

**КОРИГУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА**

шифр: Товарна політика

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
Розділ 1. Основні напрямки розвитку маркетингової політики сільськогосподарського підприємства	4
Розділ 2. Аналіз результатів господарської діяльності підприємства за 2019-2019 роки.....	7
Розділ 3. Обґрунтування способу коригування товарної політики на підприємстві	14
ВИСНОВКИ.....	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	25

ВСТУП

Система підтримки економіки України вимагає розвитку аграрного виробництва на інтенсивній основі, що дозволить забезпечити продовольчу безпеку країни, а також реалізувати конкурентні переваги країни на світових ринках продовольства.

Підвищення рівня ефективності виробництва продукції рослинництва є найважливішим завданням, від вирішення якого залежить забезпечення належного рівня продовольчої безпеки, насичення ринку власною сільськогосподарською і продовольчою продукцією.

Одним з етапів удосконалення постачальницько-збутової діяльності підприємства є комплексний аналіз постачання та збуту, який дає змогу виявити показники постачальницько-збутової діяльності, які впливають на процес функціонування підприємства в цілому. Проведення такого аналізу дозволяє виявити проблеми, що виникають у постачальницько-збутової діяльності та в подальшому знайти шляхи їх вирішення.

Для усунення таких проблем використовують стратегічно спрямований комплекс заходів щодо формування організації постачальницько-збутової діяльності, а також застосовують сучасні методи удосконалення організації постачальницько-збутової діяльності підприємства.

Розділ 1. Основні напрямки розвитку маркетингової політики сільськогосподарського підприємства

Адаптація сільськогосподарських підприємств до ринкових умов функціонування потребують змін в організаційних структурах з метою сприяння розвитку цільових ринків збуту продукції. При цьому особливого значення набувають організаційні структури управління маркетингом. Вирішення питання щодо принципів та підходів до їх побудови в межах підприємства є суто індивідуальним та таким, що має враховувати весь спектр особливостей діяльності. Крім того, недостатній розвиток інформаційної складової та інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції суттєво ускладнює роботу вітчизняних маркетологів, що не дозволяє суттєво підвищити рівень розвитку аграрного маркетингу.

Особливості товарно-збутової політики характеризуються впливом внутрішніх та навколишніх факторів роботи підприємства та комплектуються на базі врегульованого дослідження вимог та зацікавлення, урахування та пріоритетів, властивих покупцям товару. У зв'язку з тим, що ці пріоритети весь час розширюються та доповнюються, то дійова товарно-збутова орієнтація має бути направлена на періодичне покращення виробництва, збільшення різновиду продукту та сервісу, що пропонується, відповідно засновуватися на маркетинговому погляді.

Шлях реалізації товарно-збутового вектору підприємств містить в собі особливі інструменти з реалізації мети товарного задоволення та налагодження позицій у сфері аграрного ринку. Підвищення ролі збутової політики сільськогосподарських підприємств на сучасному етапі зумовлене декількома причинами:

- за часів товарного насичення вкрай складно обійтися без наближених до покупця збутових мереж;
- нині посилюється боротьба за споживача, що потребує постійного вдосконалення збутової політики, підвищення її ефективності;

- існує необхідність підвищення конкурентоспроможності підприємства, яка значною мірою зумовлена організацією його збутової діяльності.

На збутову політику сільськогосподарських підприємств впливають керовані та некеровані фактори розподілу та, відповідно, проблеми як зовнішнього так і внутрішнього характеру.

Існує два підходи до розуміння поняття «збут», його розглядають в широкому і вузькому значенні. В широкому розумінні під поняттям «збут» мають на увазі процес, який охоплює всі операції, від виходу продукції за межі підприємства до її передавання покупцеві. Вузький зміст збуту означає лише завершальну стадію – безпосереднє спілкування продавця й покупця.

Отже, збут у широкому розумінні являє собою процес організації транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, просування до оптових і роздрібних торговельних мереж, передпродажної підготовки, упакування й реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку.

Економічні цілі спрямовані на отримання максимального прибутку, і їх досягнення можливе за умови успішної реалізації таких завдань у сфері збутової діяльності:

- 1) завоювання більшої ринкової частки підприємства;
- 2) максимізація обсягів збуту і як наслідок – прибутку підприємства при повнішому задоволенні споживчого попиту;
- 3) ефективне використання збутового апарату підприємства;
- 4) вибір раціональних каналів розподілу;
- 5) мінімізація загальних витрат у господарському циклі товару,
- 6) враховуючи витрати з обслуговування після продажу;
- 7) правильна поведінка на ринку з урахуванням нестійкої кон'юнктури тощо.

Товарна політика дозволяє підприємству ефективно функціонувати та приймати виважені рішення в конкурентному середовищі й забезпечувати

конкретні переваги в довгостроковій перспективі. Для ефективного конкурування на ринку сучасному підприємству необхідно впроваджувати розгалужену маркетингову діяльність, в якій визначено чітко майбутнє підприємства на основі виваженої товарної політики. Маркетингові методи управління дозволяють підприємству адаптуватися до умов швидкоплинної зміни кон'юнктури, виявляючи приховані мотиви поведінки споживача, спрямовувати політику підприємства згідно з зовнішніми умовами.

Товарна політика є визначеною для кожного окремого підприємства. Вона залежить не тільки від його спеціалізації та розмірів, а й від специфіки та стану розвитку ринків збуту, попиту, фінансових й інших ресурсів, зовнішніх і внутрішніх факторів його розвитку. Товарна політика підприємства має бути спрямована на виконання його місії та розвиток внутрішнього ринку, насамперед, на основі вітчизняного виробництва, здатного випускати конкурентоспроможні товари та задовольняти попит різних верств населення.

Розділ 2. Аналіз результатів господарської діяльності підприємства за 2017-2019 роки

У кожній галузі сільського господарства розмір підприємств повинен визначатися оптимальними обсягами виробництва, умовами транспортування сировини і готової продукції та рядом інших факторів, пов'язаних з його розміщенням.

Товарна продукція - це та частина валової продукції, яка реалізована за межі підприємства різним споживачам. Вона визначається в натуральній і вартісній формах. На кожному підприємстві вартість товарної продукції розраховується за поточними цінами реалізації, рівень яких залежить від каналу і строків реалізації продукції, її якості, кон'юнктури ринку та інших факторів. Грошові надходження від продажу товарної продукції називають грошовим доходом або грошовою виручкою підприємства.

На сільськогосподарських підприємствах у складі валової продукції виділяють товарну частину. Виробництво товарної продукції вимірюється вартісними і натуральними показниками у фізичні вираженні, а обсяг реалізації по галузі та підприємству – у вартісному вираженні. Вартісний показник товарної продукції у звіті відображується у вигляді виручки від реалізації з урахуванням цін, що склалися, за продану продукцію.

У таблиці 2.1 розглянуто обсяг і структуру товарної продукції ТОВ «Агросет» за 2015-2019 роки.

Таблиця 2.1

Обсяг і структура товарної продукції ТОВ «Агросет» за 2015-2019 рр.

Продукція	Обсяг, тис. грн					Структура, %				
	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
1. Пшениця	1952,41	1084,2	2643,15	4868,79	4306,09	27,46	14,47	24,54	31,74	28,05
2. Ярий ячмінь	1000,15	1270,1	1290,18	1359,7	1469,45	14,07	16,95	11,98	8,86	9,57
3. Просо	-	-	298,37	352,68	386,25	-	-	2,77	2,30	2,52
2.Гречка	330,7	-	-	-	-	4,65	-	-	-	-
3.Кукурудза на зерно	672,42	1426,6	422,06	903,35	956,85	9,46	19,04	3,92	5,89	6,23
4.Соняшник	567,8	1057,87	2661,4	4571,53	3085,95	7,99	14,12	24,71	29,80	20,10
5.Соя	401,1	-	2267,3	1307,6	1164,44	5,64	-	21,05	8,52	7,58
6.Ріпак	1028,4	1494,2	-	-	1619,09	14,46	19,94	-	-	10,55
7. Горох	382,47	-	-	308,5	496,2	5,38	-	-	2,01	3,23
7.Інша продукція рослинництва	10,90	15,70	8,50	11,20	13,30	0,15	0,21	0,08	0,07	0,09
Разом по рослинництву	6346,35	6348,67	9590,96	13683,35	13497,62	89,25	84,73	89,05	89,20	87,92
1.Мясо ВРХ	51,55	116,85	96,36	182,9	127,79	0,72	1,56	0,89	1,19	0,83
2.Молоко	676,41	1017,75	1054,14	1370,19	1695,04	9,51	13,58	9,79	8,93	11,04
3.Інша продукція тваринництва	36,52	9,75	28,27	102,79	31,9	0,51	0,13	0,26	0,67	0,21
Разом по тваринництву	764,48	1144,35	1178,77	1655,88	1854,73	10,75	15,27	10,95	10,80	12,08
Послуги в рослинництві і тваринництві	41,2	50,06	13,48	43,3	60,58	0,58	0,67	0,13	0,28	0,39
Всього по підприємству	7110,83	7493,02	10769,73	15339,23	15352,35	100	100	100	100	100

З даних таблиці ми бачимо, що в структурі товарної продукції майже протягом всього періоду, який аналізується, питому вагу складає пшениця: в 2015 році – 24,46 %, в 2017 році – 24,54%, в 2018 році – 31,74%, в 2019 році – 28,05 %.

З кожним роком спостерігається збільшення питомої ваги реалізації соняшника. Якщо в 2015 році товарна продукція соняшника складала 13,56%, то вже в 2018 році та 2019 році даний показник складає 39,18% та 42,69% відповідно.

Слід також зазначити, що з 2016 року припинилось вирощування та реалізація гречки, у 2017 році виробництво сої поновилося.

Що стосується товарної продукції галузі тваринництва, то можна помітити, в 2015 році та 2019 році питома вага молока знаходиться на рівні 16%.

Сьогодні надзвичайно важливим питанням для сільськогосподарських товаровиробників є реалізація виробленої продукції, що є завершальним етапом руху продукції із сфери виробництва у сферу споживання або у сферу переробки, від результатів якої залежать масштаби розширеного відтворення сільськогосподарського виробництва. Окрім цього умови та результати процесу реалізації продукції обумовлюють кінцеві результати господарської діяльності, тобто є завершальним етапом формування економічних вигод (отримання прибутку).

Оскільки сільськогосподарські підприємства функціонують на засадах ринкової економіки, то невід'ємною складовою частиною процесу реалізації продукції є дослідження ринкової кон'юнктури та наявність належної інфраструктури. Сьогодні у системі збуту сільськогосподарської продукції вирішальна роль належить недержавним суб'єктам економічної системи, між якими під впливом ринкової кон'юнктури формуються виробничо-економічні зв'язки. Ефективність збутової політики в аграрній сфері значним чином залежить від міри впровадження системи сучасного маркетингу. Це також стосується і сільгоспвиробників, яким доводиться самотійно

знаходити та налагоджувати маркетингові збутові канали для забезпечення реалізації виробленої продукції. Зважаючи на кількість зайнятих у сільському господарстві працівників, а також кількість функціонуючих аграрних підприємств, можна констатувати, що у більшості підприємств функції провідних спеціалістів виконуються однією особою, а тому функціонування повноцінних підрозділів, відділів, служб поки що є неможливим.

Під процесом реалізації сільськогосподарської продукції слід розуміти певні обсяги продукції, реалізованої аграрними підприємствами за усіма можливими каналами: переробним підприємствам, на ринку, організаціям, населенню (в рахунок оплати праці, включаючи реалізацію через систему громадського харчування), пайовикам (в рахунок орендної плати за використання земельних часток (паїв), а також на товарних біржах, аукціонах тощо.

У таблиці 2.2 проаналізовані канали реалізації основних видів продукції рослинництва ТОВ «Агросет» у 2019 році. За всіма можливими каналами збуту реалізовувалась лише озима пшениця. Найвище значення рентабельності – 23,73 % - зафіксоване при реалізації на ринку. В цілому, відхилення рентабельності рентабельності по всім каналам в межах 2 %.

**Аналіз ринків збуту
продукції рослинництва у 2019 році**

Показник	Всього	На ринку	Населенню	Державі	Через біржі	За іншими каналами
1	2	3	4	5	6	7
Озима пшениця						
Обсяг реалізації, т	4015	2400	500	270	798	47
Ціна реалізації 1 т	4250	4250	4250	4300	4320	4250
Собівартість 1 т	3513	3435	3513	3513	3610	3520
Прибуток, грн.	2959055	1956000	368500	212490	566580	34310
Рентабельність, %	20,97	23,73	20,98	22,40	19,68	20,74
Ярий ячмінь						
Обсяг реалізації, т	1540,3	1300	240,3	-	-	-
Ціна реалізації 1 т	3900	3900	3900	-	-	-
Собівартість 1 т	2807	2807	2807	-	-	-
Прибуток, грн.	1683548	1420900	262647,9	-	-	-
Рентабельність, %	38,94	38,94	38,94	-	-	-
Соняшник						
Обсяг реалізації, т	1085,8	585,8	-	-	500	-
Ціна реалізації 1 т	9710	9710	-	-	9880	-
Собівартість 1 т	7897	7897	-	-	7900	-
Прибуток, грн.	1968555	1062055	-	-	990000	-
Рентабельність, %	22,96	22,96	-	-	25,06	-
Горох						
Обсяг реалізації, т	467,1	467,1	-	-	-	-
Ціна реалізації 1 т	6550	6550	-	-	-	-
Собівартість 1 т	4760	4760	-	-	-	-
Прибуток, грн.	878148	878148	-	-	-	-
Рентабельність, %	39,50	39,50	-	-	-	-
Просо						
Обсяг реалізації, т	384,4	384,4	-	-	-	-
Ціна реалізації 1 т	3850	3850	-	-	-	-
Собівартість 1 т	2670	2670	-	-	-	-
Прибуток, грн.	307520	307520	-	-	-	-
Рентабельність, %	29,96	29,96	-	-	-	-

Формування чистого прибутку у 2017-2019 рр.

Показник	Роки			Відхилення			
	2017	2018	2019	2018 від 2017		2019 від 2018	
	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Дохід від реалізації продукції	3499	5876	6701	2377	167,93	825	114,04
Податок на додану вартість	194	181	398	-13	93,30	217	219,89
Чистий дохід від реалізації продукції	3305	5695	6303	2390	172,31	608	110,68
Собівартість реалізованої продукції	2729	4058	5138	1329	148,70	1080	126,61
Валовий прибуток	576	1637	1165	1061	284,20	-472	71,17
Інші операційні доходи	2800	4952	4888	2152	176,86	-64	98,71
Адміністративні витрати	530	674	686	144	127,17	12	101,78
Витрати на збут	235	303	281	68	128,94	-22	92,74
Інші операційні витрати	2770	5078	4900	2308	183,32	-178	96,49
Фінансовий результат від операційної діяльності	-159	534	186	693	0,00	-348	34,83
Інші доходи	23	24	1	1	104,35	-23	4,17
Інші витрати	50	49	10	-1	98,00	-39	20,41
Чистий прибуток (збиток)	-186	382	133	568	-205,38	-249	34,82

Формування чистого прибутку підприємства у взаємозв'язку з основними видами його діяльності можна зобразити у вигляді такої послідовності:

1. Дохід від реалізації продукції - податок на додану вартість - акцизний збір - інші вирахування з доходу - Чистий дохід від реалізації продукції, робіт, послуг.

2. Чистий дохід від реалізації продукції, робіт, послуг - собівартість реалізованої продукції = Валовий прибуток (збиток).

3. Валовий прибуток (збиток) + інші операційні доходи - адміністративні витрати - витрати на збут - інші операційні витрати = Фінансовий результат від операційної діяльності.

4. Фінансовий результат від операційної діяльності + дохід від участі в капіталі + інші фінансові доходи (дивіденди, відсотки) - фінансові витрати - втрати від участі в капіталі = Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування.

5. Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування — податок на прибуток від звичайної діяльності = Фінансовий результат від звичайної діяльності.

6. Фінансовий результат від звичайної діяльності + прибуток від надзвичайних подій - податок на прибуток від надзвичайних подій = Чистий прибуток (збиток) підприємства. Чистий прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, використовується для збільшення власного капіталу підприємства, для виплати дивідендів акціонерам і засновникам підприємства.

Формування чистого прибутку за 2017-2019 роки в ТОВ «Агросет» проаналізоване у таблиці 2.3. Підприємство було збитковим у 2017 році через від'ємний показник результатів від операційної діяльності.

У таблиці 2.13 показані фінансові результати від реалізації продукції галузі рослинництва в ТОВ «Агросет» і вплив факторів на їх зміну у 2019 році. Фактичні фінансові результати менші за планові лише по реалізації проса.

Аналіз чинників, які впливають на фінансові результати, був здійснений способом абсолютних різниць. Зменшення прибутковості за рахунок зміни обсягу реалізації продукції відбувається по просу, за рахунок зміни собівартості – по ярому ячменю, ріпаку та гороху.

Розділ 3. Обґрунтування способу коригування товарної політики на підприємстві

Заходи з оптимізації товарної політики є індивідуальними для кожного окремого підприємства і залежать від ринків збуту, попиту, виробничих, фінансових та інших ресурсів. Найчастіше до них належать:

- 1) визначення товарів (послуг), які могли б успішно реалізовуватись;
- 2) модифікація товарів (послуг) відповідно до попиту;
- 3) вилучення з виробництва товарів, які не відповідають вимогам споживачів і які вже не є перспективними.

Одним із центральних завдань товарної політики є збереження та розвиток підприємства як соціально-економічної системи. З цього приводу цілі підприємства можна підрозділити на три найбільш суттєві:

- заміщення ресурсів;
- забезпечення гарантій збереження підприємства;
- створення умов для розширення виробництва.

На успішну реалізацію продукції впливає широкий спектр факторів. У таблиці 3.1 проведено SWOT-аналіз факторів впливу на виробничо-збутову діяльність підприємства.

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз факторів впливу на виробничо-збутову діяльність підприємства

<i>Можливості</i>	<i>Сильні сторони</i>
<ul style="list-style-type: none"> - витіснення європейської продукції з нижнього і середнього цінових сегментів; - розширення інфраструктурного будівництва; - зростання попиту на крупи власного виробництва за нижчими цінами; - процеси інтеграції і глобалізації. 	<ul style="list-style-type: none"> - стабільне функціонування наявних операційних та збутових сегментів; - сприятливе економічне, кліматичне та адміністративне розташування підприємства; - частковий перехід на альтернативні джерела енергії; - контроль якості продукції; - наявність фахівців високої кваліфікації;

Продовження таблиці 3.1

<i>Загрози</i>	<i>Слабкі сторони</i>
<ul style="list-style-type: none"> - економічна і політична нестабільність; - посилення конкуренції між українськими та європейськими виробниками в нижньому ціновому сегменті; - зменшення обсягів кредитування сільськогосподарських підприємств; - введення нових виробничих потужностей українськими виробниками-конкурентами; - зниження платоспроможності населення; - поява на ринку альтернативних видів продукції рослинництва; - сезонність виробництва продукції, залежність від погодних умов 	<ul style="list-style-type: none"> - складність переозброєння, модернізації та технологічного оновлення виробництва; - відсутність налагодженої системи взаємодії з постійною базою збуту продукції; - недосконалість існуючої маркетингової стратегії; - відсутність заходів з управління товарною спеціалізацією.

З метою коригування товарного асортименту та відповідно спеціалізації у процесі дослідження в ТОВ «Агросет» пропонується відкрити власне виробництво з переробки основних видів продукції рослинництва – виробництво пшеничної, ячної, перлової круп та гороху лущеного. Враховуючи обсяги і структуру виробництва певних видів продукції рослинництва, пропонується взяти до уваги розробку моделі створення власного виробництва пшеничної, перлової та ячної круп, а також гороху лущеного. Для цього доцільно обрати лінію з переробки пшениці, ячменю та гороху «Харків'янка-500К». У таблиці 3.2 наведені технічні характеристики цього обладнання.

Таблиця 3.2

Технічні характеристики лінії для виробництва круп «Харків'янка-500К»

Показник	Значення
Переробка пшениці	
Продуктивність, кг/год	500
Крупа пшенична, всього	63%
в т. ч. «Полтавська» № 1 + № 2	8%
«Полтавська» № 3 + № 4	43%
«Артек»	12%

Продовження таблиці 3.2

Переробка ячменю	
Продуктивність, кг/год	500
Крупа перлова, всього	45
в т. ч. № 1 + № 2	36
№ 3 + № 4	9
Крупа ячна, всього	65
в т. ч. № 1 + № 2	58
№ 3	7
Переробка гороху	
Продуктивність, кг/год	400
Горох лущений, всього	77
Потужність обладнання, кВт/год	60
Витрати води, л/год	20
Обслуговуючий персонал, осіб	2
Маса, т	10,2
Потребує площі, м ²	100
Вартість обладнання з ПДВ, грн.	1 370 500

Пропонується завантажувати обладнання сировиною на 100 % при роботі у три зміни з двогодинною перервою на добу 300 діб на рік. Для того, аби забезпечити нормальні умови праці, є необхідність створити 4 робочі бригади у складі оператора та його помічника.

Запланований валовий дохід від реалізації готової продукції при вищезазначених умовах наведено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Прогнозування річного обсягу виробництва продукції та надходжень від її реалізації при застосуванні технологічної лінії

«Харків'янка-500К»

Показник	Вихідні дані	В цілому за рік, т	Ціна реалізації, грн/т	Валовий дохід від реалізації, грн.
1	2	3	4	5
Переробка пшениці				
Продуктивність, кг/год	500	3300	х	х
Крупа пшенична, всього	63%	2079	х	х
в т. ч. «Полтавська» № 1 + № 2	8%	264	6960	1837440
«Полтавська» № 3 + № 4	43%	1419	6800	9649200
«Артек»	12%	396	7100	2811600

Переробка ячменю				
Продуктивність, кг/год	500	3300	х	х
Крупа перлова, всього	45%	1485	х	х
в т. ч. № 1 + № 2	36 %	1188	7800	9266400
№ 3 + № 4	9%	297	7650	2272050
Крупа ячна, всього	65%	2145	х	х
в т. ч. № 1 + № 2	58%	1914	7800	14929200
№ 3	7%	231	7200	1663200
Переробка гороху				
Продуктивність, кг/год	400	2640	х	х
Горох лущений, всього	77%	2032,8	10380	21100464

Отже, при повному завантаженні обладнання і реалізації отриманої продукції за середньоринковими цінами підприємство матиме можливість отримувати 63 529 554 грн. валового доходу на рік.

Для придбання обладнання та його запуску необхідні витрати, розрахунок яких наведено у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Розрахунок витрат у реалізацію проекту

Складова проекту	Вартість з ПДВ, грн
Лінія для виробництва круп «Харків'янка-500К»	1 370 500
Вартість монтажних та пусконаладжувальних робіт (15% від вартості обладнання)	250575
Будівництво приміщення площею 100 м ² ; вартість 1 м ² – 2300 грн	230 000
РАЗОМ	1 806 075

Лінія з виробництва круп працюватиме при тризмінному режимі з двогодинною технологічною перервою на добу 300 діб на рік (5 діб на тиждень). При цьому повинно бути створено 4 робочі бригади з оператора та його помічника. Обладнання має бути завантажено сировиною на повну потужність, тобто приймати до переробки 500 кг зерна щогодини.

Виходячи із сумарних капітальних вкладень та річного обсягу виробництва продукції проведемо розрахунок відносних капіталовкладень. Результати зведемо в таблицю 3.6.

Таблиця 3.6

Розрахунок відносних капітальних витрат

Продукція	Сумарні капітальні вкладення, грн	Річний обсяг виробництва продукції, кг	Розмір відносних капітальних вкладень, грн./кг
Крупа пшенична	1806075	2079000	0,87
Крупа перлова		1485000	1,22
Крупа ячна		2145000	0,84
Горох лущений		2032800	0,89

Отже, сумарні капіталовкладення складатимуть 1 806 075 грн., розмір відносних капіталовкладень більший при виробництві крупи перлової, для іншої продукції знаходяться приблизно на одному рівні – від 0,84 до 0,89 грн./кг.

Після запуску лінії з виробництва круп виникатимуть витрати, які в сукупності складатимуть повну собівартість отриманої продукції, у складі якої витрати, пов'язані з виробництвом продукції – це виробнича собівартість. Кожен елемент повної собівартості реалізованої продукції наведено у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Розрахунок повної собівартості реалізованої продукції

Елементи собівартості, грн	Вид крупи			
	Крупа пшенична	Крупа перлова	Крупа ячна	Горох лущений
1. Витрати на сировину	1353000	1287000	1287000	17160000
2. Витрати на електроенергію	563904			
3. Оплата праці	659459	507277	654225	768805
4. Витрати на воду	2439360			
5. Витрати на опалення	207360			
6. Витрати на амортизацію	208509,4			
7. Витрати на ремонт	96537,71			
8. Витрати на технічне обслуговування	708803,75			
9. Інші витрати	48225,32	32711,26	25363,83	38440,25

Продовження таблиці 3.7

10. Загальновиробничі витрати	144676	98133,79	76091,49	115320,7
Виробнича собівартість	6429835	1925122	2042680	18082566
11.Адміністративні витрати	594384			
12.Витрати на пакування продукції	1803038	1206563	1742813	1651650
Повна собівартість	8827257	3131685	3785493	19734216

Обґрунтування економічної ефективності переробки пшениці, ячменю та гороху на власній лінії полягає в розрахунку наступних показників:

1. Собівартість одиниці продукції (C_o) грн., визначаємо за формулою:

$$C_o = \frac{C}{A} \text{ грн./кг,}$$

де C – загальна сума витрат на виробництво борошна, грн.;

A – обсяг виробленого борошна, кг.

2. Зобов'язання з ПДВ ($Z_{\text{ПДВ}}$) грн.

Як зазначалось вище, підприємство є платником податків на загальних умовах. Зобов'язання з ПДВ за звітний період розраховується на основі застосування відповідної ставки (20,0 %) до валової виручки (валового доходу) від реалізації основної продукції. При цьому необхідно пам'ятати, що розмір зобов'язання з ПДВ включено до ціни реалізації продукції. Тому розрахунок матиме наступний вигляд:

$$Z_{\text{ПДВ}} = \frac{ВД \cdot 20}{120} \text{ грн.,}$$

де $ВД$ – розмір валової виручки (валового доходу) від реалізації основної продукції, грн.

3. Кредит з ПДВ ($K_{\text{ПДВ}}$) грн., розраховується виходячи з витрат пов'язаних з придбанням сировини та основних засобів у постачальників – платників ПДВ та інших витрат, якщо такі мають місце і передбачені Законом, за ставкою 20,0 % від величини таких витрат. Методика розрахунків подібна до методики визначення зобов'язання з ПДВ і має наступний вигляд:

$$K_{\text{ПДВ}} = \frac{H_C \cdot 20}{120} + \frac{O_{\text{ОЗ}} \cdot 20}{120} + \dots \text{ грн.},$$

де H_C – покупне зерно пшениці, грн.;

$O_{\text{ОЗ}}$ – вартість покупного обладнання, грн.

4. ПДВ до бюджету ($B_{\text{ПДВ}}$) грн. Розраховується, як різниця між зобов'язанням з ПДВ та розміром кредиту з ПДВ за наступною формулою:

$$B_{\text{ПДВ}} = Z_{\text{ПДВ}} - K_{\text{ПДВ}} \text{ грн.},$$

5. Розмір балансового прибутку (БП) грн., розраховується за наступною:

$$БП = ВД - B_{\text{ПДВ}} - С \text{ грн.},$$

6. Розрахунок суми податку на прибуток ($\Pi_{\text{П}}$), грн. Ставка податку на прибуток становить 18 % від балансового прибутку. Розрахунок проводиться за формулою:

7. Чистий прибуток (ЧП) грн., визначається за наступною формулою:

$$\text{ЧП} = \text{БП} - \Pi_{\text{П}} \text{ грн.},$$

8. Енергомісткість (E_M) кВт. – год. /кг, визначаємо за формулою (15):

$$E_M = \frac{Q_{\text{ЕЕ}}}{A} \text{ кВт.} - \text{год.} / \text{кг.},$$

де $Q_{\text{ЕЕ}}$ – витрати електроенергії на виробничі потреби, кВт. – год.;

A – обсяг виробленого борошна, кг.

9. Продуктивність праці ($\Pi_{\text{ПР}}$) кг. /люд.-год., визначаємо за формулою:

$$\Pi_{\text{ПР}} = \frac{A}{Ч \cdot Д \cdot T_{\text{ЗМ}}} \text{ кг.} / \text{люд.} - \text{год.},$$

де $Ч$ – чисельність осіб виробничого персоналу;

$Д$ – кількість днів роботи;

$T_{\text{ЗМ}}$ – тривалість зміни, годин.

10. Рентабельність основної продукції ($R_{\text{ЧП}}$) %, визначаємо за формулою:

$$R_{\text{ЧП}} = \frac{\text{ЧП}}{С} \cdot 100 \%,$$

де ЧП – чистий прибуток, грн.

11. Термін окупності первинних капітальних вкладень (термін повернення капіталу) (T_{OK}) міс., знаходимо за формулою:

$$T_{OK} = \frac{K}{ЧП} \cdot 12 \text{ місяців,}$$

де K – сумарні капіталовкладення, грн.

12. Приведені витрати на 1кг основної продукції ($V_{ПРИВ}$) грн., знаходимо за формулою:

$$V_{ПРИВ} = C_O + E_H \cdot K_B \text{ грн./кг.},$$

де C_O – собівартість одиниці продукції, грн. /кг;

E_H – нормативний коефіцієнт капіталовкладень – (0,15);

K_B – відносний розмір капітальних вкладень, грн. /кг.

Економічна ефективність виробництва круп в ТОВ «Агросет» на технологічній лінії «Харків'янка-500К» відображена в таблиці 3.8 у розрізі розрахованих показників.

Таблиця 3.8

Підсумок розрахунку показників економічної ефективності виробництва круп на технологічній лінії «Харків'янка-500К»

Показник	Вид крупи			
	Крупа пшенична	Крупа перлова	Крупа ячна	Горох лущений
1. Валовий дохід, грн.	14298240	11538450	16592400	21100464
2. Зобов'язання з ПДВ, грн.	2383040	1923075	2765400	3516744
3. Кредит з ПДВ, грн.	2483417	442916,7	442916,7	3088417
4. ПДВ до бюджету, грн.	100037	1480158	2322483	428327,3
5. Чистий дохід (виручка від реалізації), грн.	14198203	10058292	14269917	20672137
6. Виробнича собівартість продукції, грн.	6426835	1925122	2042680	18082566
7. Валовий прибуток, грн.	7871405	9613328	14549720	3017898
8. Повна собівартість продукції, грн.	8827257	3131685	3785493	19734216
9. Балансовий прибуток, грн.	5370946	6926607	10484424	937920,7

Продовження таблиці 3.8

10.Податок на прибуток, грн.	966770,3	1246789	1887196	168825,7
11.Чистий прибуток	4404176	5679817	8597227	769094,9
12.Фондовіддача	0,17	0,14	0,09	0,44
13.Фондомісткість	5,99	7,32	11,08	2,30
14.Фондоозброєність	164174,5	164174,5	164174,5	164174,5
15.Рентабельність продукції по чистому прибутку, %	49,89	181,37	227,11	3,90
16.Повна собівартість одиниці продукції, грн./кг	4,25	2,11	1,76	9,71
17.Енергомісткість, кВт.-год/кг	152,38	213,33	147,69	155,84
18.Термін окупності первинних капіталовкладень, місяців	12,15	23,17	25,17	28,18
19.Приведені витрати на 1 кг крупи, грн.	4,38	2,29	1,89	9,84

ВИСНОВКИ

Одним із центральних завдань товарної політики є збереження та розвиток підприємства як соціально-економічної системи. З цього приводу цілі підприємства можна підрозділити на три найбільш суттєві:

- заміщення ресурсів;
- забезпечення гарантій збереження підприємства;
- створення умов для розширення виробництва.

Показниками досягнення цих цілей є наступні критерії: обсяги збуту; покриття змінних і постійних витрат; прибуток і зниження собівартості продукції; зростання підприємства та збільшення його ринкової частки.

Для здійснення ґрунтовного аналізу наявних збутових каналів та їх розвитку необхідно насамперед дослідити процес здійснення господарської діяльності аграрними підприємствами, характер потреб пересічних споживачів, а також інших партнерів ринку сільськогосподарської продукції.

Безпосередня взаємодія товаровиробників і споживачів має місце на ринках, ярмарках. Проте, наявність значної кількості посередницьких структур різними способами перешкоджають здійсненню торгівлі безпосередніми товаровиробниками задля отримання власної вигоди. Відтак приблизно третя частина валового виробництва сільськогосподарської продукції до кінцевих споживачів надходить через інші суб'єкти (посередницькі структури) аграрного ринку.

Враховуючи обсяги і структуру виробництва певних видів продукції рослинництва, пропонується взяти до уваги розробку моделі створення власного виробництва пшеничної, перлової та ячної круп, а також гороху лущеного. Для цього доцільно обрати лінію з переробки пшениці, ячменю та гороху «Харків'янка-500К». У таблиці 3.5 наведені технічні характеристики цього обладнання.

Пропонується завантажувати обладнання сировиною на 100 % при роботі у три зміни з двогодинною перервою на добу 300 діб на рік. Для того,

аби забезпечити нормальні умови праці, є необхідність створити 4 робочі бригади у складі оператора та його помічника.

Отже, при повному завантаженні обладнання і реалізації отриманої продукції за середньоринковими цінами підприємство матиме можливість отримувати 63 529 554 грн. валового доходу на рік та 19 450 316 грн чистого доходу на рік.

Список використаної літератури:

1. AgroChart. Market Review. URL: <https://www.agrochart.com/en/market-review/all/>
2. Europe 2020. A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth / Communication from the Commission from 03.03.2010. URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC2020&from=en> (Accessed : 05.09.2018).
3. Азізов С.П. Організація виробництва і аграрного бізнесу в сільськогосподарських підприємствах: підруч. для студ. вищ. навч. закл./ С.П. Азізов, П.К. Канінський, В.М. Скупий. –К.: ІАЕ, 2001.- 834 с.
4. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств : підручник. – 2-ге вид., доп. і перероблене / В.Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с.
5. Березівський П.С. Організація виробництва в аграрних формуваннях: навчальний посібник / П.С. Березівський, Н. І. Михалюк; за ред.. П.С. Березівського. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 560 с.
6. Галушко В. П. Економіка світового сільського господарства: Підручник / [Галушко В. П., Береговий В. К.]. – К.: ЗАТ «Нічлава», 2011. – 1000 с.
7. Економічна ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств: стан, проблеми, перспективи: монографія/ П.С. Березівський [та ін.]. - Львів: ЛДАУ, 2007. - 166 с.
8. Ільчук М. М. Організація і планування сільськогосподарського виробництва^ підручник / [Ільчук М. М. Зрібняк Л. Я., Мельник С. І.] – Вінниця: Нова Книга, 2009. – 456 с.
9. Красноруцький О. О. Розвиток маркетингу на ринку агропродовольчої продукції України: [Монографія] / О. О. Красноруцький, Ю. І. Данько – Харків: Міськдрук. – 2009. – 262 с.
10. Ніценко В. С. Збутова політика аграрних підприємств : сучасний стан та перспективи розвитку / В. С. Ніценко // Вісник Сумського національного аграрного університету. - Суми : СНАУ, 2017. - Вип. 4(63). - С. 103-107

АНОТАЦІЯ

Актуальність теми обумовлена підвищенням економічної ефективності виробництва рослинницької продукції та зростання економіки галузей рослинництва. Підвищення економічної ефективності передбачає збільшення виробництва і підвищення якості продукції при одночасному зменшенні затрат праці та матеріальних засобів на одиницю продукції. Вирішення проблеми нерозривно пов'язане з подальшою всебічною інтенсифікацією сільськогосподарського виробництва та має важливе значення для агропромислового комплексу загалом.

Метою досліджень в науковій роботі є виявлення способу коригування товарної політики сільськогосподарського підприємства. Завданням роботи є аналіз фінансових та виробничих можливостей підприємства щодо розширення товарної політики.

Для досягнення поставленої мети були поставлені і вирішені наступні **завдання**: проведення аналізу господарської та зокрема збутової діяльності сільськогосподарського підприємства за останні п'ять років; визначення перспективних напрямків розвитку товарної політики підприємства; економічне обґрунтування створення власного виробництва з переробки основного виду продукції (пшениця, ячмінь, горох).

Методика дослідження включає систему статистико-економічних методів в поєднанні з теоретичними аспектами формування шляхів удосконалення механізму товарної політики сільськогосподарського підприємства.

Загальна характеристика роботи У першому розділі «Основні напрямки розвитку маркетингової політики сільськогосподарського підприємства» описані основні шляхи розвитку маркетингової політики аграрного підприємства.

У другому розділі «Аналіз результатів господарської діяльності підприємства за 2017-2019 роки» проаналізовані результати господарської діяльності підприємства.

У третьому розділі «Обґрунтування способу коригування товарної політики на підприємстві» обґрунтоване створення власного виробництва з переробки основного виду продукції рослинництва (пшениця, ячмінь, горох просо).