицька пропонують здійснювати оцінку прибутковості підприємства в комплексі проводячи вертикальний і горизонтальний аналіз фінансових результатів підприємства; факторний аналіз прибутку; аналіз показників рентабельності; факторний аналіз показників рентабельності; система «директ-кост» як теоретична база аналізу витрат та оптимізації прибутку та аналіз резервів збільшення прибутку [17].

Ю. М. Тютюнник, І. В. Сало, О. О. Лисянською обґрунтували необхідність проведення факторного аналізу прибутку і запропонували методику аналізу прибутку, яка включає – горизонтальний та вертикальний аналіз, факторний аналіз, аналіз показників рентабельності. Перевагою запропонованої методики вважаємо відсутність за наслідками аналізу прибутку за цією методикою асиметрії інформації, оскільки інформаційною базою будуть слугувати дані фінансової звітності. Недоліком вважаємо відсутність розрахункових показників щодо аналізу грошового забезпечення прибутку, а також аналізу інших показників діяльності (зокрема, фінансової стійкості) [38].

Є. В. Мниха у своїй праці окремим етапом аналізу виділяється факторний аналіз прибутку від реалізації продукції. На його думку здійснення такого прямого аналізу зумовлено дослідженням впливу елементів, що формують показник прибутку від реалізації (виручка, собівартість) та відповідно прийняття рішень за наслідками аналізу (зменшення/збільшення ціни, коригування собівартості) [26].

В. Я. Позднякова звертає увагу на доцільність оцінки прибутковості з урахуванням інформації про асортиментну політику та рівень відпускних цін. Це пов'язано з факторами впливу на прибуток розглянутими вище [22].

В працях Кочетков О. В., Балдик Д. О. методика оцінки прибутковості зводиться до оцінки двох показників - аналіз динаміки фінансових результатів та аналіз показників рентабельності [25].

С. З. Мошенський та О. В. Олійник пропонують « здійснення аналізу його якості, який ґрунтується не лише на розробці прогнозів щодо можливості

суб'єкта господарювання отримувати прибуток, але і можливості нарощувати темпи його зростання. Вивчення якості прибутку здійснюється за багатьма критеріями, головними з яких є: достовірність, реальність звітності, частота зміни облікової політики та її вплив на формування фінансових результатів, діловий імідж підприємства» [27].

На думку багатьох науковців найбільш повну методику аналізу представлено у роботах А. Г. Загороднього, проф. Ф. Ф. Бутинця, яка враховує для дослідження всіх аспектів діяльності підприємства та вплив прибутку на її показники. Методика, запропонована авторами за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця, передбачає здійснення аналізу прибутку не лише шляхом проведення вертикального та горизонтального аналізу за даними фінансової звітності, але і здійснення оцінки взаємозв'язку «витрати-обсяг-прибуток», розрахунок резервів збільшення прибутку (за даними бухгалтерського обліку та внутрішньої звітності), а також передбачає здійснення окремим етапом аналізу розподілу та використання чистого прибутку, що полягає у проведенні горизонтального аналізу напрямів його розподілу [20].

Отже, розглянувши методики оцінки прибутковості підприємства зауважимо, що найбільш ефективна оцінка відбувається при застосуванні комплексного аналізу прибутковості, наочності відображення динаміки і змін показників. Вдало обрана методика аналізу прибутковості являється фундаментом для отримання достовірних показників, та, як результат, максимально ефективного використання фінансових ресурсів підприємства, дотримання розрахункової та кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних та інвестиційних коштів, фінансового прогнозування з метою ефективного функціонування підприємства в майбутньому.

Висновки до 1 розділу

Прибуток є найважливішим економічним поняттям у діяльності підприємства. Прибуток є формою доходу від підприємницької діяльності, в результаті вкладення капіталу з досягнення певного комерційного успіху.

Отримання прибутку та його нарощування є необхідною умовою функціонування будь-якої комерційної структури.

На величину прибутку підприємства впливають фактори, умовлені специфічними особливостями тієї галузі, до якої належить. Від того, чи діє підприємство у матеріало-, фондо- або трудомісткої галузі, залежить рівень і структура витрат виробництва, шляхи їх зниження норми прибутку. Усі фактори зростання прибутку можна звести до наступних -збільшення обсягів виробництва, робіт, услуг, зниження собівартості продукції, підвищення якості продукції і як наслідок збільшення ціни та удосконалення асортименту та номенклатури товару, що випускається.

На завершення можна сказати, що важливою умовою отримання прибутку є відповіді на такі питання: що робити, як робити, для кого робити. Неправильне визначення цілей або неправильна стратегія можуть призвести до отримання збитків замість заповітного прибутку, що, безперечно, призведе до фінансової кризи на підприємстві.

Розробка методології оцінки потенційної прибутковості підприємства і формування відповідного методичного інструментарію повинні ґрунтуватися на єдиному підході до визначення сутності потенціалу економічних суб'єктів і доходності.

Отже, проаналізувавши методики оцінки прибутковості забезпечити повноту аналітичних даних для зацікавлених користувачів з метою здійснення ефективного управління варто використовувати розгорнуту модель оцінки прибутковості підприємства, яка буде включати в себе проведення вертикального горизонтального аналізу, факторну модель та розрахунок показників рентабельності.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»

2.1. Характеристика ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»

ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» являється найбільшим виробником і представником сільськогосподарської продукції методом замкнутого циклу: від поля до крамниці. Продукція підприємства - заморожені овочі та фрукти. Продукція, зібрана на власних полях і заморожена за технологією IQF, що зберігає усі корисні та смакові властивості. Також підприємство вирощує зернові та масличні культури [15].

Повна назва: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС". Дата реєстрації: 22.02.2005

Статутний капітал складає 359 801 грн. і він повністю належить одному акціонеру.

Види діяльності:

- вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур;
- вирощування овочів і баштанних культур, коренеплодів і бульбоплодів;
- вирощування зерняткових і кісточкових фруктів;
- вирощування ягід, горіхів, інших плодових дерев і чагарників;
- відтворення рослин;
- допоміжна діяльність у рослинництві;
- післяурожайна діяльність;
- інші види перероблення та консервування фруктів і овочів.

Головна місія підприємства - «Забезпечення споживачів якісними продуктами в широкому асортименті не лише в сезон збору урожаю, а й протягом усього року» [37].

Основні цінності підприємства:

- професіоналізм – прагнути бути кращим у своїй професії;

- командний дух – співпраця, внесок кожного у загальну справу;
- робота на результат – наполегливість у досягненні поставлених цілей;
- дотримання стандартів – системний підхід до роботи;
- раціональність – оптимальне використання ресурсів підприємства;
- турбота про людей – повага, розуміння і задоволення потреб клієнтів, партнерів та співробітників;
- прогресивність – творчий підхід, готовність до змін, новаторство.

Організаційна структура управління підприємства представлена на рис.2.1. [37].

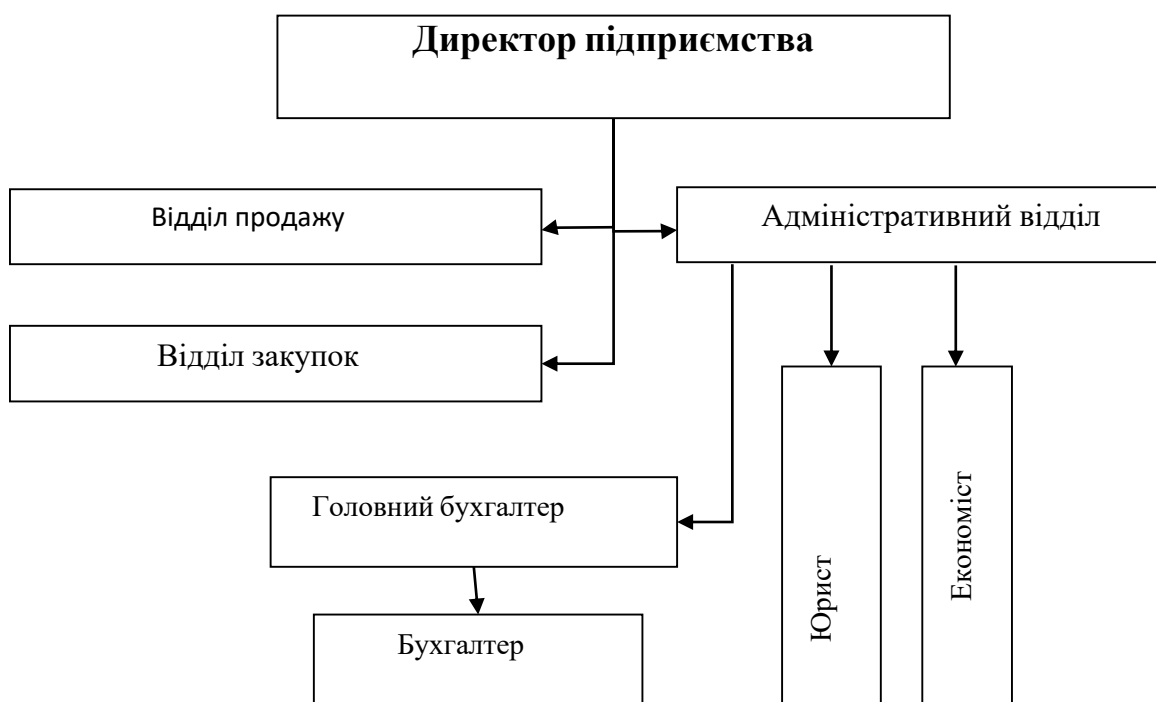


Рис. 2.1– Організаційна структура управління підприємства

Джерело: сформовано автором

ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» реалізовує свою продукцію на першому та другому каналах розподілу. На першому каналі розподілу підприємство реалізовує товари по Україні, зазвичай це оптові поставки та договір під виробництво «Метро», «Сільпо», «АТБ», «Ашан» та інші роздрібні магазини на другому каналі розподілу реалізовується продукція закордон.

Більш детально реалізацію продукції ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за період з 01.01.22 по 01.04.23 можна розглянути на рис. 2.2.

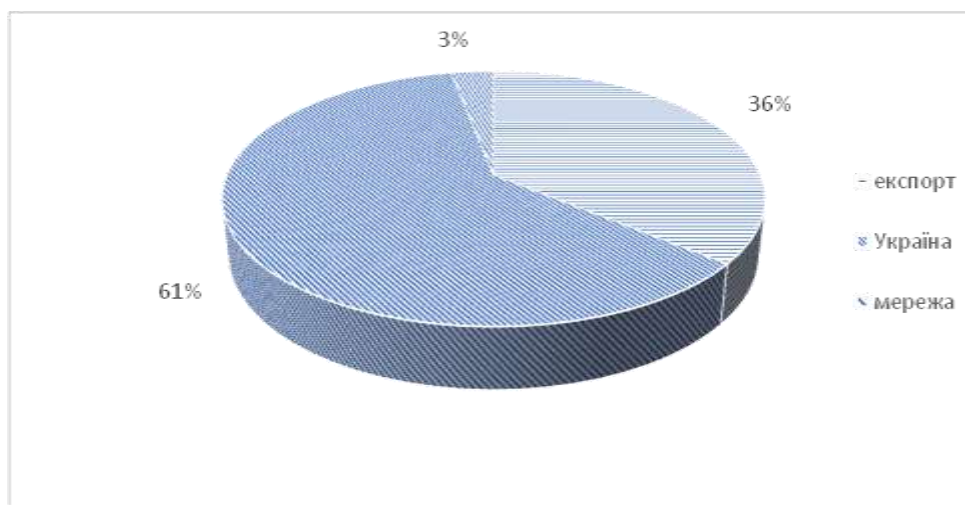


Рис.2.2 – Реалізація продукції ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС»

Джерело: сформовано автором

З рисунку 2.2. видно, що найбільшу роль відграє реалізація в межах України, проблеми з реалізацією експортної продукції пов'язані в першу чергу з військовими діями на території України, а саме з логістикою, яка значно завищує вартість продукції.

Досліджуючи зовнішнє середовище підприємства визначаємо вплив факторів прямої дії, який представлений у табл.2.1.

Таблиця 2.1–Вплив факторів зовнішнього середовища непрямої дії

Фактор	Вплив	
	Позитивний	Негативний
Споживачі	Купують продукцію	Можлива зміна вподобань, погані відгуки
Постачальники	Забезпечення якісною сировиною та матеріалами	Збої в постачанні
Конкуренти	Підштовхують до позитивних змін та розвитку	Переманювання клієнтів
Державні органи влади	Поліпшення умов для розвитку бізнесу	Перешкоджання роботі підприємства
Законодавчі акти	Можливість повернути кошти сплачені за податки	Підвищення податків

Джерело: сформовано автором

SWOT-аналіз — це своєрідний інструмент; він не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати процес обмірковування всієї наявної інформації з використанням власних

думок та оцінок (табл.2.2). SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік стратегій підприємства з урахуванням їхніх особливостей — адаптації до середовища або формування впливу на нього [26].

Після проведення аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища виявили сильні та слабкі сторони, а також з'ясувавши можливості та загрози підприємства ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» провели SWOT-аналіз. (табл.2.2)

Таблиця 2.2–SWOT-аналіз ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС»

	Можливості Високий попит на продукцію. Зниження цін на сировину та матеріали. Вихід на нові сегменти ринку, в якості нових сегментів можна взяти роздрібну торгівлю під власною ТМ	Загрози Зростання податків та мит. Зміна купівельних переваг. Несприятлива економічна ситуація в державі. Збої в постачанні сировини та матеріалів
Сильні сторони 1. Високий контроль якості. 2. Хороша мотивація персоналу 3. Налагоджена збутова мережа 4. Конкурентоздатна цінова політика 5. Нове програмне забезпечення	Поле «С» і «М» Завдяки цим факторам маючи сучасне програмне забезпечення виробництва можемо освоїти нові шляхи удосконалення.	Поле «С» і «З» Через те що являємось експортером, можемо повертати кошти сплачені з ПДВ.
Слабкі сторони 1. Високі тарифи заводів переробників	Поле «Сл» і «М» Завдяки високому попиту на продукцію можемо більше завантажити завод переробник, завдяки чому отримати знижку на послуги заводу	Поле «Сл» і «З» Через збільшення тарифів збільшуємо собівартість продукції, що негативно впливає на наш прибуток.

Джерело: сформовано автором

Після опрацювання всіх даних можна вивести стратегію підприємства ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС». Оскільки підприємство збирається збільшити обсяг виробництва та провести розширення і таким чином закріпити свій сегмент ринку (або розширити його), де передбачається

конкуренція, то для даного підприємства найкраще обрати комбіновану стратегію.

Для проведення обраної стратегії підприємству необхідно:

- удосконалювати збут продукції в тих районах, де він вже відбувається;
- проводити активну рекламну компанію своєї продукції, потім вийти на нові ринки збуту, уклавши договори з торговими організаціями.

Дана стратегія націлена на вирішення своїх конкурентних переваг і передбачає глибше проникнення і географічний розвиток підприємства.

Згідно таблиці 2.3 ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» являється засновником трьох товариств - ТОВ «ДАР ЛТД», ТОВ «АГРОДАР-Україна», ТОВ «СТРОЙІНВЕСТ» [35].

Таблиця 2.3 – Зв'язки з підприємствами ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС»

Назва	Засновник		Кінцевий бенефіціар	Примітки
	грн	%		
ТОВ «СТРОЙІНВЕСТ»	2 910 072	99.66		
ТОВ «АГРОДАР-Україна»	905 200	35.35		
ТОВ «ДАР ЛТД»	577 088	2.4		
Пацеля Анатолій Миколайович			*	
ТОВ «ЗНАМ'ЯНСЬКИЙ ГРАНИТ - ПЛЮС»	1 537 268	41.92		Припинено діяльність 01.03.2023

Джерело: сформовано автором [35]

Згідно відкритих даних підприємства кінцевим бенефіціаром являється Пацеля Анатолій Миколайович.

В таблиці 2.4 видно, що підприємство ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» змінило своїх основних постачальників послуг. Дана дія була спричинена занадто високими, неконкурентними тарифами на послуги.

Таблиця 2.4 – Основні постачальники послуг для підприємства ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» види послуг та сплачена сума

Основні постачальники	Вид ресурсу	Обсяги поставок у вартісному виразі, тис. грн.		Відхилення	
		2021 рік	2022 рік	абсол., од.	відн., %
АВТОКООПЕРАТИВ "ТЕМП"	транспортні перевезення	45250,0	79750,0	34500,0	76,24
ТОВ "АВ ЕКО	зберігання	585882,6	149199,5	-436683,1	-74,53
ПП "АРИСТА"	тара	2827561,3	1799447,1	-1028114,2	-36,36
ФОП ГОНЧАРЕНКО СЕРГІЙ ЮРІЙОВИЧ	тара	0,0	60194,0	60194,0	0
ТОВ "ДАР ЛТД	Постачальники сировини	225481,5	108013,3	-117468,2	-52,10
ТОВ «АГРОДАР УКРАЇНА»	Постачальники сировини	90822,5	45902,1	-44920,4	-49,46
ТОВ "ВІДРОДЖЕННЯ 2012 ПЛЮС"	Постачальники сировини	0,0	330150,0	330150,0	0
СК "КРУПСЬКЕ"	Постачальники сировини	0,0	83326,0	83326,0	0
ТОВ "Торговий Дім Агрохолід- Логістика та склад"	Свіжоморожена продукція	491350,0	347537,5	-143812,5	-29,27

Джерело: сформовано автором на основі [35]

З даної таблиці можемо побачити, що підприємство змінило обсяги закупівель в 2022 році в зрівнянні з 2021 роком, такий рух підприємства пов'язаний з залученням коштів до створення нової суміжної компанії. Найбільшими постачальниками в 2022 році стали ТОВ «Торговий Дім Агрохолід Логістика і Склад» та ТОВ "ВІДРОДЖЕННЯ 2012 ПЛЮС".

Ексклюзивним представником групи компаній «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» на ринку є ТОВ «Торговий дім «Агрохолід — логістика та склад». Торговий дім реалізовує заморожені овочі і фрукти під торговою маркою

«Green Card», яка продається на території всієї України в мережах («Метро», «Сільпо», «АТБ», «Ашан»), а також у роздрібних магазинах країни.

ТОВ «ТД „Агрохолод — логістика та склад“» укладає експортні контракти на продаж зернових. Компанія активно працює над просуванням власної торгової марки і крім швидкозаморожених овочів, фруктів та ягід розширює свій пакет і просуває гарбузове насіння та олію з гарбуза, льону, розторопші тощо.

В 2021 році компанія «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» почала виробництво нової лінійки енергетичних батончиків "SEED ENERG"- для людей, які ведуть активний спосіб життя і піклуються про своє здоров'я та здоров'я своїх рідних.

Також у 2024 році планується укладання контрактів на виготовлення заморожених напівфабрикатів ручного ліплення (вареників, пельменів) для магазинів та мереж HoReCa в Німеччині.

Досліджуючи діяльність компанії розглянемо її місце на ринку. В таблиці 2.5 показано місце досліджуваного підприємства серед конкурентів.

Отже з даної таблиці бачимо, що перші позиції на ринку займає підприємство ТОВ «Нореса Груп». Підприємство ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» входить в трійку лідерів і набрало обертів в порівнянні з 2021 роком. Третю позицію займає ПП «Фрау Марта» [38].

Таблиця 2.5 – Розподіл ринку свіжоморожених овочів та фруктів

Назва підприємства	Частка ринку, %	
	2021	2022
ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»	20	22
ТОВ «Торговий Дім «Олександрівський»	10	15
ПП «Фрау Марта»	20	20
ТОВ «Арти»	10	15
ТОВ «СХ ТРЕЙД МІКС»	23	3
ТОВ «Нореса Груп»	27	25
Загальна місткість ринку	100	100

Джерело: інформація надана менеджером підприємства

Досліджуючи охоплення ринку за географічною спрямованістю дані занесемо до таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – Графічний розподіл реалізації продукції підприємства

Регіон	Частка регіону, %		Відхилення, %
	2021	2022	
Київ	40	35	-5
Південь	5	5	0
Північ	10	10	0
Захід	5	5	0
Схід	0	0	0
Центр	25	20	-5
Інші країни	15	25	10

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.6 можна бачити, що найбільшу частку ринку займає регіон Києва, на другому місці інші країни, здебільшого країни Європейського Союзу. Згідно даних можна зробити висновки, що підприємство ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» реалізовує свою продукцію на центральній території України і вдало зайняло нішу в цьому регіоні.

Обсяги виробництва основних видів продукції підприємства ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» наведено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 – Обсяги виробництва основних видів продукції ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»

Основні види продукції	Обсяг виробництва				Відхилення	
	2021		2022		абсолютне, (+/-)	відносне, (%)
	кг	грн	кг	грн		
Полуниця	307 351,2	12 447 724,0	36 703,9	1 516 036,0	-270647,3	-88,06
Перець	98 443,0	1 496 333,6	96 006,0	1 605 150,4	-2437,0	-2,48
Суміші	279 066,3	5 441 792,8	96 508,0	1 843 897,2	-182558,3	-65,42
Цибуля свіжоморожена	97 291,7	1 410 729,6	135 720,5	1 699 314,6	38428,8	39,50
Разом	782 152,2	20 796 580,1	364 938,4	6 664 398,3	-417213,8	-53,34

Джерело: сформовано автором на основі [41], [42]

З вище наведеної таблиці можна зробити висновки, що найбільше підприємство виробляло в 2021 та 2022 роках полуницю, суміші, цибулю.

Більш повно ширину та глибину асортименту подано в таблиці 2.8

Таблиця 2.8 – Ширина і глибина асортименту продукції ТОВ
«АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» за 2022 рік

	Ширина			
	Ягоди	Фрукти	Суміші	Овочі
Глибина	Малина	Персик	Мексиканська	Картопля
	Бузина	Слива	Лобіо з грибами	Перець
	Обліпіха	Диня	Андалузська	Цибуля
	Смородина	Яблука	Весняна	Броколі
	Агрус	Ківі	Компотна	Цвітна капуста
	Полуниця	Абрикос		Томат
	Чорниця			
	Вишня			

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.8 видно, що підприємство ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» закуповує різну сировину для переробки в готовий свіжоморожений продукт, окрім свіжої сировини закуповується і свіжоморожений напівфабрикат, який підприємство по переробці переробляє в ГП. Асортимент є дуже різноманітним і наповнений різними продуктами.

Все виробництво як і поставка сировини здійснюється на основі погоджених договором специфікацій щодо якості товарів.

Товариство має власну торгову марку «Green Card». Лінійка продуктів ТМ «Green Card»: представлена овочевими та фруктовими сумішами: «Імперська», «Мексиканська №1», «Мозаїка», «Весняна», «Лобіо з грибами», «Овочевий букет», «Фруктова», і монопозиціями: «Зелений горошок», «Капуста броколі», «Квасоля стручкова» [15].

Паралельно укладені контракти на виробництво продукції під власними торговими марками для торгових мереж «Фуршет» — ТМ «Фуршет», «Сільпо» — ТМ «Премія», ТМ «Повна чаша», ТМ «Екстра»; «АТБ» — ТМ «Своя лінія»; «VARUS» — ТМ «VARTA» та інших компаній, таких як «Сніжне саяво», ТОВ «Вова Хорека», «Інвест-В» і т.д. Крім цього, торговий дім «Агрохолод — логістика і склад» веде оптові продажі сировини для консервних заводів України та співпрацює на базі фасування, надає сировину іншим виробникам ринку заморожених овочів, займається експортом продукції [15].

2.2 Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»

Аналіз основних фінансово-економічних показників ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» наведені в табл. 2.9.

Таблиця 2.9–Основні показники фінансово-господарської діяльності
ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за 2021-2022 рр.

Показники	Значення показника за рік, тис. грн.			Відхилення (+,-)
	2020	2021	2022	
1. Чистий дохід від реалізації продукції, робіт, послуг	91561,3	115955,8	103888,1	-12067,7
2. Собівартість реалізованої продукції	49518,2	79189,9	77760,6	-1429,3
4. Чистий прибуток підприємства	17277,8	25877,8	14526,2	-11351,6
5. Основні засоби (залишкова вартість)	106203,9	122224,3	135237,3	13013
6. Середньорічна вартість осн. засобів	98530,65	126236,8	113934,6	-12302,2
7. Статутний капітал	359,8	359,8	359,8	0
8. Поточні зобов'язання	71004	93176,1	92861,3	-314,8
10. Середня кількість працівників	181	162	120	-42
11. Фондоозброєність (р.6/р.10)	544,38	779,24	949,46	170,22
12. Фондовіддача основних фондів(р.1/р.5)	0,86	0,95	0,77	-0,18

Джерело: сформовано автором на основі [40], [41], [42]

На основі даних таблиці 2.9 можна зробити наступні висновки.

Чистий дохід від реалізації продукції, робіт, послуг підприємства має тенденцію до зменшення. У 2021 році даний показник складав 115955,8тис. грн., що на 12067,7тис. грн. більше, ніж у 2022 році.

Собівартість реалізованої продукції протягом досліджуваного періоду також зменшується. У 2021 році в порівнянні з 2022 роком вона зменшилась на 1429,3 тис. грн.

Зменшення чистого доходу від реалізації продукції вплинуло на зменшення валових фінансових результатів, тим самим отримавши у 2022 році 14526,2 тис. грн., що на 11351,6 тис. грн менше ніж в 2021 році.

Згідно статуту чистий прибуток Товариства, утворений з надходжень від господарської діяльності, після покриття матеріальних та прирівняних до них витрат, витрат на оплату праці, сплати відсотків по кредитах банків та по

облігаціях, внесення до бюджету передбачених законодавством України податків та інших платежів, залишається у повному його розпорядженні.

Варто зазначити, що значно скоротилася кількість працівників за досліджуваний період, що пов'язано з пандемією викликаною COVID-19 та вторгненням РФ і, як наслідок подальшою мобілізацією.

В наслідок цього фондоозброєність збільшилась і в середньому на одного працівника стало припадати 949,46 тис. грн основних виробничих фондів, хоча за 2021 рік припадало 779,24 тис. грн. В цілому фінансово-господарські показники ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за аналізований період характеризують діяльність підприємства як беззбиткову, хоча її прибутковість значно знизилась, що свідчить про зростання фінансової залежності від позикових коштів для подальшої діяльності підприємства.

Для ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» проведемо горизонтальний та вертикальний аналіз балансу для з'ясування структури й динаміки активів та пасивів підприємства (табл. 2.10).

Таблиця 2.10–Аналіз структури та динаміки статей балансу ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за 2021-2022 рр.

Стаття балансу	2021		2022.		Відхилення	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
АКТИВ						
Необоротні активи	125023,4	26,97	116129,7	24,31	-8893,7	-0,22
Оборотні активи	338550,8	73,03	361655,9	75,69	23105,1	0,22
Баланс	463574	100	477786	100	14211,4	0
ПАСИВ						
Власний капітал	370398	79,90	384924	80,56	14526,2	0,66
Поточні зобов'язання і забезпечення	93176,1	20,10	92861,3	19,44	-314,8	-0,66
Баланс	463574	100	477786	100	14211,4	0

Джерело: сформовано автором на основі даних фінансової звітності [41], [42]

На основі даних, наведених в таблиці 2.10 та рис. 2.3. можна зробити наступний висновок, що узагальнюючий показник активів і пасивів підприємства, такий як валюта балансу за аналізований період збільшився на 14211,4 тис. грн.

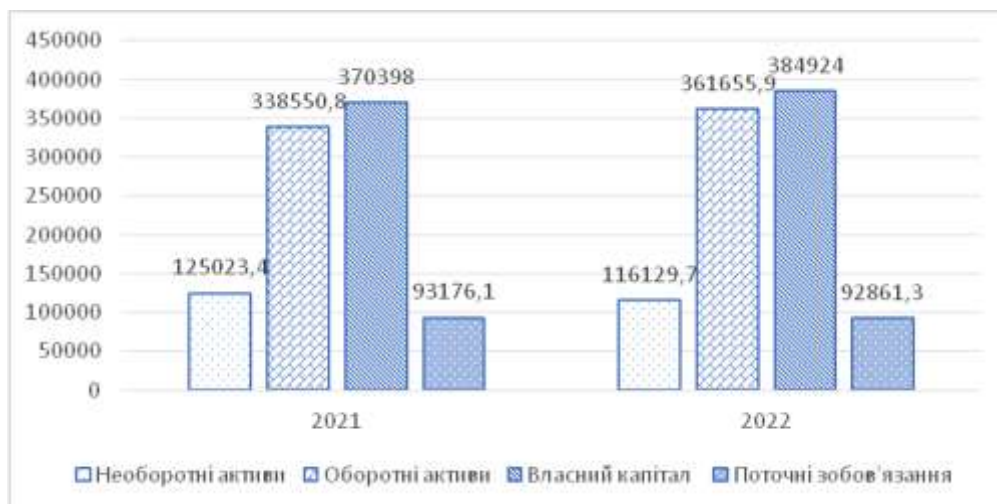


Рис.2.3 - Динаміка статей балансу ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за 2021-2022 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [41], [42]

У структурі активів протягом 2021-2022 років переважали оборотні активи, в середньому 70-75%.

Обсяг власного капіталу підприємства протягом аналізованого періоду збільшився на 0,66% (+14526,2 тис. грн.).

Проведемо аналіз ліквідності та платоспроможності підприємства за 2019-2022 роки (див. табл. 2.11)

Таблиця 2.11 – Показники ліквідності та платоспроможності ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за 2019-2022 рр.

Показники	2019	2020	2021	2022	Темп зростання, %	
					2022/2021	2022/2019
Коефіцієнт покриття	6,76	3,91	3,63	3,89	1,07	0,58
Коефіцієнт швидкої ліквідності	3,89	1,81	0,69	0,74	1,08	0,19
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,10	0,01	0,00	0,00	0,62	0,01
Чистий оборотний капітал	211974,4	206417,7	245374,7	268794,6	1,10	1,27
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,85	0,83	0,80	0,81	1,01	0,94

Джерело: сформовано автором на основі [40], [41], [42]

Згідно даних табл. 2.11, коефіцієнт абсолютної ліквідності має не стійку динаміку, нормативне значення даного показника має дорівнювати від 0,1 до

0,2, але фактичний показник є значно нижчим в 2020 році і відсутній в 2021-2022 роках. Коефіцієнт швидкої ліквідності, нормативне значення якого має знаходитися в межах 0,5–1, на початку досліджуваного періоду, а саме в 2019-2020 роках був значно вищий нормативного значення, що характеризувало неможливість підприємства вчасно погасити свої короткострокові зобов'язання за допомогою високоліквідних активів, але в 2021 -2022 роках показник знаходиться в межах нормативних значень і складає в 2021 році 0,69 та в 2022 році 0,74, тобто в порівнянні 2022 рік до 2019 рік значення показника становить 0,19.

Нормативне значення для коефіцієнту платоспроможності є 0,25–0,35, досліджуване підприємство має вищі значення протягом досліджуваного періоду. Тобто можна сказати, що грошових потоків не достатньо для покриття її довгострокових зобов'язань. Але варто зазначити, що хоч показник і не в межах нормативних значень, але має стабільну тенденцію до поступового зменшення, так в 2019 році він становив 0,85 в 2021 році зменшився до 0,8, але в 2022 році було незначне підвищення до 0,81. Показник покриття має бути вище одиниці, але за даними таблиці 2.11 він був в рази більше за нормативне значення, що свідчить про підвищення фінансової стійкості.

Далі проаналізуємо показники фінансової стійкості (див. табл. 2.12).

Таблиця 2.12 - Аналіз показників фінансової стійкості ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за 2019-2022 рр.

Показники	2019	2020	2021	2022	Темп зростання, %	
					2022/ 2021	2022/ 2019
Коефіцієнт фінансування	0,11	0,21	0,25	0,24	0,09	0,05
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,85	0,74	0,72	0,74	-0,11	-0,02
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,65	0,60	0,66	0,70	-0,05	0,06

Джерело: сформовано автором на основі [40], [41], [42]

Відповідно до табл. 2.12, можна зробити висновок, що показник фінансування протягом аналізованого періоду зростає, так з 0,11 в 2019 році

піднявся до 0,25 в 2021 році та в 0,24 в 0,24, що показує, як підприємство збільшило свою залежність від залучених засобів.

За даними показника маневреності власного капіталу видно, що підприємство використовує 60-70% власного капіталу для фінансування поточної діяльності.

Також варто зазначити, що здатність підприємства забезпечувати себе власними оборотними засобами знижується з кожним роком так в 2020 році цей показник скоротився на 11% і становив 74%, в 2021 лише на 2% і становив 72%, в 2022 році знов повернувся до значень 2020 року і становив 74%.

Таблиця 2.13 - Аналіз показників ділової активності ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за 2019-2022 рр.

Показники	2019	2020	2021	2022	Темп зростання, %	
					2022/ 2021	2022/ 2019
Коефіцієнт оборотності активів	0,62	0,23	0,26	0,22	-0,39	0,03
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	0,62	0,39	0,37	0,27	-0,23	-0,02
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,57	0,41	0,48	0,43	-0,16	0,07

Джерело: сформовано автором на основі [40], [41], [42]

Підсумовуючи дані табл. 2.13, можна зробити висновок, що динаміка використання активів компанії протягом досліджуваного періоду зменшується

Здійснивши аналіз основних показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС», можна зробити висновок, що структура активів і пасивів загалом є нормальною для підприємства, що виконує роботи з вирощування та заготівлі овочів та фруктів, про що свідчать розраховані основні показники його діяльності. Позитивним є той факт, що протягом досліджуваного періоду підприємство здійснювало беззбиткову діяльність, тобто отримувало прибуток, хоч і не значний.

Варто зазначити, що обсяг виробництва та фінансовий результат в 2022 році суттєво знизився, це пов'язано з початком повномасштабного вторгнення

росії та значно зниженим експортом в першу чергу через проблеми з логістикою та високими транспортними витратами.

2.3 Оцінка прибутковості підприємства ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»

Джерелами інформації для проведення аналізу рентабельності є дані фінансової звітності підприємства.

Розглянемо в таблиці 2.14 основні показники, які використовуються для розрахунку прибутку ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» за 2019-2022 роки.

Таблиця 2.14 – Основні показники розрахунку прибутку ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за 2019-2022 рр.

№	Показник	2019	2020	2021	2022
1	Сукупний капітал	383685,6	415457,3	463574,2	477785,6
2	Власний капітал	327175,5	344453,3	370398,1	384924,3
3	Чистий дохід від реалізації продукції	118664,7	91561,3	115955,8	103888,1
4	Чистий прибуток	21062,8	17277,8	25877,8	14526,2

Джерело: сформовано автором на основі [40], [41], [42]

Аналізуючи дані таблиці 2.14, зазначимо про позитивну динаміку показників капіталу з кожним роком відбувається незначний приріст цих показників (див. рис. 2.4), а показники доходу і прибутку мають не чітку тенденцію, але враховую економічну і політичну ситуацію в країні варто зазначити, що підприємство знаходиться в стабільній ситуації і намагається вести прибуткову діяльність.

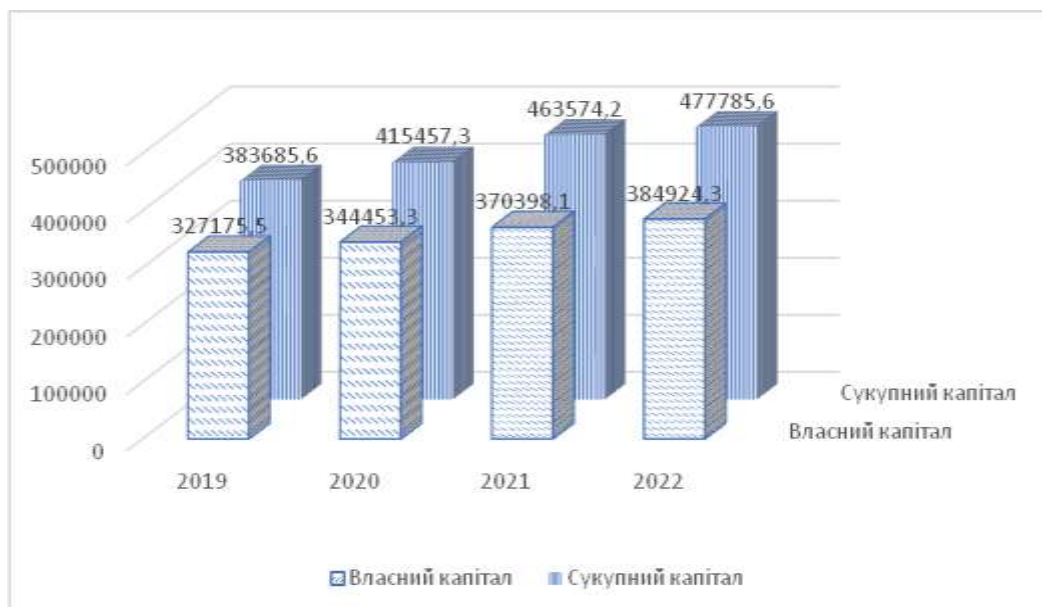


Рис.2.4 - Динаміка капіталу ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за 2019-2022 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [40], [41], [42]

Проаналізуємо показники рентабельності на прикладі досліджуваного підприємства ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» за 2019-2022 рр. за даними таблиці 2.15

Таблиця 2.15 -Аналіз показників рентабельності ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» за 2019-2022 рр.

Показники	2019	2020	2021	2022	Темп зростання, %	
					2022/ 2021	2022/ 2019
Коефіцієнт рентабельності активів	0,11	0,04	0,06	0,03	-0,07	0,02
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,13	0,05	0,07	0,04	-0,08	0,02
Коефіцієнт рентабельності продажу	0,18	0,19	0,22	0,14	0,01	0,03
Коефіцієнт рентабельності реалізації продукції	-0,01	-0,01	-0,01	0,00	0,00	0,00

Джерело: сформовано автором на основі [40], [41], [42]

Проаналізувавши табл. 2.15, можна зробити висновок, що показники рентабельності мають негативну тенденцію. Загалом коефіцієнт рентабельності активів знизився майже в 3 рази з 11% в 2019 році до 3% в 2022 році. Варто зауважити, що показник рентабельності власного капіталу також зменшився майже в 3 рази. Це означає, що рентабельність інвестицій,

первісно спрямованих, а згодом і реінвестованих у підприємство його власниками була позитивною та на досить високому рівні.

Коефіцієнт рентабельності продажу в часи пандемії викликаной COVID-19 підвищилися, що пов'язано з специфікою продукції, і навіть в 2022 році в умовах війни, продажі зменшилися, але несуттєво. суттєво меншими за інші розрахункові періоди, що може свідчити про погіршення фінансового стану компанії

Згрупуємо дані фінансових результатів та обсягів продукції в таблицю 2.16.

Таблиця 2.16 - Основні техніко-економічні показники діяльності підприємства ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» за 2020-2022 рр.

Найменування показника	Один. виміру	Роки			Відхилення	
		2020	2021	2022	абсолютн е, ±	відносне, %
1. Обсяг виробництва продукції в натуральному виразі у розрізі основних асортиментних груп:	тон	2477,31	3137,33	1129,04	-2 008,3	-64,01
овочі	тон	1543,87	1 955,2	904,8	-1 050,4	-53,72
ягоди	тон	615,75	779,8	72,2	-707,6	-90,74
суміші	тон	267,45	338,7	146,0	-192,7	-56,89
фрукти	тон	50,22	63,6	6,0	-57,6	-90,52
2. Обсяг виробництва продукції у вартісному виразі у діючих цінах	тис. грн.	55619,19	70 437,7	17 272,0	-53 165,7	-75,48
овочі	тис. грн.	26056,83	32 999,1	12 066,7	-20 932,4	-63,43
ягоди	тис. грн.	23479,42	29 735,0	2 233,6	-27 501,4	-92,49
суміші	тис. грн.	5113,36	6 475,7	2 888,8	-3 586,9	-55,39
фрукти	тис. грн.	969,58	1 227,9	82,9	-1 145,0	-93,25
3. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн.	91561,3	115 955,80	103 888,10	-12 067,70	-10,41
4. Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	49518,2	79 189,90	77 760,60	-1 429,30	-1,80
7. Чистий прибуток (збиток)	тис. грн.	17277,8	25877,8	14526,2	-11 351,60	-43,87

Джерело: сформовано автором на основі [40], [41], [42]

В таблиці 2.16 видно, що основною продукцією є овочі вони складають приблизно 75 % від усього асортименту підприємства і в порівнянні з ягодами мають значно нижче собівартість.

На рис. 2.5 наочно видно збільшення витрат на собівартість протягом 2020-2022 років, що є негативним показником для підприємства.

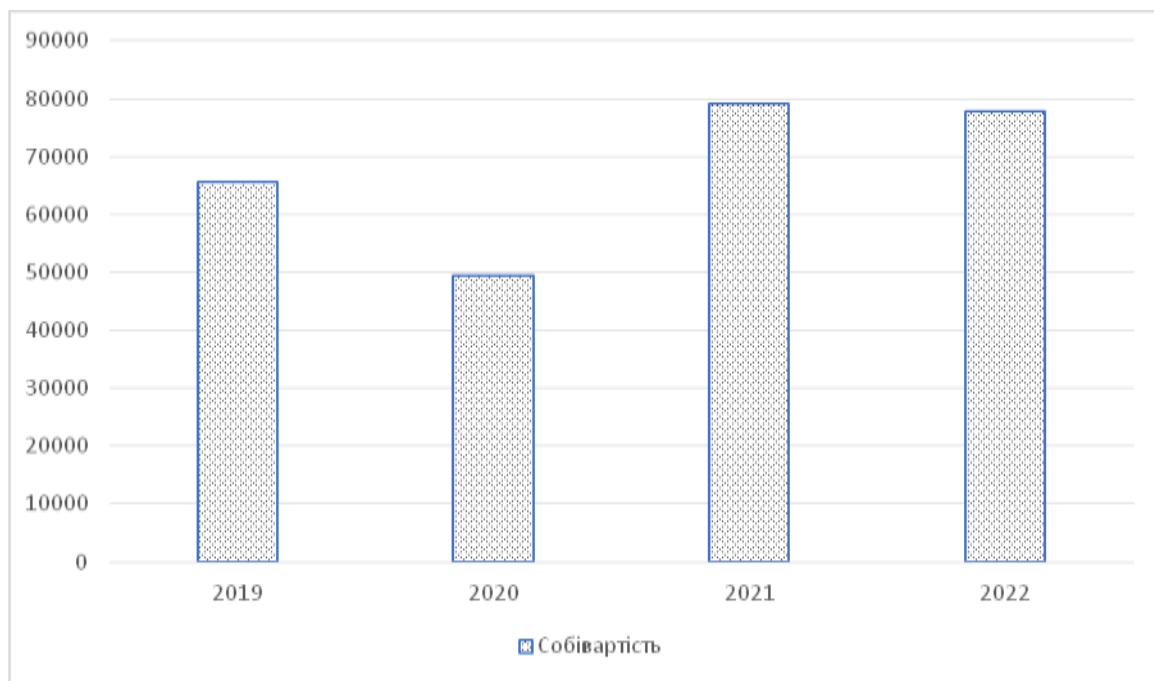


Рис. 2.5 - Аналіз собівартості продукції ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» за 2019-2022 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [40], [41], [42]

Варто зазначити, що обсяг виробництва та фінансовий результат в 2022 році суттєво знизився, це пов'язано з початком повномасштабної війни росії та значно зниженим експортом в першу чергу через проблеми з логістикою та високими транспортними витратами.

Висновки до 2 розділу

ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» є найбільшим виробником і представником сільськогосподарської продукції методом замкнутого циклу: від поля до крамниці в центральній частині України. Підприємство представляє на ринок сільськогосподарську продукцію, а саме заморожені овочі та фрукти, та вирощує зернові і масличні культури.

Ексклюзивним представником групи компаній «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» на ринку є ТОВ «Торговий дім «Агрохолод — логістика та склад». Торговий дім реалізовує заморожені овочі і фрукти під торговою маркою «Green Card», яка продається на території всієї України в мережах («Метро», «Сільпо», «АТБ», «Ашан»), а також у роздрібних магазинах країни.

Дослідивши ринок збуту продукції підсумуємо, що більшу частину реалізованої продукції становить ринок України – 61% від загального обсягу реалізації, експорт складає 36 % від загальної частки реалізованої продукції, це в першу чергу пов'язано з проблематичним здійсненням експорту при повномасштабному вторгненні росії.

Значно скоротилася кількість працівників в 2022 році на 42 особи, що пов'язано з вторгненням Російської Федерації і, як наслідок подальшою мобілізацією.

Здійснюючи аналіз ризиковості в умовах здійснення господарської діяльності підприємства окреслено основні напрями ризиковості, а саме ризик посилення конкуренції, ризик зупинки роботи обладнання, виникнення збиткового фінансового результату діяльності підприємства, скорочення долі споживчого ринку (втрата споживачів) та збої у поставках матеріалів внаслідок погіршення логістики.

Розглядаючи фінансово-господарську діяльність ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» зазначимо, що за аналізований період діяльність підприємства можна охарактеризувати, як беззбиткову, хоча її прибутковість значно знизилась, що свідчить про зростання фінансової залежності від позикових коштів для подальшої діяльності підприємства, зниженню всіх показників фінансової звітності, але позитивним є те, що в цих умовах підприємство отримало незначний, але прибуток.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

3.1. Перспективи впровадження стратегії підвищення прибутковості на підприємстві

Зростання доходів і прибутковості є важливими для успіху будь-якого бізнесу. Важливу роль у стимулюванні зростання прибутковості підприємства відіграє впровадження стратегій. Зарубіжні вчені пропонують ряд ефективних стратегій, які можуть допомогти збільшити прибутковість підприємства.

Аналіз бізнес-середовища. Щоб розблокувати зростання та підвищити прибутковість, надзвичайно важливо мати глибоке розуміння бізнес-середовища. Це передбачає проведення ретельного аналізу ринку, вивчення ринкових тенденцій та оцінку динаміки конкуренції. Крім того, важливо оцінити сильні та слабкі сторони, як конкурентів так і власного підприємства. Отримавши уявлення про ринок і внутрішні фактори, можна визначити можливості зростання та потенційні перешкоди, які можуть вплинути на прибутковість підприємства.

Стратегія 1: Розширення ринку є потужною стратегією стимулювання зростання прибутку. Проводячи всебічне дослідження ринку та аналіз сегментації, визначаємо цільові сегменти клієнтів та їхні специфічні потреби. Озброївшись цими знаннями, розробляються ефективні стратегії маркетингу та продажів, адаптовані до цих сегментів. Успішна реалізація стратегії розширення ринку може призвести до збільшення частки ринку, залучення клієнтів і, зрештою, підвищення прибутковості.

Стратегія 2: Інновації в продуктах/послугах. Постійні інновації є життєво важливими для стійкого зростання та прибутковості. Оцінка поточного портфолію продуктів або послуг допомагає виявити прогалини та області, які потрібно вдосконалити. Інвестиції в дослідження та розробки

дозволяють покращити існуючі пропозиції або розробити нові, які відповідають вимогам клієнтів. Випереджаючи конкурентів і пропонуючи інноваційні рішення, ви можете залучити нових клієнтів, утримати існуючих і створити додаткові джерела доходу.

Стратегія 3: Оптимізація ціноутворення та доходів є критично важливим аспектом збільшення прибутковості. Оцінка стратегій ціноутворення та розуміння конкурентного середовища допомагає визначити оптимальну цінову позицію для продуктів або послуг. Аналізуючи цінову еластичність і моделі попиту, можна впроваджувати стратегії динамічного ціноутворення та цілеспрямовані рекламні акції. Використання аналітики даних дає змогу визначати можливості ціноутворення, максимізувати дохід і сприяти зростанню прибутковості.

Стратегія 4: Управління витратами та ефективність. Ініціативи з управління витратами та ефективності можуть значно вплинути на прибутковість. Проведення всебічного аналізу витрат допомагає визначити області для зниження витрат і підвищення ефективності. Впровадження методів економії та вдосконалення процесів оптимізує роботу та усуває відходи. Оптимізація ланцюжка поставок і процесів закупівель може призвести до економії коштів.

Стратегія 5: Стратегічне партнерство та співпраця

Стратегічне партнерство та співпраця пропонують можливості для зростання та збільшення прибутку. Виявлення потенційних партнерів і оцінка їх відповідності вашим бізнес-цілям є надзвичайно важливими. Укладання взаємовигідних угод і контрактів дає вам змогу використовувати спільні ресурси, отримувати доступ до нових ринків або використовувати спеціалізований досвід. Успішне стратегічне партнерство може призвести до синергії, економії коштів і розширення охоплення клієнтів, сприяючи підвищенню прибутковості.

Стратегія 6: Управління взаємовідносинами з клієнтами. Побудова міцних відносин із клієнтами є ключем до довгострокової прибутковості. Застосування підходу, орієнтованого на клієнта, передбачає сегментування

вашої клієнтської бази та адаптацію стратегій для задоволення їхніх конкретних потреб. Покращення загального досвіду роботи з клієнтами завдяки персоналізованій взаємодії, ефективній підтримці та своєчасній доставці може підвищити рівень задоволеності та лояльності клієнтів. Впровадження стратегій збільшення та перехресних продажів максимізує цінність для клієнтів, що призводить до підвищення прибутковості.

Стратегія 7: Виключення несуттєвих процесів може допомогти підвищити ефективність ланцюга постачання підприємства, зменшивши його витрати. Несуттєві процеси можуть бути завданнями, щоб надавати клієнтам високоякісний продукт або послугу.

Стратегія 8: Планування (створення бюджетів). Розробка бюджетів може допомогти встановити суворі обмеження на суму, яку підприємство може витратити на певні сфери, зменшуючи загальні витрати бізнесу. Встановлення лімітів зарплати, обмеження одноразових витрат і зменшення адміністративних витрат – це всі способи зменшити витрати за допомогою бюджетів.

Стратегія 9: Орієнтація на вигідних клієнтів. Деякі клієнти можуть забезпечувати постійний дохід за рахунок постійної покупки продуктів або послуг, які виробляє бізнес. Зосередження на цих клієнтах може допомогти підприємствам ще більше збільшити обсяг продажів, підвищуючи прибутковість. Клієнт, який наразі протягом року купує один тип продукту в компанії, також може мати інтерес до іншого типу продукту.

Стратегія 10: Впровадження досягнень науково-технічного прогресу. Впровадження у виробництво вдосконаленої техніки та новітніх технологій, що дозволить скоротити витрати у розрахунку на одиницю продукції за рахунок збільшення обсягів виробництва та економії на оплаті праці.

Впроваджуючи ці стратегії підприємства можуть значно збільшити прибутковість свого бізнесу. Важливо постійно аналізувати бізнес-середовища, адаптувати стратегії до мінливої ринкової динаміки та контролювати вплив реалізованих ініціатив. Завдяки проактивному підходу та зосередженню на цих стратегіях значно підвищиться доходи і буде

забезпечення довгострокова прибутковості підприємства [8].

3.2. Обґрунтування підходів до виявлення шляхів подальшого підвищення прибутковості ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС»

В сучасних умовах функціонування перед підприємствами постає питання розвитку, функціонування та отримання прибутку. Для підвищення прибутковості досліджуваного підприємства, в попередньому розділі ми виявили, його слабкі місця. А саме залежність від запозичених коштів, суттєве зменшення прибутку, вплив економічних та політичних чинників пов'язаних з пандемією COVID-19 та повномасштабної війни, неефективне фінансування підприємства, збільшення собівартості продукції.

Для підвищення прибутковості прорахуємо використання стратегій з попереднього пункту для ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС». Так, як підприємство перед 2021 роком планувало розширювати ринки збуту і орієнтувалося на закордон, то їх асортимент був відповідний. Але пандемія та війна внесли свої корективи. Тому слід провести АВС-аналіз товарного асортименту і визначити, які товари слід залишити, чи ввести в обіг.

Дані для АВС-аналізу ефективності продукції згруповані до таблиці 3.1 для ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» в 2023 р. наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Дані для АВС-аналізу ефективності продукції ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» в 2023 р.

№ п/п	Продукція	Чиста виручка, тис. грн.	Чистий прибуток, тис. грн.	Частка у чистій виручці, %	Частка у чистому прибутку, %
1	Полуниця	1 516,16	181,94	21,21	7,84
2	Перець	1 605,20	1444,68	22,45	62,23
3	Суміші	1 843,90	331,90	25,79	14,30
4	Цибуля свіжоморожена	1 699,30	271,89	23,77	11,71
5	Енергетичні батончики	22,30	4,91	0,31	0,21
6	Пельмені	33,8	6,76	0,47	0,29
7	Вареники	65,6	13,12	0,92	0,57
8	Олія гарбузова	132,1	23,78	1,85	1,02
9	Олія льняна	110,8	21,05	1,55	0,91
10	Олія розторопші	120,1	21,62	1,68	0,93
11	Всього	7 149,26	2 321,64	100,00	100,00

Джерело: сформовано автором

Загалом в рамках товарної політики ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» в 2023 р. виділено 6 товарних груп. Результати АВС-аналізу товарного портфеля ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» в 2023 р. сформовано в таблицю 3.2.

Таблиця 3.2 – Результати АВС-аналізу портфеля ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» в 2023 р.

Продукція	Чиста виручка, тис. грн.	Чистий прибуток, тис. грн.	Частка у чистій виручці, %	Частка у чистому прибутку, %	Частка у чистому доході нарост. підсумком, %	Частка у прибутку нарост. підсумком, %	Група
Суміші	1 843,90	221,268	25,79	20,78	25,79	20,78	А
Цибуля свіжоморожена	1 699,30	339,86	23,77	31,92	49,56	52,70	А
Перець	1 605,20	256,832	22,45	24,12	72,01	76,82	А
Полуниця	1 516,16	166,7776	21,21	15,66	93,22	92,48	В
Олія гарбузова	132,1	21,136	1,85	1,98	95,07	94,46	В
Олія розторопші	120,1	18,015	1,68	1,69	96,75	96,15	С
Олія льняна	110,8	15,512	1,55	1,46	98,30	97,61	С
Вареники	65,6	13,776	0,92	1,29	99,22	98,90	С
Пельмені	33,8	6,084	0,47	0,57	99,69	99,48	С
Енергетичні батончики	22,30	5,575	0,31	0,52	100,00	100,00	С
Всього	7 149,26	1 064,84	100,00	100,00	х	х	х

Джерело: сформовано автором

Результати розрахунків показали, що до групи А належать найбільш важливі товари, які приносять підприємству 72,01% чистої виручки та 76,82% чистого прибутку. На їх частку припадає 5148,40 тис. грн, вони завжди повинні бути в наявності на складах готової продукції. Товариству необхідно створювати значний страховий запас за даною складовою асортименту. Вона потребує детального планування, постійного обліку та контролю. До групи В належать товари середньої важливості, які приносять 23,06% чистої виручки та 17,64% чистого прибутку і мають помірні обсяги продажу. Вони доповнюють асортимент аналізованого підприємства, дозволяють привернути нових покупців. За товарами цієї групи необхідно мати достатній страховий

запас. Облік і контроль має бути на тому ж рівні, що й за товарами групи А, але тут можливо вже рідше проводити інвентаризацію та ідентифікування штрих-кодами. Товари групи С приносять м'ясокомбінату лише 4,93% чистої виручки від реалізації та 5,54% чистого прибутку, бо мають незначні обсяги продажу. Якщо ж після комплексу заходів ці товари не перейдуть до іншої групи, то від них доцільно звільнитися, але в цій групі знаходяться наразі товари які були введені в асортимент в 2023 році.

Наступний етап аналізу, застосування методу XYZ-аналізу передбачає розподіл запасів на три групи залежно від рівномірності їх споживання у виробництві, тобто за коефіцієнтами варіації.

Результати XYZ-аналізу ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» в 2023 р. згруповано в табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Результати XYZ -аналізу портфеля ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» в 2023 р.

	Оборот по групі за рік, тис. грн	Середнє значення	Значення підкореневого виразу	Коефіцієнт варіації, %	Діапазони коефіцієнта варіації	Група
Олія розторопші	120,1	30,025	1,81	4,34	0;10	X
Вареники	65,6	16,4	2,65	8,26		
Цибуля свіжоморожена	1 699,30	424,825	56,03	9,37		
Олія льняна	110,8	27,7	9,71	12,52	11;20	Y
Пельмені	33,8	8,45	1,97	13,83		
Енергетичні батончики	22,30	5,575	0,87	15,68		
Полуниця	1 516,16	379,04	80,38	16,73		
Олія гарбузова	132,1	33,025	9,28	16,89		
Перець	1 605,20	401,3	84,54	21,09	21;30	Z
Суміші	1 843,90	460,975	169,70	36,81		

Джерело: сформовано автором

За результатами XYZ-аналізу YZ -аналізу портфеля ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» в 2023 р.

- до групи X належить 3 товари , що мають стабільний попит;
- до групи Y – 6 товарів з періодичним, тобто нерегулярним попитом;
- до групи Z – 1 товар, який має епізодичний попит.

Характер попиту та стабільність продажу Отже, дослідження довело, що найбільший ефект дає застосування методу ABC у комбінації з методом XYZ, комбінування цих двох аналізів допоможе позбутися товарів, які не приносять прибутки. Щоб наочно відобразити застосування цих аналізів в комплексі варто побудувати матрицю інтегрованого аналізу, яка покаже недоліки асортиментної політики ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» в 2023 р.

Внесок к товару в товарооборот	AX Цибуля свіжоморожена	AY Перець	AZ Суміші
	BX	BY Полуниця Олія гарбузова	BZ
	CX Олія розторопші Вареники	CY Пельмені Енергетичні батончики Олія льняна	CZ

Характер попиту та стабільність продажу

Рис. 3.4 - Матриця інтегрованого ABC/XYZ-аналізу ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» в 2023 р.

Джерело: сформовано автором

Загалом бачимо незбалансовану структуру випуску, що погіршувало прибутковість ТОВ «АГРОДАР-УКРАЇНА ПЛЮС» в 2023 р. В групу А яка так би мовити була найприбутковіша, входили товари які мали не стабільний попит, або взагалі були сезонними.

В другій групі є лише товари з періодичним попитом і це група ВУ – полуниця та олія гарбузова, яка генерувала 23% виручки та 17,64% прибутку.

В третій групі Є товари з стабільним попитом, хоча і всього рік в асортименті – це олія розторопші і вареники, періодичний попит в цій категорії зайняли також товари, які вперше введені в асортимент – пельмені, енергетичні батончики та олія льняна .

Проведене дослідження показало ефективність застосування комбінованого ABC/XYZ-аналізу, що дозволить ефективно здійснювати управління товарним асортиментом, що, своєю чергою, сприятиме скороченню кількості втрачених продажів, прискоренню товарообороту, зменшенню надлишків товарів, зниженню ризику їх списання, мінімізації сумарних витрат, пов'язаних із запасами та збільшення прибутковості. Отже, варто зазначити, що підприємство вірно обрало введення нових товарів, що сприяло збільшенню прибутковості, наступним кроком буде відмовитись від товарів, які не приносять прибутку чи приносять незначний прибуток.

Отже дане дослідження нам показало, що треба зосередитися на певній групі товару, розробити для нього ціну з низькою собівартістю і врахувати побажання клієнта. Тобто щоб оптимізувати стратегію ціноутворення, відділи продажів повинні:

- зрозуміти цінність клієнта;
- сегментувати ринок;
- запровадити ціноутворення на основі вартості;
- відстежувати ціноутворення конкурентів;
- пропонувати багаторівневі варіанти ціноутворення;
- стратегічно використовувати рекламні акції;
- тестуйте й уточнюйте ціноутворення;

- підтримуйте постійність цін;
- навчайте команди продажів продажам на основі вартості;
- контролюйте ефективність ціноутворення.

Важливим при підвищенні прибутковості є оптимізація цін. Він являється одним із підходів, який дає ідеальні результати та корисну інформацію, є гнучке ціноутворення. Пам'ятайте, що ціни ніколи не бувають постійними. Підвищити ціни трохи вище або нижче та відслідковуйте реакцію клієнтів. Це показує цінність вашого бренду для клієнтів. Збільшити дохід і прибутковість легше, коли ви маєте чітке уявлення про те, що люди готові платити.

Доцільно проаналізувати сегменти клієнтів, щоб визначити цінову чутливість кожного сегмента. Щоб оптимізувати свою цінову стратегію та збільшити дохід і прибутковість, відділи продажів можуть аналізувати сегменти клієнтів, щоб визначити чутливість кожного сегмента до ціни. Це допоможе відділу продажів визначити можливості для пропозиції індивідуальних цін і адаптувати свій підхід до сегментів клієнтів.

Скоротіть операційні витрати за допомогою стратегічних скорочень і автоматизації.

Витрати мають прямий прибуток — вони складають буквально половину рівняння. Отже, якщо ви хочете підвищити маржу прибутку, доцільно почати з максимальної оптимізації своїх операційних витрат. Для цього слід вивчати проблеми, які можуть виникнути, як непотрібний персонал, відмова від дорогих офісних приміщень, якщо більшість вашої команди може працювати віддалено, оплата рахунків-фактур якомога раніше для потенційних знижок від постачальників, пошук послуг або підписок, якими не користуєтеся регулярно, і скорочення їх зі свого бюджету

Зараз в еру цифровізації та автоматизації певних завдань, які постійно виконує ваш бізнес. Доцільно впровадити програмне забезпечення, яке позбавить їх ручної роботи та звільнить час ваших співробітників. Така

свобода зосередитися на ключових обов'язках майже завжди допоможе зменшити операційні витрати.

Висновки до 3 розділу

У сучасному бізнесі підвищення прибутковості є вічною метою, яка спонукає підприємства до інновацій, адаптації та оптимізації своєї діяльності.

Головною метою бізнесу залишається прагнення до підвищення прибутковості. У міру розвитку ринків і загострення конкуренції здатність підвищувати прибутковість стає невід'ємною складовою сталого зростання.

Впроваджуючи стратегії, про які тут йдеться, підприємства можуть пройти заплутаний шлях до підвищення прибутковості. Потужність точного відстеження часу, цінність розуміння клієнтів і вплив оптимізованих процесів сприятимуть підвищенню прибутковості. Важливо постійно аналізувати бізнес-середовища, адаптувати стратегії до мінливої ринкової динаміки та контролювати вплив реалізованих ініціатив.

Проведення ABC/XYZ-аналізу дозволить ефективно здійснювати управління товарним асортиментом, що, своєю чергою, сприятиме скороченню кількості втрачених продажів, прискоренню товарообороту, зменшенню надлишків товарів, зниженню ризику їх списання, мінімізації сумарних витрат, пов'язаних із запасами та збільшення прибутковості.

Отже, варто зазначити, що підприємство вірно обрало введення нових товарів, що сприяло збільшенню прибутковості, наступним кроком буде відмовитись від товарів, які не приносять прибутку чи приносять незначний прибуток

ВИСНОВКИ

На підставі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Сутність категорії «прибуток» має багатосторонні аспекти, що є основою формування ефективної системи управління прибутком для підприємства. Прибуток є найважливішим економічним поняттям у діяльності підприємства. Економічний прибуток також відомий як «економічна додана вартість» (EVA) і розраховується шляхом віднімання загальних альтернативних витрат проекту із загального доходу. У термінології бухгалтерського обліку економічний прибуток можна назвати «економічним доходом», «залишковим доходом» або «надприбутком». Підхід до визначення прибутку завжди залежить від цілей, які ставлять перед собою зацікавлені особи, а також від критеріїв визнання та оцінки доходів та витрат. Однак використання в економічній літературі та на практиці різноманітних термінів, що характеризують різні види прибутку, викликають певну складність у дослідженні прибутку та відображення її окремих видів у обліку та звітності.

2. Для більш широкого розкриття сутності прибутковості доцільно розглянути фактори впливу на неї та резерви її підвищення. На величину прибутку підприємства впливають фактори, умовлені специфічними особливостями тієї галузі, до якої належить. Від того, чи діє підприємство у матеріало-, фондо- або трудомісткої галузі, залежить рівень і структура витрат виробництва, шляхи їх зниження норми прибутку. Усі фактори зростання прибутку можна звести до наступних -збільшення обсягів виробництва, робіт, услуг, зниження собівартості продукції, підвищення якості продукції і як наслідок збільшення ціни та удосконалення асортименту та номенклатури товару, що випускається.

3. Резерви зростання прибутку багато в чому залежать від зростання обсягів виробництва та рентабельності продукції, зниження собівартості продукції, недопущення збитків тощо. від визначення перспективних резервів, пов'язаних з подальшим розвитком та розширенням виробництва, з

впровадженням досягнень науково-технічного прогресу, диверсифікацією та зміцненням своїх позицій на ринку тощо.

4. Для того щоб вибрати відповідні напрямки щодо підвищення прибутковості будь-якого підприємства, необхідно проаналізувати, в якому стані знаходиться підприємство з погляду фінансового забезпечення та становища на ринку, а також залежно від його намірів змінити своє становище. Тому, слід якісно здійснити оцінку та існує багато методик від найпростіших до застосування економіко-математичного моделювання. Проаналізувавши методики оцінки прибутковості забезпечити повноту аналітичних даних для зацікавлених користувачів з метою здійснення ефективного управління варто використовувати розгорнуту модель оцінки прибутковості підприємства, яка буде включати в себе проведення вертикального горизонтального аналізу, факторну модель та розрахунок показників рентабельності.

5. ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» являється найбільшим виробником і представником сільськогосподарської продукції методом замкнутого циклу в центральній частині України. Товарний асортимент підприємства складається з заморожені овочі та фрукти, олій та заморожених напівфабрикатів ручного ліплення. Продукція, зібрана на власних полях і заморожених за технологією IQF, що зберігає усі корисні та смакові властивості. Також підприємство вирощує зернові та масличні культури.

6. Проаналізувавши основні показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС», можна зробити висновок, що структура активів і пасивів загалом є нормальною для підприємства, що виконує роботи з вирощування та заготівлі овочів та фруктів, про що свідчать розраховані основні показники його діяльності. Позитивним є той факт, що протягом досліджуваного періоду підприємство здійснювало беззбиткову діяльність, тобто отримувало прибуток, хоч і не значний.

7. Розглядаючи прибутковість підприємства та його ключові показники, такі як обсяг виробництва та фінансовий результат, зазначимо, що

в 2022 році вони суттєво знизилися. Це в першу чергу пов'язано з початком повномасштабного вторгнення росії та значно зниженим експортом в першу чергу через проблеми з логістикою та високими транспортними витратами.

8. В умовах сучасного ринку створення конкурентоспроможного прибуткового підприємства неможливо шляхом простого виробництва товару, необхідно забезпечити тісний взаємозв'язок між потребою потенційного клієнта та продуктом. Збільшення прибутку можна досягти різними методами: управлінськими (підходи до ведення бухгалтерського, фінансового, податкового обліку; планування та реалізація політики управління прибутком; рекламні заходи; цінова політика та ін.) та виробничими (зниження витрат; зміна темпом і обсягів виробництва; зміна основного виду діяльності; впровадження інноваційних технологій та ін.). Ці методи згруповано в стратегії підвищення прибутковості підприємства. Впроваджуючи стратегії підприємства значно підвищують прибутковість, для цього постійно необхідно моніторити бізнес-середовище, адаптувати стратегії до мінливої ринкової динаміки та контролювати вплив реалізованих ініціатив. Завдяки проактивному підходу та зосередженню на цих стратегіях значно підвищиться доходи і буде забезпечена довгострокова прибутковість підприємства.

9. Для визначення напрямів підвищення прибутковості було здійснено застосування комбінованого ABC/XYZ-аналізу, що дозволить ефективно здійснювати управління товарним асортиментом, що, своєю чергою, сприятиме скороченню кількості втрачених продажів, прискоренню товарообороту, зменшенню надлишків товарів, зниженню ризику їх списання, мінімізації сумарних витрат, пов'язаних із запасами та збільшення прибутковості. Отже, варто зазначити, що підприємство вірно обрало введення нових товарів, що сприяло збільшенню прибутковості, наступним кроком буде відмовитись від товарів, які не приносять прибутку чи приносять незначний прибуток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Amadeo K. Profit, the Motive for Capitalism. *The balance*: веб-сайт. URL: <https://www.thebalancemoney.com/what-is-profit-and-how-does-it-work-3305878>
2. Anderson D.R., Sweeney D.J., Williams T.A. (2007). *Statistiques pour l'economie et la gestion*, Editions De Boeck, Bruxelles
3. Bilan, S., Melas, D., Melasova, K. (2020). Identifying manager's aspects associated with company's income through the point-biserial correlation: The middle Europe example. *Ekonomicko-manazerske spektrum*, 14(1), 1-9.
4. Cabaltera N. A. What is Economic Profit? – Definition, Examples, Roles, Advantages, Disadvantages, and More. *Accounting professor*: веб-сайт. URL: <https://accountingprofessor.org/what-is-economic-profit-definition-examples-roles-advantages-disadvantages-and-more/>
5. Economic Profit. *CFI*: веб-сайт. URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/economic-profit/>
6. Economic Profit. *Higher rock education*: веб-сайт. URL: <https://www.higherrockeducation.org/glossary-of-terms/economic-profit>
7. Kliestik, T., Valaskova, K., Lazaroiu, G., Kovacova, M., Vrbka, J. (2020). Remaining Financially Healthy and Competitive: The Role of Financial Predictors. *Journal of 1 Competitiveness*, 12(1), 74.
8. Sobhy E. Profitability Unleashed: 6 Strategies to Drive Business Growth and Boost the Bottom Line. *Linkedin* веб-сайт. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/profitability-unleashed-6-strategies-drive-business-growth-ehab-sobhy>
9. Stefko, R, Horvathova, J, Mokrisova, M. (2020). Bankruptcy Prediction with the Use of Data Envelopment Analysis: An Empirical Study of Slovak Businesses. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(9), 212.
10. Susanto, Y. K., Pirzada, K., Adrianne, S. (2019). Is tax aggressiveness an

indicator of earnings management? Polish Journal of Management Studies, 20(2), 516-527

11. Svabova, L., Michalkova, L., Durica, M., Nica, E. (2020). Business Failure Prediction for Slovak Small and Medium-Sized Companies. Sustainability, 12(11), 4572.

12. Tahmasebi, R., Rostamy, A.A.A., Khorshidi, A, Sharif, S.J.S. (2020). A data mining approach to predict companies' financial distress. International Journal of Financial Engineering, 7(2), 2050031.

13. Valaskova, K., Durana, P., Adamko, P., Jaros, J. (2020). Financial Compass for Slovak Enterprises: Modeling Economic Stability of Agricultural Entities. Journal of Risk and Financial Management, 13(5), 92.

14. Valaskova, K., Kliestik, T., Kovacova, M. (2018). Management of financial risks in Slovak enterprises using regression analysis. Oeconomia Copernicana, 9(1), 105–121.

15. Агродар. *agrodar*: веб-сайт. URL: <http://www.agrodar.ua>.

16. Антонюк Р.Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства*. 2012. № 126. С. 50–55

17. Білик М. Д., Павловська О. В., Притуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю. Фінансовий аналіз. 2-ге вид.. Київ: КНЕУ, 2007. 592 с.

18. Богацька Н. М., Кричевська О. А. Організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємства. *Молодий вчений*. 2016. №12. С. 655-658.

19. Богацька Н.М., Кузьменко М.М. Прибуток підприємства як рушійна сила функціонування ринкової економіки. *Вісник ХНУ*. 2.2018. Хмельницький, 2018. С.102-105

20. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник. Житомир: Рута, 2001. 672 с.

21. Верхоглядова Н. Ільїна С. Б., Шило В. П. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки. *Економічний*

простір. 2008. № 18. С. 180-192. URL:
http://www.nbuuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Ekpr/2008_18/verhog.pdf.

22. Дуляба Н. І., Корнілов С. О. Значення прибутку підприємства в сучасних умовах господарювання. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. № 22. С. 138-143.

23. Єпіфанова І.Ю., Джеджула В.В. Фінансовий аналіз та звітність : практикум. Вінниця: ВНТУ, 2017. 143 с

24. Історія економічних учень: Підручник: У 2 ч. Ч.1 / за ред.. В.Д. Базилевича. 2-ге вид., випр. Київ: Знання, 2005. 567 с

25. Кочетков О. В., Балдик Д. О. Аналіз динаміки фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств. *Науковий вісник Луганського національного аграрного університету*. Збірник наукових праць. №15, 2010. URL:
http://www.nbuuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvlnau/Ekon/2010_15/Kochetkov.pdf

26. Мних, Є. В. Економічний аналіз: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 412 с.

27. Мошенський, С. З. Економічний аналіз: підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / За ред. д. е. н., проф., Заслуженого діяча науки і техніки України Ф. Ф. Бутинця. 2-ге вид., доп. і перероб. Житомир: ПП «Рута», 2007. 704 с.

28. Осипова Т.В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання. *Управління розвитком*. 2012. № 1. С. 82–84

29. Отенко І. П., Азаренков Г.Ф., Іващенко Г.А. Фінансовий аналіз : навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 156 с.

30. Павлишенко М. М., Сивуля Л. А. Значення прибутку підприємства в ринковій економіці URL:
http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2007/17_4/172_Pawlyshenko_17_4.pdf

31. Перевірка контрагентів – досьє на бізнес. *vkursi.pro*: веб-сайт. URL:
<https://vkursi.pro/card/tov-ahrodar-ukraina-plius-33423315>

32. Романова Т.В., Даровський Є.О. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3976>

33. Салига С.Я., Салига К.С., Ткаченко Є.Ю. Монографія. Управління формуванням прибутку. Запоріжжя: ЗЦНТЕІ, 2006. 282 с.

34. Сало І. В., Лисянська О. О. Необхідність аналізу показників прибутку банку. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pprbsu/2010_29/10_29_01.Pdf.

35. Система YouControl - онлайн-сервис проверки компаний. *youcontrol.com.ua*: веб-сайт. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/33423315/

36. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини багатства добробуту націй/ пер. с англ. Київ: Port-Royal, 2001. 561 с

37. Статут ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС»

38. Тютюнник, Ю. М. Формування та факторний аналіз фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2011. №1. С. 117-121.

39. Фінанси підприємств: Підручник / кер. авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін 4-те вид., перероб. та доп. Київ: КНЕУ, 2002. 458 с

40. Фінансова звітність ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за 2020 рік

41. Фінансова звітність ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за 2021 рік

42. Фінансова звітність ТОВ «АГРОДАР – УКРАЇНА ПЛЮС» за 2022 рік

43. Хмелевський О. В. Оцінка якості прибутковості в інноваційно-інвестиційному розвитку підприємств машинобудування. *Економіст*. 2008. №3. С.50-53.

44. Шубіна С. В., Крамаренко І. В., Лосева І. В., Швадченко В. О. Сучасні підходи до аналізу та управління чистим прибутком підприємств в

торгівлі. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики.*
Збірник наукових праць. №2, 2011. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Fkd/2011_2/part1/27.Pdf.