

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний економічний університет
Кафедра економічної теорії

Міждисциплінарна курсова робота

з дисципліни «Мікроекономіка»

на тему:

«Аналіз прибутку фірми та основних факторів, що його визначають»

Студентки 2 курсу групи МЕСЕ-21
Мудрої Юлії

Науковий керівник:

старший викладач, к.е.н. Чирак

І.М.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ECTS _____

Тернопіль - 2017

План:

Вступ

1. Сутність прибутку фірми та методика його розрахунку .
2. Аналіз прибутку та факторів, що його визначають (на прикладі фірми).
3. Механізм вдосконалення факторів впливу на прибуток фірми.

Висновки

Список використаної літератури

Додатки

Зміст

Вступ	4
1. Сутність прибутку фірми та методика його розрахунку	6
2. Аналіз прибутку та факторів, що його визначають (на прикладі фірми).18	
3. Механізм вдосконалення факторів впливу на прибуток фірми.	29
Висновки.....	35
Список використаних джерел.....	37
Додатки.....	40

Вступ

Написання курсової роботи є невід'ємною частиною навчального процесу. В ході її написання студент одержує поглиблення й закріплення знань і професійних навичок, отриманих у процесі навчання на основі вивчення практичних ситуацій.

Метою даної роботи є не тільки вивчення практичних ситуацій, але й збір і аналіз матеріалу, необхідного для розширення кругозору та отримання певних професійних навичок.

Завданнями роботи є:

охарактеризувати поняття і значення прибутку і рентабельності підприємства;

здійснити факторний аналіз динаміки прибутку підприємства на прикладі ПАТ «Птахофабрика Тернопільська»;

окреслити перспективи розвитку підприємства ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» та способи зростання рентабельності його роботи.

Об'єктом написання роботи є прибуток фірми та фактори, що його визначають.

Предметом роботи виступають соціально-економічні відносини, що виникають в умовах аналізу прибутку фірми та основних факторів, що його визначають.

У даній роботі були використані наступні внутрішні матеріали:

- статистичні дані;
- спеціальні друковані видання;
- інтернет ресурси;
- бухгалтерська звітність 2016 рік.

У ході підготовки даної роботи вивчені історичні, теоретичні розробки, статистичні джерела, офіційні документи, законодавчі акти.

Інформаційну базу становлять дані звіту з праці, бухгалтерського балансу й звітності підприємства, внутрішні документи підприємства.

1. Сутність прибутку фірми та методика його розрахунку .

Прибуток є однією з основних категорій товарного виробництва. Це передусім виробнича категорія, що характеризує відносини, які складаються в процесі суспільного виробництва.

Поява прибутку безпосередньо пов'язана з появою категорії "витрати виробництва". Прибуток - це та частина додаткової вартості продукту, що реалізується підприємством і залишається після покриття витрат виробництва. Відособлення частини вартості продукції у вигляді витрат виступає в грошовому виразі як собівартість продукції.

Додатковий продукт - це вартість, створювана виробниками понад вартість необхідного продукту. Додатковий продукт властивий усім суспільно-економічним формаціям і є однією з важливих умов їхнього успішного розвитку.

Прибуток - це частина додаткової вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Підприємство одержує прибуток після того, як втілена у створеному продукті вартість буде реалізована і набере грошової форми.

Отже, об'єктивна основа існування прибутку пов'язана з необхідністю первинного розподілу додаткового продукту. Прибуток - це форма прояву вартості додаткового продукту.

Таким чином, прибуток є об'єктивною економічною категорією. Тому на його формування впливають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, у сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту.

Водночас прибуток - це підсумковий показник, результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання. Тому прибуток відбиває її результати і зазнає впливу багатьох чинників. Є особливості у формуванні прибутку підприємств залежно від сфери їхньої

діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин.

На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства, що відбивається в бухгалтерському обліку, в офіційній звітності суб'єктів господарювання, впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності; обчислення собівартості продукції (робіт, послуг); загальногосподарських витрат; визначення прибутків (збитків) від фінансових операцій, іншої діяльності.

Отже, на формування абсолютної суми прибутку підприємства впливають: результати, тобто ефективність його фінансово-господарської діяльності; сфера діяльності; галузь господарства; установлені законодавством умови обліку фінансових результатів.

Прибуток - це показник, що формується на мікрорівні. Прибуток народного господарства - це результат діяльності окремих підприємств, галузей економіки, розвитку окремих сфер, структурних зрушень в економіці, змін у порядку обліку фінансових результатів.

Узагальнюючим фінансовим показником діяльності підприємства є його прибуток. Протягом тривалого часу загальна сума отриманого підприємством прибутку визначалась як балансовий прибуток. Балансовий прибуток - загальна сума прибутку підприємства від усіх видів діяльності за звітний період, отримана як на території України, так і за її межами, що відображена в його балансі і включає прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), в тому числі продукції допоміжних і обслуговуючих виробництв, що не мають окремого балансу, основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та матеріальних цінностей, прибуток від орендних (лізингових) операцій, роялті, а також позареалізаційних операцій.

Отримання балансового прибутку було пов'язане з кількома напрямками діяльності підприємства .

По-перше, це основна діяльність, її результатом є прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Як правило, цей прибуток займав основну питому вагу в складі балансового прибутку. Прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначався відніманням з виручки від реалізації суми податку на додану вартість, акцизного збору, ввізного мита, митних зборів, а також витрат, що включалися в собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг). Залежно від сфери, виду діяльності підприємства мали місце деякі особливості формування цього прибутку, методики його розрахунку.

По-друге, це діяльність, що не є основною для даного підприємства, але пов'язана з реалізацією матеріальних і нематеріальних цінностей, деяких послуг, її визначали як прибуток від іншої реалізації.

Прибуток від іншої реалізації міг бути отриманий за реалізації на сторону продукції підсобних, допоміжних і обслуговуючих виробництв. У цьому разі прибуток розраховувався так само, як і від реалізації продукції основної діяльності. Прибуток від реалізації основних фондів (групи 1), нематеріальних активів розраховувався відніманням від ціни їх реалізації ПДВ, витрат з реалізації і залишкової їх вартості. Прибуток від реалізації цінних паперів обчислювався як різниця між ціною їх реалізації і ціною придбання. При цьому з ціни реалізації виключали витрати, пов'язані з реалізацією (комісійний збір).

Склад і обсяг прибутку від іншої реалізації міг значно коливатись на окремих підприємствах і в окремі періоди.

По-третє, це діяльність, пов'язана зі здійсненням фінансових інвестицій. У результаті підприємства одержують прибуток у вигляді дивідендів на акції, від вкладання коштів у статутні фонди інших підприємств (прибутки від володіння корпоративними правами); у вигляді відсотків за державними цінними паперами, облігаціями підприємств, за депозитними рахунками в банках. Обсяг цього прибутку і його питома

вага в балансовому прибутку мали тенденцію до зростання, що було обумовлено розвитком ринкової економіки, фондового ринку.

На обсяг названого прибутку справляв вплив обсяг фінансових інвестицій, їхнє спрямування і структура, умови оподаткування.

По-четверте, це діяльність, пов'язана з отриманням позареалізаційних прибутків і виникненням позареалізаційних витрат (збитків) підприємств.

До них включали: прибутки і збитки минулих років, що були виявлені у звітному періоді; невідшкодовані збитки від надзвичайних ситуацій (стихійних лих, пожеж, аварій); надходження боргів, списаних раніше як безнадійні; штрафи, пені, неустойки, що надходили за порушення господарських договорів суб'єктами господарювання у зв'язку із застосуванням фінансових санкцій; штрафи, отримані за несвоєчасне погашення податкового кредиту з державного бюджету; кредиторська заборгованість між підприємствами недержавної форми власності, щодо якої минув термін позовної давності; дебіторська заборгованість, щодо якої минув термін позовної давності; прибуток від завищення цін і тарифів; курсова різниця від операцій в іноземній валюті.

Отримання прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) залежить від здійснення основної діяльності суб'єктів господарювання. Прибуток є складовою частиною виручки від реалізації. Однак на відміну від виручки, надходження якої на поточний рахунок підприємства фіксується регулярно, обсяг отриманого прибутку визначається тільки за певний період (квартал, рік) на підставі даних бухгалтерського обліку.

Реально формування прибутку на підприємстві відбувається) міру реалізації продукції. Згідно із законодавчими актами України момент реалізації визначається за датою відвантаження продукції (товарів), а для робіт (послуг) - за датою фактичного виконання (надання) таких, або за датою зарахування коштів покупця на банківський рахунок постачальника.

Однак незалежно від визначення моменту реалізації в законодавчих актах реальне формування на підприємстві прибутку від реалізації продукції має місце тільки за умови, коли така відбувається насправді, тобто коли кошти від покупця надходять на банківський рахунок постачальника.

Визначення моменту реалізації за датою відвантаження товарів і встановлення податкових зобов'язань підприємств згідно з цією датою може призводити до використання оборотних коштів підприємств на сплату податків, погіршення їхнього фінансового стану.

Прибуток від реалізації продукції безпосередньо залежить від двох основних показників: обсягу реалізації продукції та її собівартості. На зміну обсягу реалізації продукції впливає зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції, частки прибутку в ціні продукції (рентабельність продукції).

Треба звернути увагу на те, що зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції справляють вплив не тільки на обсяг реалізації продукції, а й на її собівартість, оскільки змінюються умовно-постійні витрати (за зміни обсягу виробництва продукції); витрати на зберігання продукції, інші витрати (за зміни залишків нереалізованої продукції).

Істотний вплив на обсяг реалізації продукції, а також і на прибуток від реалізації справляє розмір прибутку, що включається в ціну виробів. За умов формування ринкової економіки державного регулювання рентабельності продукції, як правило, уже нема. Отже, створюється можливість збільшення прибутку підприємства за рахунок збільшення частки прибутку в ціні окремих виробів. Цьому сприяє брак належної конкуренції, монопольне становище деяких підприємств у виробництві та реалізації багатьох видів продукції.

Отже, можна зробити висновок, що можливості підприємств впливати на обсяг прибутку від реалізації, змінюючи обсяги

виробництва продукції, залишки нереалізованої продукції, її рентабельність, є досить суттєвими.

Розглянемо вплив на формування прибутку собівартості продукції (робіт, послуг). Собівартість є узагальнюючим, якісним показником діяльності підприємств, показником її ефективності. Є певні особливості у формуванні собівартості продукції (робіт, послуг) залежно від сфери діяльності, галузі господарства.

Собівартість продукції (робіт, послуг) - це виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на їх виробництво (виконання).

Витрати на виробництво продукції утворюють виробничу собівартість.

Як уже було сказано, підприємство може суттєво впливати на формування собівартості. Однак при цьому необхідно взяти до уваги таке.

Витрати виробництва, що включаються в собівартість продукції (робіт, послуг), групуються за такими елементами: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація основних фондів і нематеріальних активів, інші витрати.

По-друге, у складі витрат, що включаються в собівартість, розмір деяких - із них також регулюється державою встановленням нормативів відрахувань. Це передусім стосується таких елементів витрат: відрахування на соціальні заходи; амортизація основних засобів і нематеріальних активів; витрати на фінансування ремонту й поліпшення основних фондів; інші витрати.

Вплив підприємств на названі елементи витрат є обмеженим. Однак і він можливий через належне управління показниками, до яких застосовуються встановлені нормативи відрахувань: витрати на оплату праці, структура і джерела її виплати; вартість основних виробничих фондів, що належать підприємству, їх структура і джерела формування.

Собівартість реалізованої продукції складається з виробничої собівартості продукції, яку було реалізовано протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат.

До виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включають: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші прямі витрати; загальновиробничі витрати.

Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) установлюється підприємством.

Витрати, пов'язані з операційною діяльністю, які не включаються до виробничої собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), поділяються на: адміністративні витрати, витрати на збут; інші операційні витрати.

Рентабельність - показник економічної ефективності виробництва на підприємствах у різних галузях і народному господарстві в цілому.

До показників рентабельності продукції відносять:

1. *Рентабельність окремих виробів* — розраховується як відношення прибутку від виробу до собівартості самого виробу.

2. *Рентабельність реалізованої продукції* — розраховується як відношення прибутку від реалізації продукції (або чистого прибутку) до виручки від реалізації продукції.

3. *Рентабельність виробництва* — розраховується як відношення прибутку від реалізації до вартості основних фондів і матеріальних оборотних коштів.

Показники рентабельності визначаються в коефіцієнтах або у відсотках і показують частку прибутку в кожній грошовій одиниці витрат, або частку товарної продукції в її собівартості.

Показники рентабельності можна розраховувати і за окремими структурними підрозділами, і за видами діяльності.

Показники рентабельності використовують для оцінки результатів діяльності підприємства, його структурних підрозділів, у ціноутворенні, інвестиційній політиці, для порівняльного аналізу споріднених підприємств, що виробляють таку саму продукцію, для вибору варіантів формування асортименту і структури продукції, аналізу раціональності виробництва продукції.

Завданнями аналізу рентабельності є: оцінка виконання визначених параметрів (плану, прогнозу тощо); вивчення динаміки показників; визначення факторів зміни їхнього рівня; пошук резервів зростання рентабельності; розроблення заходів для використання виявлених резервів.

Зміна рентабельності окремих видів продукції відбувається під впливом різних факторів. Фактори зміни ціни реалізації і собівартості виробу вважаються факторами першого, а всі інші — факторами другого порядку. Визначення впливу факторів першого порядку проводиться методом *ланцюгових підстановок* або методом абсолютних різниць. Важливе значення для підприємства має вивчення рентабельності реалізованої продукції через відношення валового прибутку до виручки від реалізації.

Рентабельність реалізованої продукції доцільно аналізувати, ураховуючи вплив таких факторів: зміна структури та асортименту продукції; зміна собівартості продукції; зміна відпускних цін на продукцію.

Основним показником рентабельності підприємства є *рентабельність виробництва*, що розраховується як відношення прибутку від реалізації продукції до всього авансованого капіталу (суми всіх активів). В економічній літературі її часто називають загальною рентабельністю:

$$P_k = \frac{\Pi(\epsilon)}{\sum Ka} * 100$$

де P_k — рентабельність виробництва; $\Pi(v)$ — прибуток від реалізації продукції; ΣK_a — сума всіх активів (сума основного й оборотного капіталів).

На рівень рентабельності виробництва впливають такі фактори: зміна частки прибутку на 1 грн реалізованої продукції; зміна фондомісткості продукції; зміна оборотності оборотних коштів.

2. Аналіз прибутку та факторів, що його визначають на прикладі фірми

Проаналізуємо прибуток і рентабельність на прикладі ПрАТ "Птахофабрика Тернопільська", яка займається виробництвом харчових курячих яєць під торговою маркою "Добре яйце". Характерна особливість - замкнутий цикл виробництва, який виправдав себе в умовах українського ринку. ПрАТ "Птахофабрика Тернопільська" здійснює виробництво і переробку продукції птахівництва: виробництво харчових яєць, м'яса бройлерів, комбікормів, вирощування і утримання курей, переробка продукції [2].

Кількість працівників підприємства – 228 осіб [3].

Основний напрямок діяльності – оптова торгівля яйцями. Наразі потужність підприємства складає 10-12 мл шт на місяць. Продукція відповідає стандартам якості і є конкурентоспроможною –реалізовується в Україні, а також успішно експортується в Ірак та країни Африки, незабаром будуть освоєні ринки Близького Сходу. До речі, Тернопільщина з 2007 року демонструє стрімке нарощення експорту вцілому, обганяючи Вінниччину (108,9%), Київщину (96,5%), Львівщину (57,3%), Миколаївщину (52,5%), Одещину. Тільки за перше півріччя 20-16 року зовнішньоекономічні операції Тернопільська область провела з торговельними партнерами із 64 країн світу [4].

Основними конкурентними перевагами ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» є: широкий асортимент продукції в усіх товарних категоріях, єдина цінова політика; значні інвестиції в рекламу і просування продуктів, чітка орієнтованість на досвід постачальників; наявність налагодженої системи збуту по всій Україні.

Наразі продукція «Тернопільської птахофабрики» реалізовується в Україні, а також експортується в Ірак та країни Африки. В найближчих планах – поставка яєць на ринки Близького Сходу [5].

Регіональна мережа охоплює більше 20 регіонів України. Регіональну збутову політику компанія ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» реалізує за

допомогою роботи з філіями ПАТ «Птахофабрика Тернопільська», дистриб'юторськими та оптовими компаніями. За час свого існування ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» затвердила свої позиції в сегменті агропромислової продукції на українському ринку і продовжує працювати над розширенням асортиментного портфеля, поліпшенням дистрибуції, і програм, спрямованих на залучення нових цінителів якості.

Оцінка динаміки показників використання засобів праці підприємства проілюстрована у таблиці 1.

Таблиця 1.

Оцінка динаміки показників використання засобів праці підприємства
(складено автором на основі даних з додатку)

Показники	Рік		Відхилення	
	2015	2016	абсолютне	відносне,%
Обсяг виробленої продукції в оптових цінах, тис. грн. (ОП)	117014,40	263607,60	146593,20	125,28
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (ОР)	97512,00	219673,00	122161,00	125,28
Виробнича собівартість реалізованої продукції, тис. грн. (Ср)	72398,00	141697,00	69299,00	95,72
Валовий прибуток (ВП)	25114,00	77976,00	52862,00	210,49
Середньрічна вартість основних засобів, тис. грн. (ОЗ)	38517,00	231282	192765,00	500,47
у т.ч. машин і обладнання (Оза)	38517,00	231282,00	192765,00	500,47
Питома вага активної частини ОЗ (ПВа)	1,000	1,000	0,000	0,00
Фондовіддача, грн. (ФВ)	3,038	1,140	-1,898	-62,48
Фондовіддача активної частини ОЗ, грн. (ФВа)	3,038	1,140	-1,898	-62,48
Рентабельність основних засобів, грн. (Роз)	0,652	0,337	-0,315	-48,29
Капіталовіддача основних засобів, грн.(Коз)	2,532	0,950	-1,582	-62,48

Для визначення структури та показників ефективності використання основних засобів підприємства використаємо наступні формули:

Таблиця 2

Показник	Формула
Питома вага активної частини ОЗ	$P_{Ва} = O_{3a}/O_3$
Загальна фондвіддача	$FВ = ОП/O_3$
Фондовіддача активної частини ОЗ	$F_{Ва} = ОП/O_{3a}$
Взаємозв'язок між ФВ і F _{Ва}	$FВ = P_{Ва} * F_{Ва}$
Валовий прибуток	$ВП = ОР(ЧД) - Ср$
Рентабельність ОЗ	$R_{O3} = ВП/O_3$
Капіталовіддача ОЗ	$K_{O3} = ОР(ЧД)/O_3$

З табл. 1. видно, що динаміка обсягу продукції є позитивною зростання становить 146593,20 тис.грн.або 0,61%. 125,28 %

Відбулося збільшення середньорічної вартості основних засобів на 192765,00 тис.грн. або (0,38%) 500,47 %.

Показники ефективності використання засобів праці загалом позитивні. Так фондвіддача зменшилась на 62,48 %, фондвіддача активної частини основних засобів зменшилась на 62,48 %.

Рентабельність основних засобів також зменшилась на 48,29 %.

Негативна динаміка по капіталовіддачі - зниження на 62,48%.

Позитивною тенденцією є перевищення темпів зростання випуску продукції над темпами зростання вартості основних засобів.

В 2008–2009 роках потужність птахофабрики становила 260 тис. голів птиці кросу ломан баун. На даний час налічується 555 тис. голів кросу. Підприємство взяло курс на зростання підприємства, зокрема, добудов двох пташники потужністю по 180 тис. голів одночасної посадки зі складом готової яєчної продукції. Наступного року плануємо збудувати ще два пташники по 180 тис. курко-місць. Є окремий майданчик, де вирощується ремонтний молодняк. Із цією метою закуповується в словацьких партнерів дводенні курчата і вирощуються до стоденного віку. Майданчик із

виращування ремонтного молодняку розташований у селі Петриків, що неподалік від основних потужностей птахофабрики. Раніше там працювало два пташники потужністю по 80 тис. курко-місць. Добудовуються ще два пташники, кожний з яких розрахований на 100 тис. голів птиці. Ось таким чином підприємство отримало майданчик ремонтного молодняку на 450 тис. голів одночасного утримання. У 2017 році планується запустити другий цех підприємства на 720 тис. курко-місць зі складом і відділом сортування яйця. Обладнання вже закуплено й також тривають монтажні роботи [1].

Розглядаючи такий фактор як загальногосподарська кон'юнктура, слід відмітити, що пропозиція продукції ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» збалансована із попитом на неї, що свідчить про доступність і якість товарів. Більш того, попит на агропромислову продукцію даного підприємства підвищується, що дає змогу збільшити обсяги виробництва. Фактори економічного середовища роблять негативний і позитивний вплив на діяльність фірми. При цьому найбільший позитивний вплив мають наступні фактори: розміри і темпи зміни розмірів ринку; інвестиційні процеси. А найбільший негативний вплив становлять фактори: загальний рівень економічного розвитку; система оподаткування і якість економічного законодавства; рівень розвитку конкурентних відносин; постійний ріст інфляції, що дуже впливає на купівельну спроможність населення будь-якої країни.

Будь-яка організація функціонує щонайменше в одному культурному середовищі, а якщо вона працює ще й на зовнішніх ринках, як ПАТ «Птахофабрика Тернопільська», то різниці в культурному баченні можуть суттєво впливати на діяльність підприємства. Тому соціокультурні фактори, у числі яких переважають установки, життєві цінності й традиції, впливають на організацію. Соціокультурні фактори впливають так само на продукцію або послуги, що є результатом діяльності компанії. Від соціокультурних факторів залежать і способи ведення своїх справ організаціями. Вивчення демографічної компоненти дає змогу оцінити вплив чисельності населення,

його вікової структури, народжуваності та смертності, міграційних процесів та інших факторів на діяльність підприємства.

Одним з основних факторів даної компоненти, який впливає на діяльність ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» є чисельність населення. Тому збільшення чисельності підвищує можливість споживання продукції саме даного підприємства. На теперішній час чисельність населення України падає, проте є перспектива підвищення. Розміщення населення на території країни на діяльність ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» практично не впливає, оскільки компанія поставляє свою продукцію у різні магазини, які розташовані в різних регіонах України. Тому при діагностиці макрооточення цей чинник враховуватись не буде. Такі фактори як темпи технологічних змін та інноваційний потенціал галузі значно впливають на діяльність ПАТ «Птахофабрика Тернопільська», оскільки товариство використовує новітні технології та часто випускає нові види продукції, що вимагає використання технологій, які раніше не використовувались.

Підприємство і надалі планує використовувати високоякісні технології, що дає змогу знизити собівартість та покращити якість продукції. Природною компонентою в даному випадку можна знехтувати, оскільки вона визначає фактори, що орієнтовані на ресурсозабезпечення та державне регулювання ресурсоспоживання.

Таблиця 5.

Оцінка динаміки показників використання предметів праці

(складено автором на основі даних з додатку)

Показники	Рік		Відхилення	
	2015	2016	абсолютне	відносне, %
Обсяг виробленої продукції в оптових цінах (ОП)	117014,40	263607,60	146593,20	125,28
Матеріальні затрати (М)	64106,00	117821,00	53715,00	83,79
Матеріаломісткість (Мм)	0,55	0,45	-0,10	-18,42
Матеріаловіддача (Мв)	1,83	2,24	0,41	22,57

Матеріаломісткість : $M_m = M/OP$

Матеріаловіддача : $M_v = OP/M$

З формули матеріаловіддачі $M_v = OP/M$ модель формування обсягу продукції буде: $OP = M * M_v$

Факторний аналіз формування обсягу продукції під впливом предметів праці прийомом абсолютних різниць

Таблиця 6

на основі таблиці 5.

Факторний аналіз формування обсягу продукції (складено автором)

№ підстановки	Взаємодіючі фактори		ОП	ΔОП
	М	М _v		
0	64106,00	1,83	117014,40	-
1	53715,00	1,83	98047,43	ΔОП _м
2	117821,00	0,41	48545,77	ΔОП _{м_v}
3	117821,00	2,24	263607,60	-

У звітному році обсяг продукції збільшився на 146593,20 тис.грн. Матеріальні затрати також зросли на 53715,00 тис.грн. або 83,79 %. Збільшення матеріальних затрат зумовило зростання матеріаломісткості на -0,10 грн. або -18,42 %, і, відповідно зниження матеріаловіддачі на 0,41 грн. або 22,57 %.

Загалом зростання обсягів випуску продукції було зумовлено такими фактором як зростання матеріальних затрат на 53715,00 грн., що призвело до зростання випуску продукції на 98047,43 тис.грн.

Водночас зниження матеріаловіддачі на 0,41 грн. призвело до зменшення випуску продукції на суму 48545,77 тис.грн., що є резервом зростання випуску продукції.

В цілому негативним є тенденція до зниження метеріаловіддачі, що вказує на погіршення використання матеріальних затрат. Для підвищення ефективності діяльності підприємства необхідно знизити вартість матеріалів в майбутньому, що дасть змогу зменшити собівартість

продукції. "Птахофабрика Тернопільська" здійснює продаж курячого яйця під торговою маркою "Добре яйце". Більше сорока років наша птахофабрика займається виробництвом курячих яєць різних категорій: відбірної, вищої, першої, другої, дрібної. Також на роздрібному ринку представлення наша фасована продукція "Добре яйце"-10шт, "Добре яйце"-15шт, "Добре яйце" - 20шт [6].

Результатом фінансово-виробничої діяльності підприємства є його фінансовий стан, що служить показником фінансової конкурентоспроможності, тобто кредитоспроможності, платоспроможності, виконання зобов'язань перед державою та іншими підприємствами. Постійний аналіз фінансового стану необхідний для забезпечення певної стійкості на ринку.

Методи і прийоми економічного аналізу дають змогу виявити залежності між результатами діяльності підприємств та ресурсами, заробітком, формами власності.

Господарська діяльність підприємства визначається за допомогою системи показників, які характеризують досягнутий рівень виробництва і оцінюють результат роботи підприємства. Зараз робота підприємства багато в чому залежить від керівництва. Завдяки досвіду керуючого персоналу підприємство не тільки працює у звичайному режимі, але й покращує свої показники.

В таблиці 7 приведена порівняльна характеристика основних техніко-економічних показників роботи підприємства за 2016 рік.

Таблиця 7

Динаміка операційних витрат підприємства(складено автором на основі даних з додатку)

Елементи операційних витрат	За попередній рік		За звітний рік		Динаміка			
	абсолютне значення	питома вага, %	абсолютне значення	питома вага, %	абсолютна у сумі	відносна у %	питомої ваги,%	у % до зміни підсумку
Матеріальні затрати	64106	77,12	117821	71,40	53715	83,79	-5,72	64,62
Витрати на оплату праці	5668	6,82	8788	5,33	3120	55,05	-1,49	3,75
Відрахування на соціальні заходи	2023	2,43	3175	1,92	1152	56,95	-0,51	1,39
Амортизація	4403	5,30	19607	11,88	15204	345,31	6,58	18,29
Інші операційні витрати	6924	8,33	15627	9,47	8703	125,69	1,14	10,47
Разом	83124	100,00	165018	100,00	81894	98,52	-	98,52

Питома вага = елемент опер. витрат / суму опер. витрат * 100%

У 2016 році загальна сума операційних витрат збільшилися на 81894 тис.грн., або на 98,52 %.

В розрізі окремих елементів операційних витрат спостережімо таку динаміку:

- матеріальні затрати збільшилися а суму 53715 грн. або 83,79 %,
- витрати на оплату праці збільшилися на суму 3120 грн. або 55,05 %,
- відрахування на соцзаходи збільшилися на суму 1152 гр.або 56,95%,
- амортизація збільшилися на суму 15204грн. або 345,31 %,
- інші операційні витрати збільшилися на суму 8703 грн. або 125,69 %.

Оцінюючи структуру операційних витрат, бачимо що найбільшу частку займають матеріальні витрати.

У звітному році їхня частка зросла на -5,72 %. Питома вага інших операційних витрат також незначно збільшилася на 10,47 %, а частка амортизаційних витрат на 1,14 %. По решту елементах також відбулося збільшення питомої ваги: частки витрат на оплату праці - 1,49 %, частки відрахувань на соціальні заходи на 0,51 %.

Загалом на збільшення операційних витрат у порівнянні з попереднім роком позитивно вплинуло зростання витрат на оплату праці на 3,75%, і, відповідно, відрахувань на соціальні заходи на 1,39%, а також амортизація на 18,29%.

Підприємству рекомендовано знайти можливості зниження матеріальних затрат.

ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» просуває продукцію, для виробництва якої використовується лише високоякісна сировина, передові технології, найсучасніша упаковка.

На перспективу підприємство планує збільшення обсягів виробництва продукції в кожному кварталі 2017 року. Це дасть можливість розширення ринків реалізованої продукції та завоювання нових сегментів ринку.

Таблиця 8.

**Динаміка фінансових результатів
підприємства(складено автором на основі даних з додатку)**

Показники	Рік		Відхилення	
	попередній	звітний	абсолютне	відносне,%
1. Валовий прибуток (збиток)	25114,00	77976,00	52862,00	210,49
2. Фінансовий результат від операційної діяльності	17527,00	54123,00	36596,00	208,80
3. Доходи від іншої звичайної діяльності	-	-	-	-
4. Витрати від іншої звичайної діяльності	-	-	-	-
5. Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування	15997,00	54123,00	38126,00	238,33
6. Податок на прибуток від звичайної діяльності	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Фінансовий результат від звичайної діяльності	15997,00	54123,00	38126,00	238,33
8. Фінансовий результат від надзвичайної діяльності	-	-	-	-
9. Чистий прибуток (збиток)	15997,00	54123,00	38126,00	238,33

$ВП = \text{Чистий дохід (виручка)} - \text{Собівартість реалізованої продукції}$

З табл. бачимо, що протягом року підприємство отримало позитивні фінансові результати. Чистий прибуток у попередньому році становив 15997,00 тис.грн., а у звітному році - 54123,00 тис.грн., зрісши на 238,33 %.

Валовий прибуток у звітному році збільшився на 52862,00 тис.грн. (210,49 %). Відзначимо, що валовий прибуток на 56,99 % у попередньому та на 44,07 % більший за чистий прибуток. Це вказує на наявні резерви підвищення чистого прибутку.

Доходною є як операційна так і звичайна діяльність підприємства в обох періодах, однак спостерігається негативна динаміка до зменшення фінансових результатів. Тому необхідно провести детальний

факторний аналіз для виявлення чинників зниження прибутку, та, відповідно, пошуку резервів для його зростання на майбутнє.

Розрахунок фінансових показників - важливий етап планування на підприємстві в цілому. Без фінансових показників роботи підприємства неможливо визначити його справжній обсяг виробництва та реалізації продукції, неможливо також спрогнозувати плани розвитку на перспективу та стратегічні плани.

Ми розрахуємо показники рентабельності підприємства у таблиці 9.

Таблиця 9.

Динаміка показників рентабельності реалізації продукції

(складено автором на основі даних з додатку)

Показники	Рік		Відхилення	
	2015	2016	абсолютне	відносне, %
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	97512,00	219673,00	122161,00	125,28
Виробнича собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	72398,00	141697,00	69299,00	95,72
Валовий прибуток, тис. грн.	25114,00	77976,00	52862,00	210,49
Рентабельність продукції підприємства, %	34,69	55,03	20,34	58,64

$$P = \text{ВП} / \text{ВС} * 100\% ; \text{ВП} = \text{ЧД} - \text{ВС}$$

Таблиця 10.

Факторний аналіз рентабельності продукції підприємства

(складено автором на основі даних таблиці 9)

№ підстановки	Взаємодіючі фактори		P	ΔP	Вплив фактора
	ВП	ВС			
0	25114,00	72398,00	34,69	-	-
1	77976,00	72398,00	107,70	73,02	ΔP _{ВП}
2	77976,00	141697,00	55,03	-52,67	ΔP _{ВС}

$$\Delta P = \Delta P_{\text{ВП}} + \Delta P_{\text{ВС}}$$

$$\text{Перевірка: } 20,34 = 73,02 + (-52,67)$$

$$20,34 = 20,34$$

Підприємство є рентабельним, що підтверджується розрахунками та позитивною динамікою показника протягом двох років.

У звітному періоді рентабельність зросла на 58,64 %. Факторний аналіз рентабельності продукції за допомогою прийому ланцюгових підстановок виявив, що його зростання було зумовлено зростанням валового прибутку на суму 52862,00 тис.грн., яке призвело до зростання рентабельності продукції на 73,02 %. А збільшення виробничої собівартості на 69299,00 тис.грн. призвело до зменшення рентабельності на 52,67 %. Резерв зростання рентабельності продукції підприємства немає.

Загалом підприємство працює ефективно, зважаючи на зниження собівартості продукції при одночасному збільшенні валового прибутку, що і зумовлює позитивну динаміку по рентабельності.

Отже, узагальнюючі показники розвитку підприємства проаналізовані у таблиці 11.

Таблиця 11.

Ключові показники діяльності підприємства(складено автором на основі даних з додатку)

Показники	Рік		Темп зміни, %
	2015	2016	
1	2	3	4
Обсяг виробленої продукції в оптових цінах, тис. грн.	117014,40	263607,60	225,28
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	97512,00	219673,00	225,28
Виробнича собівартість реалізованої продукції, тис.грн.	72398,00	141697,00	195,72
Валовий прибуток (збиток)	25114,00	77976,00	310,49
Чистий прибуток	15997,00	54123,00	338,33
Рентабельність продукції підприємства, %	34,69	55,03	158,64
1	2	3	4
Фонд оплати праці, тис. грн.	9800,00	14824,30	151,27
Ефективність використання ресурсів			
Фондовіддача, грн.	3,038	1,140	37,52
Фондовіддача активної частини ОЗ, грн.	3,038	1,140	37,52
Матеріаловіддача, грн.	1,825	2,237	122,57
Продуктивність праці одного працівника, тис. грн.	818,28	1243,43	151,96
Продуктивність праці одного робітника, тис. грн.	818,28	1243,43	151,96

У ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» з плінністю кадрів пов'язані досить істотні витрати: прямі витрати на працівників, що звільняються; зменшення обсягів виробництва через підготовку та навчання кадрів; плата за поурочні години тим працівникам, що залишилися; витрати на навчання персоналу; більш високий відсоток браку під час навчання та ін.

Таблиця 12.

Оцінка динаміки трудових показників підприємства (складено автором на основі даних з додатку)

Показники	Рік		Відхилення	
	2015	2016	абсолютне	відносне, %
Обсяг виробленої продукції в оптових цінах, тис. грн. (ОП)	117014,40	263607,60	146593,20	125,28
Середньоблікова чисельність працівників, чол (Чп)	143,00	212,00	69,00	48,25
Продуктивність праці одного працівника, тис. грн. (ППп)	818,28	1243,43	425,15	51,96

Модель формування обсягу продукції має такий вигляд $ОП = Чп * ППп$

У 2016 році обсяг продукції збільшився на 146593,20 тис.грн. Відбулося зростання чисельності працівників на 69,00 осіб або на 48,25 %.

Продуктивність праці одного працівника за рік зросла на 425,15 тис.грн.або 51,96 %, що призвело до зростання обсягів виробленої продукції на 90131,71 тис.грн.

У ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» навчання в розвиток персоналу включає: навчання, що у формі одержання загальної і фахової освіти дає необхідні знання, навички і досвід; підвищення кваліфікації, завдання якого – поліпшення знань і навичок; перекваліфікація, що по суті, дає другу освіту. Мета перекваліфікації – дати можливість працівникам опанувати новий для них фах.

У ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» для розвитку персоналу потрібно: підтримувати здібних до навчання працівників; поширювати знання і передовий досвід; навчати молодих кваліфікованих

співробітників; усвідомлювати важливості розвитку співробітників; знижувати плинність персоналу.

Мотивація – це процес свідомого вибору людиною того або іншого типу поведінки, обумовленої комплексним впливом зовнішніх і внутрішніх чинників.

Створюючи концепцію мотивації у ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» було визначено застосування певних видів морального і матеріального стимулювання, що застосовуються до висококваліфікованих спеціалістів.

Таблиця 13.

Фонд оплати праці ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» (складено автором на основі даних з додатку)

Показники	Рік		Темп зміни, %
	2015	2016	
Обсяг виробленої продукції в оптових цінах, тис. грн. (ОП)	117014,40	263607,60	225,28
Фонд оплати праці, тис. грн. (ФОП)	9800,00	14824,30	151,27
Середньорічна заробітна плата працівників, тис.грн. (Зср)	68,53	69,93	102,03
Середньоблікова чисельність працівників, чол (Чп)	143,00	212,00	148,25

Фонд оплати праці розраховується за формулою: $\text{ФОП} = \text{Чп} * \text{Зср}$.

Звідси знайдемо середньорічну зарплату: $\text{Зср} = \text{ФОП}/\text{ЧП}$.

Факторний аналіз фонду оплати праці прийомом абсолютних різниць

Таблиця 14.

Факторний аналіз фонду оплати праці (складено автором на основі даних таблиці 13)

№ підстановки	Взаємодіючі фактори		ФОП	ΔФОП
	Чп	Зср		
0	143,00	68,53	9800,00	-
1	69,00	68,53	4728,67	ΔФОПчп
2	212,00	1,39	295,63	ΔФОПзср
3	212,00	69,93	14824,30	-

$$\Delta\text{ФОП} = \Delta\text{ФОПчп} + \Delta\text{ФОПзср}$$

$$\text{Перевірка: } 5024,30 = 4728,67 + 295,63$$

$$5024,30 = 5024,30$$

У звітному році обсяг виробленої продукції в оптових цінах збільшився у порівнянні з попереднім роком на 125,28 %.

Водночас фонд оплати праці збільшився на 5024,30 тис.грн. або 51,27 %. Загалом зростання ФОП при одночасному зростанні обсягу виробленої продукції є позитивним. Факторний аналіз зміни фонду оплати праці виявив, що зростання середньоблікової чисельності працівників на 69,00 осіб дозволило зекономити річний фонд оплати праці на суму 4728,67 тис.грн. А зростання середньорічної зарплати працівника на 1,39 тис.грн. дало економію річного фонду оплати праці на суму 295,63 тис.грн. Резервів економії фонду оплати праці немає. Збільшення чисельності працівників при одночасному зростанні обсягу виробленої продукції є позитивним для підприємства.

Рекомендовано на перспективу не збільшувати чисельність працівників, але водночас контролювати їхню продуктивність праці та не забувати про належну матеріальну мотивацію.

3. Механізм вдосконалення факторів впливу на прибуток фірми.

Для привернення широкого кола споживачів використовують такі засоби зв'язку з громадкістю: надання виробникам та покупцям науково-технічної, економічної, правової інформації як стосовно ринку, так і за конкретними групами товарів; науково-технічне й організаційно-правове консультування.

До основних засобів зв'язку з громадськістю належить надання інформаційних послуг

Підприємство надає інформацію в зручному форматі (plain text, XML, HTML, PDF), оптимальним засобом (електронна пошта, завантаження файлів звітності на Ваш ftp-сервер і т.д.).

Система формування баз даних повністю автоматизована, що дозволяє уникати системних помилок.

Працівники підприємства спеціалізуються по наданні послуг щодо вибору необхідної продукції, а також проводять анкетування згідно з яким визначають місце продукції серед інших продуктів ринку, а відтак роблять аналіз конкурентоспроможності підприємства.

Тому при необхідності замовник може вимагати документи, аналітичні огляди всієї продукції загалом, так і продукції даного підприємства. Підприємство ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» у свою чергу надає всю необхідну інформацію замовнику про продукцію, в тому числі документи, в яких міститься інформація про якість товару, його ціна, а також індикативні ціни на товари.

Підприємство часто проводить різноманітні акції на товари, про які можна дізнатися з багатьох джерел, як з брошур, листівок, буклетів, так і з допомогою мережі Інтернет. Дані інформаційні послуги дають можливість всім клієнтам та споживачам продукції ознайомитись з останніми новинами та акційними пропозиціями, що надає підприємство, а також « змусити непокоїтись» своїх конкурентів.

ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» також надає інформаційно-консультативні послуги. До складу трудового колективу входить близько 15 промоутерів, які виконують роль консультантів. Вони ідеально володіють інформацією про товари підприємства, тому завжди можуть допомогти покупцеві обрати з широкого асортименту товарів, саме те, що задовольнить потреби споживача. Промоутери можуть надати інформацію про кожний продукт зокрема, його склад, виробника, якість, переваги та недоліки в порівнянні з іншою продукцією, а також повідомлять про останні акційні пропозиції та певні новинки на ринку товарів. Робота промоутерів дуже важлива для підприємства, адже з їх допомогою збільшується рівень продаж, а відтак підприємство виходить у перші ряди конкурентоспроможних організацій.

ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» працює на найбільш насиченому в Україні і з жорсткою конкуренцією сегменті ринку. Але висока якість продукції та довіра споживача дозволяє утримувати лідируючі позиції та робити все більш популярною торгову марку ПАТ «Птахофабрики Тернопільської» на агропромисловому ринку.

Ринок птиці, як і інші ринки товарів та продуктів народного споживання протягом останніх років демонстрував стабільні тенденції до зростання. Основним фактором цього є збільшення платоспроможного попиту за кордоном. Об'єм світового ринку птиці збільшується.

Основними передумовами до рекордного зростання об'єму курячих яєць в Україні можна назвати:

- стабільне і прогнозоване законодавство впродовж останніх 2-3 років;
- удосконалення на законодавчому рівні системи фіто-санітарного контролю;
- зменшення кількості податкових перевірок. Останнім часом виробники отримали чіткі правила гри на ринку. Рівень оподаткування загалом влаштовує виробників, податкове законодавство більш - менш

стабільне і прогнозоване. Це дає можливість підприємствам розвиватися усередині країни і, як наслідок, виходити на зовнішні ринки.

Для просування своєї продукції на ринку провідними виробниками використовуються різноманітні схеми побудови мережі збуту. Птахофабрика створила розгалужену мережу філій, через які здійснюється продаж дистриб'юторам та оптовикам у регіонах

Для того, щоб утримувати на плаву ПАТ «Птахофабрика Тернопільська», треба прискорювати оборот товарів, збільшувати товарообіг, а не ціну. Важливо проводити маркетингові дослідження, вивчення попиту, оцінка конкурентоспроможності товарів, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Такі дослідження потрібно проводити через торгівлю та кінцевого споживача для створення ефективної системи товаропросування та комунікаційної політики.

На даний час підприємство знаходиться на етапі росту. Таким чином компанія працює над підвищенням потужностей, позицій на ринку і діяльності підприємства в цілому. За такої ситуації короткострокова ціль підприємства звучить наступним чином: збільшення обсягів реалізованої продукції в 1,5 рази (в порівнянні з минулим роком).

Довгостроковою метою підприємства є: вихід на внутрішній ринок країн Прибалтики та захоплення 3-5% частки в товарному вираженні. На мою думку цілі перед підприємством поставлені конкретні та реальні для їх реалізації. На даний час ведуться роботи для закупки та монтажу нового обладнання, ремонт та відновлення виробничих та складських приміщень та розширенню торгових точок ПАТ «Птахофабрика Тернопільська»

Також ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» займається пошуком нових торгових точок по різних регіонах України, для формування широкої та ефективної збутової мережі продукції на внутрішньому ринку України. Всі ці та багато інших дій в сумі повинні забезпечити планомірне досягнення заданих цілей ПАТ «Птахофабрика Тернопільська».

Також птахофабрика хоче дійти до закритого циклу виробництва яйця. У проєкті є й вирощування зернових культур та сої, але це зовсім інший напрям ніж діяльність птахофабрики. У птахівництві у ПАТ великий досвід, і птахофабрика може прогнозувати роботу фабрики на багато років вперед. А от землеробство вже має свою специфіку, тому доведеться залучати фахівців із цієї галузі з інших фірм.

Відтак, маючи власні корми, їх переробку, птицю та переробку курячого яйця, можна спокійно працювати й планувати. Сьогодні тільки ті, хто має закритий цикл, може розраховувати на спокійну роботу.

Рослинництво у 2017 році поки що не на порядку денному. А тому зернові культури закупаються в східних районах Тернопільської області. Зернові культури закупаються в Заліщицькому та Тернопільському районах Тернопільської області. Соевий шрот раніше купували у Вінницькій та інших областях. До вересня 2017 року планується здати в експлуатацію завод із переробки сої. Погодні умови Тернопільської області не є сприятливими для вирощування цієї культури, зокрема для того, аби в ній був високий вміст протеїну. Беручи таку продукцію, ПАТ потрібно збагачувати раціон харчування курей білками. Проте клімат змінюється, і у 2017 році планується хороший урожай ріпаку та кукурудзи. Ці культури мають хорошу якість, тому й щодо сої ПАТ буде переорієнтовуватися на власних виробників.

Триває реконструкція комбикормового заводу. У 2017 році планується закупувати щойно зібрану зернову сировину, а вже на власних потужностях сушити, обробляти й засипати її у сховище. Також паралельно плануємо завершити будівництво маслоекстракційного цеху з переробки сої. Завдяки йому ПАТ отримає свій соєвий шрот. Завод збудовано на 80%. На початку 2017 року триває монтаж обладнання.

Обладнання вибирається з урахуванням співвідношення ціни та якості. У 2016-2017 рр ПАТ працює на обладнанні німецьких виробників «Шпехт», «Бігдачмент», «Хелман», а також українського виробництва

від фірми «Техна». За розмитнення закордонного обладнання ПАТ платить 20% ПДВ. Щодо українського обладнання, то ПАТ працює на ньому три роки. Проте, що високих результатів у виробництві яйця досягається як на закордонному, так і на вітчизняному обладнанні.

Невдовзі планується робити пастеризацію яєць і їх пакування. Згодом планується виготовляти сухий яєчний порошок. Для реалізації цих планів уже придбали відповідне італійське обладнання фірми «Сано», бо саме в Італії переробка яйця особливо розвинена. Триває будівництво виробничих потужностей. Якщо взяти до уваги будь-яку українську кондитерську фабрику чи м'ясопереробне виробництво, то там у спеціальному чистому приміщенні люди вручну б'ють яйця. Цей процес ми можемо механізувати й виключити людський фактор. Це дасть змогу постачати сировину на пекарні чи м'ясокомбінати чистими і простерилізованими не лише в межах нашої країни, а й за кордон. ПАТ прагне досягти того, аби на птахофабриці процеси зі стерилізації яйця відбувалися автоматично. Яйце проходитиме очищення, згодом спеціальна машина буде його розбивати й стерилізувати. Після пастеризації яйце може зберігатися понад місяць за температури +4 °С. Такий продукт можна буде запаковувати у ємності під замовлення.

Виробництво яйця характеризується сезонністю. Як правило, влітку воно падає в ціні, а взимку його вартість зростає. В літній період за допомогою нового обладнання ПАТ зможе накопичувати пастеризовані яйця й згодом продавати їх за вищою ціною.

Ще один проект, який ПАТ планує реалізувати, це виготовлення яєчного порошку. Термін зберігання такого продукту великий. Український ринок потребує цієї сировини. Виготовлення яєчного порошку — складна технологія. В Україні мало хто це робить. ПАТ прагне зайняти цю нішу на ринку.

У Європі також бракує пастеризованого яйця. В європейських країнах утримання птиці відбувається за іншою технологією. Окрім того,

держава в них дає на це дотації. У наших реаліях ПАТ не мало жодної державної підтримки й розвиваємося самостійно. Для ПАТ найголовніше, аби держава не заважала працювати. В умовах сьогоденної ситуації російський ринок для ПАТ буде закритий. Отже, потрібно просуватися у Європу, засвоювати ринки Близького Сходу. ПАТ планує відправляти своїх працівників на стажування в Італію, аби вони там переймали досвід.

ПАТ може торгувати з будь-яким містом в Україні, проте знову ж таки транспортування яйця позначається на його ціні. Сьогодні птахофабрика реалізовує півмільйона яєць на рік. До 2018 року планується вийти на показник 700 тис. яєць. Здебільшого ПАТ працює з містами Західної України, зокрема Волинської області, потужно купує яйця Львів і Тернопіль. Тісно ПАТ співпрацює із супермаркетом «Новус». Щодо «Сільпо» (ця мережа дуже активно представлена у нашому регіоні), то в них уся логістика зав'язана на Києві. Їм вигідніше брати продукцію тих підприємств, що розташовані ближче до столиці. Відповідно, із цією мережею ПАТ не співпрацює. У Тернополі ПАТ досить непогано продає курячі яйця, хоча їх купують і в Одесі, Дніпрі й Харкові. У ПАТ хороша якість яєць, оскільки птиця молода. Сьогодні спостерігається така тенденція, що люди готові заплатити дорожче, але купити якісніше. А ПАТ у своїй продукції впевнені.

З метою проведення стратегічного планування на підприємстві здійснимо аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства і побудуємо на основі цього swot-таблицю, та визначимо корпоративну стратегію підприємства ПАТ «Птахофабрика Тернопільська».

На основі проведеного аналізу господарської та фінансової діяльності ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» складемо SWOT-таблицю (таб.15).

Отже, за допомогою матриці SWOT-аналізу було визначено корпоративну стратегію фірми. Це стратегія, яка використовує сильні

сторони фірми для реалізації зовнішніх можливостей (стратегія «Максі-Максі»), оскільки це поле отримало найбільшу кількість балів – 37,2.

У цій ситуації фірма повинна вживати активні дії для зміцнення своєї позиції на ринку шляхом збільшення своєї частки, диверсифікації продуктів, виведення на ринок товарів-новинок. Сприятлива фінансова ситуація дозволяє виділяти додаткові кошти на науково-дослідні роботи, збільшувати фінансовий портфель, поглинати дрібних конкурентів тощо.

Компанія може проводити маркетингові дослідження за допомогою власного дослідницького відділу або ж отримувати їх з незалежних джерел. Який варіант обере компанія, залежить від її фінансових можливостей та дослідницького потенціалу. В більшості великих компаній є власні дослідницькі відділи.

Таблиця 15.

Матриця SWOT ПАТ «Птахофабрика Тернопільська»

Зовнішнє середовище Внутрішнє Середовище	Можливості 1. 2.	Оцінка в балах	Загрози 1. 2.	Оцінка в балах
Сильні сторони	Поле Сім - 37,2		Поле СіЗ - 30,2	
	1. Високий рівень прибутку та зростання попиту у населення	13,0	1 Зниження попиту у населення та високий рівень прибутку	11,0
	2. Задовільний стан основних фондів та збільшення об'ємів закупок	9,6	2. Зниження попиту у населення та задовільний стан основних засобів	8,0
	3. Значна доля ринку та зменшення імпорту продукції	7,0	3. Низький фінансовий стан покупця та широта асортменту	6,0
	4. Широта асортменту товарів та попит на вироби	5,6	4. Виготовлення продукції в домашніх умовах	5,2
Слабкі	Поле СлМ - 25,6		Поле СлЗ - 23	

сторони	1. Низький рівень прибутку та зростання попиту у населення	9,0	1. Низький рівень прибутку та зниження попиту у населення	7,0
	2. Незадовільний стан основних фондів та збільшення об'ємів закупок	7,2	2. Незадовільний стан основних фондів та низький фінансовий стан покупця	6,8
	3. Надмірна широта асортименту та зменшення імпорту продукції	5,4	3. Надмірна широта асортименту та подорожчання сировини, що постачається	5,6
	4. Погано налагоджена система збуту та попит на вироби	4,0	4. Погано налагоджена система збуту та зростання конкуренції	3,6

Але все ж таки для здійснення спеціальних досліджень або для створення тематичних звітів, керівництво компаній зазвичай запрошує сторонні фірми. Послугами таких фірм користуються також компанії, що не мають в своїй структурі дослідницьких відділів.

Висновки

Основний напрямок ПАТ "Птахофабрика Тернопільська"-виробництво яєць. Ось уже понад 40 років підприємство успішно співпрацює з виробниками кондитерських та хлібобулочних виробів.

ПАТ "Птахофабрика Тернопільська" здійснює виробництво та переробку продукції птахівництва: виробництво харчових яєць, м'яса бройлерів, вирощування й утримання курей. Основний напрям роботи підприємства - виробництво яєць курячих столових.

Щодня, магазини, кафе, ресторани, навчальні заклади міста отримують свіжу продукцію під торговою маркою "Добре яйце". Це екологічно чистий продукт, що відповідає міжнародним стандартам якості, про що можуть засвідчити численні сертифікати та нагороди від провідних птахівничих асоціацій та екологічно-санітарних служб.

Наразі основні виробничі потужності підприємства для утримання промислового поголів'я курей складаються з 5-х виробничих цехів на 740 тис. поголів'я і п'яти пташників для вирощування молодняка птиці на 450 тис. курчат. У даний час встановлюється обладнання в шостому новозбудованому пташнику на 180 тис. куркомісць, який планується ввести в експлуатацію в середині серпня 2017 року.

За прогнозами, станом на 1 вересня 2017 року загальна кількість поголів'я курей несучок становитиме 920 тисяч [8].

Стратегічні плани підприємства передбачають будівництво нових пташників та заводу з переробки яєць у пастеризований меланж.

Прибутковою є як операційна так і звичайна діяльність підприємства в обох періодах, однак спостерігається негативна динаміка до зменшення фінансових результатів. Тому необхідно провести детальний факторний аналіз для виявлення чинників зниження прибутку, та, відповідно, пошуку резервів для його зростання на майбутнє.

Підприємству рекомендовано знайти можливості зниження матеріальних затрат.

Резервів зростання рентабельності продукції підприємства немає.

Загалом підприємство працює ефективно, зважаючи на зниження собівартості продукції при одночасному збільшенні валового прибутку, що і зумовлює позитивну динаміку по рентабельності.

Сучасна економіка характеризується тим, що місце виробництва і місце споживання продукту не збігаються за часом, і усунення виникаючих з цієї причини проблем вимагає витрачання значних коштів. В окремих випадках ці витрати складають до 70% гуртової ціни споживчого товару, тому завдання розподілу виготовленої продукції виробник повинен вирішити раціональним способом, що дає йому шанс виділитися серед конкурентів.

Система збуту товарів - ключова ланка комерційної діяльності і своєрідний фінішний комплекс у всій діяльності фірми по створенню, виробництву і доведенню товару до споживача. Власне, саме тут споживач або визнає, або не визнає всі зусилля підприємства потрібними для себе і, відповідно, купує або не купує його продукцію, тому збут необхідно розглядати як головний елемент комерційної діяльності.

Важливість ефективної роботи ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» в умовах великих ринків зумовлена декількома причинами: необхідність гуртового продажу товарів, які купувати біля воріт заводу або фірми сьогодні не зовсім зручно; це боротьба за гроші споживача, який вимагає гарного ознайомлення з товарним набором; мінімуму часу на придбання товару; максимуму зручностей до, під час і після покупки.

Наступна причина - це раціоналізація виробничих процесів: ряд фінішних операцій виробництва, які пов'язані не з виготовленням, а з підготовкою товару до продажу (сортування, фасовка, упакування) - їх доцільно здійснювати вже на етапі «завод-споживач», тобто перед транспортуванням, на складах, у магазинах, у передпродажному процесі; і

від своєчасності, якості й раціональності їх виконання істотно залежить збут. Відповідно, система гуртової діяльності певною мірою втягує в себе якусь (іноді досить значну) «технологічну складову». Четверта причина - це проблеми ефективності ринкової поведінки і розвитку фірми, а оскільки найважливіше в пізнанні і задоволенні потреб споживачів - це вивчення їх думки про товари, конкуруючі товари, проблеми і перспективи життя і роботи споживачів, що можна зробити лише там, де фірма безпосередньо стикається зі споживачем, тобто в системі збуту.

В Україні такі фірми як ПАТ «Птахофабрика Тернопільська» знаходяться на перехідній стадії розвитку, що у великому ступені ускладнює збут на ринку нашої країни. Зазвичай він характеризується наступними рисами: слабе управління каналом збуту, неповне виконання зобов'язань у рамках каналу, рішення приймаються по кожній угоді окремо в результаті постійних переговорів, частими є порушення «контрактних» зобов'язань.

Список використаних джерел:

1. ПАТ «Тернопільська птахофабрика» прагне зайняти нішу виготовлення яєчного порошку та має надію вийти на європейські ринки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.agrotimes.net/opinions/opinion/pat-ternopilska-ptahofabrika>
2. Публічне акціонерне товариство «Птахофабрика Тернопільська» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.yadobre.com.ua/>
3. ПТАХОФАБРИКА ТЕРНОПІЛЬСЬКА, ПАТ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ua-region.com.ua/03369177>
4. "Тернопільська птахофабрика" наростила потужність виробництва до 10-12 млн яєць на місяць [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ternopil.unian.ua/1535356-ternopilska-ptahofabrika-narostila-potujnist-virobnitstva-do-10-12-mln-yaets-misyats.html>
5. «Тернопільська птахофабрика» відкриває нову лінію [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ternopillive.com.ua/ternopilska-ptahofabrika-vidkrivaye-novu-liniyu/>
6. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://biz.in.ua/pda/view.php?id=1609>
7. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.com.ua/ukr/catalog/49721/>
8. Павленко О. Переробна галузь – один із пріоритетів розвитку аграрного сектору. / О. Павленко // 12.08.2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/node/18111>
9. Конституція України Київ: Право. 1999.
10. Податковий кодекс України // www.sta.gov.ua.
11. Економіка підприємства: Навчальний посібник/ А.В. Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та інші; За редакцією А.В. Шегди. – 2-ге видання, стер. – К.: Знання-Прес, 2012. – 335с.

12. Економічна енциклопедія. У трьох томах. – Київ: видавничий центр „Академія”, 2000.
13. Веремко Вілен. Справа рук потопаючих / В. Веремко//Контракти, 9.05.2014. - №19.
14. Державні фінанси в транзитивній економіці: Навчальний посібник/Карлін М.І., Горбач Л.М., Новосад Л.Я., та ін. За загальною редакцією доктора економічних наук, професора Карліна М.І. – К.: Кондор, 2015. – 220с.
15. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб’єктів господарювання: Навчальний посібник. / О.О. Терещенко– К.: КНЕУ, 2013. – 554с.
16. Фінанси підприємств: Підручник/ кер.авт.кол. і наук.ред. А.М. Поддерогін – 4-те вид., перероб. та допов. – К.: КНЕУ, 2015. – 571с.
17. Чугунов І.Я. Основні підсумки виконання бюджету у 2016 році // Фінанси України. / І.Я. Чугунов - 2017.- №1.- с.25-45.