

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Освітньо-професійна програма «Економіка агробізнесу та агротрейдинг»
Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність 051 «Економіка»
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Форма навчання: очна (денна)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА
АНДРІЮКА МИХАЙЛА АНДРІЙОВИЧА**

на тему

**«ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ ЯГІДНИКА В ПІДПРИЄМСТВІ
АГРОБІЗНЕСУ»**

*Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних
цінностей академічної доброчесності _____ Андріюк М.А*

Науковий керівник:
канд. екон. наук, доц.
_____ Ірина САС

Робота допущена до захисту в ЕК «__» _____ 202__р. протокол № __

Зав. кафедри бізнес-економіки
та підприємництва,
докт. екон. наук, проф

_____ Інна РЄПНА

Київ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1.....	4
ТЕОРИТИЧНА СУТНІСТЬ ПРОЄКТУВАННЯ, ОЦІНКА ЙОГО ЕФЕКТИВНІСТЬ НА ПРИКЛАДІ ВИРОЩУВАННІ МАЛИНИ	4
1.1 Теоритична сутність проєкту: зміст, сутність та види.....	4
1.2 Технологія вирощування малини	13
1.3 Методи оцінки ефективності проєкту створення ягідника малини на підприємстві агробізнесу	17
РОЗДІЛ 2.....	28
ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВА АГРОБІЗНЕСУ ТА ПОШУК ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ.....	28
2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» та оцінка його фінансового стану	28
2.2 Шляхи підвищення ефективності підприємства ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА».....	40
2.3 Маркетинговий аналіз ринку малини.....	46
РОЗДІЛ 3.....	51
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА»ЗА ІНВЕСТИЦІЙНИМ ПРОЄКТОМ СТВОРЕННЯ МАЛИНОВОГО ЯГІДНИКА....	51
3.1 Обґрунтування пропозиції створення малинового ягідника	51
3.2 Оцінка економічної ефективності проєкту створення ягідника на підприємстві ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА».....	54
3.3 Результати здійснення проєкту та його місце у діяльності підприємства ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА»	59
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67
ДОДАТКИ.....	70

ВСТУП

Актуальність даної теми є очевидною з огляду наявних цілей підприємства на свій подальший розвиток, а саме – пошук нових способів інтеграції у сільськогосподарський комплекс України, масштабування та спроби реалізації компанії у нових галузях, надбання нових конкурентних переваг, збільшення кількості реалізації своєї продукції та показників економічної ефективності діяльності підприємства та зміцнення своєї позиції на ринку. Ситуація на ринку виробництва такої сільськогосподарської продукції як – малина, продовжує набувати розголосу та збільшувати свою частку у загальному сегменті, що вказує на зростання зацікавленості до цієї ягоди та попиту як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Тому питання доцільності подібного проєкту не буде правильним ставити під сумнів, адже це дасть змогу набути досвід, що дасть краще зрозуміти своїх кінцевих клієнтів, та отримати додатковий прибуток, що дозволить використати нові грошові потоки для інвестицій у вже наявне підприємство та його вдосконалення чи масштабування або розвиток нових.

Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є обґрунтування проєкту створення ягідниками в підприємстві агробізнесу ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА». Досягнення мети передбачає виконання ряду завдань:

1. Визначення сутності та поняття проєктування, його видів та методі економічної оцінки.
2. Провести організаційний – економічний та фінансовий аналіз підприємства ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА».
3. Оцінити ефективність діяльності підприємства ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА».
4. Провести маркетинговий аналіз нового ринку та розібратися з особливостями вирощування малини.
5. Обґрунтувати доцільність створення такого проєкту як -висадка малинового ягідника.

6. Оцінити економічну ефективність від впровадження проєкту та визначити вигоди від його реалізації.

Об'єктом дослідження став процес реалізації проєкту ягідника на базі підприємства ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА».

Предметом дослідження є практичні та теоретико-методичні основи створення та оцінки економічної ефективності інвестиційних проєктів.

Отримані результати проведеного дослідження мають велике значення як для розуміння усіх особливостей запропонованого проєкту, так і для чіткого бачення слабких сторін у діяльності підприємства ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» та визначення шляхів вирішення наявних проблем.

Під час написання кваліфікаційної бакалаврської роботи були використані наступні методи досліджень - аналіз та аналітика, індукція та дедукція, абстрагування, моделювання, а також методи синтезу, конкретизації та класифікації.

Для інформаційної бази досліджень використовувались дані Державної служби статистики України, статистична та фінансова звітність ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА», особисті дослідження автора та наукові статті, праці як зарубіжних, так і вітчизняних науковців.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРИТИЧНА СУТНІСТЬ ПРОЄКТУВАННЯ, ОЦІНКА ЙОГО ЕФЕКТИВНІСТЬ НА ПРИКЛАДІ ВИРОЩУВАННІ МАЛИНИ

1.1 Теоритична сутність проєкту: зміст, сутність та види

Ефективне управління проєктами є життєво важливим для розвитку економіки, оскільки воно є результатом серії успішно керованих проєктів. Це робить управління проєктами надзвичайно важливою ключовою сферою для економіки, що розвивається. Управління проєктами швидко стає новою захоплюючою професією. Це спеціалізована галузь управління, що відрізняє її від інших на основі різноманітності факторів, зокрема організаційної структури, процесу планування, якості контролю, людських стосунків тощо. Кожен проєкт вимагає професійного та особливого підходу для забезпечення успіху. Цей своєрідний підхід можна назвати управлінням проєктами. Успіх проєкту залежить від своєчасного завершення проєкту в рамках виділеного бюджету, і він повинен досягати бажаного задоволення. Ідеальний проєкт – це той, який ретельно відібрано та підготовлено, ретельно оцінено/проаналізовано, ретельно контролюється та послідовно оцінюється. Управління проєктами займається ідентифікацією проєкту, формулюванням та оцінкою проєкту. Ці три аспекти формують базову основу для успіху проєктів [1].

Значення та визначення проєкту: «тимчасове зусилля, спрямоване на створення унікального продукту, послуги або результату». Зазвичай це одноразова діяльність із чітко визначеним набором бажаних кінцевих результатів. Унікальний набір скоординованих заходів із визначеними початковими та кінцевими точками, які здійснюються особою чи організацією для досягнення конкретних цілей ефективності в межах графіка, вартості та параметрів ефективності [2].

Щоб зрозуміти, що таке проєкт, слід зрозуміти, як проєкт задумується. Ідентифікація проєкту – це перший камінь, який необхідно закласти на шляху заснування підприємства. Неможливо, щоб будь-хто придумав ідею і з першого разу перетворив її на бізнес-можливість і розпочав бізнес на цій основі. Особи, які бажають стати підприємцями, повинні мати здатність генерувати велику кількість ідей, щоб принаймні одна з ідей мала потенціал для бізнесу, і вжити низку кроків, щоб завершити її у прибутковий бізнес. Простими словами, проєкт — це план або ідея, які мають бути здійснені. Успіх чи невдача підприємства залежить від ідентифікації ним проєкту. У сучасному конкурентному середовищі кожне підприємство шукає хороші бізнес-можливості для розширення існуючого бізнесу або створення нових конгломератів. Генерація ідей – це перший крок для розвитку бізнесу. Ідея має бути технічно, економічно, політично та соціально здійсненною. Коли ідея проходить ці випробування, складається інвестиційна пропозиція. Після схвалення інвестиційної пропозиції проєкт починається.

Проєкт — це одномоментне, обмежене в часі, цілеспрямоване, велике підприємство, що вимагає відданості різноманітних навичок і ресурсів, поєднання людських і нелюдських ресурсів, об'єднаних у тимчасову організацію для досягнення певної мети [3].

Для характеристики проєкту його можна надати такого значення: проєкт – це економічна діяльність із чітко визначеними цілями та конкретним початком і кінцем. Його можна визначити як науково розроблений план роботи, розроблений для досягнення конкретної мети протягом обумовленого часу. Проєкт має бути чітко визначеним, а також враховувати різні альтернативні пропозиції, дослідження, інженерні та маркетингові міркування для прогнозування наслідків прийняття пропозиції та проведення економічного аналізу для визначення потенціалу прибутку інвестиційної пропозиції. Проєкт – це велика робота, єдине ціле. Нижче описано різні характеристики проєкту:

- 1) Чітко визначені цілі: кожен проєкт повинен мати чітко визначений набір цілей. Жоден проєкт не може бути без набору цілей. Після досягнення цих цілей проєкт припиняє своє існування.

2) Тривалість життя проєкту: проєкт має обмежений проміжок часу. Це не може тривати вічно. Життя проєкту може складати кілька днів, кілька місяців або кілька років, але воно не може тривати нескінченно. Зазвичай досягнення заданого набору цілей є завершенням проєкту.

3) Єдина сутність: проєкт, як правило, розглядається як одна сутність. Замість внесків багатьох різних людей, це все ще можна розглядати як одне ціле. Діяльність може виконуватися різними людьми, але всі дії взаємопов'язані та виконуються для спільної мети.

4) Командна робота: проєкт є єдиним цілим і вимагає командної роботи. Для успішного здійснення планування та прагнення до досягнення спільної мети діяльність різних людей об'єднується та координується. Кожен має почуватися важливим і робити свій внесок у досягнення спільної мети. Дух єдності змушує кожного почуватися важливим, роблячи внесок у велику справу.

5) Життєвий цикл: кожен проєкт має власний життєвий цикл, який починається зі стадії зростання, стадії зрілості та стадії занепаду. Усі етапи тісно пов'язані один з одним і дають логічне обґрунтування для початку наступного етапу. Стадія занепаду є основою для відновлення проєкту. Основними етапами циклу є визначення проєкту, його розробка, підготовка, оцінка та реалізація.

6) Унікальність: кожен проєкт має свої унікальні характеристики. Розташування проєкту, його інфраструктура, людські ресурси та різні інші агентства роблять кожен проєкт унікальним.

7) Зміна: проєкт продовжує змінюватися протягом свого життєвого циклу, тобто на різних етапах завершення. Іноді ці зміни є звичайними, тоді як деякі зміни можуть бути серйозними, які можуть змінити саму природу чи характер проєкту.

8) Принцип послідовності: існує велика прірва між мрією та реальністю. Так само не відомо, що станеться на наступному етапі життєвого циклу проєкту. Тому проєкт має послідовний характер. Іноді практичні проблеми стають відомими лише після реалізації проєкту.

9) Орієнтація на клієнта: проєкт повинен бути орієнтований на клієнта. Замовник висуває свої умови та різноманітні вимоги щодо термінів, вартості, якості та строків, в які договір повинен бути виконаний.

10) Єдність у різноманітності: проєкт — це унікальний і складний набір незлічених різноманітностей. Ці різновиди можуть стосуватися технологій, матеріалів, обладнання, машин, людських ресурсів, культури праці та етики тощо. Але, незважаючи на різноманіття, усі види діяльності проєкту взаємопов'язані та скоординовані таким чином, щоб досягти спільної мети проєкту.

11) Ризик і невизначеність: певний ступінь ризику і невизначеності, пов'язаний з кожним проєктом. Ступінь ризику та невизначеності залежить від того, як проєкт пройшов через різні фази життєвого циклу. Добре визначений проєкт матиме найменший ступінь ризику та невизначеності [4].

Класифікація проєкту: проєкт можна класифікувати різними способами. Основні категорії описані таким чином:

1) Проєкти, що приносять прибуток: стосуються всіх тих проєктів, які дозволяють концерну отримувати прибуток. Вони призводять до збільшення обсягу продажів і продуктивності, а також мають тенденцію до зниження собівартості продукції. Такі проєкти можна класифікувати наступним чином:

а) Проєкти заміни: які передбачають заміну існуючих основних засобів. Необхідно провести заміну, оскільки активи, що використовуються, зношені, застаріли. Зазвичай фонди заміни створюються для своєчасної заміни таких активів.

б) Проєкти розширення: які збільшують наявну потужність або додають нову лінійку продуктів. Необхідно ретельно оцінити програми розширення.

с) Інші: які включають такі статті капітальних витрат, як дослідження, розробки та інноваційні проєкти, контроль за витратами та схеми скорочення витрат тощо.

2) Некомерційні проєкти: може виникнути потреба здійснити витрати на деякі постійні статті, метою яких не є отримання прибутку. Це необхідно зробити для виконання вказівок уряду, муніципального комітету, відділу праці та інших

правоохоронних органів. Забезпечення виходів, витяжних вентиляторів, протипожежного обладнання, станції очищення стоків, безпечних шоломів для працівників тощо є деякими прикладами таких витрат.

3) Проєкти, для яких важко виміряти прибуток: є певні проєкти, які, безумовно, сприятливо впливають на прибутковість і продуктивність, але важко оцінити отриманий від них дохід:

а) Обов'язкові проєкти: проєкти, які повинні відповідати деяким законодавчим вимогам, називаються обов'язковими проєктами.

б) Проєкти сервісних відділів: надання будівель або обладнання для невиробничих відділів може бути важливим, але віддачу неможливо оцінити.

с) Проєкти соціального забезпечення: надання спортивних споруд для працівників може сприяти підвищенню морального духу працівників, що неможливо оцінити фінансово.

д) Проєкти досліджень і розробок: проєкти, які можуть бути ініційовані для вдосконалення методів або продуктів компанії. Він може виявитися невдалим або може не показувати вимірної віддачі протягом значного часу.

е) Освітні проєкти: Забезпечення курсів навчання компанії може допомогти підвищити ефективність персоналу, але результати знову буде важко оцінити [5].

Життєвий цикл проєкту та його фази: кожен проєкт має тривалість життя, яку можна розділити на різні широкі фази. Увага, яку приділяє певний проєкт, не розподіляється рівномірно протягом усього його життя, а змінюється від фази до фази. Тому необхідно вивчати різні етапи життя проєкту. Кожен проєкт складається з п'яти етапів, ці етапи наведено нижче:

1. Фаза зачаття концепції або виникнення ідеї;
2. Фаза визначення;
3. Етап планування та організації;
4. Фаза впровадження;
5. Фаза очищення/припинення проєкту.

Хоча насправді не всі проєкти дотримуються цієї послідовності, а тривалість кожної фази не є визначеною, що оцінюють експерти. Це залежить від різних

факторів, таких як розташування, тип продукту/послуги, схема проєкту, потреби в робочій силі, фінансові вимоги тощо. Давайте обговоримо ці етапи один за іншим:

1. Етап концепції: це етап, під час якого задумується ідея проєкту. Ідея може виникнути в голові підприємця під час вирішення багатьох проблем бізнесу. Ці проблеми можуть полягати в невикористанні наявних коштів, потужності заводу, технології, людської сили, досвіду або очікувань існуючих клієнтів від підприємства. Якою б не була ситуація, ідеї мають бути викладені в письмовій формі та надані певної форми, перш ніж їх можна буде розглянути та порівняти з конкурентними ідеями. Ідеї повинні бути ретельно розглянуті в світлі цілей і обмежень. Прийнятна ідея лягає в основу майбутнього проєкту. Добре продуманий проєкт має довге життя після успішної реалізації. Однак реальні життєві ситуації можуть відрізнятися від того, що можна було припустити. Тому жодна оригінальна ідея не втілюється в життя у своєму первинному вигляді. Концепція є важливою фазою життєвого циклу проєкту. Підприємець повинен глибоко проаналізувати всі факти, цілі та обмеження перед початком проєкту, тому що невдалий проєкт може стати пасивом для підприємства, а не активом.

2. Фаза визначення: на цій фазі розробляється ідея, яка виникла під час фази задуму. Факти, що стосуються ідеї, зібрані та представлені. Створюється документ, в якому описуються деталі проєкту, необхідна інформація, що стосується клієнтів або фінансових установ, щоб прийняти рішення щодо ідеї проєкту. Нижче наведено ключові області, які необхідно перевірити на цьому етапі:

- a) Якість і кількість сировини;
- b) Розрахунки щодо розміру або потужності заводу;
- c) Місце розташування;
- d) Технологія, яка буде використана;
- e) Макет проєкту;
- f) Розташування установок та обладнання;
- g) Будівельні роботи;
- h) Потреби в робочій силі;
- i) Фінансові вимоги;

j) Графік реалізації.

Можна також запросити подальші поглиблені дослідження. Якщо цей етап не буде виконано належним чином, це збільшить ризиковий вміст проєкту. І іноді поспішні рішення можуть виявитися згубними для проєкту. Отже, проєкт реалізується лише тоді, коли його ідея була належним чином задумана, проаналізована на стадії визначення для її успішної реалізації.

3. Фаза планування та організації: хоча ця фаза починається після фази визначення, але на практиці вона починається з концепції ідеї. Планування, як це часто визначають, це прийняття рішення наперед. Якщо планування не буде зроблено належним чином, це може стати фатальним для мети початку проєкту. Під час цієї фази фірма займається діями, спрямованими на втілення своїх ідей у реальність. Деякі організації також готують «План виконання проєкту» для успішної реалізації проєкту. Важливі аспекти, охоплені планом:

1. Інфраструктура проєкту та допоміжні послуги;
2. Планування та бюджетування;
3. Планування людських ресурсів;
4. Ліцензування та державні дозволи;
5. Фінансові вимоги;
6. Системи та процедура;
7. Визначення керівника проєкту;
8. Підготовка та дослідження місця;
9. Конструкційні ресурси та матеріали.

Зазвичай цей етап розглядається як частина етапу впровадження, оскільки цей етап не обмежується документацією чи просто паперовою роботою, а багато інших заходів, важливих для проєкту, організовуються на цьому етапі. Різні аспекти, а саме - детально проаналізовано маркетингову, технічну, фінансову, економічну та екологічну.

4. Етап впровадження: це дуже важливий етап проєкту, коли люди фактично бачать проєкт уперше. Етап реалізації проєкту передбачає створення виробничих потужностей. Він складається з різних заходів:

- Інженерне проєктування
- Переговори та укладення контрактів
- Замовлення обладнання
- Будівництво
- Навчання
- Введення в експлуатацію
- Тестування та перевірка

Етап впровадження дуже складний, трудомісткий і ризикований. Він має високу потребу в координації та контролі. Для успішної реалізації проєкту використовуються всі техніки управління проєктами.

5. Фаза очищення/припинення проєкту: це перехідна фаза, на якій проєкти фактично починають працювати. Ця фаза вважається очищенням, оскільки персонал проєкту повинен виконати завдання очищення, наприклад, креслення, документи, файли, посібники з експлуатації та обслуговування, каталоги надаються клієнтам або власникам проєкту. Щоб задовольнити замовників і підрядників, експерти повинні провести багато тестових запусків. Найважливішим завданням на цьому етапі є планування утримання певних працівників, які беруть участь у виконанні проєкту. Увесь персонал проєкту не може бути раптово запрошений піти. Першими серед працівників переходять інженери-конструктори. Більшість із них переходять на нові об'єкти, тому що ті самі люди більше ніколи не знадобляться на цьому об'єкті, доки не з'явиться новий проєкт, а решта залишиться на полі для остаточного проєктування [6].

Отже, успіх проєкту залежить від своєчасного завершення проєкту, в межах рамки виділеного бюджету, і він повинен досягати бажаного задоволення. Ідеальний проєкт – це той, який ретельно відібрано та підготовлено, ретельно оцінено/проаналізовано, ретельно контролюється та послідовно оцінюється. Ідентифікація проєкту – це перший камінь, який необхідно закладати на шляху заснування підприємства. Неможливо, щоб будь-хто придумав ідею і з першого разу перетворив її на бізнес-можливість і розпочав бізнес на цій основі. Простими

словами, проєкт — це план або ідея, які мають бути здійснені. Успіх чи невдача підприємства залежить від ідентифікації ним проєкту. Проєкт – це економічна діяльність із чітко визначеними цілями та конкретним початком і кінцем. Його можна визначити як науково розроблений план роботи, розроблений для досягнення конкретної мети протягом обумовленого часу. Існують різні типи проєктів, одні є прибутковими, а інші неприбутковими. Кожен проєкт має тривалість життя, яку можна розділити на кілька широких фаз. Ці фази: фаза концепції, фаза визначення, фаза планування та організації, фаза реалізації та фаза очищення/завершення проєкту.

1.2 Технологія вирощування малини

Відносно легка у вирощуванні малина є одними з найпопулярніших літніх фруктів, які підходять для будь-якого розміру саду та навіть контейнерів, якщо обирати компактний сорт. Є два основних типи – літнє плодоношення (флорікани) та осіннє плодоношення (примокани):

1. Малина, що плодоносить влітку, зазвичай досягає принаймні 1,8 м у висоту та утворює кущі, яким потрібно багато місця. Плодоносять з початку до кінця літа, залежно від сорту. Щойно посаджені, вони зазвичай починають плодоносити з другого літа
2. Малина з осіннім плодоношенням, як правило, є меншими, менш сильними рослинами, зазвичай 1,2–1,5 м заввишки, які збирають з кінця літа до майже кінця осені, залежно від сортів. Їх легше обрізати і вони підходять для невеликих ділянок. Нові рослини будуть плодоносити в перший рік.

Малина — витривала, сильна рослина, яка добре росте в більшості місць, особливо в прохолодних регіонах. Вони потребують щорічної обрізки та опори для своїх високих стебел. На вибір є величезний вибір сортів малини для ранніх, середньостиглих і пізніх культур. Якщо виростити селекцію, то з середини літа до середини осені можна збирати смачні свіжі ягоди. Різні сорти також пропонують вибір розмірів рослин, деякі з них без шипів або стійкі до хвороб. Плоди бувають різних розмірів, смаків і навіть кольорів – є жовтоплідна малина, а також більш звична червона. Зазвичай малину садять у ґрунт, хоча дрібніші сорти можна висаджувати в контейнери. Осінь – найкращий час для посадки, але їх можна висаджувати в будь-який час у стані спокою, з листопада по березень, за умови, що ґрунт не промерз. Малина віддає перевагу родючому, добре дренованому, вологоємному та злегка кислому ґрунту (в ідеалі рН 6,5–6,7). Вона не любить неглибокий крейдяний ґрунт і не терпить перезволоження, особливо взимку.

Для найкращих результатів слід обрати сонячне місце для посадки. Малина буде плодоносити в легкій тіні, але дасть менший урожай і буде менш міцною та

здоровою. Зазвичай малину вирощують рядами, в ідеалі з півночі на південь, щоб рослини не затінювали одна одну. Також краще захищене місце, оскільки сильний вітер може відлякувати комах-запилювачів і ламати тонкі плононосні бічні гілки. Перед посадкою варто очистити усі багаторічні бур'яни, оскільки їх важко контролювати після того, як малина приживеться. Потім перекопати багато добре перепрілого гною або садового компосту – принаймні одне відро на квадратний метр – і додати добриво з високим вмістом калію [7].

Розташовувати рослини варто на відстані 45–60 см одна від одної з 1,8 м між рядами. Важливо не висаджувати занадто глибоко – перші корінці повинні бути не більше ніж на 5 см нижче поверхні ґрунту. Після посадки можна розсипати мульчу на ґрунт шаром 7,5 см. Ідеальним є садовий компост – проте слід уникати лужного грибного компосту. Більшість малини слід обрізати відразу після посадки – обрізати стебла до 25 см у висоту.

Малина потребує достатньої кількості вологи, щоб підтримувати її пишне листя та набухання плодів, тому слід добре поливати її в посушливі періоди, особливо під час цвітіння та плодоношення. Найкраще поливати на рівні землі – ідеально підійде система крапельного поливу або негерметичний шланг. Зберігання листя, квітів і плодів сухими допомагає знизити ризик грибкових захворювань [8].

Ранньою весною варто підгодувати загальним добривом з високим вмістом калію. Після підживлення ранньою весною можна нанести товстий шар мульчі, наприклад садового компосту, навколо рослин малини. Це допомагає утримувати вологу в ґрунті та відлякувати бур'яни. Проте потрібно залишити проміжок навколо основи стебел, щоб уникнути загнивання.

Легко створити нові посадки з існуючої малини, розширити свій ряд або почати нові. Для цього слід викопати будь-які здорові присоски, які з'являться поза рядком, і пересадити на нове місце. Розсаджувати можна лише нещодавно куплені рослини, сертифіковані як вільні від вірусів, оскільки малина схильна до низки хвороб і вірусів, коли вони старіють, які також можуть заразити нові рослини, зменшуючи їх силу та потенціал врожаю.

Малину слід регулярно обрізати, щоб рослини були здоровішими, акуратнішими і добре плодоносили. Літню і осінню малину обрізають по-різному, про що докладно розповідається нижче:

Обрізка літньоплідної малини – літньоплідна малина плодоносить на однорічних стеблах (приріст попереднього сезону). Їх слід обрізати відразу після того, як закінчиться збирання врожаю, наступним чином:

Зрізати всі старі, здерев'янілі плодоносні стебла аж до рівня землі. Потім обрати найсильніші молоді зелені стебла, які вирости протягом поточного сезону (приблизно шість-вісім на рослину), і прив'язати їх до горизонтальних дротів або стовпців, якщо вони є, на відстані 8–10 см один від одного. Вони дадуть плоди наступного літа;

Обрізка осінньоплідної малини – малина осіннього плодоношення дає врожай на стеблах поточного сезону. Їх легко обрізати: у лютому обрізати всі старі плодоносні стебла до рівня землі. Навесні почнуть рости нові, які дадуть плоди пізніше в році;

На початку літа, якщо необхідно, прорідити будь-які дуже скупчені купи, видаляючи слабші стебла, щоб решта були на відстані приблизно 10 см один від одного. Слід не забувати про видалення паростків. Навесні вся малина відпустить нові тростини. Будь-які паростки, які проростають за межами передбачуваної зони вирощування, слід видалити.

Ранні сорти літньоплідної малини повинні бути готові до збору з червня, а більш пізні сорти дозрівають до вересня. Збір осінньої малини починається з середини серпня, часто триває до перших заморозків. Урожай слід збирати регулярно, щоб отримати плоди на піку стиглості, коли вони насиченого кольору, пухкі та легко знімаються. Збирати потрібно в сухий день, тому що вологі ягоди незабаром можуть запліснявіти.

Малина, як правило, активно росте і добре дає врожай протягом кількох років у більшості місць. Однак на них можуть впливати різні проблеми, зокрема:

1. Віруси та грибкові захворювання. Малина особливо схильна до вірусів, які викликають затримку росту та викривлення. Уражені рослини слід швидко

видалити, оскільки віруси легко поширюються попелицею та іншими комахами.

2. Комахи та кліщі – у тому числі малинові жуки та листові та брунькові кліщі.
3. Дефіцит магнію – жовтіє листя між прожилками, іноді з червонувато-коричневими відтінками [9].

1.3 Методи оцінки ефективності проєкту створення ягідника малини на підприємстві агробізнесу

Сучасні методи оцінки привабливості та ефективності інвестиційних проєктів відіграють важливу роль у прийнятті рішень щодо розвитку та розширення бізнесу. Міжнародна інвестиційна діяльність стрімко зростає, вимагаючи від компаній все більш досконалих інструментів, знань і досвіду. Оцінка привабливості інвестиційних проєктів у цьому процесі стає все більш актуальною, допомагаючи бізнесу приймати правильні рішення.

Критерії та методи, які використовуються сьогодні в інвестиційному консалтингу, добре розроблені та широко використовуються на практиці. Суть сучасних методів представлена нижче [10].

Таблиця 1.1 – Методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів

Метод оцінки проєкту	Короткий опис
Метод чистої теперішньої вартості проєкту (NPV).	Дисконтування грошових потоків проєкту за ставкою, яка відображає очікуваний рівень відсотків за позику на фінансовому ринку.
Метод терміну окупності (PP).	Розрахунок періоду, протягом якого дохід, дисконтований наприкінці проєкту, дорівнюватиме загальній сумі інвестицій.
Метод внутрішньої норми прибутку (IRR).	Метод заснований на розрахунку ставки дисконту, за якої чиста приведена вартість дорівнює нулю.

Метод індексу прибутковості (PI) і коефіцієнта ефективності інвестицій (ARR).	Оцінка відношення дисконтованого чистого прибутку до початкових інвестицій разом з оцінкою відношення середньорічного прибутку проєкту до середньої суми інвестицій.
Модель оцінки капітальних активів (CAPM)	Оцінка потенційної прибутковості портфеля цінних паперів (акцій) з урахуванням обмежень періоду інвестування. Метод не враховує можливі зміни ризику та прибутковості з часом.
Порівняння прибутковості проєкту із середньозваженою вартістю капіталу (WACC)	Проект вважається життєздатним, якщо очікуваний прибуток перевищує середньозважену вартість капіталу. Метод не може врахувати відмінності в рівні ризику проєктів, тому він не підходить для порівняння інвестиційних альтернатив.
Метод найкращого можливого стану	Цей метод є модифікованим методом чистої приведеної вартості (NPV). Він використовує ставку дисконту для грошових потоків, скориговану на ризик проєкту.

Джерело: [10; 11]

1. Метод чистої теперішньої вартості проєкту (NPV). Формула для розрахунку цього показника виглядає так:

$$NPV = \sum \frac{P_n}{(1+r)^n} - IC \quad (1.1)$$

P_n – щорічні грошові надходження;

де r – ставка дисконту;

n – термін реалізації проєкту;

IC – інвестиції для запуску проєкту.

Значення цього показника може мати три варіанти:

1. $NPV > 0$, тобто проєкт слід брати до уваги і він є прибутковим;
2. $NPV < 0$, означає, що проєкт збитковий;
3. $NPV = 0$, проєкт не збитковий і не прибутковий.

2. Метод індексу прибутковості (PI) або визначення рентабельності інвестицій визначається по формулі:

$$PI = \sum \frac{P_n}{(1+r)^n} : IC \quad (1.2)$$

За умови, що даний показник > 1 , то це означає, що на кожен вкладений гривню у проєкт, отримується більше гривні доходу і проєкт є прибутковим, відповідно якщо < 1 , то такий проєкт не прибутковий.

3. Метод внутрішньої норми прибутку (IRR) – фактично відображає максимально допустимий рівень витрат, корті з'являються при реалізації інвестиційного проєкту, та відображає верхню межу процентної ставки, за якою фірма може окупити вкладені в проєкт кошти. Формула для розрахунку визначається таким чином, щоб підібрати значення показника, за якого NPV буде більше 0, а сам показник IRR був більше середньозваженої вартості капіталу, розрахованої для проєкту, тобто:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^n} - IC = 0 \quad (1.3)$$

де CF_t (Cash Flow) – грошовий потік у період часу t .

4. Метод терміну окупності (PP) визначається за рахунок грошових надходжень проєкту за час його життєдіяльності та суми інвестицій у проєкт, формула:

$$PP = \frac{IC}{D} \quad (1.4)$$

де D – це середньорічна сума грошових потоків підприємства.

5. Метод коефіцієнта ефективності інвестицій (ARR) або визначення середньої норми прибутку на інвестиції, розраховується так:

$$ARR = \frac{P \times (1-t)}{IC+RV} \times 100\%, \quad (1.5)$$

де P – це середньорічний прибуток від реалізації;

t – ставка оподаткування;

RV – це ліквідаційна залишкова вартість проєкту після закінчення [11].

Незважаючи на широкий фінансовий інструментарій, в даний час немає єдиної системи прийняття рішень в інвестиційному проєктуванні. Різні проєкти оцінюються різними командами на основі конкретних методів, показників і критеріїв, враховуючи специфіку галузі та інтереси учасників проєкту. Застосування прогресивних методів оцінки привабливості інвестиційних проєктів передбачає використання багатьох формул і критеріїв. Наприклад, при оцінці моделей фінансування довгострокових проєктів необхідно враховувати зміну вартості фінансових ресурсів у часі, можливі сценарії залучення ресурсів, їх правове регулювання тощо. При цьому необхідно вибрати один із найкращих варіантів, виходячи з конкретних умов проєкту. У фінансовій літературі вказується, що будь-який механізм фінансування базується на фінансовій моделі інвестиційного проєкту, яка повинна будуватися з ретельним аналізом усіх факторів, що впливають на конкретний проєкт. Побудована таким чином модель дозволяє не тільки розрахувати результат із заданими прогнозними параметрами та скласти фінансову звітність, а й вибрати найбільш підходящі інвестиційні схеми та джерела фінансування відповідно до встановлених критеріїв та побажань інвесторів.

Тому має місце багатокритеріальна оцінка ефективності інвестиційних проєктів. Фінансові методи оцінки проєктів, у тому числі методи NPV і IRR, спрямовані на розрахунок фінансових ефектів від реалізації інвестиційного проєкту. Засновані на них критерії прийняття рішення дозволяють відповісти на питання, чи є фінансово вигідною для учасників інвестиція, що оцінюється. Однак сучасний аналіз ефективності проєкту не може зосереджуватися виключно на фінансових ефектах проєкту, які вимірюються грошовими потоками, які він генерує. Традиційні методи оцінки витрат і вигод надають лише інформацію про економічну ефективність проєкту у фінансовому виразі, тому вони не включають жодних нефінансових вигод чи втрат (наприклад, екологічних чи соціальних). Вони також не враховують зовнішній вплив проєкту на інших зацікавлених сторін. Насправді фінансові методи представляють собою значне спрощення порівняно з інтегрованими методами. Реалізація великого інвестиційного проєкту (особливо на міжнародному рівні) може мати негативні наслідки для підприємства в неочікуваних сферах діяльності, на які проєкт безпосередньо не впливає. Іншими словами, проєкт може порушити інші аспекти діяльності компанії (регіону), незважаючи на те, що сам проєкт формально залишається фінансово прибутковим. Комплексний аналіз, який враховує вплив проєкту як на інші інвестиції, так і на поточну діяльність учасників, неможливий за допомогою окремих методів фінансового аналізу. Зазначені недоліки традиційного фінансового підходу до оцінки привабливості інвестиційних проєктів спонукають дослідників до пошуку нових підходів, які базуються як на фінансових, так і на нефінансових критеріях (багатокритеріальний підхід).

На практиці застосування багатокритеріальних методів оцінки привабливості проєктів пов'язане з певними методичними труднощами, такими як:

- Вибір правильного набору нефінансових критеріїв. Вибір критеріїв оцінки привабливості проєкту має бути комплексним з урахуванням організаційних, фінансових, маркетингових, технічних, ресурсних та інших аспектів.

- Присвоєння адекватної ваги всім критеріям оцінювання. Проблема ранжування полягає в тому, щоб об'єктивно й обґрунтовано надати критеріям певну «вагу» відповідно до їх реальної цінності для конкретного проєкту.
- Процедура, пов'язана з прийняттям інвестиційного рішення на основі одного або кількох інвестиційних критеріїв, значущих для учасників.

Отже, багатокритеріальні методи враховують не лише фінансові, а й інші суттєві фактори, зокрема економічні та соціальні. Доцільніше використовувати комплексний підхід, оскільки термін «прибутковість» зазвичай асоціюється з оцінкою фінансового характеру [12].

Тож, враховуючи усе вищевказане - теоретично можливі два шляхи:

1. По-перше, оцінка привабливості інвестиційного проєкту здійснюється на основі ряду критеріїв, але остаточне інвестиційне рішення приймається на основі одного обраного критерію, який вважається основним.
2. По-друге, оцінка здійснюється за кількома критеріями з різною «вагою», і тоді рішення вимагатиме більш комплексного підходу.

Фінансова модель будь-якого великого інвестиційного проєкту має дві складові. До них відносяться аналіз капітальних вкладень і аналіз грошових потоків під час реалізації проєкту. Капітальні вкладення можуть здійснюватися не тільки в початковий період, але і в наступний період залежно від його масштабів і схеми фінансування. Розглядаючи реальні інвестиції, необхідно передбачити як інженерну, так і комерційну частини. Це можна пояснити тим, що реальні інвестиційні проєкти мають чіткі дискретні технічні та фінансові характеристики. Без прогнозування вартісних показників неможливо прийняти остаточне інвестиційне рішення. Для вирішення останньої проблеми необхідно провести комплексне передінвестиційне маркетингове дослідження. Розробка методів оцінки привабливості інвестиційних проєктів вимагає пов'язки очікуваних вигод від проєкту, бізнес-планування та комплексного фінансового аналізу. Аналіз очікуваних вигод від проєкту зараз вважається широко поширеним в інвестиційному проєктуванні. Завдання фінансового відділу – побудувати модель, яка найбільш точно пов'яже потенційні вигоди та втрати учасників із так званим

індексом корисності. Роль такої моделі полягає в тому, що її можна використовувати як орієнтир для прийняття обґрунтованого рішення, яке відповідає не лише намірам та інтересам інвестора, а й його партнерів по проєкту. Для визначення очікуваної вигоди від інвестицій використовується наступний алгоритм:

1. На першому етапі фінансова команда розраховує потенційну вигоду від кожного з результатів у контексті прийняття інвестиційного рішення.
2. На другому етапі кожен очікуваний результат проєкту пов'язується з його ймовірністю, щоб наблизити розрахунки до реальності.
3. Результати розрахунків по кожному з порівнюваних проєктів використовуються для порівняння сумарних очікуваних вигод.

Очікувана вигода від інвестиційних проєктів є важливим показником для прийняття правильного рішення, що дозволяє компаніям враховувати вигоди від кожної інвестиції та пов'язаний з нею ризик. Побудова такої моделі для капіталомістких реальних інвестиційних проєктів має унікальні особливості. В інвестиційному проєктуванні для таких проєктів зазвичай використовується колегіальне рішення. З цього випливає, що сама функція «корисності» повинна носити узагальнений характер. Наприклад, це середньозважене значення функцій корисності учасників, які беруть участь у прийнятті інвестиційного рішення, виходячи зі ступеня відповідальності або частки партнера в проєкті.

Теорія очікуваної вигоди дозволяє певною мірою формалізувати процедуру вимірювання рівня ризику. Вона припускає, що однакова вигода буде віднесена до даного результату, незалежно від часу його виникнення. Якщо коригування ризиків здійснюється інтуїтивно, то значення результату може змінюватися в залежності від часових рамок і специфіки проєкту.

Основою побудови моделі очікуваних вигод від проєкту є бізнес-планування, конкретний план дій для інвесторів, що визначає фінансові характеристики та можливі результати реалізації проєкту. Структура бізнес-плану в міжнародній інвестиційній практиці може дещо відрізнятися, але більшість ключових моментів планування схожі і відрізняються лише структурою та змістом окремих елементів. Серед ключових елементів бізнес-плану найважливішим у прогнозуванні

економічних показників є план маркетингу. Цей документ містить оцінку ринкових можливостей підприємства. Найбільш важливим є обсяг реалізації продукції (послуг) з його прогнозуванням, оскільки аналіз ринку і прогноз формування рівня і структури попиту на продукцію зумовлюють результат проєкту. Результати маркетингових досліджень є також основою для розробки довгострокової стратегії та короткострокової тактики підприємства, визначають майбутні потреби у фінансових ресурсах. Маркетинговий план є основою для прогнозування комерційних результатів проєкту, оскільки без прогнозованих обсягів продажів і розуміння оцінки ринкової ціни неможливо судити про правильність інвестиційних рішень [13].

Першочерговим завданням при оцінці інвестиційної привабливості проєктів є визначення критеріїв життєздатності інвестицій. На сьогоднішній день відомо кілька десятків таких критеріїв (більше 50), які різною мірою використовуються в практиці інвестиційного інжинірингу.

До груп критеріїв інвестиційної привабливості проєктів належать:

- Критерії ефективності капітальних вкладень.
- Критерії ефективності використання власного капіталу.
- Критерії ефективності використання кредитних коштів.
- Критерії прибутковості інвестицій тощо.

На етапі обґрунтування інвестиційних рішень не завжди вдається розрахувати всі коефіцієнти через відсутність вихідної інформації, хоча на цьому етапі може бути достатньо загальних висновків про проєкт. При оцінці ефективності великих довгострокових проєктів важливо розраховувати критерії позикового капіталу на основі амортизації в потоці доходу без урахування ліквідаційної вартості. Для проєктів модернізації, які передбачають лише заміну обладнання зі строком служби, близьким до прогнозованого періоду, характеристики проєкту слід визначати з урахуванням амортизаційних відрахувань та ліквідаційної вартості обладнання.

Великі капіталовкладення зазвичай вимагають залучення позикових ресурсів, оскільки небагато компаній мають достатньо вільних коштів, які можна заморозити

для довгострокового проєкту з високим ризиком і невизначеністю. Крім того, вартість внутрішніх фінансових ресурсів може бути значно вищою порівняно з кредитами. Високу вартість внутрішніх ресурсів можна пояснити втраченим прибутком від більш вигідного альтернативного розміщення капіталу. Оскільки втрачену вигоду важко визначити для умов реального сектору, власні ресурси підприємства до певної межі можна вважати «дешевими». Фінансовий аналіз ефективності проєктів з урахуванням позикового капіталу необхідно проводити в рамках комплексної оцінки привабливості інвестиційних проєктів. Слід враховувати, що зниження середньозваженої вартості капіталу позитивно впливає на ефективність прийнятого проєкту.

Важливим показником оцінки привабливості інвестиційних проєктів є запас фінансової стійкості, який визначається як відношення нерозподіленого прибутку до валового прибутку від реалізації. Він характеризує здатність підприємства залучати ресурси для розвитку виробництва. Показники, які використовуються в аналізі ефективності власного капіталу, призначені для діючих компаній і проєктів. Для обґрунтування інвестиційних рішень зазвичай рекомендуються такі критерії:

- Дивіденди, які можуть отримати учасники проєкту за весь прогностичний період з урахуванням етапу проєктування, будівництва, введення об'єкта в експлуатацію та виходу на проєктну потужність.
- Відносна зміна вартості власного капіталу на борг, обумовлена впливом різних зовнішніх і внутрішніх факторів.

Іншим важливим питанням оцінки привабливості проєкту є пошук оптимального співвідношення власного та позикового капіталу, необхідного для реалізації проєкту. Цей коефіцієнт визначається техніко-економічними характеристиками проєкту та конкретним сценарієм інвестування. Зменшення частки власного капіталу автоматично призводить до збільшення зовнішніх запозичень [14].

Оцінка потенційної рентабельності капітальних вкладень здійснюється на основі набору з двох десятків фінансових показників, роль яких змінюється в

залежності від галузі, конкретної мети проєкту та інших факторів. Основними критеріями рентабельності капітальних вкладень є:

- Рентабельність власного капіталу, яка математично визначається відношенням чистого прибутку компанії до суми активів, виражене у відсотках.
- Валова маржа, що дозволяє визначити суму прибутку, доступну для покриття обов'язкових платежів, а також простежити взаємодію ринкових факторів, таких як ціна, обсяг виробництва або попит на проєкт.
- Рентабельність реалізованої продукції визначається відношенням чистого прибутку до собівартості реалізованої продукції; цей показник показує дохід, отриманий на одиницю реалізованої продукції.
- Коефіцієнт оборотності активів визначається відношенням собівартості реалізованої продукції до ціни активів; він показує, наскільки ефективно використовуються наявні активи для збільшення продажів.

Серйозною перешкодою для інвестиційної діяльності бізнесу може бути обмежений доступ до фінансових ресурсів. Цей момент важливо враховувати фахівцям, які займаються інвестиційним проєктуванням. Обмежений доступ до капіталу вимагає від компаній прийняття особливої стратегії забезпечення розвитку в умовах обмежених ресурсів і навіть змушує їх відмовлятися від проєктів з позитивною перспективою.

Існує два можливі сценарії обмеження фінансових ресурсів:

- Відносне обмеження (короткострокове або довгострокове): кошти, не інвестовані в розглянутий набір інвестиційних проєктів, можуть бути інвестовані в іншу сферу з прийнятною прибутковістю.
- Абсолютне обмеження існує лише тоді, коли в будь-який момент часу компанія або не має доступу до необхідних ресурсів, незалежно від процентних ставок, або не бажає інвестувати більше певної суми коштів.

Професійна оцінка привабливості інвестиційного проєкту за передовими методами допомагає бізнесу відповісти на питання доцільності інвестицій та раціонально використовувати наявні кошти. У реальному секторі ця проблема

заслуговує на високу пріоритетність, враховуючи масштаб потенційних втрат від неправильного прийняття рішень [15].

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВА АГРОБІЗНЕСУ ТА ПОШУК ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ

2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» та оцінка його фінансового стану

"ВІТЕРА УКРАЇНА" є командою професіоналів, що будують свою роботу на основі взаємовигідної співпраці та взаємоповаги. Нині компанія входить до складу міжнародної групи компаній VITERA, яка представлена в країнах Європи: Литві, Естонії, Латвії, Польщі, Словаччині, Чехії, Молдові. ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» надає повний комплекс агрохімічного сервісу та агрономічний супровід та є офіційним представником світових лідерів агро-хімічної галузі: Atlantica Agricola (Іспанія), BRANDT® (торгові марки БРЕНДТ Конвердж СРН, БРЕНДТ Реакшн ДС, БРЕНДТ Менні-Плекс), ICL Group (торгові марки Nutrivant, Nutrivnt Plus, Nutrivant Drip, Agromaster, Polysulphate Premium).

Компанія представляє на вітчизняному аграрному ринку кращих закордонних виробників добрив, через мережу незалежних дилерів забезпечує аграріїв сучасними мінеральними добривами, застосування яких гарантує отримання високої врожайності з поліпшеною якістю товарної продукції культур та високою окупністю добрив.

Незмінним партнером-виробником «ВІТЕРА УКРАЇНА» є **ICL Specialty Fertilizers (Ізраїль)** – підрозділ міжнародного хімічного концерну «**Israel Chemicals Ltd.**» - світового лідера з виробництва водорозчинних фосфорно-калійних добрив, високоякісних добрив з мікроелементами, біостимуляторів, сурфактантів, прилипачів, поверхнево-активних речовин.



Рисунок 2.1 – Логотип компанії **ICL Specialty Fertilizers** [19]

«ICL» володіє власними сировинними запасами фосфору, калію, магнію, бром, має виробничі потужності у 15 країнах світу. Всі виробничі потужності концерну мають сертифікацію ISO 9001: 2008, що забезпечує найвищі стандарти якості та сертифіковані відповідно до ISO 14001, тому що захист навколишнього середовища є одним з головних пріоритетів компанії. Система управління якістю «ICL» відповідає вимогам ISO 9001: 2000 для виробництва хімікатів та мінеральних добрив. У компанії працює понад 12000 людей у всьому світі, а об'єми продажів за 2020 рік склали 5 мільярдів доларів [16].

«ВІТЕРА УКРАЇНА» також є офіційним ексклюзивним постачальником на вітчизняний ринок продуктів іспанської компанії **Atlántica Agrícola S.A.** **Atlántica Agrícola S.A.** - європейський лідер з виробництва високоекологічних добрив, збагачених амінокислотами, фульвокислотами, фітогормонами, екстрактами морських водоростей, вітамінами рослинного походження та засобів захисту біологічного походження, та один з основних членів-засновників EBIC (Європейська рада біостимулянтів).



Рисунок 2.2 – Логотип компанії **Atlántica Agrícola S.A** [19]

Виробничі потужності розташовані в Іспанії і Гондурасі та відповідають міжнародним стандартам якості ISO 9001:2000 та системи екологічного управління ISO 14001 [17].

Також компанія співпрацює з «BRANDT®» – лідируючий виробник спеціальних добрив, біостимулянтів та ад'ювантів для різних підрозділів

сільського господарства: польових культур, садівництва, декоративних культур, газонів і стадіонів. З 1953 року компанія «BRANDT®» - піонер у розробці інноваційних і передових технологій в напрямку мінерального живлення та підтримки здоров'я с.-г. культур.



Рисунок 2.3 – Логотип компанії BRANDT® [19]

Сьогодні вона пропонує один із найбільших портфоліо рідких листових мікродобрив і спеціальних продуктів мінерального живлення. Продукція компанії «BRANDT®» виготовляється на п'яти заводах у США, а також у трьох міжнародних виробництвах, котрі обслуговують ринки Центральної та Південної Америки, Європи, Африки, Китаю і Австралії [18].

Добрива від компанії «ВІТЕРА УКРАЇНА» набули широкого вжитку на зернових, технічних, овочевих, плодових, ягідних, декоративних культурах, на винограді. Їх застосовують як у відкритому, так і в закритому ґрунті. Підбір спеціальних добрив різних виробників за результатами агрохімічного аналізу ґрунту та функціональної діагностики дає змогу ефективно управляти мінеральним живленням культур, поліпшувати перезимівлю озимини, усувати різного роду стреси на культурах, одержувати високу врожайність, товарність та поліпшену якість.

Спеціалізована агрохімічна компанія "ВІТЕРА УКРАЇНА" започаткувала свою діяльність 26 жовтня 2006 року та з кожним роком впевнено нарощує обсяги реалізації спеціальних добрив в Україні. Компанія здійснює свою діяльність на базі організаційно-правової форми – Товариство з обмеженою діяльністю [19].

Основним видом діяльності компанії ТОВ "ВІТЕРА УКРАЇНА" є оптова торгівля хімічними продуктами. Інші види діяльності: виробництво добрив і азотних сполук, діяльність посередників у торгівлі паливом, рудами, металами та промисловими хімічними речовинам, надання ландшафтних послуг, неспеціалізована оптова торгівля, консультування з питань комерційної діяльності й керування.

Виробничу структуру підприємства можна розділити на два основних підрозділи – центральний офіс та регіональний штат. Центральний офіс має декілька виробничих підрозділів – це відділ бухгалтерії, логістики та маркетингу, науковий та комерційний, а також відділ прийнята рішень у вигляді генерального директора. Регіональний штат складається з менеджерів-дистриб'юторів, котрі формують продажі та в основному підпорядковуються відділу комерції проте також тісно співпрацюють з усіма іншими відділами підприємства, домовляючись про кількість та умови поставки продукції, її ціну та виставлення рахунків, терміни та якість.

Усе підприємство використовує для виконання своєї роботи програмне забезпечення Microsoft 365, а також для проведення онлайн зустрічей та іноді консультацій з менеджерами Google Meet.

Протягом періоду, який взятий для аналізу підприємства, а саме з 2019 по 2023 роки, з'ясовано, що лише два показники залишились незмінними – це чисельність працівників та власний зареєстрований капітал.

Таблиця 2.1 - Показники розміру ТОВ «ВІТЕРА Україна»

Показник	Роки	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
ЧИСЕЛЬНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ, осіб		32	32	32	32	32
Зареєстрований (пайовий) капітал (1400), тис.грн		6000	6000	6000	6000	6000
Основні засоби: (1010), тис. грн		6201	6399	7163	4681	5203

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Підприємство нарощувало кількість основних засобів протягом періоду з 2019 р. по 2021 р. та у 2022 р. довелось продати частину транспортних засобів, що і видно у таблиці. Далі проведено аналіз зміни складу і структури активів

підприємства. У таблиці 2.2 наведено динаміку зміни таких показників на ТОВ «ВІТЕРА Україна» протягом 2019-2023 років.

Таблиця 2.2 - Динаміка зміни активів ТОВ «ВІТЕРА Україна»

Показники	Роки							
	2019 р.	2020 р.			2021 р.			
		Тис.грн	Абс. зміна до поперед. року, ти.грн	Темп прир. (зменш.), % до поперед. року	Тис.грн	Абс. зміна до поперед. року, ти.грн	Темп прир. (зменш.), % до поперед. року	Темп прир. (зменш.), % до 2019 р.
1. Необоротні активи	6229	6422	193	0,03	7200	778	0,12	15,59
<i>у тому числі</i>								
– нематеріальні активи	28	23	-5	-0,18	37	14	0,61	32,14
– основні засоби за залишковою вартістю	6201	6399	198	0,03	7163	764	0,12	15,51
2. Оборотні активи	75710	76413	703	0,01	95251	18838	0,25	25,81
<i>у тому числі</i>								
– запаси	37017	35508	-1509	-0,04	37472	1964	0,06	1,23
– дебіторська заборгованість	34709	33996	-713	-0,02	32143	-1853	-0,05	-7,39
– поточні фінансові інвестиції	0	0	0	-	0	0	-	-
– грошові кошти та їх еквіваленти	282	50	-232	-0,82	21903	21853	437,06	7667,02
3. Активи	81939	82835	896	0,01	102451	19616	0,24	25,03

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Продовження таблиці 2.2

Роки							
2022 р.				2023 р.			
Тис.грн	Абс. зміна до поперед. року, ти.грн	Темп прир. (зменш.), % до поперед. року	Темп прир. (зменш.), % до 2019 р.	Тис.грн	Абс. зміна до поперед. року, ти.грн	Темп прир. (зменш.), % до поперед. року	Темп прир. (зменш.), % до 2019 р.
4708	-2492	-0,35	-0,24	5221	513	0,11	-0,16
27	-10	-0,26	-0,03	18	-9	-0,34	-0,36
4681	-2482	-0,35	-0,25	5203	522	0,11	-0,16
92618	-2633	-0,03	0,22	95691	3073	0,03	0,26
51546	14074	0,38	0,39	58515	6970	0,14	0,58
31055	-1088	-0,03	-0,11	28248	-2807	-0,09	-0,19
0	0	-		0	0	-	-
7197	-14706	-0,67	24,52	5652	-1545	-0,21	19,04

97326	-5125	-0,05	0,19	100912	3586	0,04	0,23
-------	-------	-------	------	--------	------	------	------

З таблиці 2.2 можна зробити висновок, що за звітній період підприємство збільшило загальну кількість активів на 23% за рахунок перерозподілу використання активів та грамотного розпорядження ними.

Формування прибутку підприємства формується за рахунок продажу мінеральних добрив різного напрямку. За звітами про фінансові результати було створено зведену таблицю № 3.

Таблиця 2.3 - Формування прибутку ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» за 2019-2023 рр., тис.грн.

Показники	Роки						
	2019	2020	2021	2022	2023	Відхилення 2019-2023 рр.	
						тис.грн	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	72378	72064	97891	58266,8	68980	-3398	-4,69
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	49346	37760	53841	27038	34650	-14 696	-28,4
Валовий прибуток/збиток	23032	34304	44050	31228,8	34330	11 298	49
Інші операційні доходи	10882	9369	5351	8322,6	11481	599	6
Інші операційні витрати	23081	32388	28408	32482	35268	12 187	53
Прибуток/збиток від операційної діяльності	-12199	-23019	-23057	-24159,4	-23787	-11 588	95

Продовження таблиці 2.3

Інші витрати	6308	5473	3684	1284	1150	-5 158	-82
Прибуток/збиток до оподаткування	4525	5812	17355	6539	9871	5 346	118
Витрати (дохід) з податку на прибуток	1157	1051	3124	1175	1777	-	-
Чистий прибуток/збиток	3368	4761	14231	5363	8094	4 726	140

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Проаналізувавши таблицю 2.3 «Формування прибутку ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» за 2019-2023 рр., тис.грн.», можна зробити такий висновок, що у період з 2019 р. по 2021 р. підприємство активно розвивалось та збільшувало кількість проданої продукції, що спостерігаємо з росту чистого прибутку майже в п'ять разів починаючи з 2019 року. У рік повно-масштабного вторгнення, через окупацію значної частини східної України – стало неможливим проводити реалізацію продукції у тих регіонах, а також підприємство отримало прямі збитки пов'язані з довшим зберіганням товарів на складах або його розграбування чи знищенням. Проте, вже у 2023 році підприємство змогло перелаштуватись під нові умови праці та змогло налагодити роботу таким чином, що за збільшення доходу від реалізації на 18%, чистий прибуток зріс на 50%.

Розглянемо такий коефіцієнт ділової активності підприємства як коефіцієнт фондівіддачі. Цей показник демонструє ефективність використання основних засобів підприємства. Значення показника говорить про те, скільки продукції вироблено та скільки надано послуг на кожну гривню фінансових ресурсів вкладену в основні засоби. Він розраховується як співвідношення обсягу продажів (виручка) до середньорічної суми основних засобів. До уваги приймається залишкова сума вартості основних засобів. Застосовуючи цей індикатор можна зрозуміти ефективність використання основних засобів підприємства.

Для початку знайдемо середньорічну вартість основних засобів для подальших розрахунків:

Таблиця 2.4 Середньорічна вартість основних засобів ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» за 2020-2023 рр., тис.грн.

Показник	Роки			
	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Середньорічна величина основних засобів за балансовою вартістю, тис.грн.	6300	6781	5922	4942

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Далі розрахуємо коефіцієнт фондівдачі за допомогою уже відомих нам даних:

Для 2020 року: $72064 / 6300 = 11,4$ грн.

Для 2021 року: $97891 / 6781 = 14,4$ грн.

Для 2022 року: $58267 / 5922 = 9,8$ грн.

Для 2023 року: $68980 / 4942 = 14$ грн.

Цей показник показує скільки було отримано виручки на 1 гривню основних засобів. Причиною зросту цього показника, за винятком 2022 року, є оптимізація структури основних засобів - зайві були продані. Також спостерігається підвищення обсягу продажів [21].

Загалом з проведеного аналізу видно, що у 2021 році підприємство досягло максимальної своєї ефективності, про що свідчать усі показники. Після очевидних причин у 2022 році та зменшення продуктивності, як оцінює саме підприємство – майже на 40%, у 2023 році воно майже змогло надолжити результати найкращого для себе 2021 року та підвищити свою ефективність, що і відобразилось у зростанні усіх показників. Відбулось це основним чином через перерозподіл активів підприємства, знаходження нових стратегій розвитку та адаптацію під сучасні умови ведення бізнесу.

Таблиця 2.5 – Показники ефективності формування капіталу ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» за 2019-2023 рр.

Показники	Роки				
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
1. Коефіцієнт автономії	0,13	0,19	0,23	0,30	0,37
2. Коефіцієнт перманентного капіталу	0,13	0,19	0,23	0,30	0,37
3. Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Коефіцієнт структури капіталу	6,79	4,30	3,37	2,38	1,73
5. Коефіцієнт фінансової стабільності	0,15	0,23	0,30	0,42	0,58
6. Власні оборотні кошти	16748,00	22045,00	30641,00	33512,70	42121,00
7. Чисті оборотні кошти	4290,00	9201,00	16241,00	24097,00	31675,00
8. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	0,06	0,12	0,17	0,26	0,33
9. Коефіцієнт маневреності власних коштів	0,41	0,59	0,69	0,84	0,86

Джерело: побудовано автором на основі [20;22;23].

Для аналізу фінансового стану було розраховано показники на базі фінансової звітності та сформовано таблицю:

Розглянемо деякі показники з таблиці.

1. Коефіцієнт автономії – один з показників фінансової стійкості, що вказує на те, яку частину своїх активів підприємство у змозі профінансувати за рахунок власних коштів. Нормативним значення вважається 0,4 – 0,6. Починаючи з 2019 року цей показник був критично низьким, що свідчить про високий рівень фінансових ризиків, але компанія за звітній період змогла значно підвищити цей показник – майже до значення нижньої межі. Визначається як співвідношення власного капіталу до всіх фінансових ресурсів – тобто $p. 1495 / p. 1900$.
2. Коефіцієнт структури капіталу – вказує на те, скільки грошових одиниць залученого капіталу припадає на одну грошову одиницю власного.

Критичним значенням вважається 1. Тобто при перевищенні цього значення зростає фінансовий ризик та зменшується фінансова стійкість. Як видно з таблиця у період аналізованої діяльності, підприємством були знижено цей показник майже до критичного значення, у порівнянні з значним перевищенням у 2019 році. Це свідчить про те, що через перерозподіл активів, залученого капіталу відносно власного стало значно менше і компанія стала більш стабільною.

3. Коефіцієнт фінансової стабільності – визначає те, як компанія здатна відповідати за своїми зобов'язаннями, як у середньо-, так і у довгостроковій перспективі. Саме значення вказує скільки грошових одиниць власного капіталу припадає на кожен грошову одиницю зобов'язань компанії. Нормативне значення показника 0,6 – 1,5 проте низьке значення не говорить про ймовірне банкрутство, але вказує на високі ризики. Визначається як відношення власного капіталу до суми довгострокових та поточних зобов'язань, тобто $= \text{р. 1495} / \text{р. 1595} + \text{р. 1695}$. Збільшення значення цього коефіцієнта має лише позитивне значення та варто відмітити, що навіть у 2022 році, коли деякі показники зменшились – цей продовжував рости.
4. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами – вказівник здатності підприємства фінансувати оборотний капітал власними оборотними коштами. Розраховується як відношення власних оборотних коштів до оборотних активів, тобто саме значення показника показує частку власних коштів у сумі оборотних активів. Нормальним значенням вважається більше 0,1 та чим вище, тим більш стійкою є компанія фінансово, а також має кращу здатність вести активну діяльність без доступу до позикових коштів і навпаки. За звітний період показник зазнав сильного зросту та у 2023 році становив 0,33, що означає здатність підприємства профінансувати 33% своїх оборотних активів за рахунок власного капіталу.
5. Коефіцієнт маневреності власних коштів – вказує на те, яку частку власних оборотних коштів складають гроші та їх еквіваленти. Нормативне значення можна визначити як 0 адже за від'ємного значення стійкість компанії

порушена та залежність від позикових коштів є дуже значною. За умови як можна більшого значення, компанія здатна максимально відповідати за найбільш терміновими зобов'язаннями, використовуючи власні обігові кошти. Зростання показника, яке відбулось більш ніж у двічі, за розрахунковий період, можливе лише завдяки збільшенню суми власного капіталу та оптимізації структури активів.

Таблиця 2.6 – Показники ліквідності ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» у 2019 – 2023 рр.

Показники	Роки				
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,004	0,001	0,28	0,11	0,09
2. Коефіцієнт проміжної(швидкої) ліквідності	0,54	0,61	0,73	0,60	0,58
3. Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття)	1,06	1,14	1,21	1,35	1,49

Джерело: побудовано автором на основі [20;22;23].

6. Коефіцієнт абсолютної ліквідності – являє собою співвідношення найбільш ліквідних активів та поточних короткострокових зобов'язань. Сам показник демонструє те, яка частка поточних зобов'язань може бути погашена негайно. Нормальним значенням показника вважається 0,1 – 0,2. За нижчого значення, компанія не зможе погасити наявні борги, якщо термін платежу буде незабаром, але і занадто високе значення не є позитивним адже вказує на те, що велика частина капіталу відділяється на формування непродуктивних активів. Оскільки у період з 2021 р. – 2023 р. цей показник є майже у нормальних значеннях, то у період з 2019 р. -2020 р. він є нижчим за мінімум. Для виправлення були залучені додаткові позикові кошти та реалізовано частину зайвих активів для подальшого збільшенні найбільш ліквідних.
7. Коефіцієнт швидкої ліквідності – визначає здатність компанії вчасно погасити наявні короткострокові зобов'язання за рахунок високоліквідних активів. Діапазон нормативного значення може коливатись від сфери

діяльності, але у середньому є 0,5 – 1 та вище. Показник у цих межах вказує на те, що компанія у змозі своєчасно розрахуватись за своїми зобов'язаннями за рахунок достатньої кількості ліквідних оборотних коштів.

8. Коефіцієнт поточної ліквідності або коефіцієнт покриття – показник, котрий вказує здатність підприємства розраховуватись за поточні зобов'язання з допомогою оборотних активів. У нормі значення у діапазоні 1 – 3. За нижчого значення активів не достатньо аби відповісти за поточними зобов'язаннями та стан платоспроможності компанії є проблемним. Чим вищий показник, тим краще це для кредиторів, але для підприємства це може означати, що залучено надлишкову кількість оборотних активів, а це у свою чергу призводить до зниження показників ефективності використання активів [22;23].

Наступним кроком аналізу фінансового стану було визначення типу фінансової стійкості завдяки розрахунку даних та формуванню таблиці №7.

Таблиця 2.7 Модель фінансової стійкості ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» у 2019 – 2023 рр.

Показники	Роки				
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
1. Власні оборотні кошти (ВОК), тис.грн.	16748	22045	30641	33512,7	42121
2. Власні оборотні та довгострокові позикові кошти (ВДК), тис.грн.	16748	22045	30641	33513	42121
3. Загальна сума коштів для формування запасів (ЗК), тис.грн.	88168	89257	109651	102034	106137
4. Запаси (З), тис.грн.	37017	35508	37472	51545,5	58515

Продовження таблиці 2.7

5. Дефіцит/надлишок власних оборотних коштів для формування запасів (ΔВОК), тис.грн.	-20269	-13463	-6831	-18032,8	-16394
6. Дефіцит/надлишок власних оборотних та довгострокових позикових коштів для формування запасів (ΔВДК), тис.грн.	-20269	-13463	-6831	-18032,8	-16394
7. Дефіцит/надлишок загальної суми коштів для формування запасів (ΔЗК), тис.грн.	51151	53749	72179	50488	47622
8. Тип фінансової стійкості	Нестійкий	Нестійкий	Нестійкий	Нестійкий	Нестійкий

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Провівши додатковий аналіз та сформувавши таблицю 2.6, стало зрозуміло наступне: попри те, що загальний фінансовий стан підприємства значно покращився, не зважаючи навіть на події 2022 року, підприємство за останніми показниками має нестійкий тип фінансової стійкості для усього звітного періоду. Основних дві величини, котрі впливають на такий результат є - недостатня кількість власних оборотних коштів та занадто великі перехідні запаси на підприємстві. Я вважаю, що після проведення перерозподілу цих ресурсів та вирішення проблеми з оборотними коштами фінансовий тип стійкості зміниться у кращу сторону, так саме як і загальний фінансовий стан.

2.2 Шляхи підвищення ефективності підприємства ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА»

Чому ефективність бізнесу важлива? Якщо компанія неефективна, вона продовжуватиме витрачати ресурси, що може призвести до зниження прибутковості. У міру зростання компанії неефективність може посилюватися, що може відштовхнути як співробітників, так і клієнтів, що призведе до фінансових втрат. Виправлення неефективності може допомогти компанії процвітати. Підприємства, природно, завжди шукають способи витрачати менше грошей, заробляючи більше. Прагнучи покращити свою діяльність, багато з них мають дві спільні цілі: виробляти більш якісні продукти та послуги без збільшення витрат і підвищити продуктивність працівників без потреби збільшувати персонал. Шлях до вдосконалення починається з глибокого аналізу поточної діяльності. Внутрішні заходи, як-от моніторинг прибутків від інвестицій або аналіз тенденцій маржі прибутку, можуть допомогти бізнесу визначити його сильні та слабкі сторони з точки зору максимально ефективної роботи. Легко зрозуміти, як бізнес-лідери та особи, які приймають рішення, можуть заплутатися в повсякденних потребах і втратити потребу налаштовувати та очищати більш широкі процеси на кожному рівні своїх компаній. Наприклад, одноденна затримка у виконанні замовлення клієнта через неефективну систему замовлень може не виглядати як серйозна проблема, але в міру того, як надходить більше замовлень, затримки можуть накопичуватися та спричиняти вузькі місця у виробництві. Навіть якщо продажі ще тривають і замовлення виконуються, якщо затримки збільшаться, задоволеність клієнтів може різко знизитися, що зрештою може змусити споживачів звернутися до конкурентів. Ефективність для кожного бізнесу виглядає по-різному. Зрозуміло, що не кожен бізнес потребуватиме однакового підвищення ефективності. Наприклад, два конкуруючі виробники можуть мати однакову норму прибутку, але дуже різні витрати. Виробник А може мати міцні стосунки з транспортною компанією та може транспортувати свої товари дешево та швидко, але його доходи можуть постраждати через ненадійний процес замовлення, через що він часто не має сировини та не може обробити замовлення. Тим часом виробник В, можливо, оптимізував свій процес замовлення, але якщо він покладається на одного постачальника сировини, у якого є власні проблеми, виробництво може повністю

зупинитися. Обом компаніям потрібно виправити різні проблеми, щоб створити більш ефективний бізнес. Проте ефективність не підвищується у вакуумі. Прагнучи підвищити ефективність, деякі підприємства потрапляють у звичайну пастку: вони не враховують потенційні хвильові наслідки зміни процесів у всій компанії. Наприклад, більш ефективний процес доставки товарів клієнтам – це добре, але чи готова команда відділу дебіторської заборгованості надсилати рахунки-фактури та збирати платежі швидше? Чи готова фабрика збільшити відвантаження сировини, щоб швидше замінити товари, що відвантажуються? І чи пришвидшення часу доставки збільшить продажі, чи це може призвести до збільшення часу простою для вашого персоналу [24]?

Навіть прибутковий бізнес може працювати неефективно та витратити гроші, не усвідомлюючи цього. Щоб підвищити ефективність бізнесу, підприємства можуть отримати інформацію від своїх співробітників або аналітиків — внутрішніх чи зовнішніх — щодо того, як оптимізувати роботу. Автоматизація може допомогти багатьом компаніям досягти кінцевої мети ефективності бізнесу: збільшення доходів і менше відходів. Навіть якщо організація працює безперебійно, її часто можна покращити. Оскільки технології стають складнішими, з'являються нові працівники або з часом змінюються умови постачальників, компанія зазвичай може знайти місця для налаштування операцій для підвищення ефективності. Необхідність змін також може впливати із зовнішніх факторів, як-от вплив на навколишнє середовище через неефективне поводження з відходами або нездатність залучити працівників на конкурентному ринку праці.

Деякі бізнес-процеси вже можуть бути оптимізовані для досягнення максимальної ефективності, тоді як інші потребують додаткового посилення. Ось огляд семи ключових бізнес-функцій, які компанії можуть проаналізувати, щоб визначити, наскільки ефективними є їхні процеси на даний момент і де вони можуть покращити їх [25].

1. Ефективність процесу

Ефективність процесу означає силу внутрішніх процесів. Наприклад, ефективний процес управління запасами дозволить компанії швидко

розпаковувати, розподіляти та використовувати сировину для виробництва продуктів, які відповідають замовленням, тоді як неефективність створює вузькі місця та сповільнює роботу. Наприклад, якщо розподіл неефективно управляється, сировина може накопичуватися на складі, займаючи дорогоцінний простір і збільшуючи транспортні витрати, поки вони чекають, щоб їх використали для замовлень. Їх також буде важко знайти, коли вони знадобляться, ще один марнотратник часу. Неефективність на будь-якому етапі процесу часто призводить до однакових результатів: вищі витрати для компанії та довший час очікування для клієнтів.

2. Оперативна ефективність

Операційна ефективність зосереджується на основних операціях компанії — як на конкретних відділах, так і на міжвідомчій інтеграції та комунікації. Наприклад, дані компанії, які не є централізованими або постійно оновлюваними, можуть призвести до непослідовних або хибних рішень і стратегій у різних сферах бізнесу. Подібним чином, чим довше потрібно, щоб кваліфіковані потенційні клієнти були передані відділам продажів, тим більша ймовірність, що потенційні клієнти підуть в інше місце. Операційна ефективність розглядає як внутрішні, так і зовнішні фактори для того, що може вплинути на результати бізнесу.

3. Екологічність

Щоб проаналізувати екологічну ефективність компанії, представники бізнесу можуть виміряти її вуглецевий слід і порівняти її рівень забруднення, споживання енергії та відходи з конкурентами та екологічно свідомими контрольними показниками. Деякі компанії проводять внутрішній аналіз, тоді як інші наймають зовнішніх аналітиків для оцінки своєї організації. Сталі методи ведення бізнесу, як-от використання перероблених і відновлюваних матеріалів, не тільки допомагають захистити навколишнє середовище, але й можуть зменшити витрати. Навіть якщо екологічні ініціативи коштують дорожче в короткостроковій перспективі, вони можуть позитивно вплинути на сприйняття компанії громадськістю та призвести до збільшення обсягів продажів, що приносить вищу віддачу.

4. Енергоефективність

Компанії, які використовують енергоефективне обладнання та відновлювані джерела, такі як сонячна енергія, можуть зменшити свої витрати на електроенергію. Підприємства також можуть захотіти оцінити кількість енергії, яка використовується на кожному етапі життєвого циклу продукту, і знайти способи оптимізації виробничих процесів, щоб зменшити споживання енергії. Відносно невеликі інвестиції, як-от встановлення освітлення, яке автоматично вимикається, коли корпоративні офіси порожні, можуть зменшити споживання енергії та знизити витрати.

5. Ефективність праці та продуктивності

Підприємства часто шукають шляхи максимізації продуктивності. Автоматизація певних процесів, таких як нарахування заробітної плати та виставлення рахунків, за допомогою програмного забезпечення звільняє працівників від виснажливих завдань, щоб вони могли зосередити свої навички та увагу на більш стратегічній роботі з вищою вартістю. Автоматизація також покращує точність багатьох повторюваних завдань, наприклад введення даних вручну, скорочуючи час, витрачений на перевірку та виправлення помилок. Встановлення контрольних показників, використання найновіших технологій і належне управління командою можуть гарантувати, що співробітники працюють ефективно — і що вони залучені до роботи, яка їм подобається.

6. Фінансова ефективність

Фінансова ефективність компанії вимірюється шляхом визначення того, який відсоток її доходу йде на витрати. Якщо витрати компанії перевищують її дохід, вона може страждати від фінансової неефективності, яку необхідно вирішити. Чим більша фінансова ефективність, тим більше компанія може інвестувати в розширення та інші вдосконалення.

7. Рентабельність інвестицій (ROI)

Одне з місць, з яких компанія може почати оцінювати ефективність, — це вимірювання рентабельності інвестицій (ROI), тобто скільки прибутку було отримано порівняно з тим, скільки коштувало отримати цей дохід. Крім аналізу рентабельності інвестицій попередніх ініціатив, компанія повинна оцінити

потенційну рентабельність інвестицій майбутніх інвестицій. Наприклад, інвестування в нове фабричне обладнання, яке прискорює процес виробництва, може збільшити прибуток для бізнесу в майбутньому, якщо це означає, що продукти потраплять до споживачів швидше [26].

Хоч і усі вище вказані сфери підвищення ефективності підходять під аналізоване мною підприємство, звернути увагу хочу саме на інвестиції. Звісно найкращими інвестиціями для підприємства будуть інвестиції у його масштабування, розширення, підвищення кваліфікації працівників та автоматизацію, але ще одним варіантом для інвестиції також може виступати проєкт, котрий не пов'язаний з діяльністю компанії або є дотичним до неї. Саме тому висувається пропозиція проєкту по висадці малинового ягідника. Подібний проєкт не матиме нічого спільного з попередньою діяльністю компанії та буде абсолютно новою сферою для підприємства. Не зважаючи на це, окрім очікуваного прибутку від реалізації такого проєкту, можна буде отримати вигоду не тільки у фінансовому виразі. Підприємство зможе отримати досвід та краще зрозуміти потребу виробника у добривах, а також зможе на окремих ділянках провести власні експерименти зі схемами живлення та визначити оптимальні та найкращі варіанти. Від цього відповідно краще зрозуміти дію тих чи інших добрив, для подальшого, більш глибокого розуміння продукту.

2.3 Маркетинговий аналіз ринку малини

Споживання продукції ягідного сектору зростає з кожним роком, що пов'язано з сучасними тенденціями до здорового харчування, зменшення вживання цукру та зручністю вживання ягід. Більшу частину ягід вживають свіжою, а значна частина заморожується для подальшої переробки чи перепродажу. Звісно це не єдині галузі, у котрі надходить свіжа ягода, також ягоди використовуються у кондитерській галузі, у харчовій, а що стосовно саме малини, то ця ягода приймає участь і у лікарській промисловості. Ще 10 років тому Україна не здійснювала майже ніякого експорту замороженої ягоди, а її сукупна частка на цьому ринку була занадто мізерною (менше 1%), особливо поміж таких конкурентів як – Польща та Сербія, котрі довгий час домінували. Ринок малини в Україні окрім сезонності та сильного впливу, як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, характеризується становлення цінного циклу протягом чотирьох – п'яти років, що в цілому є особливістю всього ягідного сектору. Саме це чітко проглядалося на ринку малини в Україні протягом 2016-2022 років.

Станом на 2016 рік ціни на малину формувалися на рівні 40-45 грн. за кілограм продукції від виробника, а ціна на малину після заморозки для експорту та перепродажу сягала 3,5 доларів за кілограм. Така висока ціна, за також високого попиту, спричинила високий притік уваги до цього сегменту ягідного ринку, що призвело до значного збільшення обсягів інвестицій у закладки малинових ягідників адже при такій ціні окупність інвестицій, вкладених у високоякісні плантації, наставала вже після першого року збору врожаю. Очевидно, що після привернення такої кількості уваги та грошових потоків у цей ринок – це призвело до значного збільшення пропозиції ягід та значного зменшення ціни у продовж наступного року. Через це 2018 рік стартував зі значних перехідних запасів малини та ціни на заморожену і вже готову до експорту продукцію на рівні одного євро за кілограм. Це не могло не відобразитись на ціні сировини – тобто свіжої ягоди, яку тоді почали приймати по ціні від восьми до 15 гривень за кілограм, залежно від

якості ягоди. За такої ціни вже не йшла мова про окупність вкладених інвестиції та це спричинило припинення діяльності багатьох малинників, не тільки зі сторони українського виробника, а й зі сторони європейського. На противагу пригніченим виробникам світовий попит на ягоду почав стрімко зростати. Це було пов'язано з низькою ціною упродовж довгого періоду, що зробило малину однією з найбільш доступних ягід на ринку. Наприкінці 2018 року ціна почала відновлюватись як на заморожену, так і на свіжу малину, але поступовому та високому зростанню ціни все ще заважала значна світова пропозиція. Хоча світовий попит продовжував залишатись високим, він почав різко падати у 2019 році через перенасиченість ягоди на ринку за весь цей період.

Проте цей різкий спад попиту знаменував початок заключного циклу формування ціни на малину. Саме у цей період почався етап формування прибутку у цій сфері сільського господарства. Протягом сезону 2020-2021 року відбувся значний ріст ціни на ягоду пов'язаний із сильним падінням врожаю через погодні умови у, на той момент, найбільшої країни експортера – Сербії. Ціна перевищила усі очікування та показники навіть 2016 року, досягнувши чотирьох доларів за кілограм замороженої та приблизно трьох доларів за кілограм свіжої малини, що була майже у 10 разів більше, ніж декілька років тому. Довгий період високої доступності та низької ціни на малину спонукав багатьох виробників ввести ягоду до своїх технологічних карт та рецептів, через що страх дефіциту ягоди на ринку вплинув на імпортерів, примусивши їх значною мірою збільшити обсяги закупівлі. Важливим моментом для України під час цієї лихорадки стало відкриття нового ринку для експорту – Канада та США. Адже до цього експорту у ці країни не відбувалось ніколи. Таким чином, саме у цей момент закінчився цикл формування ціни та прибутку на малину за п'ять років, сягнувши свої максимальних значень, та почався новий цикл.

Сезон 2022-2023 років стартував з доволі високих цін на саме заморожену ягоду – близько п'яти євро за кілограм. Проте після повномасштабного вторгнення ситуація як на ринку України, так і на світовому, зазнала змін. Через постійний ризик обстрілів українські виробники не були впевнені, що продукція зможе

зберігатись достатній час. Проте головним фактором, котрий позитивно вплинув у цій ситуації для виробників, була девальвація гривні, що дозволило сильно зменшити загальновиробничі витрати у валюті, через що була можливість знизити ціну продажу, зберігши при цьому маржу продукту. Тож ціна, котру влітку 2022 року виставив український виробник на малину, шокувала ринок, адже становила близько 3,7 євро за кілограм, що у середньому було майже на 20% менше за попередньо очікувану ціну європейськими покупцями. Це призвело до того, що конкуруючі виробники прийняли рішення продовжити зберігати малину до моменту настання підвищення ціни. Завдяки цьому лише Україна змогла значно збільшити свою частку на ринку серед експортерів та могла активно експортувала ягоду на європейський ринок літом 2022 року, у той час як польські та сербські виробники не наважувались та лишу виконували вже наявні контакти.

Загальне коливання цін за 2016-2023 роки наведено у графіку на рисунку 2.4

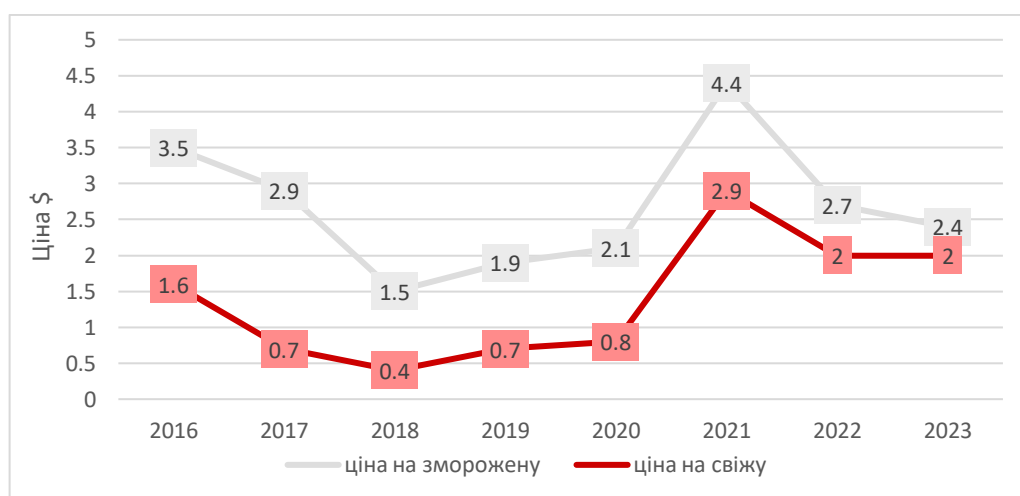


Рисунок 2.4 - Графік коливання цін на малину у доларах за 2016-2023 роки

Джерело: побудовано автором на основі [27;28;29].

У цілому за останній п'ятирічний цикл формування ціни на малину та якщо брати до уваги сезон 2022-2023 років, загальний експорт замороженої ягоди зріс приблизно у тричі. За цей довгий період Україна змогла збільшити свою частку на ринку з приблизно 1% до 6%, що є вражаючим показником. Навіть попри нестабільну ситуацію у країні та проблеми з зберіганням та перевезенням ягоди – Україна змогла продовжувати нарощувати об'єми поставок ягоди за кордон. Зробити це вдалося в основному завдяки тому, що основні виробники знаходяться

у західних та центральних областях України, а також завдяки ціні, адже українська ягода є відносно дешевою у порівнянні з конкурентами та займає приблизно 4 місце після таких країн як – Польща, Сербія та Чилі [27;29]

Загальну зміну об'єму експорту з України замороженої малини можна побачити на графіку у рисунку 2.5:



Рисунок 2.5 – Експорт замороженої малини тис. тон за період з 2014 по 2023 роки

Джерело: побудовано автором на основі [27;28;29].

Найбільшим та основним ринком збуту для України вже довгий час є Польща. Вона є основним імпортером та її частка складає близько 60% у загальному експорті нашої ягоди. За останні роки Німеччина вирвалась у лідери серед бажаючих української малини, обігнавши Сербію. Інтерес до нашого виробника у цілому проявляють багато країн Європейського Союзу таких як - Нідерланди, Чехія, Австрія, Італія, Бельгія, Франція та ін. [28].

Графік частки найбільших країн імпортерів нашої ягоди можна побачити нижче на рисунку 2.6:



Рисунок 2.6 – Частка країн у загальному імпорті ягоди на 2022 рік

Джерело: побудовано автором на основі [27;28;29].

Завдяки проведеному аналізу та спостереженням за рівнем коливання цін, кількість виробництва та експорту за останніх десяти років, можна зробити висновок, що загальна виробнича потужність та ємність світового ринку замороженої малини продовжує зростати, а разом і з нею конкурентоспроможність. Постійне збільшення експорту української ягоди завдяки інтеграції вітчизняних виробників у глобальні ланцюги поставок є необхідними діями для подальшого розвитку цієї галузі сільського господарства в Україні та зміцнення позицій на світовому ринку.

РОЗДІЛ 3

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» ЗА ІНВЕСТИЦІЙНИМ ПРОЄКТОМ СТВОРЕННЯ МАЛИНОВОГО ЯГІДНИКА

3.1 Обґрунтування пропозиції створення малинового ягідника

Суть проєкту полягає у спробі реалізації потенціалу компанії у іншій галузі сільського господарства та подальшій обробці якісних та кількісних показників реалізації проєкту для покращення своєї подальшої роботи, як у вже існуючих напрямках, так і нових. Звісно такий вид проєкту не є на пряму пов'язаним з основним видом діяльності компанії, проте він має нести користь як у фінансовому виразі так і з точки зору експерименту для компанії, у якому вона зможе випробувати та показати приклад ефективності власних добрив.

Розглянемо детальніше усі можливі вигоди проєкту. У першу чергу це звісно, як і мета будь-якого іншого проєкту – це отримання прибутку. Подібний проєкт, котрий буде більш детально буде описаний нижче, цілком на це здатний, але успіх подібного проєкту залежить від великої кількості чинників, адже вирощування сільськогосподарської продукції, а особливо екологічної, яка пропонується у проєкті, має багато ризиків та особливостей, що можуть перетворити проєкт не тільки у неприбутковий, а й збитковий. До таких чинників можна віднести – сезонність продукції, погодні умови, особливість формування ціни у ягідному секторі, технологію вирощування, якість та кількість внесених добрив. Очевидно, що яким би не був проєкт, він нестиме за собою ризик невдачі, але підприємство здатне мінімізувати можливість настання більшості негативних чинників, котрі можуть вплинути на цей проєкт. Завдяки об'ємній базі інформації набутій на практиці, гарним відносинам із банками, котрі зможуть допомогти у фінансуванні за потреби та висококваліфікованим працівникам, компанії буде здатна забезпечити

себе як можна більшої підтримкою та відсторонити від більшості негативних факторів, передбачити та мінімізувати можливі ризики, що призведе до максимізації майбутнього прибутку. Цей прибуток у свою чергу зможе допомогти підприємству масштабуватись, перерозподілити структуру власного та залученого капіталу, що на мою думку, є давньою проблемою підприємства, або залучити ці ж кошти у подальший розвиток малинника чи створення іншого подібного проєкту.

Наступною вигодою стане супутня, котра виникне під час та завдяки реалізації проєкту. Відомо, що підприємство займається реалізацією мінеральних та наданням послуг з агрохімічного сервісу. Тож для нього не буде проблемою розробити нові, експериментальні схеми живлення для проведення дослідження, по визначенню найкращої зі схем, або використати вже наявні, котрі були сформовані за довгі роки практичного досвіду та ще раз закріпити їхню ефективність. Іншими словами з'явиться змога отримати досвід на власному прикладі, не переймаючись за можливу якість тих чи інших внесених добрив чи недотримання технологій внесення або вирощування. З точки зору продавця добрив такий проєкт дасть змогу зрозуміти краще свої продукти на практиці, адже часто доволі тяжко зібрати нормальні дані з полів, де проводились дослідження, а також у підсумку зрозуміти те, чого виробникам може не вистачати на ринку мінеральних добрив саме ягідного сектору і відповідно внести корективи у план збуту продукції до підприємств, що займаються вирощуванням малини, та зробити акцент на отриманих результатах, щоб сформувані нові схеми живлення та підходи для співпраці з такими підприємствами.

Підсумовуючи усе вище вказане, створення малинового ягідника як інвестиційного проєкту може бути доцільним для підприємства, навіть якщо воно раніше не займалося подібним видом діяльності. Попит на малину продовжує зростати, попри коливання під час так званого п'ятирічного циклу. Малина є популярною ягодою, яка користується попитом як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Її використовують для свіжого споживання, консервації, виготовлення соків, десертів та інших продуктів. Та як вже було сказано у попередньому розділі про ринок малини – світова тенденція до споживання ягід,

малини зокрема, невпинно зростає, що відображається на постійному збільшенні виробничих потужностей. Також великим плюсом створення малинового ягідника та в цілому інвестування у подібну сферу є те, що Україна субсидує та підтримує виробників сільськогосподарської продукції.

Тим паче що попередній вплив на навколишнє середовище передбачається мінімальний, адже проєкт має на меті вирощування органічної продукції, без використання хімікатів, пестицидів, гербіцидів та інсектицидів, завдяки певній технології висадки та з точки зору виносу поживних речовин, планується проводити контроль за внесеними добривами аби забезпечити максимальну врожайність та після закінчення життєдіяльності проєкту залишити площу з нормальними показниками вмісту мікро- та макролементів . Для соціального середовища це матиме позитивний вплив, що потенційно може вплинути на імідж компанії, оскільки протягом семи років розрахованої життєдіяльності проєкту вирощування буде залучено багато людей для обробітку, збору та фасування врожаю, з нормальними умовами праці, що дозволить у сезон врожайності отримувати нормальну заробітну плату.

Отже, за умови врахування усіх ризиків, чіткого планування та аналізу усіх аспектів виробництва такого виду сільськогосподарської продукції як малина, подібний проєкт може принести користь для підприємства, як у якості додаткового прибутку, так і у якості підвищення розуміння цієї частини ринку та потреби конкретної продукції у ній, а також підвищення репутації серед покупців та конкурентів.

3.2 Оцінка економічної ефективності проєкту створення ягідника на підприємстві ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА»

Для оцінки економічної ефективності було проведено аналіз ринку та цін для формування прогнозних грошових доходів та витрат. Умови продажу малини підприємство визначило як EXW(Ex Works). Тобто покупець самостійно забирає товар своїм транспортом. У цьому випадку господарство має обов'язок представити певний об'єм продукції і покупець бере на себе всі витрати з доставки та ризику.

Маркетингові заходи, котрі підприємство вважає необхідним проводити кожного року це – звернення до рекламної агенції завчасно, тобто ще перед початком основного збору врожаю, аби вже на момент накопичення продукції мати змогу відвантажувати її. Рекламна агенція займатиметься просуванням нашої пропозиції у соціальних мережах, сайтах, пов'язаних з подібними товарами та вивісками на автомобілях та біл-бордами протягом сезону збирання врожаю. Дохід проєкту формуватиметься за рахунок продажу малини у два основні напрями – це продаж органічної малини кращої якості оптом та продаж ягоди нижчого класу на переробку чи заморозку, що наведено у таблиці 3.1:

Таблиця 3.1 - Формування доходів

Показник	Роки	0	1	2	3	4	5	6	7
Врожайність кг з 10га		0	33333,3	100000	100000	100000	100000	100000	100000
ціна опт орг.мал. грн/кг		80	80	80	80	80	80	80	80
ціна на заморожену грн/кг		35	35	35	35	35	35	35	35
дохід від опт 1 класу, грн	0,7	0	1866667	5600000	5600000	5600000	5600000	5600000	5600000
дохід від опт 2 класу, грн	0,3	0	350000	1050000	1050000	1050000	1050000	1050000	1050000
загальний дохід від продажу, грн		0	2216667	6650000	6650000	6650000	6650000	6650000	6650000
без пдв, грн		0	1847222	5541667	5541667	5541667	5541667	5541667	5541666

Джерело: побудовано автором на основі аналізу цін за допомогою [30]

Маркетинг	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000
сертифікація	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
Сума, без зп	928333	1636667	429166	326250	326250	429166	326250
сума без пдв	773611	1363889	357638,9	271875	271875	357638	271875

Джерело: побудовано автором на основі аналізу цін за допомогою [30]

На основі зібраних даних та створених таблиць було складено прогностичний звіт про рух грошових коштів у динаміці за сім років у таблиці 3.4, який дає змогу підрахувати основні показники ефективності проєкту, визначити потреби у фінансуванні та обрати ставку дисконтування:

Таблиця 3.4 – Звіт про рух грошових коштів

Стаття, грн.	Роки реалізації проєкту							
	0	1	2	3	4	5	6	7
Операційна діяльність: надходження								
Продаж продукції	0	2216667	6650000	6650000	6650000	6650000	6650000	6650000
Операційна діяльність: виплати								
Виплати разом в тому числі:		1670454	3932849	2902064	2824902	2836592	2925444	2836592
операційні витрати		928333	1636667	429167	326250	326250	429167	326250
Податки(ПДВ)		146690	703369	880084	905839	917529	903463	917529
ЗП з нарах		545431	1542814	1542814	1542814	1542814	1542814	1542814
збутові витрати(маркетингові)		50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000
Інші								
Чистий грошовий потік від операційної діяльності		546212	2717151	3747936	3825098	3813408	3724556	3813408
Інвестиційна діяльність: надходження								
Продаж активів								1312825
Інвестиційна діяльність: виплати								
необоротні	2988000							
оборотні	180000							
Чистий грошовий потік від інвест. діяльності	- 3168000	-	-	-	-	-	-	1312825
Фінансова діяльність: надходження								
внесок власних коштів	1584000							
Кредит	1584000							
Фінансова діяльність: виплати								
Погашення кредиту		396000	396000	396000	396000			
Сплата відстоків		285120	213840	142560	71280			
Чистий грошовий потік від фінансової діяльності	3168000	-681120	-609840	-538560	-467280			
Чистий грошовий потік проєкту	0	-134908	2107311	3209376	3357818	3813408	3724556	5126233
Продовження таблиці 3.4								
Кошти на початок	0	0	-134908	1972404	5181780	8539597	12353005	16077561
Кошти на кінець	0	-134908	1972404	5181780	8539597	12353005	16077561	19890969
ЧГП від операційної діяльності	0	546212	2717151	3747936	3825098	3813408	3724556	3813408

ЧГП від інвестиційної діяльності	-	-	-	-	-	-	-	1312825
Вільний грошовий потік (FCF)	3168000	546212	2717151	3747936	3825098	3813408	3724556	5126233
Накопичений грошовий потік	3168000	2621788	95364	3843300	7668397	11481805	15206361	20332594
Ставка дисконтування (WACC), %р.	0							
Коефіцієнт дисконтування	1	1	1	1	1	1	1	0
ДВГП	3168000	487690	2166096	2667707	2430919	2163830	1886976	2318847
НДВГП	3168000	2680310	-514214	2153493	4584412	6748241	8635218	10954065

Джерело: побудовано автором з використанням даних з таблиць 3.1, 3.2, 3.3

Фінансування проєкту передбачає залучення власних та позикових коштів у співвідношенні 1:1. Хоча прибуток підприємства за 2023 рік дозволяє провести повне фінансування проєкту за власні кошти, але для нормального функціонування компанії в основному виді діяльності у подальшому та закупівлі продукції для подальшої реалізації у 2024 році прийнято рішення про залучення кредитних коштів.

Для визначення ставки дисконтування слід прийнято до уваги, що ціни використовуються постійні, тобто ставка не номінальна, а реальна. Для знаходження її значення було розраховано середню зважену капіталу та віднято від неї прогнозований коефіцієнт інфляції. Таким чином ставка дисконтування становить 12%. Після цього за допомогою вже визначеного коефіцієнту дисконтування було розраховано вільний, накопичений, дисконтований вільний та накопичений вільний грошові потоки, які дають змогу визначити показники ефективності проєкту.

Основними показниками для оцінки ефективності проєкту було визначено та розраховано такі: строк окупності, дисконтований строк окупності, чиста поточна вартість (NPV), внутрішня норма дохідності (IRR) та ефективності інвестицій (PI), які наведені у таблиці 3.5:

Таблиця 3.5 - Показники ефективності проєкту

Показник	Значення
NPV, тис. грн.	12 842 563
IRR, %	68
PI	4,5

Строк окупності, років	1,96
Диск. строк окупності, років	2,2
Проект фінансово стійкий	ні

Джерело: розраховано автором з використанням даних з таблиці 3.4

Уже за комплексом значень перших трьох показників з таблиці 3.5 можна зробити загальний висновок по проекту, за умови виконання таких завдань: $NPV > 0$, $IRR >$ (у нашому випадку середньозваженої вартості капіталу – 19%) та $PI > 1$, що проект є економічно вигідним та ефективним для реалізації [31]. Строк окупності такого інвестиційного проекту сягає майже двох років, але за даних умов фінансування проект не буде фінансово стійким через від’ємне значення у першому році коштів на кінець, а саме – 134908 грн. Це означає, що після першого року збору врожаю, коштів від реалізації не вистачить для оплати всіх операційних витрат або погашення відсотків за кредит. Вирішення цієї проблеми може полягати у перерозподілі операційних витрат для першого року функціонування проекту або зміні умов фінансування, наприклад – перегляд співвідношення власного та позикового капіталу або відстрочка по платежу відсотків за кредит для першого року.

3.3 Результати здійснення проєкту та його місце у діяльності підприємства ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА»

Для оцінки кінцевого здійснення проєкту, було прийнято рішення провести аналіз ризиків та сценаріїв аби визначити усі можливі варіанти розвитку подій та відповідно них вже формувати кінцевий висновок.

Для розрахунку чутливості проєкту до різних факторів було вирішено обрати чотири фактори такі як – врожайність, ціна реалізації, інвестиційні та операційні витрати адже на мою думку ці фактори можуть мати найвагоміший вплив на проєкт та його ефективність.

Початковим етапом був розрахунок змін показника NPV за рахунок зменшення та збільшення на 15% значень кожного з показників. У результаті вдалось отримати такі результати:

Таблиця 3.6 - Аналіз чутливості проєкту

Чинник, що може змінюватися	Базове значення		Умова зменшення чинника на 15%		Умова зростання чинника на 15%	
	Чинник	NPV, тис.грн	Чинник	NPV, тис.грн	Чинник	NPV, тис.грн
Врожайність, кг	100000	12829276	85000	9679380	115000	15979171
Ціна, грн	80		68	9951306	92	15707245
Інвестиційні витрати,грн	1668000		1918200	12728224	1417800	12930327
Операційні витрати, грн.	1692594		1946483	10893250	1438705	14765302

Джерело: побудовано автором з використанням даних з рисунку 3.1

Для побудови графіку чутливості до зміни факторів дані з таблиці 3.6 було зведено у таблицю 3.7:

Таблиця 3.7 - формування даних для побудови графіку чутливості

Можливі відхилення	Врожайність, кг	Ціна, грн	Інвестиційні витрати, грн.	Операційні витрати, грн.
-15%	9679	9951	12930	14765
Продовження таблиці 3.6				
0%	12829	12829	12829	12829
15%	15979	15707	12728	10893

Джерело: побудовано автором з використанням даних таблиці 3.1, 3.2, 3.3

Після чого був побудований графік чутливості, який зображено на рисунку 3.2:

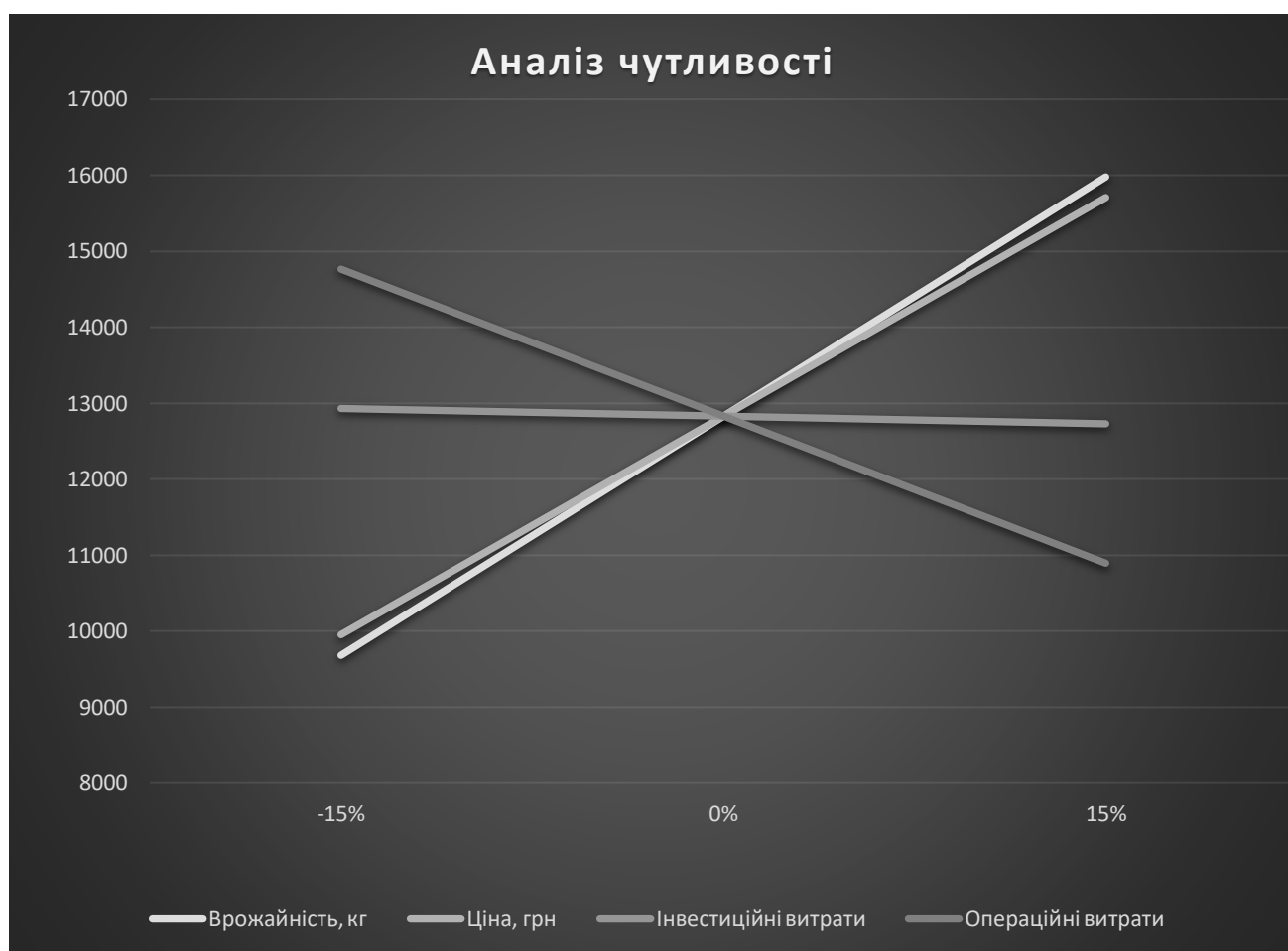


Рисунок 3.2 – Графік чутливості проєкту до зміни факторів

Джерело: побудовано автором з використанням даних з таблиці 3.6

Завдяки графіку можна зробити висновки стосовного окремого фактору та його впливу на економічну ефективність проєкт – іншими словами, залежність від зміни фактору на показник NPV. З графіку видно, що зміна операційних та

інвестиційних витрат має найменший вплив на проєкт, тож саме до цих факторів проєкт є менш чутливим. Проте ціна на продукцію та врожайність мають значно більший вплив на економічну ефективність, відповідно проєкт є дуже чутливим до зміни цих факторів, що означає появу необхідності до збільшення контролю до цих чинників. Саме фактор ціни реалізації продукції майже найсуттєвіший вплив на проєкт та може завдати значних втрат прибутку за рахунок зменшення як внутрішньої ціни на малину, так і зовнішньої.

Аналіз сценаріїв має на увазі перерахунок показників економічної ефективності за умов змін одразу чотирьох факторів. Залежно від того чи відбувається зменшення, чи збільшення значень сценарії будуть відповідно песимістичним чи оптимістичним [32].

Для отримання показників ефективності в аналізі сценаріїв використовувались такі вихідні дані:

Таблиця 3.8 Дані для визначення впливу сценаріїв

Сценарії	Імовірність одержання результату	Врожайність, кг	Ціна, грн	Інвестиційні витрати, грн.	Операційні витрати, грн.
Песимістичний	0,3	85000	68	1918200	1946483
Базовий	0,5	100000	80	1668000	1692594
Оптимістичний	0,2	115000	92	1417800	1438705

Джерело: побудовано автором з використанням даних з таблиць 3.1, 3.2, 3.3

Значення з таблиці 3.8 дали змогу визначити зміну значень кожного з показників відповідно до песимістичного чи оптимістичного сценаріїв та розрахувати нові показники ефективності:

Таблиця 3.8 Зміна показників ефективності проєкту залежно від сценарію

Показник	Сценарії			Одиниці вимірювання
	Песимістичний	Базовий	Оптимістичний	
ЧПВ (NPV)	5375421	12829276	21525808	тис. грн
ВНО (IRR)	48%	108%	187%	% річн.
PI	3,2	8,1	15,6	коеф

Період окупності	2,6	1,4	1,03	року
Дисконтований ПО	2,98	1,6	1,07	роки
Фін.стійкість	ні	так	так	

Джерело: побудовано автором з використанням даних з таблиці 3.7

Отже, за оптимістичного сценарію усі показники значно покращуються відносно базового варіанту, що є гарним результатом, проте настання такого сценарію є мало ймовірним.

Песимістичний сценарій хоч і має сильне зниження показників у собі відносно базового варіанту, але все ще залишається економічно ефективним та вигідним. Слід додати, що у такому разі виникають декілька критичних проблем для проєкту зв такого розвитку подій – значно збільшується як період окупності, так і дисконтований період окупності, що може стати на шляху прийняття рішення щодо запуску проєкту; проєкт стає фінансово нестійким – тобто на кінець першого року залишок коштів має від’ємне значення, але ця проблема підлягає вирішенню шляхом збільшення власного внеску у проєкт на суму недостачі або зміна умов кредитування, за яких можна відстрочити платіж по відсотках або погашення тіла кредиту на декілька років.

У підсумку завдяки реалізації інвестиційного проєкту по висадці малинового ягідника, підприємство матиме змогу отримати загальний прибуток за 7 років у розмірі 21204 тис. грн (сума за сім років), це за винятком усіх організаційних, інвестиційних витрат та фінансових пов’язаних з виплатою кредиту та відсотків за нього. Звісно за умови, що підприємство реалізує увесь обсяг вирощеної продукції, а саме 33 тони у перший рік та по 100 тон протягом наступних шести років. За таких результатів дохідність проєкту складе 68%, а окупність інвестицій на одну вкладену гривню складе 4,5 гривні, що у підсумку дає строк окупності 1,96 років.

Такі додаткові грошові потоки зможуть допомогти підприємству у подальшому зменшити часту позикових коштів у загальному балансі, що зможе

виправити ситуацію з нерівномірністю розподілу власного та позикового капіталів та змінити тип фінансової стійкості на стійкий.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного комплексного дослідження теоретичних та практичних основ проєктування, фінансового стану підприємства та способів оцінки запропонованого інвестиційного проєкту можна зробити висновки:

1. Отже, успіх проєкту залежить від своєчасного завершення проєкту, в межах рамки виділеного бюджету, і він повинен досягати бажаного задоволення. Ідеальний проєкт – це той, який ретельно відібрано та підготовлено, ретельно оцінено/проаналізовано, ретельно контролюється та послідовно оцінюється. Проєкт – це економічна діяльність із чітко визначеними цілями та конкретним початком і кінцем. Його можна визначити як науково розроблений план роботи, розроблений для досягнення конкретної мети протягом обумовленого часу. Професійна оцінка привабливості інвестиційного проєкту за передовими методами допомагає бізнесу відповісти на питання доцільності інвестицій та раціонально використовувати наявні кошти. У реальному секторі ця проблема заслуговує на високу пріоритетність, враховуючи масштаб потенційних втрат від неправильного прийняття рішень.

2. Звісно найкращими інвестиціями для підприємства будуть інвестиції у його масштабування, розширення, підвищення кваліфікації працівників та автоматизацію, але ще одним варіантом для інвестиції також може виступати проєкт, котрий не пов'язаний з діяльністю компанії або є дотичним до неї. Саме тому висувається пропозиція проєкту по висадці малинового ягідника. Подібний проєкт не матиме нічого спільного з попередньою діяльністю компанії та буде абсолютно новою сферою для підприємства. Не зважаючи на це, окрім очікуваного прибутку від реалізації такого проєкту, можна буде отримати вигоду не тільки у фінансовому виразі. Підприємство зможе отримати досвід та краще зрозуміти потребу виробника у добривах, а також зможе на окремих ділянках провести власні експерименти зі схемами живлення та визначити оптимальні та найкращі варіанти.

Від цього відповідно краще зрозуміти дію тих чи інших добрив, для подальшого, більш глибокого розуміння продукту.

3. Провівши глибокий аналіз фінансового стану підприємства стало зрозуміло наступне: попри те, що загальний фінансовий стан підприємства значно покращився, не зважаючи навіть на події 2022 року, підприємство за останніми показниками має нестійкий тип фінансової стійкості для усього звітного періоду. Основних дві величини, котрі впливають на такий результат є - недостатня кількість власних оборотних коштів та занадто великі перехідні запаси на підприємстві. Я вважаю, що після проведення перерозподілу цих ресурсів та вирішення проблеми з оборотними коштами фінансовий тип стійкості зміниться у кращу сторону, так саме як і загальний фінансовий стан.

4. Допомогти вирішити проблему саме кількості власних оборотних коштів може реалізація запропонованого інвестиційного проєкту. Отже, за умови врахування усіх ризиків, чіткого планування та аналізу усіх аспектів виробництва такого виду сільськогосподарської продукції як малина, подібний проєкт може принести користь для підприємства, як у якості додаткового прибутку, котрий дасть змогу перерозподілити структуру власних та запозичених коштів, так і у якості підвищення розуміння цієї частини ринку та потреби конкретної продукції у ній, а також підвищення репутації серед покупців та конкурентів.

5. Завдяки проведеному аналізу та спостереженням за рівнем коливання цін, кількість виробництва та експорту за останніх десть років, можна зробити висновок, що загальна виробнича потужність та ємність світового ринку замороженої малини продовжує зростати, а разом і з нею конкурентоспроможність. Постійне збільшення експорту української ягоди завдяки інтеграції вітчизняних виробників у глобальні ланцюги поставок є необхідними діями для подальшого розвитку цієї галузі сільського господарства в Україні та зміцнення позицій на світовому ринку.

6. Уже за комплексом значень таких показників оцінки економічної ефективності проєкту як – NPV, IRR та PI, можна зробити загальний висновок по проєкту, за умови виконання таких завдань: $NPV > 0$, $IRR >$ (у нашому випадку

середньозваженої вартості капіталу – 19%) та $PI > 1$, що проєкт є економічно вигідним та ефективним для реалізації. Строк окупності такого інвестиційного проєкту сягає майже двох років, але за даних умов фінансування проєкт не буде фінансово стійким через від’ємне значення у першому році коштів на кінець, а саме – 134908 грн. Це означає, що після першого року збору врожаю, коштів від реалізації не вистачить для оплати всіх операційних витрат або погашення відсотків за кредит. Вирішення цієї проблеми може полягати у перерозподілі операційних витрат для першого року функціонування проєкту або зміні умов фінансування, наприклад – перегляд співвідношення власного та позикового капіталу або відстрочка по платежу відсотків за кредит для першого року.

7. У підсумку завдяки реалізації інвестиційного проєкту по висадці малинового ягідника, підприємство ТОВ «ВІТЕРА УКРАЇНА» матиме змогу отримати загальний прибуток за 7 років у розмірі 21204 тис. грн (сума за сім років), це за винятком усіх організаційних, інвестиційних витрат та фінансових пов’язаних з виплатою кредиту та відсотків за нього. Звісно за умови, що підприємство реалізує увесь обсяг вирощеної продукції, а саме 33 тони у перший рік та по 100 тон протягом наступних шести років. За таких результатів дохідність проєкту складе 68%, а окупність інвестицій на одну вкладену гривню складе 4,5 гривні, що у підсумку дає строк окупності 1,96 років.

Такі додаткові грошові потоки зможуть допомогти підприємству у подальшому зменшити часту позикових коштів у загальному балансі, що зможе виправити ситуацію з нерівномірністю розподілу власного та позикового капіталів та змінити тип фінансової стійкості на стійкий.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Управління проєктами»: навчальний посібник до вивчення дисципліни для магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» спеціалізації: «Менеджмент і бізнес-адміністрування», «Менеджмент міжнародних проєктів», «Менеджмент інновацій», «Логістика»/ Уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А.Мохонько, І.П Малик. – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 420 с.
2. Азбука управління проєктами.Планування : навч. посіб. / О. В. Єгорченков, Н. Ю. Єгорченкова, Є. Ю. Катаєва. – Київ: КНУ ім.Т.Шевченка, 2017. – 117 с.
3. Організація проєктної діяльності: навчальний посібник / Л.В. Шинкарук, В.П. Биховченко, Т.О. Власенко, Ю.Г. Власенко/ – Київ: НУБіП України, 2021. – 341с.
4. Entrepreneurship development & project management, URL: <https://ebooks.inflibnet.ac.in/mgmt09/chapter/meaning-and-concept-of-a-project/> (дата звернення 10.04.2024).
5. Блага Н. В. Управління проєктами: навч. посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 152 с.
6. Ноздріна Л. В., Ящук В. І., Полотай О. І. Управління проєктами: Підручник / За заг. ред. Л. В. Ноздріної. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 432 с.
7. Жіночий портал України Cn-portal. URL: <https://cn-portal.org.ua/> (дата звернення 11.04.2024).
8. RHS Growing Guides URL: <https://www.rhs.org.uk/fruit/raspberries/grow-your-own> (дата звернення 20.04.2024).
9. Агробізнес сьогодні URL: <https://agro-business.com.ua/agro/ahronomiia-sohodni/item/11647-malynovi-pravylya.html> (дата звернення 22.04.2024).
10. Микитюк П. П. Аналіз впливу інвестицій та інновацій на ефективність господарської діяльності підприємства: Монографія. – Тернопіль: Економічна думка, Тернопільський національний економічний університет, 2007. – 296 с.

11. Гулик Т.В., Горб Є.Ю. Методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів з урахуванням ризиків в умовах невизначеності, 2020. – 8 с.
12. Балацький О.Ф. Управління інвестиціями / О.Ф. Балацький, О.М. Теліженко, М.О. Соколов. – Суми: Унів. кн., 2004. – 232 с.
13. Горбаченко С.А., Карпов В.А. Аналіз підприємницьких проєктів. – Одеса: ОНЕУ, 2013. – 241 с.
14. Тараруєв Ю. О. Конспект лекцій з дисципліни «Інвестиційний аналіз» (для студентів 3–4 курсів заочної форми навчання за напрямом підготовки 6.080101 – Геодезія, картографія та землеустрій) / Ю. О. Тараруєв; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 74 с.
15. Петрова В. Ф. Конспект лекцій з дисципліни «Фінансовий аналіз» (для студентів заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст та слухачів другої вищої освіти спеціальності 7.03050901 – Облік і аудит) / В. Ф. Петрова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 138 с.
16. Офіційний сайт компанії ICL Specialty Fertilizers **URL:** <https://icl-growingsolutions.com> (дата звернення 25.04.2024).
17. Офіційний сайт компанії Atlantica Agricola **URL:** <https://www.atlanticaagricola.com/> (дата звернення 25.04.2024).
18. Офіційний сайт компанії «BRANDT®» **URL:** <https://brandteurope.com/en/> (дата звернення 25.04.2024).
19. Офіційний сайт компанії ТОВ "ВІТЕРА Україна" **URL:** <https://viteraукраїна.com/> (дата звернення 25.04.2024).
20. Статистична звітність компанії ТОВ "ВІТЕРА Україна" за 2019, 2020, 2021, 2022 та 2023 роки.
21. Добріна А.Н., Запірченко Л.Д. Оцінка діяльності підприємства та його підрозділів. – Навчально-методичний посібник. – Кропивницький: ЦНТУ.– 2017. – 150 с.
22. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності: навчальний посібник/ О. Кононенко, О. Маханько Х.: Фактор, 2008. – 208 с.

23. Подольська В.О. Фінансовий аналіз: навчальний посібник. / В.О.Подольська, О.В.Яріш - К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с.
24. Прядко В. В. Економічна ефективність виробництва: проблеми теорії та методологія управління / В. В. Прядко. — К. : Наукова думка, 2003. — 282 с.
25. Кушваха Р.А. Ефективність – одна з найважливіших категорій в економіці та її значення в процесі господарювання / Р.А. Кушваха, О.І. Ященко / Науковий вісник – Львів: Український державний лісотехнічний університет, - 2005. – 158 с.
26. Сайт компанії NetSuite - What Is Business Efficiency & How Can You Improve It? URL: <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/financial-management/business-efficiency.shtml> (дата звернення 02.05.2024).
27. Державна служба статистики. Сільське господарство. Виробництво продукції галузі URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2023/zb/09/S_gos_22.pdf (дата звернення: 06.05.2024)
28. Агро-портал України за галуззю URL: <https://agroportal.ua/> (дата звернення: 07.05.2024)
29. Міжнародна команда аналітиків, аграрних журналістів та маркетологів плодоовочевого бізнесу EastFruit URL: <https://east-fruit.com/uk/> (дата звернення: 07.05.2024)
30. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Проектний аналіз» (для студентів спеціальності 051 «Економіка підприємства» усіх форм навчання) / О. В. Латишева - Краматорськ: ДГМА, 2019. - 63 с.
31. Клименко М.І. Методи аналізу економічного ризику: конспект лекцій для освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Середня освіта. Математика». Запоріжжя: ЗНУ, 2020. – 82 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена
фінансова звітність"
(пункт 5 розділу I)

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ВІТЕРА УКРАЇНА"** за ЄДРПОУ **34575942**
 Територія **Печерський р-н** за КОАТУУ **8038200000**
 Організаційно-правова форма господарювання **Приватна** за КОПФГ **240**
 Вид економічної діяльності **Оптова торгівля** за КВЕД **46.75**
 Середня кількість працівників, осіб **32**
 Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком
 Адреса, телефон: **01133, м. Київ, вул. Щорса, будинок № 32г, оф.255, 095-272-61-80**

1. Баланс
на 31 грудня 2020 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД **1801006**

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	27,5	22,7
первісна вартість	1001	29,3	29,3
накопичена амортизація	1002	(1,7)	(6,6)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	6 200,8	6 399,3
первісна вартість	1011	13 492,2	15 858,7
знос	1012	(7 291,4)	(9 459,4)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	6 228,3	6 422,0
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	37 016,9	35 507,6
у тому числі готова продукція	1103	36 290,1	34 166,8
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	1125	14 834,8	10 093,6
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	59,2	1 137,3
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	19 814,8	26 177,0
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	281,6	49,9
Витрати майбутніх періодів	1170	2 528,4	2 161,9
Інші оборотні активи	1190	1 174,5	1 286,1
Усього за розділом II	1195	75 710,2	76 413,4
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	81 938,6	82 835,4

Таблиця А.2

ДЕРЖСТАТ УКРАЇНИ
ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ
СТАТИСТИКИ у м. Києві
11 02 2022

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена
фінансова звітність"
(пункт 4 розділу I)

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ВІТЕРА УКРАЇНА" за ЄДРПОУ: 34575942
Територія: Печерський рн за КАТОТТГ: 8038200000
Організаційно-правова форма господарювання: Приватна за КОПФ: 240
Вид економічної діяльності: Оптова торгівля за КВЕД: 46.75
Середня кількість працівників, осіб: 32
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком
Адреса, телефон: 01133, м. Київ, вул. Щорса, будинок № 32г, оф. 255.

Дата (рік, місяць, число): 2022 01 01

Коди: 2022 01 01

1. Баланс
на 31 грудня 2021 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД: 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	22,7	36,5
первісна вартість	1001	29,3	51,5
накопичена амортизація	1002	(6,6)	(15,0)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	6 399,3	7 163,2
первісна вартість	1011	15 858,7	17 037,7
знос	1012	(9 459,4)	(9 874,5)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	6 422,0	7 199,7
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	35 507,6	37 471,9
у тому числі готова продукція	1103	34 168,8	35 787,1
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	1125	10 093,6	8 407,3
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	1 137,3	468,7
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	26 177,0	23 267,8
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	49,9	21 903,4
Витрати майбутніх періодів	1170	2 161,9	1 358,5
Інші оборотні активи	1190	1 286,1	2 373,7
Усього за розділом II	1195	76 413,4	95 251,3
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	82 835,4	102 451,0

Таблиця А.3

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена
фінансова звітність"
(пункт 4 розділу I)

Фінансова звітність малого підприємства

Дата (рік, місяць, число)

		коди		
		2023	01	01
Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ВІТЕРА УКРАЇНА"	за ЄДРПОУ 34575942		
Територія	Печерський р-н	за КАТОТТГ 8038200000		
Організаційно-правова форма господарювання	Приватна	за КОПФГ 240		
Вид економічної діяльності	Оптова торгівля	за КВЕД 46.75		
Середня кількість працівників, осіб	32			
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон:	01133, м. Київ, вул. Щорса, будинок № 32г, оф.255, 0952726180			

1. Баланс Форма № 1-м Код за ДКУД **1801006**

на 31 грудня 2022 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	36,5	27,2
первісна вартість	1001	51,5	51,5
накопичена амортизація	1002	(15,0)	(24,2)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	7 163,2	4 680,7
первісна вартість	1011	17 037,7	14 320,7
знос	1012	(9 874,5)	(9 640,0)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	7 199,7	4 707,9
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	37 471,9	51 545,5
у тому числі готова продукція	1103	35 787,1	49 997,6
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	1125	8 407,3	7 782,0
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	468,7	542,4
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	23 267,8	22 730,4
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	21 903,4	7 197,0
Витрати майбутніх періодів	1170	1 358,5	592,0
Інші оборотні активи	1190	2 373,7	2 228,5
Усього за розділом II	1195	95 251,3	92 617,8
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	102 451,0	97 325,7

Таблиця А.4

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 4 розділу I)

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди		
		2024	01	01
Товариство з обмеженою відповідальністю "ВІТЕРА УКРАЇНА"	за ЄДРПОУ	34575942		
Територія Печерський р-н	за КАТОТТГ	U4800000000000624772		
Організаційно-правова форма господарювання Приватна	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності Оптова торгівля хімічними продуктами	за КВЕД	46.75		
Середня кількість працівників, осіб 32				
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон вулиця Щорса, буд. 32 Г, оф. 255, м. Київ, 01133, Україна		0952726180		

I.Баланс на 31 грудня 2023 р.

Актив	Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006		
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	27,3	18,0
Первісна вартість	1001	51,5	51,5
Накопичена амортизація	1002	(24,2)	(33,5)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби :	1010	4 680,7	5 203,1
первісна вартість	1011	14 320,7	16 602,0
знос	1012	(9 640,0)	(11 398,9)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	4 708,0	5 221,1
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	51 545,5	58 514,5
у тому числі готова продукція	1103	49 997,6	56 940,7
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	7 782,0	4 357,7
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	542,4	356,5
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	83,1
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	22 730,4	23 533,4
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	7 197,0	5 652,3
Витрати майбутніх періодів	1170	592,0	941,8
Інші оборотні активи	1190	2 228,5	2 337,4
Усього за розділом II	1195	92 617,8	95 693,6
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	97 325,8	100 914,7

Таблиця А.5

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена
фінансова звітність"
(пункт 5 розділу I)

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство: **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ВІТЕРА УКРАЇНА"** за ЄДРПОУ: **34575942**

Територія: **Україна** за КОАТУУ: **6038200000**

Організаційно-правова форма господарювання: **Приватна** за КОПФГ: **240**

Вид економічної діяльності: **Оптова торгівля** за КВЕД: **46.75**

Середня кількість працівників, осіб: **33**

Одиниця виміру: **тис. грн з одним десятковим знаком**

Адреса, телефон: **01133, м. Київ, вул. Щорса, будинок № 32г, оф.255.**

1. Баланс Форма № 1-м Код за ДКУД: **1801006**
на 31 грудня 2019 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	27,5
первісна вартість	1001	0,8	29,3
накопичена амортизація	1002	(0,8)	(1,7)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	8 375,0	6 200,8
первісна вартість	1011	13 364,2	13 492,2
знос	1012	(4 989,2)	(7 291,4)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	8 375,0	6 228,3
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	37 155,1	37 016,9
у тому числі готова продукція	1103	35 418,0	36 290,1
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	1125	17 803,8	14 834,8
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	2 601,4	59,2
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11 186,9	19 814,8
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	351,4	281,7
Витрати майбутніх періодів	1170	4 563,5	2 528,4
Інші оборотні активи	1190	838,4	1 174,5
Усього за розділом II	1195	74 500,4	75 710,3
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	82 875,4	81 938,7

Таблиця Б.1

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	6 000,0	6 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4 519,4	9 622,9
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	10 519,4	15 622,9
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	21 045,2	18 200,1
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	3 787,5	3 586,0
товари, роботи, послуги	1615	33 479,7	29 462,7
розрахунками з бюджетом	1620	0,5	16,1
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	16,1
розрахунками зі страхування	1625	19,5	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	1,0
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	13 086,8	15 946,6
Усього за розділом III	1695	71 419,2	67 212,5
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	81 938,6	82 835,4

Таблиця Б.2

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	6 000,0	6 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	9 622,9	17 441,2
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	15 622,9	23 441,2
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	18 200,1	25 652,8
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	3 586,0	3 407,9
товари, роботи, послуги	1615	29 462,7	28 297,2
розрахунками з бюджетом	1620	16,1	140,1
у тому числі з податку на прибуток	1621	16,1	140,1
розрахунками зі страхування	1625	-	12,8
розрахунками з оплати праці	1630	1,0	6,8
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	15 946,6	21 492,1
Усього за розділом III	1695	67 212,5	79 009,8
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	82 835,4	102 451,0

Таблиця Б.3

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	6 000,0	6 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	17 441,2	22 804,8
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	23 441,2	28 804,8
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	25 652,8	22 000,0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	3 407,9	1 968,3
товари, роботи, послуги	1615	28 297,2	28 330,3
розрахунками з бюджетом	1620	140,1	30,2
у тому числі з податку на прибуток	1621	140,1	30,2
розрахунками зі страхування	1625	12,8	40,9
розрахунками з оплати праці	1630	6,8	1,6
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	21 492,1	16 149,5
Усього за розділом III	1695	79 009,8	68 520,8
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	102 451,0	97 325,7

Таблиця Б.4

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	6 000,0	6 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	22 804,8	30 899,4
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	28 804,8	36 899,4
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	22 000,0	18 000,0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	1 968,3	2 101,4
товари, роботи, послуги	1615	28 330,3	32 433,5
розрахунками з бюджетом	1620	30,2	114,6
у тому числі з податку на прибуток	1621	30,2	-
розрахунками зі страхування	1625	40,9	99,1
розрахунками з оплати праці	1630	1,8	129,8
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	16 149,5	11 136,9
Усього за розділом III	1695	68 521,0	64 015,3
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	97 325,8	100 914,7

Таблиця Б.5

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець, звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	6 000,0	6 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 794,2	4 519,5
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	7 794,2	10 519,5
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	21 045,0	21 045,2
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	5 673,9	3 787,5
товари, роботи, послуги	1615	32 201,4	33 479,7
розрахунками з бюджетом	1620	224,5	0,5
у тому числі з податку на прибуток	1621	224,5	-
розрахунками зі страхування	1625	10,4	19,5
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1655	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	15 926,0	13 094,8
Усього за розділом III	1695	75 081,2	71 419,2
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	82 875,4	81 938,7

Таблиця В.1

**2. Звіт про фінансові результати
за 2020 р.**

Форма № 2-м
Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період поперед- нього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	72 063,7	72 377,5
Інші операційні доходи	2120	9 368,6	10 882,4
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	81 432,2	83 259,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(37 759,6)	(49 345,9)
Інші операційні витрати	2180	(32 388,1)	(23 081,5)
Інші витрати	2270	(5 473,2)	(6 307,9)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(75 620,9)	(78 735,3)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	5 811,3	4 524,7
Податок на прибуток	2300	(1 050,7)	(1 157,2)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	4 760,6	3 367,5

Керівник _____
(підпис)

Головний бухгалтер _____
(підпис)

Андріюк А.В.
(ініціали, прізвище)

Кучер В.М.
(ініціали, прізвище)



Таблиця В.2

**2. Звіт про фінансові результати
за 2021 р.**

Форма № 2-м
Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	97 891,7	72 063,7
Інші операційні доходи	2120	5 250,8	9 368,6
Інші доходи	2240	145,8	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	103 288,4	81 432,2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(53 840,9)	(37 759,6)
Інші операційні витрати	2180	(28 408,7)	(32 388,1)
Інші витрати	2270	(3 683,7)	(5 473,2)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(85 933,3)	(75 620,9)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	17 355,1	5 811,3
Податок на прибуток	2300	(3 124,0)	(1 050,7)
Чистий прибуток (збиток)	2350	14 231,1	4 760,6

Керівник _____

Головний бухгалтер _____

Андріюк А.В.
(ініціали, прізвище)

Кучер В.М.
(ініціали, прізвище)

* Кодифікатор адміністративних територіальних одиниць та територій територіальних громад.

Таблиця В.3

**2. Звіт про фінансові результати
за 2022 р.**

Форма № 2-м
Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	58 266,8	97 891,7
Інші операційні доходи	2120	8 322,6	5 250,8
Інші доходи	2240	755,0	145,8
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	67 344,4	103 288,4
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(27 038,2)	(53 840,9)
Інші операційні витрати	2180	(32 482,2)	(28 408,7)
Інші витрати	2270	(1 284,6)	(3 683,7)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(60 805,0)	(85 933,3)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	6 539,4	17 355,1
Податок на прибуток	2300	(1 175,7)	(3 124,0)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	5 363,6	14 231,1

Керівник _____
(підпис)

Головний бухгалтер _____
(підпис)

Андріюк А.В.
(ініціали, прізвище)

Кучер В.М.
(ініціали, прізвище)

* Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад.

Таблиця В.4

2. Звіт про фінансові результати
за _____ Рік 2023 _____ р.

		Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	68 979,6	58 266,8	
Інші операційні доходи	2120	11 481,1	8 322,6	
Інші доходи	2240	480,2	755,0	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	80 940,9	67 344,4	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(34 650,3)	(27 038,2)	
Інші операційні витрати	2180	(35 268,3)	(32 482,2)	
Інші витрати	2270	(1 150,9)	(1 284,6)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(71 069,5)	(60 805,0)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	9 871,4	6 539,4	
Податок на прибуток	2300	(1 776,8)	(1 175,7)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	8 094,6	5 363,7	

Керівник

(підпис)

Андріюк Андрій Васильович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

Кучер Віта Миколаївна

(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Таблиця В.5

2. Звіт про фінансові результати
за 2019 р.

Форма № 2-м
Код за ДКУД: **1801007**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період поперед- нього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	72 377,5	80 273,7
Інші операційні доходи	2120	10 882,4	15 419,3
Інші доходи	2240	-	594,3
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	83 259,9	96 287,2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(49 345,9)	(51 235,9)
Інші операційні витрати	2180	(23 081,4)	(26 782,5)
Інші витрати	2270	(6 307,9)	(6 028,1)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(78 735,2)	(94 046,5)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	4 524,8	1 640,7
Податок на прибуток	2300	(1 157,2)	(295,4)
Чистий прибуток (прибуток) (2290 - 2300)	2350	3 367,6	1 345,3

Керівник _____ Андріюк А.В.
(підпис) (ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер _____ Кучер В.М.
(підпис) (ініціали, прізвище)



Короткий звіт подібності



Ім'я користувача:
Бізнес-економіки та підприємництва Чебакова Тетян...

ID перевірки:
1016262772

Дата перевірки:
19.05.2024 15:27:57 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
22.05.2024 16:07:42 EEST

ID користувача:
100005716

Назва документа: Андріюк М.А_диплом

Кількість сторінок: 65 Кількість слів: 13968 Кількість символів: 106754 Розмір файлу: 336.95 KB ID файлу: 1016051

Виявлено модифікації тексту (можуть впливати на відсоток схожості)

19.8%
Схожість

Найбільша схожість: 6.54% з Інтернет-джерелом (<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/51921>)

13.7% Джерела з Інтернету

399

Сторінка 67

18.1% Джерела з Бібліотеки

375

Сторінка 71

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0%
Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

6

Підозріле форматування

62
сторінки

Протокол аналізу звіту подібності науковим керівником

Заявляю, що я ознайомився з Повним звітом подібності, який був згенерований Системою виявлення і запобігання плагіату щодо роботи:

Автор: Андріюк Михайло Андрійович

Тема роботи: «Обґрунтування проєкту створення ягідника в підприємстві агробізнесу»

Науковий керівник: Сас Ірина Сергіївна

Підрозділ: кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Коефіцієнт подібності: 19,8 %

Після аналізу Звіту подібності констатую наступне:

- виявлені в роботі запозичення є сумнійними і не мають ознак плагіату. Тому робота визнається самостійною і допускається до захисту;
- виявлені в роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і самостійності її автора. Роботу направити на доопрацювання;
- виявлені в роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень. У зв'язку з чим, робота не допускається до захисту.

Обґрунтування: робота є самостійною і допускається до захисту.

15.05.2024 р.

Сас Ірина Сергіївна