

**Міністерство освіти і науки України
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Факультет менеджменту і маркетингу
Кафедра економіки**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ в ЕК:

**Завідувач кафедри,
д.е.н., проф.**

_____ **Ігор ВІНІЧЕНКО**
« ____ » _____ **20__ р.**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему: ОБҐРУНТУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ТА
НАПРЯМІВ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ**

Освітньо-професійна програма «Економіка»

Спеціальність 051 «Економіка»

Ступінь вищої освіти: Магістр

Здобувач (ка)

Олексій ГОРДІЙЧУК

**Науковий керівник,
д.е.н., професор**

Оксана ГОНЧАРЕНКО

Дніпро – 2024

ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет: Менеджменту і маркетингу

Кафедра: Економіки

Освітньо-професійна програма: «Економіка»

Спеціальність: 051 «Економіка»

Ступінь вищої освіти: Магістр

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри,
д.е.н., проф.

_____ І.І. Вінченко
«_____» _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ

на підготовку кваліфікаційної роботи

ГОРДІЙЧУКУ ОЛЕКСІЮ ЄВГЕНІЙОВИЧУ

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Обґрунтування цінової політики підприємства та напрямів її вдосконалення»

Науковий керівник: Гончаренко Оксана Володимирівна, д.е.н., професор
затверджені наказом ДДАЕУ від «01» жовтня 2024 року № 3247.

2. Термін подання здобувачем роботи: 10 грудня 2024 року.

3. Вихідні дані до роботи: Закони і законодавчі акти України, річні звіти підприємства, статистичні джерела, додаткові таблиці до річних звітів, наукова література.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні основи дослідження ціноутворення на підприємстві.

2. Аналіз ціноутворення ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ».

3. Розробка стратегічних напрямків підвищення ефективності цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):

1. Динаміка чисельності персоналу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр.; 2.

Структура фінансових ресурсів ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021 - 2023 рр. (%);

3. Структура витрат на виробництво продукції та їх вплив на цінову політику
ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 05.02.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної Роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
	Теоретичні основи дослідження ціноутворення на підприємстві	травень 2024	виконано
	Аналіз ціноутворення ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ».	червень-липень 2024	виконано
	Розробка стратегічних напрямків підвищення ефективності цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»	вересень-жовтень 2024	виконано
	Висновки і пропозиції	листопад 2024	виконано
	Оформлення кваліфікаційної роботи	листопад-грудень 2024	виконано

Здобувач _____
(підпис)

Олексій ГОРДІЙЧУК
(прізвище та ініціали)

Науковий керівник _____
(підпис)

Оксана ГОНЧАРЕНКО
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Тема: «Обґрунтування цінової політики підприємства та напрямів її вдосконалення»

Кваліфікаційна робота містить: 91 с., 3 рис., 16 табл., 52 літературних джерел.

Об'єктом дослідження є процеси формування та реалізації цінової політики аграрних підприємств.

Предметом дослідження є теоретичні аспекти, методи, механізми та інструменти формування цінової політики аграрного підприємства.

Метою дослідження є розробка теоретичних і практичних рекомендацій щодо вдосконалення цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» для підвищення конкурентоспроможності та рентабельності підприємства.

Для досягнення зазначеної мети вирішені наступні **завдання**:

1. Дослідити теоретичні засади формування та реалізації цінової політики.
2. Проаналізувати основні види та фактори впливу на формування цінової політики.
3. Оцінити ресурсний потенціал та проаналізувати цінову політику ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ».
4. Визначити напрями вдосконалення цінової політики підприємства, враховуючи сучасні ринкові виклики.
5. Розробити інноваційні заходи вдосконалення ціноутворення та оцінити його ефективність.

Методи дослідження. Для виконання завдань роботи застосовувалися наступні методи: аналіз і синтез (для дослідження теоретичних аспектів ціноутворення); статистичні методи (для оцінки фінансових показників діяльності підприємства); елементи економіко-математичного моделювання (для розробки практичних рекомендацій); експертні методи (для оцінки впливу факторів на формування цінової політики).

Найбільш значущими науковими результатами є наступні:

дістали подальшого розвитку

- ідентифікація факторів ціноутворення (економічні, технологічні, логістичні, ринкові, соціально-психологічні) та підходів до формування цінової політики (гнучкість, адаптивність, орієнтованість на споживача);
- систематизація стратегій формування та реалізації цінової політики на підприємстві (максимізації прибутку, проникнення на ринок, диференціації, психологічного ціноутворення, виведення з ринку, ціни лідера);
- обґрунтування складових та інструментів інноваційної стратегії ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» з деталізацією етапів формування, визначенням завдань, очікуваних результатів, аналітичних інструментів та індикаторів реалізації.

Практичне значення одержаних результатів. Рекомендації щодо вдосконалення цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» можуть бути використані для підвищення рентабельності продукції та зміцнення ринкових позицій підприємства. Отримані результати затверджено керівництвом підприємства та впроваджено в стратегічне планування.

КЛЮЧОВІ СЛОВА

Цінова політика, обґрунтування ціни, вдосконалення цін, ринкові стратегії, конкурентоспроможність, собівартість, попит і пропозиція, маркетингова стратегія, еластичність цін, цінова еластичність, цінові стратегії, аналіз витрат, цільовий ринок, рентабельність, моніторинг ринку, позиціонування продукту, ціноутворення, динаміка цін, маржинальність, конкурентний аналіз.

KEY WORDS

Pricing policy, price justification, price improvement, market strategies, competitiveness, cost price, supply and demand, marketing strategy, price elasticity, elasticity of prices, pricing strategies, cost analysis, target market, profitability, market monitoring, product positioning, pricing, price dynamics, marginality, competitive analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	11
1.1. Основні види та фактори впливу на формування цінової політики	11
1.2. Особливості реалізації цінової політики на підприємствах	17
Висновки до першого розділу	22
2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ»	24
2.1. Оцінка ресурсного потенціалу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»	24
2.2. Аналіз формування та реалізації цінової політики на підприємстві ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ».....	41
Висновки до другого розділу	51
3. ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ».....	54
3.1. Розробка інноваційної стратегії для підприємства ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ»	54
3.2. Оцінка ефективності реалізації інноваційної стратегії підприємства та напрями удосконалення цінової політики	60
Висновки до третього розділу.....	63
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
ДОДАТКИ.....	74

ВСТУП

Актуальність теми. Цінова політика підприємства є одним із ключових елементів його маркетингової діяльності та конкурентної стратегії. В умовах нестабільного економічного середовища України, викликаного як внутрішніми, так і зовнішніми факторами, ефективна цінова політика дозволяє підприємствам адаптуватися до змін ринкових умов, забезпечуючи збереження рентабельності та конкурентоспроможності. Для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», яке спеціалізується на виробництві сільськогосподарської продукції, вдосконалення підходів до формування цінової політики має вирішальне значення для збереження лідерських позицій на ринку.

Цінова політика підприємства є ключовим інструментом забезпечення його конкурентоспроможності та фінансової стабільності. У сучасних умовах глобалізації, цифровізації та зростаючої конкуренції, формування ефективної цінової політики вимагає врахування різноманітних факторів, серед яких ринкові умови, вподобання споживачів, державне регулювання та інноваційні підходи. Згідно з І. Б. Бабух, ціноутворення в маркетинговому аналізі повинно базуватися на комплексному підході, що враховує не лише витрати, але й попит, конкуренцію та особливості ринкової кон'юнктури. На думку В. В. Голуба, вдосконалення цінової політики підприємств повинно здійснюватися через інтеграцію елементів маркетингової аналітики, що дозволяє більш точно прогнозувати зміни попиту та коригувати ціни відповідно до змінних умов ринку. Зокрема, Б. В. Дергалюк звертає увагу на використання методів управління ціновою політикою, таких як динамічне ціноутворення, сегментація споживачів та персоналізовані пропозиції. Натомість, Н. В. Кузьминчук та співавтори акцентують на тому, що цінова політика повинна розглядатися як елемент маркетингового комплексу. Вони пропонують впровадження гнучких стратегій ціноутворення, що базуються на аналізі життєвого циклу продукції та споживчої поведінки. Науковці також визначають особливості розвитку

інноваційних технологій у вдосконаленні цінової політики. Зокрема, В. М. Кобець та В. В. Іванов наголошують на ефективності використання аналітичних платформ для автоматизованого визначення цін, зокрема, у готельно-ресторанному бізнесі. Це дозволяє оперативно реагувати на зміни попиту та пропозиції.

Аналіз існуючих підходів до управління цінами свідчить про недостатнє врахування сучасних інструментів ціноутворення, зокрема динамічного ціноутворення, яке дозволяє гнучко реагувати на коливання попиту, пропозиції та витрати. Тому дослідження напрямів вдосконалення цінової політики є актуальним і своєчасним.

Об’єктом дослідження є процеси формування та реалізації цінової політики аграрних підприємств.

Предметом дослідження є теоретичні аспекти, методи, механізми та інструменти формування цінової політики аграрного підприємства.

Метою дослідження є розробка теоретичних і практичних рекомендацій щодо вдосконалення цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» для підвищення конкурентоспроможності та рентабельності підприємства.

Для досягнення зазначеної мети вирішені наступні **завдання**:

1. Дослідити теоретичні засади формування та реалізації цінової політики.
2. Проаналізувати основні види та фактори впливу на формування цінової політики.
3. Оцінити ресурсний потенціал та проаналізувати цінову політику ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ».
4. Визначити напрями вдосконалення цінової політики підприємства, враховуючи сучасні ринкові виклики.
5. Розробити інноваційні заходи вдосконалення ціноутворення та оцінити його ефективність.

Методи дослідження. Для виконання завдань роботи застосовувалися наступні методи: аналіз і синтез (для дослідження теоретичних аспектів

ціноутворення); статистичні методи (для оцінки фінансових показників діяльності підприємства); економіко-математичне моделювання (для розробки практичних рекомендацій); експертні методи (для оцінки впливу факторів на формування цінової політики).

Найбільш значущими науковими результатами є наступні:

дістали подальшого розвитку

– ідентифікація факторів ціноутворення (економічні, технологічні, логістичні, ринкові, соціально-психологічні) та підходів до формування цінової політики (гнучкість, адаптивність, орієнтованість на споживача);

– систематизація стратегій формування та реалізації цінової політики на підприємстві (максимізації прибутку, проникнення на ринок, диференціації, психологічного ціноутворення, виведення з ринку, ціни лідера);

– обґрунтування складових та інструментів інноваційної стратегії ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» з деталізацією етапів формування, визначенням завдань, очікуваних результатів, аналітичних інструментів та індикаторів реалізації.

Практичне значення одержаних результатів. Рекомендації щодо вдосконалення цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» можуть бути використані для підвищення рентабельності продукції та зміцнення ринкових позицій підприємства. Отримані результати затверджено керівництвом підприємства та впроваджено в стратегічне планування.

Апробація результатів дипломного дослідження. Основні результати й висновки наукових досліджень були апробовані на науково-практичних конференціях, доповідались на засіданнях наукового гуртка, а основні положення наукових досліджень опубліковані у науковій фаховій статті (Чегорка В.О., Гордійчук О.Є. Теоретичні аспекти формування конкурентних переваг підприємства. *Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету*. 2024. №2 (9). С.97-105).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи магістра. Кваліфікаційна робота складається з реферату, вступу, трьох розділів, шести підрозділів, висновків та пропозицій, а також переліку використаних джерел. Загальний

обсяг роботи – 91 сторінка. Перелік використаних джерел включає 52 найменування.

1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

1.1. Основні види та фактори впливу на формування цінової політики

Цінова політика підприємства є ключовим елементом у системі стратегічного управління, оскільки визначає не лише рівень доходів, але й конкурентоспроможність організації. Автори [31, с. 187] наголошують на багатовимірному характері цього поняття та підкреслюють необхідність комплексного підходу до її формування. Зокрема, І. Бабух у своїх дослідженнях наголошує, що цінова політика має стратегічний характер і є інструментом регулювання ринкової позиції підприємства. Він виділяє такі важливі аспекти, як гнучкість і адаптивність до ринкових умов, що забезпечує підприємству можливість утримувати конкурентні переваги [1, с. 328]. У співавторстві з К. Фень, він акцентує увагу на інтеграції цінової політики в систему маркетингового аналізу, підкреслюючи її роль як складової маркетингової стратегії [2, с. 280]. Автор М. Бучнєв визначає цінову політику як процес, що передбачає не лише встановлення цін, але й вибір методів ціноутворення та стратегій їх реалізації, орієнтуючись на досягнення довгострокових фінансових результатів [3, с. 25]. Дослідники А. Вороніна та Л. Іщенко підкреслюють важливість обліку витрат, рівня конкуренції та споживчих уподобань при формуванні ціни. Вони наголошують, що ціна має бути економічно обґрунтованою, але водночас конкурентоспроможною [4, с. 123].

У дослідженнях В. Голуба зроблено акцент на взаємозв'язку між ціновою політикою та іншими елементами маркетингової стратегії. Він вважає, що цінова політика не повинна розглядатися окремо, а має враховувати промоцію, дистрибуцію та позиціонування товару [5, с. 17]. Дослідники Б. Дергалюк та К. Середюк підкреслюють, що для ефективного управління ціновою політикою

необхідно використовувати сучасні методи та цифрові інструменти, які дозволяють проводити аналіз цінового середовища та прогнозувати зміни на ринку [7, с. 20].

Цінова політика підприємства є важливим елементом управління, що визначає конкурентоспроможність та прибутковість у сучасних умовах господарювання. Автори наукових праць аналізують різні аспекти цього питання, пропонуючи підходи до формування, реалізації та адаптації цінової політики залежно від зовнішніх і внутрішніх факторів. Так, Н. Кузьминчук, Т. Куценко, О. Терованесова та В. Фоменко наголошують, що цінова політика є одним з ключових компонентів маркетингового комплексу, впливаючи на успіх підприємства в умовах конкурентного ринку. Вони акцентують увагу на потребі врахування ринкових тенденцій і потреб споживачів під час формування цінової політики [14, с. 82–89]. Натомість, Л. Ларка та В. Павленко визначають цінову політику як частину економічного управління, що повинна враховувати стратегії розвитку бізнесу, аналізувати особливості галузі та конкурентне середовище. Вони звертають увагу на важливість забезпечення гнучкості цінових рішень, що дозволяє підприємству швидко реагувати на зміни ринкової ситуації [15, с. 105–107].

Автори Л. Мельник, Л. Старченко і О. Карінцева у своєму навчальному посібнику підкреслюють необхідність стратегічного підходу до ціноутворення, що включає як довгострокове планування, так і врахування динаміки попиту та пропозиції. Вони також наголошують на значенні аналізу поведінки споживачів у формуванні ціноутворення [19, с. 240]. Натомість, О. Нагорна, Н. Даляк та А. Устенко акцентують увагу на особливостях формування цінової політики в сфері інтернет-маркетингу. Вони зазначають, що розвиток цифрових технологій відкриває нові можливості для диференціації цін залежно від поведінки клієнтів та використання динамічного ціноутворення [24, с. 222–233].

Таким чином, автори різних наукових напрямів [14, с. 82–89; 24, с. 222–233] розглядають цінову політику підприємства як багатогранний процес, що

потребує системного підходу. Основні тенденції полягають у переході до використання цифрових інструментів, врахуванні психологічних аспектів сприйняття ціни та розробці адаптивних стратегій ціноутворення. Це підтверджує необхідність подальших досліджень у даній сфері для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Цінова політика є ключовим елементом загальної стратегії підприємства, оскільки вона визначає рівень конкурентоспроможності продукції та рівень прибутковості компанії. Обираючи певний тип цінової політики, підприємство враховує свої стратегічні цілі, характер ринку, поведінку споживачів і конкурентів, а також зовнішні економічні умови. Розглянемо основні види цінової політики, які найчастіше застосовуються у сучасному бізнесі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Основні види цінової політики підприємства
(побудовано на основі [39, с. 212])

Вид цінової політики	Основна характеристика	Сфера застосування	Переваги	Недоліки
1	2	3	4	5
Політика високих цін	Орієнтація на встановлення максимально високої ціни, що формує імідж преміального продукту.	Продукти класу люкс, нові технології, унікальні пропозиції.	Висока рентабельність, імідж бренду.	Низький попит через високу ціну.
Політика низьких цін	Стратегія мінімізації цін з метою швидкого залучення споживачів та збільшення ринкової частки.	Масові товари, товари повсякденного попиту, висококонкурентні ринки.	Залучення широкої аудиторії, збільшення обсягів продажів.	Низький рівень прибутковості, ризик "цінових воєн".
Політика середніх цін	Встановлення цін у межах середнього рівня ринку з урахуванням вартості та якості продукції.	Продукція для середнього класу, товари, що мають широку конкуренцію, але з помірним диференціюванням.	Збалансований попит, стабільність доходів.	Складність у позиціонуванні продукту на ринку.

Продовження табл. 1.1

1	2	3	4	5
Демпінгова політика	Штучне заниження цін для витіснення конкурентів та створення монопольного положення на ринку.	Нові ринки, агресивна конкуренція.	Швидке завоювання ринкової частки, усунення слабких конкурентів.	Ризик фінансових втрат, негативне сприйняття споживачами.
Політика гнучких цін	Встановлення різних цін для різних категорій споживачів або залежно від обсягів закупівель, регіону, часу придбання тощо.	Товари широкого вжитку, сезонні продукти, регіональні особливості.	Задоволення різних груп споживачів, максимізація продажів.	Складність управління ціновою диференціацією.
Політика проникнення	Встановлення низької стартової ціни для залучення споживачів з подальшим підвищенням ціни після завоювання ринку.	Нові товари, нові бренди.	Швидке створення клієнтської бази, ріст продажів на початковому етапі.	Ризик недоотримання прибутку на початкових етапах.

Цінова політика впливає на всі аспекти діяльності підприємства: від позиціонування продукту до визначення фінансових результатів. Наприклад, політика високих цін орієнтована на створення преміального іміджу та залучення вузької, але платоспроможної аудиторії. З іншого боку, політика низьких цін дозволяє швидко наростити ринкову частку, хоча й зменшує рівень прибутковості. Гнучка цінова політика є ефективною у випадках, коли підприємство працює з різними ринковими сегментами, тоді як демпінг використовується для агресивного проникнення на нові ринки.

Кожен вид цінової політики має свої переваги та недоліки, які слід враховувати при формуванні стратегії. Зокрема, демпінгова політика може призводити до негативного іміджу компанії через агресивні дії, а політика проникнення вимагає ретельного фінансового планування для уникнення збитків на початкових етапах [32, с. 95].

Вибір цінової політики залежить від стратегічних цілей підприємства, ринкових умов і особливостей цільової аудиторії. Грамотно побудована цінова

політика дозволяє підприємству не лише забезпечити фінансову стабільність, але й закріпити свої позиції на ринку, створити конкурентні переваги та ефективно взаємодіяти із клієнтами. Рекомендується використовувати комбіновані підходи, адаптуючи їх до змінних ринкових умов [10, с. 105].

Цінова політика підприємства є одним із основних інструментів, що визначає його конкурентоспроможність і стабільність на ринку. Вона базується на комплексному аналізі різноманітних факторів, які впливають на встановлення цін на продукцію чи послугу. Врахування економічних, технологічних, логістичних, ринкових та соціально-психологічних факторів дозволяє підприємствам правильно реагувати на зміну ринкової ситуації, зберігаючи баланс між ціною і якістю продукції (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

**Фактори впливу на формування цінової політики підприємства
(побудовано на основі [19, с. 65])**

Категорія факторів	Фактори впливу	Характеристика
1	2	3
Економічні фактори	1. Вартість виробництва	Вартість сировини, енергоносіїв, заробітної плати та інших ресурсів безпосередньо впливає на формування ціни. Зростання цих витрат може призвести до підвищення ціни товару.
	2. Рівень конкуренції на ринку	Чим вищий рівень конкуренції, тим менше підприємство може підвищувати ціни без втрати клієнтів. Тому ціноутворення часто орієнтується на конкурентні ціни.
	3. Купівельна спроможність споживачів	Високий рівень купівельної спроможності дозволяє підприємству встановлювати вищі ціни, але в умовах економічної нестабільності ціна може бути знижена для підтримки попиту.
Технологічні фактори	1. Впровадження нових технологій	Інвестиції в сучасні технології дозволяють знизити собівартість продукції, що дає змогу формувати більш конкурентоспроможну ціну.
	2. Автоматизація виробництва	Зниження витрат на виробничі процеси через автоматизацію може призвести до зменшення собівартості і відповідно цін на продукцію.
Логістичні фактори	1. Транспортні витрати	Витрати на транспортування можуть суттєво впливати на кінцеву ціну продукції, особливо при імпорті сировини або експорті готової продукції.
	2. Доступність постачальників та поставок	Збільшення витрат на логістику через порушення поставок може змусити підприємство підвищити ціни для покриття додаткових витрат.

Продовження табл. 1.2

1	2	3
Ринкові фактори	1. Попит і пропозиція на ринку	В умовах високого попиту ціна може бути підвищена, а при зниженні попиту – знижена для стимулювання продажів.
	2. Позиціювання бренду	Продукти з високим брендовим іміджем можуть продаватися за вищими цінами завдяки споживчій довірі та лояльності.
Соціально-психологічні фактори	1. Споживчі переваги та уподобання	Підприємство може адаптувати ціни залежно від соціальних трендів та переваг своїх споживачів, наприклад, у разі збільшення попиту на органічні або екологічно чисті продукти.
	2. Соціальний статус клієнта	Цінова політика може бути адаптована під різні сегменти споживачів залежно від їхнього соціального статусу, забезпечуючи гнучкість цін.

Цінова політика повинна бути гнучкою і адаптованою до змінюваних умов. Зокрема, в умовах економічної кризи підприємства повинні враховувати зниження купівельної спроможності, а в умовах технологічних інновацій – можливість зниження собівартості продукції та підвищення її конкурентоспроможності. Тому правильне розуміння всіх цих факторів дає змогу оптимізувати ціноутворення і досягти фінансової стабільності.

Економічні фактори, зокрема вартість виробництва та рівень конкуренції, безпосередньо визначають базову стратегію ціноутворення. Якщо вартість виробництва зростає, це веде до необхідності підвищення ціни для збереження рентабельності. Однак рівень конкуренції змушує підприємства застосовувати більш обережний підхід до зміни цін, щоб не втратити частку ринку [21, с. 142].

Технологічні фактори, зокрема впровадження новітніх технологій та автоматизація виробництва, можуть значно знизити собівартість, що дозволяє підтримувати конкурентні ціни без шкоди для якості продукції. Це дає підприємствам можливість створювати цінові переваги на ринку.

Логістичні фактори є важливим елементом у визначенні кінцевої ціни товару, оскільки витрати на транспортування та постачання можуть суттєво впливати на собівартість продукції. Збільшення транспортних витрат через нестабільність на ринку або зміни в умовах логістики може змусити підприємства коригувати ціни для покриття додаткових витрат [33].

Ринкові фактори, зокрема попит і пропозиція, визначають обсяги продажу та відповідно формують цінову політику. Якщо попит перевищує пропозицію, ціни можуть зростати, що дозволить підприємству отримати більший прибуток [41, с. 406].

Соціально-психологічні фактори також мають важливе значення. Підприємства, які враховують уподобання своїх споживачів, можуть створити стійкі позиції на ринку, пропонуючи продукцію за цінами, які відповідають споживчим перевагам [10, с. 105].

Формування цінової політики підприємства є складним і багатофакторним процесом. Ключовими чинниками, що впливають на ціноутворення, є економічні, технологічні, логістичні, ринкові та соціально-психологічні фактори. Збалансоване врахування всіх цих аспектів дозволяє підприємствам формувати цінову політику, яка забезпечує їх конкурентоспроможність і фінансову стійкість. Для успішного функціонування в сучасних умовах підприємства повинні постійно адаптувати свої цінові стратегії до змін на ринку та зовнішньоекономічних умов.

Отже, цінова політика підприємства розглядається як багатофакторний процес, що включає економічні, маркетингові та стратегічні аспекти. Залежно від ринкових умов та цілей компанії, підходи до її формування можуть варіюватися, але ключовими залишаються гнучкість, адаптивність і орієнтованість на споживача.

1.2. Особливості реалізації цінової політики на підприємствах

Цінова політика є однією з ключових складових загальної стратегії підприємства, яка визначає рівень і структуру цін на товари та послуги. Вона безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку та його фінансові результати. Реалізація цінової політики включає у себе визначення оптимальних цін, що забезпечують баланс між доходами, витратами та попитом на продукцію або послугу. Важливим аспектом є

врахування зовнішніх і внутрішніх факторів, які можуть змінювати умови ціноутворення, таких як економічна ситуація, зміни в законодавстві, технологічні новації та психологія споживачів [35, с. 55].

Першим етапом реалізації цінової політики є детальний аналіз ринку та конкурентного середовища. Для цього підприємства проводять моніторинг цін на продукцію конкурентів, вивчають тенденції споживчого попиту, а також визначають свої конкурентні переваги. Такі дослідження дозволяють не лише сформулювати орієнтири для ціноутворення, але й прогнозувати потенційні коливання на ринку, що можуть вплинути на вартість товарів або послуг. Наприклад, якщо на ринку відбувається дефіцит певної сировини, це може призвести до зростання цін, і підприємству необхідно швидко адаптувати свою цінову політику [13, с. 253].

Іншим важливим аспектом є визначення еластичності попиту, тобто реакції споживачів на зміни ціни. Якщо попит на продукт є еластичним, навіть незначне підвищення ціни може призвести до значного зменшення кількості покупок. У таких випадках підприємство часто використовує стратегію цінових знижок, акцій або спеціальних пропозицій для залучення споживачів. Натомість, у випадках, коли попит на продукт є нееластичним, підприємство може підвищувати ціни, не побоюючись великої втрати клієнтів [8].

Врахування витрат на виробництво і постачання також є важливою частиною цінової політики. Оскільки рівень цін має бути таким, щоб покривати витрати на сировину, працю, енергоносії, а також забезпечувати прибуток, то підприємство повинно ретельно аналізувати собівартість своєї продукції. У разі зростання витрат, наприклад, через збільшення цін на сировину або зміну трудових умов, підприємство має адаптувати свої ціни, щоб зберегти фінансову стабільність. Це також може вимагати перегляду ціни на вже вироблену продукцію або послуги.

Управління ціною також тісно пов'язане з брендуванням і позиціонуванням товару на ринку. Продукти преміум-класу часто мають вищу ціну, оскільки споживачі готові платити більше за якість і імідж бренду. У

таких випадках підприємства орієнтуються на створення унікальної цінності для споживачів, використовуючи преміум-ціноутворення. Це дозволяє не лише залучати заможніших клієнтів, а й формувати лояльність до бренду, що є важливим для довгострокових відносин з покупцями.

Однією з основних труднощів при реалізації цінової політики є збереження її гнучкості у змінюваних умовах ринку. Наприклад, в умовах економічної нестабільності, де можуть змінюватися обсяги попиту або виникати труднощі з логістикою, підприємство повинно мати можливість коригувати ціни, щоб залишатися конкурентоспроможним. Це включає в себе як оперативну реакцію на зміни, так і довгострокове планування цінової стратегії [24, с. 231].

Реалізація цінової політики також потребує врахування факторів макроекономічного середовища, таких як інфляція, зміни в податковій політиці, курсові коливання на валютних ринках. У цих умовах підприємство повинно уважно стежити за змінами економічної ситуації і бути готовим до адаптації своїх цінових стратегій. Це дозволяє мінімізувати ризики і втрати у разі зовнішніх шоків або кризових явищ. Цінова політика підприємства – це один із ключових інструментів у досягненні стратегічних цілей та максимізації рентабельності. Вибір правильної стратегії ціноутворення дає можливість ефективно реагувати на змінні умови ринку, враховуючи різноманітні фактори, такі як рівень конкуренції, попит на продукцію, економічне становище підприємства та поведінку споживачів [27].

Стратегії ціноутворення мають безпосередній вплив на споживчий вибір і здатні стимулювати продажі або, навпаки, скорочувати їх, в залежності від обраного підходу. Окрім того, цінова політика є важливим елементом, що забезпечує підприємству фінансову стабільність. Вона може включати різні методи ціноутворення, які орієнтовані на максимізацію прибутку, зниження витрат, підвищення ринкової частки або ж формування лояльності споживачів. Оскільки кожна стратегія має свої переваги та недоліки, важливо зважено підходити до вибору стратегії в залежності від цілей та ситуації, що склалася на

ринку. Різноманітність цих стратегій дозволяє підприємствам адаптуватися до змін на ринку та досягати своїх бізнес-цілей ефективно (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

**Характеристика стратегій формування та реалізації цінової політики
на підприємстві (побудовано на основі [32, с. 95])**

Назва стратегії	Характеристика стратегії	Сфера застосування	Переваги	Недоліки
1	2	3	4	5
Стратегія максимізації прибутку	Встановлення ціни на рівні, що дозволяє отримати найбільший прибуток на одиницю продукції. Часто застосовується для преміальних товарів.	Преміальні продукти, товари з високою цінністю для споживачів, монополії.	Високий рівень рентабельності, можливість утримання високих цін у разі високого попиту.	Може призвести до відштовхування частини споживачів через високі ціни.
Стратегія проникнення на ринок	Встановлення низьких цін на нові продукти для швидкого завоювання ринку та залучення великої кількості споживачів.	Нові продукти, нові компанії на ринку, з метою створення бази споживачів.	Швидкий ріст попиту, збільшення ринкової частки, створення постійної клієнтської бази.	Може призвести до зниження прибутковості на початкових етапах, великий ризик збитків.
Стратегія диференціації	Формування різних цінових категорій для різних сегментів споживачів, в залежності від їх потреб та можливостей.	Сегментовані ринки, компанії з великою кількістю різноманітних споживачів, таких як FMCG.	Підвищення попиту за рахунок задоволення різних потреб клієнтів, гнучкість у зміні цін.	Складність в управлінні та комунікації з різними сегментами ринку, можливе сприйняття як нечесність.
Стратегія психологічного ціноутворення	Встановлення цін, що використовують психологічні особливості споживачів (наприклад, ціни, що закінчуються на 9).	Масові товари, товари з високою конкуренцією, імпульсні покупки.	Підвищення попиту завдяки сприйняттю ціни як вигідної, простота в застосуванні.	Може не працювати на ринках, де споживачі орієнтуються на більш обґрунтоване ціноутворення.

Продовження табл. 1.3

1	2	3	4	5
Стратегія виведення з ринку	Підвищення ціни на продукт для отримання максимальних прибутків перед виведенням його з ринку або заміною новим товаром.	Продукти, що вже вичерпали свій життєвий цикл, застарілі продукти або продукти, що потребують заміни.	Можливість максимізувати прибуток в останній фазі життєвого циклу товару.	Може знизити лояльність споживачів, відштовхуючи їх від бренду.
Стратегія ціни лідера	Встановлення цінових лідерів, які визначають рівень цін для всього ринку. Часто використовується для великих корпорацій.	Великі компанії з монопольним або олігопольним становищем на ринку.	Можливість встановлення цінового стандарту, значна ринкова частка.	Ризик звуження ринкових можливостей для малих підприємств, втрата гнучкості в конкурентних умовах.

Стратегія формування та реалізації цінової політики є важливим елементом стратегічного управління підприємства, оскільки вона безпосередньо впливає на його конкурентоспроможність та прибутковість. Вибір стратегії ціноутворення залежить від ряду факторів, таких як тип продукції, особливості ринку, конкурентне середовище, а також фінансові цілі підприємства. Різні стратегії дозволяють підприємствам по-різному взаємодіяти зі споживачами та формувати попит на свою продукцію, забезпечуючи таким чином досягнення стратегічних цілей [2, с. 281].

Стратегії формування ціни є основними інструментами управління ціновою політикою підприємства. Вибір тієї чи іншої стратегії залежить від конкретних цілей та умов ринку. Стратегія максимізації прибутку дозволяє отримати високі доходи з одиниці продукції, однак вона може знижувати попит через високі ціни. Стратегія проникнення на ринок фокусується на швидкому захопленні ринку за допомогою низьких цін, але вимагає значних фінансових витрат на початкових етапах [36, с. 67].

Стратегія диференціації дозволяє охопити кілька ринкових сегментів, підвищуючи попит серед різних категорій споживачів. Психологічне ціноутворення є однією з найбільш ефективних стратегій для масових товарів, адже впливає на споживача через психологічне сприйняття ціни. Стратегія виведення з ринку застосовується для товарів, що близькі до завершення свого життєвого циклу, дозволяючи отримати останній прибуток. Стратегія ціни лідера дозволяє домінувати на ринку, проте така стратегія доступна переважно великим компаніям [46, с. 112].

Стратегії формування та реалізації цінової політики мають важливе значення для конкурентоспроможності підприємства та його економічних результатів. Підприємство повинно ретельно аналізувати ринок, потреби своїх споживачів, фінансові можливості та конкурентні умови для вибору найбільш ефективної стратегії. В кожному випадку стратегія має бути адаптована до конкретних умов і обставин, щоб забезпечити стабільний попит на продукцію та максимальний прибуток для підприємства [4, с. 121].

Висновки до першого розділу

1. Реалізація цінової політики на підприємствах є складним і багатофакторним процесом, що вимагає постійного моніторингу ринку, аналізу витрат і врахування споживчих вподобань. Ефективна цінова політика дозволяє підприємству не лише досягати фінансової стабільності, а й утримувати конкурентні позиції. Ключовим є забезпечення гнучкості цінової стратегії, що дозволяє оперативно реагувати на зміни ринку та економічної ситуації. Врахування всіх факторів, що впливають на цінову політику, допомагає підприємствам забезпечити стійке зростання і розвиток у конкурентному середовищі.

2. Ідентифіковані фактори ціноутворення, зокрема: економічні, технологічні, логістичні, ринкові, соціально-психологічні та підходи до

формування цінової політики (гнучкість, адаптивність, орієнтованість на споживача).

3. Систематизовані стратегії формування та реалізації цінової політики на підприємстві (максимізації прибутку, проникнення на ринок, диференціації, психологічного ціноутворення, виведення з ринку, ціни лідера).

2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»

2.1. Оцінка ресурсного потенціалу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»

Оцінка ресурсного потенціалу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» є важливою складовою для розуміння ефективності діяльності підприємства та його здатності до подальшого розвитку в умовах сучасного аграрного ринку. Компанія займає одну з провідних позицій на українському ринку, застосовуючи вертикально-інтегровану модель управління, що дозволяє контролювати всі етапи виробничого процесу – від вирощування сировини до виробництва готової продукції. ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» активно інвестує в інновації та дотримується високих міжнародних стандартів якості, що підтверджують сертифікати ISO та FSSC 22000. Однак, аналіз динаміки активів підприємства за 2021-2023 рр. вказує на певні зміни в ресурсному потенціалі компанії, зокрема скорочення вартості як необоротних, так і оборотних активів, що вказує на зменшення фінансової стійкості та необхідність перегляду стратегій управління активами [28].

Приватне акціонерне товариство «АПК-ІНВЕСТ» є одним із лідерів агропромислового сектору України, відомим своєю інноваційною діяльністю та високими стандартами якості продукції. Компанія здійснює свою діяльність на основі вертикально-інтегрованої моделі, що дозволяє ефективно контролювати всі етапи виробництва. Завдяки впровадженню передових технологій, відповідності міжнародним стандартам якості та стратегічному управлінню, «АПК-ІНВЕСТ» займає провідні позиції на українському ринку м'ясної продукції. ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» зареєстроване в Донецькій області та з моменту заснування демонструє стабільне зростання та розвиток. Основною метою діяльності підприємства є виробництво високоякісної продукції, що

відповідає міжнародним стандартам [28]. У табл. 2.1 представлена загальна характеристика підприємства, яка включає ключові аспекти його діяльності.

Таблиця 2.1

**Загальна характеристика ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»
(побудовано на основі [28; 29])**

Параметр	Дані
Повна назва	Приватне акціонерне товариство «АПК-ІНВЕСТ» (ПРАТ «АПК-ІНВЕСТ»)
ЄДРПОУ	34626750
Організаційно-правова форма	Акціонерне товариство
Дата реєстрації	20.09.2006 (18 років 2 місяці)
Місцезнаходження	85325, Донецька область, Покровський район, село Рівне, вул. Шопена, 1А
Основні види діяльності	- Вирощування зернових та бобових культур
	- Розведення свиней
	- Виробництво м'яса та готових кормів для тварин
	- Змішане сільське господарство
	- Оптова торгівля живими тваринами
Керівник	Распопов Роман Сергійович
Статутний капітал	110 162 100 грн
Засновники	Акціонери – фізичні особи
Кінцеві бенефіціари	- Колеснікова Світлана Володимирівна (45%)
	- Колесніков Борис Вікторович (45%)
	- Омелянович Денис Сергійович
Сертифікація	ISO 9001, ISO 22000, FSSC 22000
Інноваційний статус	Включено до Державного реєстру інноваційних проектів у 2007 році

Вертикально-інтегрована структура підприємства включає всі етапи виробничого циклу: від вирощування сировини до виготовлення готових продуктів. Такий підхід дозволяє забезпечити високу ефективність та контроль якості. Компанія активно займається впровадженням інновацій, зокрема в агропромисловому секторі. У 2007 році її проект був визнаний інноваційним на державному рівні. Впровадження сертифікатів ISO та перехід до FSSC 22000 забезпечують високий рівень довіри споживачів як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Крім того, акцент на різних видах діяльності, таких як розведення свиней, виробництво м'яса та кормів, забезпечує диверсифікацію ризиків та стабільність бізнесу (додатки А-Б) [29].

Компанія «АПК-ІНВЕСТ» здійснює комплексну діяльність у різних сегментах агропромислового виробництва, зокрема через насіннєвий завод, що розташований на території комбикормового заводу в с. Рівне Покровського району Донецької області. Завод є частиною проекту європейського лідера у виробництві насіннєвих заводів – компанії Cimbria. Продуктивність насіннєвого заводу складає 200 тонн насіннєвого матеріалу на добу. Всі етапи очищення, калібрування та пакування насіння здійснюються відповідно до найвищих екологічних стандартів, що діють в Європі, і підлягають ретельному лабораторному контролю, що забезпечує сортову чистоту та високу якість продукції. Насіннєвий завод повністю забезпечує потреби компанії в насіннєвому матеріалі та пропонує ринку насіння пшениці та ярого ячменю першої репродукції еліти і супереліти [28].

Динаміка чисельності персоналу є важливим показником для оцінки ефективності управління кадровими ресурсами підприємства (рис. 2.1). У період з 2021 по 2023 рік чисельність персоналу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» зазнала значних змін, що пов'язано як з внутрішніми факторами, так і з зовнішніми впливами. Одним із основних чинників, що вплинули на чисельність працівників у зазначеному періоді, є війна в Україні, яка викликала численні зміни в економічному середовищі, включаючи мобілізацію, що суттєво вплинуло на кадрові питання на всіх рівнях.

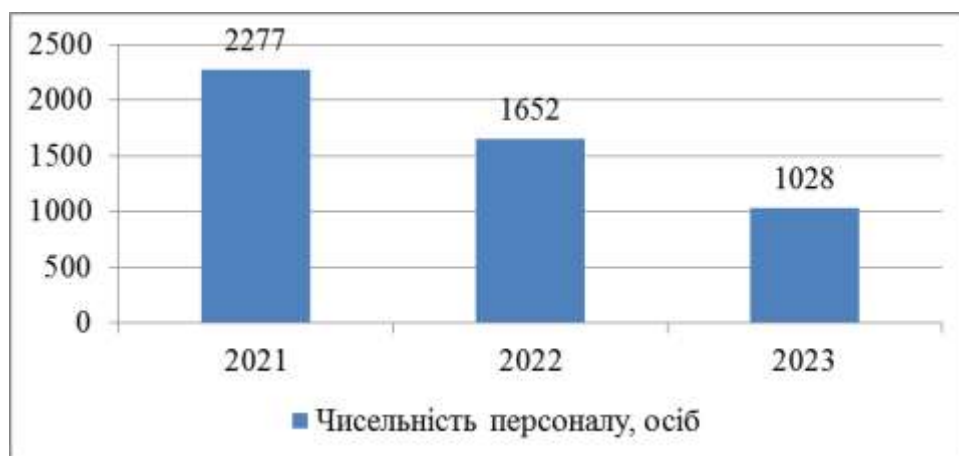


Рис. 2.1. Динаміка чисельності персоналу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. (осіб)

Джерело: побудовано на основі [28; 29]

За період з 2021 по 2023 роки чисельність персоналу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» значно зменшилась. У 2021 році підприємство нараховувало 2277 осіб, що відображає стабільну кадрову базу. Однак у 2022 році чисельність персоналу знизилась до 1652 осіб, що становить скорочення на 625 осіб або 27,5%. Це зниження зумовлене економічними наслідками війни, падінням виробничих показників та необхідністю оптимізації витрат. У 2023 році кількість працівників знизилась ще більше, до 1028 осіб, що становить зменшення на 624 особи, або 37,8% порівняно з попереднім роком. Таке різке зменшення чисельності персоналу обумовлене кількома факторами, головними серед яких є мобілізація працівників та необхідність скорочення витрат через зниження обсягів виробництва і нестабільність на ринку. Мобілізація, що стала необхідністю під час війни, призвела до значних кадрових втрат, оскільки значна частина працівників була призвана до армії. Водночас багато співробітників змушені були залишити підприємство через погіршення умов праці, зниження заробітних плат та незадоволеність поточними умовами [28].

Загалом, динаміка чисельності персоналу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. демонструє негативну тенденцію, яка є відображенням впливу війни на економічну діяльність підприємства. Різке скорочення персоналу в 2022 та 2023 роках, ймовірно, пов'язане з мобілізацією, економічною нестабільністю, скороченням обсягів виробництва та іншими факторами, спричиненими воєнним конфліктом. Для підтримки діяльності підприємства та його подальшого розвитку важливо впроваджувати стратегії, спрямовані на оптимізацію витрат та залучення кваліфікованих кадрів, зокрема через адаптацію до нових умов праці та розвитку дистанційних форм роботи [28].

ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» є яскравим прикладом ефективного управління та інноваційного підходу в агропромисловому секторі України. Підприємство займає провідні позиції на ринку завдяки інтегрованій моделі виробництва, високому рівню сертифікації та стратегічному управлінню. Впровадження міжнародних стандартів, таких як ISO та FSSC, забезпечує високу конкурентоспроможність продукції та розширення експортних можливостей.

Успішна діяльність компанії сприяє зміцненню агропромислового потенціалу країни та відповідає сучасним вимогам глобального ринку [28]. Використовуючи фінансову звітність ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ» (додатки В-Ж) [30], проаналізуємо активи підприємства (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Динаміка активів ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр., тис. грн

Показники	Станом на 31.12.			Відхилення 2023 до 2021 рр.	
	2021	2022	2023	Тис. грн	Темп приросту, %
1	2	3	4	5	6
I. Необоротні активи					
Нематеріальні активи	18915	15874	13189	-5726	-30,27
первісна вартість	30006	30468	30473	467	1,56
накопичена амортизація	11091	14594	17284	6193	55,84
Незавершені капітальні інвестиції	81259	108869	115241	33982	41,82
Основні засоби	4343708	4221498	4032652	-311056	-7,16
первісна вартість	5784568	5226830	5193251	-591317	-10,22
знос	1440860	1005332	1160599	-280261	-19,45
Інвестиційна нерухомість	42	0	0	-42	-100,00
Довгострокові біологічні активи	173862	105786	127531	-46331	-26,65
Довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	22370	0	95711	73341	327,85
Інші необоротні активи	53910	0	8980	-44930	-83,34
Усього за розділом I	4694066	95711	4393304	-300762	-6,41
II. Оборотні активи					
Запаси	762772	12739	534744	-228028	-29,89
Виробничі запаси	599451	4560477	314005	-285446	-47,62
Незавершене виробництво	81865	418991	131670	49805	60,84
Готова продукція	81456	233766	89069	7613	9,35
Поточні біологічні активи	531590	140942	471518	-60072	-11,30
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	312926	44283	208493	-104433	-33,37
Дебіторська заборгованість за розрахунками за виданими авансами	36710	218029	15373	-21337	-58,12
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	11	234025	22	11	100,00
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	18930	12243	18741	-189	-1,00
Інша поточна дебіторська заборгованість	565242	21	456501	-108741	-19,24
Гроші та їх еквіваленти	46124	13017	363240	317116	687,53

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4	5	6
Готівка	56	453676	123	67	119,64
Рахунки в банках	46068	266260	363117	317049	688,22
Витрати майбутніх періодів	1602	8	1342	-260	-16,23
Частка перестраховика у страхових резервах	0	0	1590	1590	x
Інші оборотні активи	1098	266252	0	-1098	-100,00
Усього за розділом II	2277005	1033	2071564	-205441	-9,02
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	2	5151	0	-2	-100,00
Баланс	6971073	1622446	6464868	-506205	-7,26

Джерело: побудовано на основі [28; 29]

Загальна вартість активів ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» станом на 31.12.2023 р. зменшилася на 506,2 млн грн (-7,26%) порівняно з 2021 роком, що свідчить про скорочення ресурсної бази підприємства. Це скорочення є наслідком значного зниження вартості як необоротних, так і оборотних активів. Загальна сума необоротних активів ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за аналізований період зменшилася на 300,8 млн грн (-6,41%), що відображає негативну тенденцію у стабільності довгострокових ресурсів підприємства. Нематеріальні активи знизилися на 5,7 млн грн (-30,27%) через значне накопичення амортизації (+55,84%).

Незавершені капітальні інвестиції ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. збільшилися на 33,98 млн грн (+41,82%), що свідчить про реалізацію нових проектів, незважаючи на загальне скорочення активів. Основні засоби зазнали скорочення на 311,1 млн грн (-7,16%) у зв'язку зі зменшенням первісної вартості (-10,22%) та амортизації (-19,45%), що пов'язано з продажем активів або їх списанням.

Довгострокові біологічні активи ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. зменшилися на 46,3 млн грн (-26,65%), що свідчить про скорочення виробничих потужностей у сільськогосподарському секторі. Довгострокові фінансові інвестиції ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. показали значне зростання на 73,34 млн грн (+327,85%), що є результатом успішних інвестицій у партнерські підприємства.

Оборотні активи ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. скоротилися на 205,4 млн грн (-9,02%) за рахунок змін у складі короткострокових ресурсів. Запаси ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. зменшилися на 228 млн грн (-29,89%), зокрема виробничі запаси знизилися на 285,4 млн грн (-47,62%), що свідчить про обмежене поповнення сировини. Гроші та їх еквіваленти ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. зросли на 317,1 млн грн (+687,53%), що вказує на посилення фінансової ліквідності підприємства. Поточні біологічні активи ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. зменшилися на 60,1 млн грн (-11,30%), що є негативною ознакою зниження операційної активності. Значне скорочення відбулося також у дебіторській заборгованості, яка знизилася за більшістю категорій (наприклад, за розрахунками за продукцію – на 104,4 млн грн, або -33,37%).

Балансова вартість активів ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. зменшилася до 6464,9 млн грн, що вказує на втрату частини ресурсної бази підприємства, що пов'язано з реорганізацією, оптимізацією активів або впливом зовнішніх факторів, таких як макроекономічна нестабільність.

Аналізуючи динаміку активів ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр., можна зробити кілька важливих висновків. За три роки спостерігається зменшення загального обсягу активів компанії на 7,26%, що свідчить про певні труднощі у фінансовій діяльності підприємства. Зокрема, найбільші зміни відбулися серед необоротних активів, зокрема в зменшенні вартості нематеріальних активів (на 30,27%) та основних засобів (на 7,16%), що обумовлено як зносом, так і зменшенням первісної вартості активів. Водночас компанія досягла значного приросту довгострокових фінансових інвестицій (на 327,85%), що свідчить про певну стратегію зміщення акценту на фінансові активи. Серед оборотних активів найбільш виразні зміни відбулися у розділі «Гроші та їх еквіваленти», де спостерігається значне зростання на 687,53%, що вказує на покращення ліквідності підприємства. Однак зменшення запасів і дебіторської заборгованості свідчить про зниження обсягів виробничої

діяльності та продажів, що потребує уваги в контексті ефективності операційного управління підприємством.

ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» у 2021-2023 роках зазнало скорочення загальних активів, що свідчить про певну стагнацію фінансово-економічного стану підприємства. Скорочення необоротних активів ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. відображає зниження інвестиційної активності, що впливає на довгострокові перспективи розвитку. Негативна динаміка оборотних активів, зокрема запасів та біологічних активів, вказує на зменшення виробничої активності, але зростання грошових коштів покращує ліквідність. Позитивним фактором є зростання довгострокових фінансових інвестицій та збереження високих показників незавершених капітальних інвестицій, що свідчить про зусилля щодо оновлення виробничих потужностей. Для підвищення ефективності діяльності підприємству слід зосередитися на поліпшенні управління основними засобами, оптимізації запасів та активізації виробничої діяльності.

Використовуючи фінансову звітність ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ» (додатки В-Ж) [30], проаналізуємо пасиви підприємства (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Динаміка пасивів ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. (тис. грн)
(побудовано на основі [28; 29])**

Показники	Станом на 31.12.			Відхилення 2023 до 2021 рр.	
	2021	2022	2023	Тис. грн	%, темп
1	2	3	4	5	6
I. Власний капітал					
Зареєстрований (пайовий) капітал	110162	110162	110162	0	0,00
Резервний капітал	27541	27541	27541	0	0,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	4333212	4414406	4892128	558916	12,90
Усього за розділом I	4470915	4552109	5029831	558916	12,50
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення					
Довгострокові кредити банків	119222	0	0		
Інші довгострокові зобов'язання	1169797	493156	406151	-763646	-65,28
Цільове фінансування	287973	275902	267319	-20654	-7,17

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6
Усього за розділом II	1576992	769058	673470	-903522	-57,29
III. Поточні зобов'язання і забезпечення					
Короткострокові кредити банків	131899	0	0	-131899	-100,00
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	120988	528999	281371	160383	132,56
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	197751	128010	124567	-73184	-37,01
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	34044	17000	26076	-7968	-23,41
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування	8517	3698	4893	-3624	-42,55
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці	29539	11507	16121	-13418	-45,42
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1725	2663	1977	252	14,61
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	159781	7615	38798	-120983	-75,72
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	178521	124617	215495	36974	20,71
Поточні забезпечення	41532	25574	40075	-1457	-3,51
Доходи майбутніх періодів	8576	9789	8508	-68	-0,79
Інші поточні зобов'язання	10293	2284	3686	-6607	-64,19
Усього за розділом III	923166	861756	761567	-161599	-17,50
Баланс	6971073	6182923	6464868	-506205	-7,26

Власний капітал підприємства за період 2021-2023 рр. зріс на 12,50%, що свідчить про стабільний фінансовий стан компанії. Найбільший вклад у збільшення капіталу зробив нерозподілений прибуток, який зріс на 12,90% або на 558,9 тис. грн. Зареєстрований (пайовий) капітал та резервний капітал залишились на незмінному рівні, що вказує на відсутність значних змін у структурі власного капіталу компанії.

Динаміка довгострокових зобов'язань і забезпечень ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. демонструє значне скорочення на 57,29%. Зокрема, довгострокові кредити банків були погашені, а інші довгострокові зобов'язання

знизились на 65,28%, що свідчить про зниження фінансової залежності від зовнішніх джерел фінансування. Цільове фінансування також зменшилось на 7,17%, що вказує на стабільність у фінансуванні проектів, проте зниження цього показника пов'язане зі змінами у структурі фінансування підприємства.

Поточні зобов'язання ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. скоротились на 17,50%, що є результатом зменшення поточної кредиторської заборгованості за довгостроковими зобов'язаннями та за товарами, роботами і послугами. Також спостерігається зниження заборгованості з бюджетом та зі страхуванням, що свідчить про покращення фінансового становища підприємства та своєчасне виконання зобов'язань. Однак збільшилась поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків, що є результатом змін в організації внутрішнього обігу коштів підприємства.

На рис. 2.2 наведена структура фінансових ресурсів ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ».



Рис. 2.2. Структура фінансових ресурсів ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. (%) (побудовано на основі [28; 29])

Економічне обґрунтування структури фінансових ресурсів ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. свідчить про позитивні зміни в фінансовій ситуації підприємства, що виявляються через значне збільшення частки власних фінансових ресурсів у загальній структурі. У 2021 році власні фінансові ресурси склали 64,14%, що вже є високим показником, однак в 2022 році цей

показник зріс до 73,62%, а у 2023 році досяг 77,80%. Це свідчить про тенденцію до збільшення самофінансування підприємства, що є індикатором стабільності та фінансової незалежності компанії. Зменшення частки позикових фінансових ресурсів також є позитивним сигналом, що вказує на зниження фінансових ризиків та залежності від зовнішніх кредиторів. Якщо у 2021 році позикові фінансові ресурси становили 35,86%, то в 2022 році їх частка знизилась до 26,38%, а у 2023 році – до 22,20%. Це зменшення свідчить про покращення фінансового стану підприємства та ефективніше використання власних ресурсів для фінансування своєї діяльності. Загалом, така зміна структури фінансових ресурсів вказує на поступове зростання фінансової стійкості ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», що дозволяє знижувати фінансові ризики та підвищувати конкурентоспроможність на ринку.

Підприємство продовжує зберігати стабільний фінансовий стан, збільшуючи власний капітал, знижуючи довгострокові зобов'язання та ефективно управляючи поточними зобов'язаннями. Зменшення загального балансу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. на 7,26% вказує на певні фінансові труднощі, але збереження високого рівня нерозподіленого прибутку та зниження заборгованості є позитивними показниками. Необхідно звернути увагу на управління поточними зобов'язаннями, особливо щодо внутрішніх розрахунків, що потребує оптимізації фінансових потоків на підприємстві.

У табл. 2.4 представлено аналіз основних показників Звіту про фінансові результати ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. За цей період підприємство зазнало значних змін у фінансових показниках, що відображають як внутрішні, так і зовнішні економічні фактори, включаючи вплив війни на економіку. Динаміка показників за три роки свідчить про значне скорочення чистого доходу від реалізації продукції, що є наслідком зниження обсягів виробництва, а також змін в ринковій ситуації. У той же час, підприємство змогло знизити собівартість реалізованої продукції, що частково сприяло збереженню фінансової стабільності. Окремо варто зазначити позитивну динаміку доходу від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції,

що свідчить про адаптацію підприємства до нових умов ведення господарської діяльності.

Таблиця 2.4

**Динаміка показників Звіту про фінансові результати в
ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. (тис. грн)**

Показники	Роки			Відхилення 2023 до 2021 рр.	
	2021	2022	2023	тис. грн	темп, %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3612225	2857893	2168896	-1443329	-39,96
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	3178620	2427481	2067719	-1110901	-34,95
Валовий прибуток	433605	430412	101177	-332428	-76,67
Інші операційні доходи	486162	103071	856766	370604	76,23
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	165795	1871	733686	567891	342,53
Адміністративні витрати	113373	79725	78466	-34907	-30,79
Витрати на збут	197134	138394	116742	-80392	-40,78
Інші операційні витрати	85749	138692	155796	70047	81,69
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	523511	176672	606939	83428	15,94
Інші фінансові доходи	237688	0	0	-237688	-100,00
Фінансові витрати	232589	214443	72471	-160118	-68,84
Інші витрати	78230	32689	1534	-76696	-98,04
Фінансовий результат до оподаткування	450380	-70460	532934	82554	18,33
Чистий прибуток (збиток)	450380	-70460	532934	82554	18,33
Елементи операційних витрат					
Матеріальні затрати	2087643	1398398	1105308	-982335	-47,05
Витрати на оплату праці	537014	346660	315632	-221382	-41,22
Відрахування на соціальні заходи	115531	75237	65547	-49984	-43,26
Амортизація	199135	198369	195530	-3605	-1,81
Інші операційні витрати	517839	463649	352460	-165379	-31,94
Разом операційних витрат	3457162	2482313	2034477	-1422685	-41,15

Джерело: побудовано на основі [28; 29]

За період з 2021 по 2023 рік спостерігається значне зниження чистого доходу від реалізації продукції на 39,96%, що дорівнює 1443 329 тис. грн, що є

результатом зниження попиту на продукцію, зміни в конкурентному середовищі або змін у виробничих потужностях підприємства. Зменшення доходу є важливим показником, який вимагає негайного реагування та пошуку шляхів для відновлення обсягів реалізації.

Собівартість реалізованої продукції ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. також знизилася на 34,95% або 1 110 901 тис. грн. Це зменшення вартості виробництва свідчить про ефективні заходи зі зниження витрат, такі як оптимізація технологічних процесів або скорочення непотрібних витрат. Однак собівартість знижена більшою мірою, ніж доходи, що позитивно впливає на результативність підприємства, хоча обсяг чистого прибутку залишився низьким.

Валовий прибуток ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. значно знизився на 76,67% або 332428 тис. грн. Це зниження вказує на серйозні проблеми в управлінні витратами або в результатах виробничої діяльності, які не компенсуються скороченням собівартості продукції. Валовий прибуток, як важливий показник рентабельності, залишає значний простір для покращення.

Вартість інших операційних доходів ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. значно зросла на 76,23% або 370604 тис. грн. Це є позитивним моментом, оскільки підприємство змогло компенсувати зниження основних доходів шляхом збільшення доходів від інших операцій, що пов'язано з реалізацією додаткових послуг, продукції або активів, що в свою чергу підтримало фінансову стійкість компанії.

Дохід від первісного визнання біологічних активів ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. значно зріс у 2023 році порівняно з попередніми роками (342,53%). Це сталося завдяки зростанню вартості біологічних активів або сільськогосподарської продукції, що є важливим чинником для компанії, яка займається агропромисловою діяльністю.

Адміністративні витрати ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. зменшилися на 30,79% або 34907 тис. грн, що свідчить про ефективне управління витратами та оптимізацію організаційних процесів. Витрати на збут

також знизилися на 40,78% або 80392 тис. грн, що вказує на зниження витрат на маркетинг, рекламу та інші витрати, пов'язані з продажами.

Витрати на фінансову діяльність ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. знизились на 68,84%, що свідчить про зниження відсоткових ставок або зменшення заборгованості, що позитивно позначилося на фінансовому результаті. Однак відсутність інших фінансових доходів у 2023 році є негативним фактором, який потребує уваги.

Чистий прибуток у 2023 році зріс на 18,33% або 82 554 тис. грн у порівнянні з 2021 роком, що свідчить про позитивну динаміку в кінцевому фінансовому результаті. Хоча підприємство зазнало збитків у 2022 році, у 2023 році воно змогло досягти значного відновлення, що є позитивним знаком.

Загальна сума операційних витрат ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. знизилася на 41,15% або 1422685 тис. грн, що вказує на ефективну стратегію зниження витрат та оптимізації витратних статей. Це включає значне скорочення матеріальних витрат (-47,05%), витрат на оплату праці (-41,22%) та відрахувань на соціальні заходи (-43,26%).

ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» зіткнулося зі значним зменшенням чистого доходу від реалізації продукції на 39,96%, що є основним негативним фактором у звітності підприємства. Проте, скорочення собівартості продукції та операційних витрат дозволило зберегти деяку рентабельність. Зростання доходів від інших операцій і доходу від первісного визнання біологічних активів також сприяло поліпшенню фінансових результатів підприємства. Важливим досягненням є зниження фінансових витрат і збільшення чистого прибутку в 2023 році, що свідчить про можливість відновлення фінансової стійкості компанії. Проте, для подальшого стабільного розвитку підприємству необхідно зосередитися на відновленні обсягів реалізації продукції та пошуку нових джерел доходу.

Розрахунок коефіцієнтів фінансового стану ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. наведений у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**Коефіцієнти фінансового стану ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ» за
2021-2023 рр.**

Показник	2021	2022	2023
Коефіцієнт поточної ліквідності	2,47	1,88	2,72
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,05	0,31	0,48
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,64	1,40	2,02
Коефіцієнт автономії	0,64	0,74	0,78
Рентабельність активів (ROA), %	6,46	-1,14	8,24
Рентабельність власного капіталу (ROE), %	10,10	-1,55	11,12
Чиста маржа	0,12	-0,02	0,25
Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом	0,95	1,00	1,14
Коефіцієнт заборгованості	0,13	0,14	0,12

Джерело: побудовано на основі [28; 29]

Коефіцієнт поточної ліквідності показує здатність підприємства покрити свої короткострокові зобов'язання за рахунок оборотних активів. У 2021 році цей коефіцієнт становив 2,47, що є гарним показником, оскільки вказує на здатність підприємства покривати свої поточні зобов'язання в 2,5 рази більше, ніж має оборотних активів. У 2022 році коефіцієнт знизився до 1,88, що свідчить про зменшення ліквідності підприємства, але все ще в межах нормальних значень (більше 1). В 2023 році коефіцієнт знову підвищився до 2,72, що вказує на відновлення ліквідності підприємства та покращення його здатності виконувати короткострокові зобов'язання.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності демонструє здатність підприємства покрити свої поточні зобов'язання лише найбільш ліквідними активами (грошові кошти, короткострокові фінансові вкладення). У 2021 році цей коефіцієнт був дуже низьким – 0,05, що вказує на те, що підприємство не мало достатньо грошових коштів для покриття своїх зобов'язань. В 2022 році цей показник зріс до 0,31, що свідчить про покращення ситуації, але все ще не є ідеальним. У 2023 році коефіцієнт підвищився до 0,48, що вказує на значне покращення ліквідності підприємства та здатність покривати близько половини своїх короткострокових зобов'язань найбільш ліквідними активами.

Коефіцієнт швидкої ліквідності показує здатність підприємства покривати свої поточні зобов'язання за допомогою швидко ліквідних активів (грошових коштів, дебіторської заборгованості, товарів на складі). У 2021 році цей коефіцієнт був на рівні 1,64, що вказує на достатньо високу здатність покрити поточні зобов'язання без залучення запасів. У 2022 році коефіцієнт знизився до 1,40, що свідчить про зменшення ліквідності підприємства. В 2023 році цей показник піднявся до 2,02, що свідчить про відновлення фінансової стійкості підприємства та здатність покривати поточні зобов'язання навіть за умов зменшення запасів.

Коефіцієнт автономії характеризує частку власного капіталу в загальному обсязі капіталу підприємства. У 2021 році коефіцієнт автономії становив 0,64, що означає, що 64% від загального капіталу складали власні кошти підприємства, що є хорошим показником фінансової стабільності. У 2022 році коефіцієнт зріс до 0,74, що свідчить про збільшення частки власного капіталу і покращення фінансової стійкості. В 2023 році показник зріс до 0,78, що свідчить про ще більшу залежність підприємства від власних коштів та покращення його фінансової автономії.

Рентабельність активів показує, скільки чистого прибутку генерується на кожну одиницю активів підприємства. У 2021 році цей показник становив 6,46%, що свідчить про досить високий рівень ефективності використання активів. У 2022 році рентабельність активів була негативною (-1,14%), що вказує на збитки та неефективне використання активів. В 2023 році цей показник зріс до 8,24%, що є позитивною динамікою і свідчить про значне покращення ефективності використання активів підприємства.

Рентабельність власного капіталу показує, який прибуток підприємство отримує на кожну одиницю власного капіталу. У 2021 році цей коефіцієнт становив 10,10%, що вказує на хорошу рентабельність власного капіталу. У 2022 році цей показник був негативним (-1,55%), що відображає збитковість підприємства. В 2023 році рентабельність власного капіталу зрісла до 11,12%, що свідчить про значне відновлення фінансових результатів підприємства.

Чиста маржа є показником, який характеризує частку чистого прибутку в загальних доходах підприємства. У 2021 році цей показник становив 0,12, що вказує на досить низьку прибутковість від основної діяльності. У 2022 році чиста маржа знизилася до -0,02, що свідчить про збитковість підприємства. В 2023 році цей показник зріс до 0,25, що є суттєвим покращенням і вказує на високу ефективність діяльності підприємства.

Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом показує, наскільки добре власний капітал покриває необоротні активи. У 2021 році цей коефіцієнт був на рівні 0,95, що свідчить про покриття власним капіталом більшої частини необоротних активів. У 2022 році коефіцієнт збільшився до 1,00, що показує, що власний капітал вже повністю покриває необоротні активи. У 2023 році цей показник зріс до 1,14, що вказує на покращення фінансової стійкості підприємства.

Коефіцієнт заборгованості характеризує частку зовнішніх зобов'язань підприємства в загальному капіталі. У 2021 році цей коефіцієнт становив 0,13, що свідчить про низьку залежність від позикових коштів. У 2022 році коефіцієнт зріс до 0,14, що вказує на невелике збільшення заборгованості. У 2023 році цей коефіцієнт знову знизився до 0,12, що свідчить про зниження рівня заборгованості та поліпшення фінансової стійкості підприємства.

ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» продемонстрував покращення фінансових показників у 2023 році після значних труднощів у 2022 році. Позитивні зміни спостерігаються у рентабельності активів і власного капіталу, що свідчить про ефективніше використання ресурсів і відновлення прибутковості. Збільшення коефіцієнтів ліквідності в 2023 році вказує на покращення здатності підприємства покривати свої короткострокові зобов'язання. Загалом, підприємство має позитивну динаміку у відновленні фінансової стабільності, однак для підтримання цього тренду необхідно зберігати фокус на підвищенні прибутковості та зменшенні заборгованості.

Отже, проведений аналіз ресурсного потенціалу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за останні три роки виявив зменшення загальної вартості активів компанії на

7,26% порівняно з 2021 роком, що свідчить про скорочення ресурсної бази підприємства. Зокрема, необоротні активи знизилися на 6,41%, що відображає негативні зміни у стабільності довгострокових ресурсів. Значне скорочення вартості нематеріальних активів та інвестиційної нерухомості, а також зменшення обсягів запасів і дебіторської заборгованості свідчать про необхідність коригування фінансової та операційної стратегії підприємства для забезпечення стабільного розвитку. Збільшення грошових коштів та покращення ліквідності можуть стати ключовими факторами для покращення фінансової стійкості і здатності реагувати на ринкові виклики. У зв'язку з цим, «АПК-ІНВЕСТ» потребує вдосконалення управління активами, зокрема в частині оптимізації використання оборотних і довгострокових ресурсів, для забезпечення сталого зростання та конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародному ринках.

2.2. Аналіз формування та реалізації цінової політики на підприємстві ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»

Цінова політика є одним із ключових елементів стратегічного управління підприємством, оскільки саме ціна визначає конкурентоспроможність продукції на ринку, рівень прибутковості та стабільність діяльності компанії. У сучасних умовах формування ефективної цінової політики стає особливо важливим через значний вплив макроекономічних чинників, зокрема інфляції, коливання валютного курсу, зростання собівартості виробництва, а також змін попиту і пропозиції. У 2021-2023 рр. ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» зіткнулося з низкою економічних викликів, спричинених інфляційними процесами, зростанням витрат на сировину, енергоносії та логістику, а також геополітичними ризиками, пов'язаними із війною в Україні.

Аналіз динаміки середніх цін на продукцію є важливим елементом оцінки цінової політики підприємства. У ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» протягом 2021-2023 років відбулися суттєві зміни в ціноутворенні, що відображає вплив

економічних факторів, зокрема інфляції, підвищення витрат на виробництво, а також змін на ринку попиту та пропозиції. Дані табл. 2.6 демонструють зростання середніх цін на всі категорії продукції, що є реакцією підприємства на зовнішні виклики та необхідністю збереження конкурентоспроможності й рентабельності. У цьому аналізі буде оцінено причини та наслідки такого зростання для підприємства.

Динаміка середніх цін на продукцію ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 роки свідчить про суттєве зростання цін на всі види продукції. Середня ціна на основну продукцію збільшилася з 500 тис. грн/од. у 2021 році до 780 тис. грн/од. у 2023 році, що становить приріст на 56%. Це зростання обумовлене підвищенням собівартості через зростання витрат на сировину, енергоносії та логістику, а також адаптацією до загального рівня інфляції.

Таблиця 2.6

**Динаміка середніх цін на продукцію ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за
2021-2023 рр. (тис. грн/од.) (побудовано на основі [28; 29])**

Показник	2021	2022	2023	Відхилення 2023 до 2021 (темп, %)
Середня ціна на основну продукцію (загалом)	500	650	780	56,00
Середня ціна на сільськогосподарську продукцію	480	620	750	56,25
Середня ціна на продукцію переробки	520	680	800	53,85

Сільськогосподарська продукція показала подібну динаміку: ціни зросли з 480 тис. грн/од. у 2021 році до 750 тис. грн/од. у 2023 році (+56,25%), що пов'язано з підвищенням попиту на базові аграрні товари та обмеженням пропозиції через кризові явища в агропромисловому секторі, спричинені війною та зменшенням доступних земель для обробки. Продукція переробки зазнала зростання цін з 520 тис. грн/од. до 800 тис. грн/од. (+53,85%). Попри високу додану вартість, даний сегмент був підданий впливу зростання витрат на енергоносії та транспортування. Проте збереження стабільного попиту дозволило підприємству встановлювати ціни, що враховують збільшені витрати. Динаміка середніх цін на продукцію ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» у 2021-

2023 роках відображає стратегічну адаптацію підприємства до змін економічного середовища, спричинених війною, інфляцією та коливаннями на ринках сировини й енергоносіїв. Зростання цін на всі категорії продукції дозволило частково компенсувати зростання витрат і зберегти фінансову стійкість. Однак, така тенденція вимагає подальшої оптимізації виробничих процесів і витрат, щоб уникнути втрати конкурентоспроможності через надмірне підвищення цін.

Цінова політика підприємства безпосередньо залежить від структури витрат на виробництво продукції. Витрати на сировину та матеріали, оплату праці, енергоносії та інші витрати, такі як амортизація, транспорт та обслуговування, є основними елементами, які впливають на формування кінцевої ціни на продукцію. Для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» аналіз цих витрат за період з 2021 по 2023 рік дозволяє оцінити, як зміни в економічних умовах, в тому числі під впливом інфляції та зовнішніх факторів, вплинули на стратегічні рішення підприємства щодо ціноутворення (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Структура витрат на виробництво продукції ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. (побудовано на основі [28; 29])

За період з 2021 по 2023 рік структура витрат на виробництво продукції ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» показала певні зміни, які відображають вплив як

внутрішніх, так і зовнішніх факторів. Зокрема, витрати на сировину та матеріали збільшили свою частку з 45% у 2021 році до 48% у 2023 році, що пов'язане з підвищенням вартості сировини на світових ринках, а також з нестабільною ситуацією в Україні, що спричиняє дефіцит деяких матеріалів. Зростання витрат на енергоносії – з 15% у 2021 році до 20% у 2023 році – є наслідком глобальних коливань цін на енергоресурси, що в свою чергу збільшує собівартість продукції.

Зниження частки витрат на оплату праці з 30% у 2021 році до 27% у 2023 році свідчить про певну оптимізацію витрат на персонал, можливо через автоматизацію виробничих процесів або зменшення чисельності працівників. Водночас зменшення частки інших витрат, таких як амортизація, транспорт та обслуговування, з 10% у 2021 році до 5% у 2023 році, є результатом удосконалення логістичних процесів або зниження витрат на обслуговування техніки завдяки її ефективнішому використанню.

Аналіз структури витрат на виробництво продукції ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 роки свідчить про те, що підприємство змогло адаптуватися до змін економічної ситуації, зберігаючи певну стабільність у своїх витратах. Зокрема, зростання частки витрат на сировину та енергоносії вимагає коригування цінової політики з урахуванням підвищення собівартості продукції. У той же час, зменшення витрат на оплату праці та інші операційні витрати дозволяє зберігати конкурентоспроможність підприємства. Тому в умовах змінної економічної ситуації необхідно забезпечити баланс між витратами та цінами, щоб зберегти фінансову стабільність і прибутковість компанії.

Аналіз впливу інфляції та зовнішніх факторів на цінову політику підприємства є ключовим для розуміння змін в економічній стратегії ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» у 2021–2023 роках. Під час цього періоду підприємство зіткнулося з істотними економічними викликами, пов'язаними із зростанням інфляції, значним коливанням валютного курсу та геополітичними ризиками, зокрема війною в Україні. Такі умови значно вплинули на формування цінової

політики та рентабельність діяльності, вимагаючи гнучкості та адаптації до швидкозмінного ринкового середовища (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Вплив інфляції та зовнішніх факторів на формування цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр.

Показник	2021.	2022	2023	Відхилення 2023 до 2021 (%)
Річна інфляція (%)	8	12	15	87,50
Зміна курсу валют (грн/долар США)	27,0	29,5	38,0	40,74
Вплив геополітичної ситуації на ціни	Невеликий	Значний	Критичний	-

Джерело: побудовано на основі [28; 29]

Протягом 2021-2023 рр. інфляція в Україні суттєво зросла, досягнувши 15% у 2023 році порівняно з 8% у 2021 році, що становить приріст на 87,5%. Зростання цін на сировину, енергоносії та інші витрати спричинило значний тиск на собівартість продукції, що змусило підприємство відповідно підвищувати кінцеві ціни. Інфляція, як основний економічний чинник, стала одним із найбільших викликів для підтримання конкурентоспроможності.

Зміна валютного курсу також мала суттєвий вплив. Якщо в 2021 році курс гривні до долара США становив 27 грн, то в 2023 році він зріс до 38 грн (+40,74%). Це призвело до подорожчання імпортованих сировини, обладнання та енергоресурсів. Динаміка валютного курсу значно вплинула на вартість продукції, особливо для експортних операцій, що змусило підприємство переглядати свої ціни.

Геополітична ситуація у 2022–2023 роках, зокрема початок повномасштабної війни, мала критичний вплив на формування цінової політики. Війна спричинила перебої в постачанні, транспортній логістиці та енергозабезпеченні. Зростання витрат у цих сферах вимагало адаптації цін для збереження фінансової стабільності підприємства. Водночас значний попит на сільськогосподарську продукцію як стратегічний ресурс дозволив компенсувати частину втрат.

Аналіз впливу інфляції, валютних коливань і геополітичної ситуації на цінову політику ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. показав, що підприємство успішно адаптувалося до викликів, зберігаючи свою діяльність в умовах кризи. Високий рівень інфляції та зростання валютного курсу суттєво вплинули на підвищення собівартості продукції, тоді як геополітичні ризики створили додатковий тиск на операційні витрати. У відповідь підприємство здійснило низку стратегічних заходів, зокрема оптимізацію витрат і коригування цінової політики, що дозволило підтримати рентабельність. У майбутньому підприємству важливо посилювати фінансову стійкість через диверсифікацію постачальників, оптимізацію логістичних процесів та впровадження інноваційних технологій.

Ефективність цінової політики є ключовим чинником забезпечення фінансової стійкості та конкурентоспроможності підприємства, особливо в умовах нестабільного ринкового середовища. Для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» період 2021-2023 рр. був позначений суттєвими викликами, зумовленими інфляцією, зміною споживчого попиту, війною в Україні та іншими економічними факторами. У табл. 2.8 представлені основні показники, які дозволяють оцінити ефективність цінової політики підприємства за цей період.

Таблиця 2.8

**Оцінка ефективності цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за
2021-2023 рр. (побудовано на основі [28; 29])**

Показник	2021	2022	2023	Відхилення 2023 до 2021 (%)
Рентабельність продажів (%)	12	15	10	-16,67
Динаміка обсягів продажу (тис. грн)	3612225	2857893	2168896	-39,96
Частка продукції з високою доданою вартістю (%)	40	45	50	25,00

Рентабельність продажів за період 2021-2023 рр. знизилася з 12% до 10%, що становить падіння на 16,67%. Це свідчить про збільшення витрат, які не завжди вдавалося компенсувати підвищенням цін. Одним із чинників зниження рентабельності було загальне падіння обсягів продажу на 39,96%, яке з 2021

року зменшилося з 3612225 тис. грн до 2168896 тис. грн у 2023 році. Це падіння пояснюється впливом війни, порушенням логістичних ланцюгів та обмеженням доступу до деяких ринків. Водночас частка продукції з високою доданою вартістю зросла з 40% у 2021 році до 50% у 2023 році (+25%). Це демонструє успішність стратегії підприємства щодо переорієнтації на продукцію, яка приносить більший прибуток, навіть за умов загального скорочення обсягів виробництва. Підвищення частки такої продукції допомогло частково компенсувати втрати від зменшення обсягів продажу.

Оцінка ефективності цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. демонструє, що підприємство активно адаптувалося до складних економічних умов. Хоча рентабельність продажів і обсяги реалізації знизилися через високі витрати та вплив зовнішніх факторів, орієнтація на продукцію з високою доданою вартістю стала позитивним елементом стратегії. У майбутньому підприємству доцільно зосередитися на оптимізації витрат, удосконаленні виробничих процесів та розширенні асортименту продукції з високою доданою вартістю. Також важливим є використання інноваційних підходів до формування цінової політики, щоб зберегти конкурентоспроможність і забезпечити фінансову стабільність в умовах нестабільного ринку.

Цінова політика є одним з основних елементів стратегічного управління підприємством, оскільки вона безпосередньо впливає на конкурентоспроможність і фінансові результати діяльності компанії. Для агропромислового підприємства, такого як ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», ефективна цінова політика є надзвичайно важливою в умовах нестабільності, спричиненої економічною кризою, війною та зовнішніми шоками. У сучасних умовах, коли підприємства зіштовхуються з високою невизначеністю і змінами на ринку, необхідно враховувати внутрішні та зовнішні чинники, які можуть впливати на формування та реалізацію цінової політики. Одним із інструментів для систематичного оцінювання цих факторів є SWOT-аналіз, який допомагає

визначити сильні та слабкі сторони цінової політики підприємства, а також можливості і загрози, що виникають в умовах війни (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

**SWOT-аналіз ефективності формування та реалізації цінової
політики на підприємстві ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»
(побудовано на основі [28; 29])**

Сильні сторони	Слабкі сторони
– ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» має гнучку структуру управління, яка дозволяє оперативно реагувати на зміни в попиті та змінювати ціни відповідно до коливань на ринку. У період війни це дозволяє швидше адаптувати цінову політику до нових реалій. – Сприятливі умови для формування конкурентних цін дозволяють підприємству зберігати постійні контрактні відносини з основними партнерами, що забезпечує стабільність продажів. – ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» пропонує продукцію високої якості, що дає можливість встановлювати цінову премію на ринку та зміцнювати позиції на конкурентних ринках.	– Збільшення цін на енергоносії та сировину через економічну ситуацію та війни призводить до підвищення собівартості продукції. Це ускладнює утримання конкурентних цін при зростаючих витратах. – В умовах війни важко передбачити зміни попиту, що ускладнює точне визначення цінової політики. Споживчий попит може змінюватися на тлі коливань валютних курсів, підвищення цін на продукти чи дефіциту сировини. – ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» залежить від постачальників сировини, що можуть збільшувати свої ціни через економічні проблеми, а також через перебої в ланцюгах поставок унаслідок війни.
Можливості	Загрози
– Впровадження новітніх технологій може значно знизити витрати на виробництво та дозволити коригувати ціни без втрати якості продукції. Інвестиції в автоматизацію дозволяють знизити залежність від людських ресурсів, що важливо в умовах дефіциту робочої сили через війну. – Враховуючи потребу в продовольстві на внутрішньому ринку, ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» може реалізувати стратегію фокусування на національному попиті, що дозволить знизити залежність від зовнішніх ринків, які можуть бути закриті через бойові дії. – Зростання споживчого інтересу до екологічно чистих та органічних продуктів дає можливість підприємству запровадити диференційовану цінову політику, де екологічно чиста продукція матиме вищу ціну.	– Війна створює проблеми з постачанням сировини, збільшенням вартості транспортування та блокуванням традиційних логістичних маршрутів, що може призвести до зростання витрат і неможливості утримувати низькі ціни. – В умовах економічної нестабільності через війну спостерігається значне зниження купівельної спроможності населення, що може призвести до зниження попиту на продукцію, особливо в сегменті масових товарів. – Війна може спричинити різкі коливання валютних курсів, що в свою чергу впливає на імпортні ціни на сировину та компоненти для виробництва, збільшуючи витрати і ускладнюючи формування стабільної цінової політики.

SWOT-аналіз формування та реалізації цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» демонструє, що підприємство має значний потенціал для адаптації своєї цінової стратегії в умовах війни. Сильними сторонами є здатність до швидкої адаптації, збереження партнерських відносин та високий рівень якості продукції. Однак внутрішні слабкості, такі як висока собівартість і складність прогнозування попиту в умовах війни, можуть значно ускладнити процес формування стабільної цінової політики. Для подолання загроз і використання

можливостей, підприємству варто інвестувати в новітні технології, розширювати присутність на внутрішньому ринку та активно працювати з екологічними аспектами продукції. Врахування змін на ринку, а також ефективне управління витратами і постачаннями, дозволить ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» зберегти конкурентоспроможність навіть в умовах кризових ситуацій та війни.

Цінова стратегія підприємства є важливим інструментом для забезпечення його конкурентоспроможності та прибутковості. ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», що здійснює діяльність у галузі агропромислового комплексу, має широкий спектр видів діяльності, зокрема вирощування зернових та бобових культур, розведення свиней, виробництво м'яса та кормів для тварин, а також змішане сільське господарство та оптову торгівлю живими тваринами. Кожен із цих напрямків має свою специфіку, яка визначає підхід до формування цінової політики. Оцінка поточної цінової стратегії є необхідною для того, щоб зрозуміти, як підприємство реагує на ринкові умови і наскільки ефективно використовує наявні можливості для максимізації прибутку.

Таблиця 2.10

**Характеристика поточної цінової стратегії ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»
залежно від видів продукції**

Основні види діяльності	Цінова стратегія	Особливості формування цін
Вирощування зернових та бобових культур	Конкурентна ціна на основі собівартості та попиту	Ціни визначаються на основі середнього ринкового рівня та витрат на вирощування
Розведення свиней	Престижна ціна для високоякісної продукції	Ціноутворення на базі витрат на корм та ветеринарні послуги, з урахуванням якості продукції
Виробництво м'яса та готових кормів для тварин	Диференційована ціна в залежності від типу продукції	Встановлення преміальних цін на корм та м'ясні продукти з високими споживчими властивостями
Змішане сільське господарство	Сбалансована ціна з урахуванням витрат на різні види продукції	Враховуються всі витрати на різні види сільськогосподарської діяльності
Оптова торгівля живими тваринами	Гнучка ціна з акцентом на обсяги закупки	Стратегія цін для оптових клієнтів з урахуванням обсягів покупок та конкурентного середовища

Джерело: побудовано на основі [28; 29]

Цінова стратегія ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» в кожному з видів діяльності базується на різних підходах, що відповідають специфіці виробничого процесу і ринковим умовам. У вирощуванні зернових та бобових культур основну увагу приділено конкурентному ціноутворенню, яке дозволяє підприємству залишатись конкурентоспроможним на ринку, з огляду на мінливість попиту та обсяги вирощених культур. Ціни на цю продукцію визначаються з урахуванням собівартості та ринкових трендів.

Розведення свиней характеризується застосуванням престижної цінової стратегії. Це пов'язано з високою конкуренцією в даному сегменті ринку, де важливу роль відіграє якість продукції. ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» прагне запропонувати продукцію високої якості, що дозволяє встановлювати ціни, які відповідають вимогам споживачів.

У виробництві м'яса та кормів для тварин використовується диференційована цінова стратегія. Продукція може мати різні ціни в залежності від характеристик – від стандартних до преміальних, що обумовлено її якістю та властивостями. Встановлення таких цін дозволяє підприємству задовольняти різні сегменти ринку.

Змішане сільське господарство, яке включає вирощування різноманітних культур та тварин, потребує збалансованої цінової політики. У цьому випадку важливо врахувати витрати на різні види діяльності, а також змінюваність ринку та ціни на продукцію, залежно від умов.

Оптова торгівля живими тваринами передбачає гнучку цінову політику, яка адаптується до обсягів закупок та умов конкуренції. Ціноутворення в цій сфері визначається в основному обсягами закупленої продукції, що дозволяє підприємству запропонувати вигідні умови для великих оптових клієнтів.

Поточна цінова стратегія ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» є комплексною і гнучкою, що дозволяє ефективно адаптуватися до різних умов ринку. Кожен з видів діяльності підприємства має свою цінову стратегію, що враховує специфіку продукції, витрати на її виробництво та стан ринку. Однак для досягнення максимального ефекту підприємству варто враховувати зовнішні

фактори, такі як економічна ситуація, політична нестабільність і зміни в попиті через війну. Для оптимізації цінової стратегії слід зосередитись на поліпшенні контролю за витратами, а також на підвищенні якості продукції, що дозволить підвищити прибутковість та забезпечити стійку позицію на ринку.

Висновки до другого розділу

1. Аналіз ресурсного потенціалу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» виявив зменшення загальної вартості активів компанії на 7,26% порівняно з 2021 р., що свідчить про скорочення ресурсної бази підприємства. Ннеоборотні активи знизилися на 6,41%, що відображає негативні зміни у стабільності довгострокових ресурсів. Значне скорочення вартості нематеріальних активів та інвестиційної нерухомості, а також зменшення обсягів запасів і дебіторської заборгованості свідчать про необхідність коригування фінансової та операційної стратегії підприємства для забезпечення стабільного розвитку. Збільшення грошових коштів та покращення ліквідності можуть стати ключовими факторами для покращення фінансової стійкості і здатності реагувати на ринкові виклики. «АПК-ІНВЕСТ» потребує вдосконалення управління активами для забезпечення сталого зростання та конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародному ринках.

2. Проведений аналіз формування та реалізації цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. показав, що підприємство адаптується до складних економічних умов, зокрема інфляції, коливання валютного курсу та впливу війни в Україні. У 2021-2023 рр. середні ціни на продукцію підприємства зросли на 53,85–56,25% залежно від категорії продукції. Це стало наслідком підвищення витрат на сировину, енергоносії та логістику, а також загального інфляційного тиску.

3. Основними факторами зростання собівартості стали збільшення витрат на сировину (з 45% до 48% у структурі витрат) та енергоносії (з 15% до 20%). У

той же час, підприємству вдалося знизити частку витрат на оплату праці та інших операційних витрат завдяки оптимізації виробничих процесів.

4. Інфляція, коливання валютного курсу та геополітична ситуація суттєво вплинули на формування цінової політики підприємства. Зростання курсу гривні до долара на 40,74% та інфляційний тиск на рівні 87,5% змусили компанію переглядати свої цінові стратегії для збереження прибутковості. Зростання цін на продукцію дозволило частково компенсувати підвищення собівартості та забезпечити фінансову стабільність. Однак, у довгостроковій перспективі підприємству необхідно зосередитися на впровадженні інновацій для зменшення залежності від зовнішніх факторів та стабілізації цінової політики.

5. Цінова стратегія ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» в кожному з видів діяльності базується на різних підходах, що відповідають специфіці виробничого процесу і ринковим умовам. Так у вирощуванні зернових та бобових культур основну увагу приділено конкурентному ціноутворенню, яке дозволяє підприємству залишатись конкурентоспроможним на ринку, з огляду на мінливість попиту та обсяги вирощених культур. Ціни на цю продукцію визначаються з урахуванням собівартості та ринкових трендів. Розведення свиней характеризується застосуванням престижної цінової стратегії, що пов'язане з високою конкуренцією в даному сегменті ринку, де важливу роль відіграє якість продукції. ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» прагне запропонувати продукцію високої якості, що дозволяє встановлювати ціни, які відповідають вимогам споживачів. У виробництві м'яса та кормів для тварин використовується диференційована цінова стратегія. Продукція може мати різні ціни в залежності від характеристик – від стандартних до преміальних, що обумовлено її якістю та властивостями.

6. Констатовано, що поточна цінова стратегія ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» є комплексною і гнучкою, що дозволяє ефективно адаптуватися до різних умов ринку. Кожен з видів діяльності підприємства має свою цінову політику, що враховує специфіку продукції, витрати на її виробництво та стан ринку. Однак

для досягнення максимального ефекту підприємству варто враховувати зовнішні фактори, такі як економічна ситуація, політична нестабільність і зміни в попиті через війну. Для оптимізації цінової стратегії слід зосередитись на поліпшенні контролю за витратами, а також на підвищенні якості продукції, що дозволить підвищити прибутковість та забезпечити стійку позицію на ринку.

7. Для зміцнення конкурентоспроможності та забезпечення стабільного розвитку у майбутньому підприємству важливо оптимізувати виробничі процеси, інвестувати в технології, що дозволять зменшити витрати на сировину та енергоносії, а також розробити гнучкі підходи до ціноутворення, що враховують змінні економічні умови.

3. ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПрАТ «АПК- ІНВЕСТ»

3.1. Розробка інноваційної стратегії для підприємства ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»

В умовах сучасних викликів, зумовлених військовими діями та глобальними економічними змінами, підвищення конкурентоспроможності діяльності підприємств агропромислового комплексу є критично важливим. ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» як один із провідних представників галузі потребує адаптації до нових ринкових умов, удосконалення цінової політики та впровадження інноваційних рішень. Сучасна агропромислова галузь України стикається з безпрецедентними викликами, пов'язаними з війною. Зокрема, ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», як провідне підприємство у виробництві аграрної продукції, змушене адаптувати свої стратегії до нових умов. Інноваційна стратегія є ключовим інструментом для підвищення конкурентоспроможності, забезпечення стабільності діяльності та підготовки до посткризового відновлення.

Війна спричинила збої в логістичних ланцюгах, зменшення обсягів експорту, обмеження доступу до ринків збуту, а також підвищення витрат на енергоресурси та сировину. Необхідність впровадження інновацій: технологічні інновації, які передбачають використання сучасних методів автоматизації виробництва та точного землеробства; процесні інновації, які передбачають реорганізацію логістики з урахуванням альтернативних шляхів постачання; продуктові інновації, які полягають у розробці нових видів продукції, адаптованих до вимог локальних та міжнародних ринків. Також, варто відзначити, що війна в Україні спричинила серйозні виклики для бізнесу, особливо в агропромисловому секторі. Для підприємств, таких як ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», адаптація до нових умов є не лише питанням виживання, а й

можливістю для сталого розвитку. Аналіз можливостей і загроз в умовах нестабільного середовища дозволяє сформувати ефективну інноваційну стратегію. У цьому контексті особливу увагу слід приділити економічним, технологічним, логістичним, ринковим та екологічним факторам, які суттєво впливають на діяльність підприємства.

Аналізуючи можливості та загрози для інноваційної стратегії ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», слід зазначити, що війна створила як нові перспективи, так і значні ризики. З економічної точки зору, державні програми підтримки, такі як субсидії та гранти, надають підприємству додаткові ресурси для впровадження інновацій. Водночас зниження купівельної спроможності населення стримує розвиток внутрішнього ринку (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Аналіз можливостей та загроз для інноваційної стратегії
ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»**

Фактори	Можливості	Загрози
Економічні	Державні програми підтримки	Зниження купівельної спроможності
Технологічні	Інвестиції у новітні технології	Дефіцит сучасного обладнання
Логістичні	Розвиток альтернативних шляхів експорту	Блокування традиційних маршрутів
Ринкові	Підвищений попит на продовольство на внутрішньому ринку	Втрата міжнародних ринків
Екологічні	Популяризація зелених технологій	Екологічні наслідки військових дій

Джерело: розроблено автором

У технологічній сфері інвестиції у новітні технології, зокрема автоматизацію виробництва та використання точного землеробства, відкривають значні перспективи для підвищення ефективності. Проте дефіцит сучасного обладнання через порушення логістичних ланцюгів ускладнює реалізацію цих планів.

Логістичний компонент має ключове значення. Втрата традиційних маршрутів експорту є серйозною загрозою, але водночас стимулює розвиток

альтернативних шляхів доставки продукції, що дозволяє підприємству диверсифікувати канали збуту.

Ринкові можливості включають підвищений попит на продовольство на внутрішньому ринку, зумовлений зростанням потреб у забезпеченні продовольчої безпеки. Однак втрата доступу до міжнародних ринків негативно позначається на прибутковості та конкурентоспроможності підприємства.

Екологічні фактори також є важливими. Популяризація зелених технологій сприяє зниженню витрат і підвищенню екологічної відповідальності, але військові дії створюють значні екологічні проблеми, що потребують додаткових витрат на їх подолання.

Результати аналізу свідчать про те, що ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» має унікальну можливість використати інновації як інструмент адаптації та розвитку в умовах війни. Основними пріоритетами є впровадження сучасних технологій, диверсифікація логістики, а також розвиток внутрішнього ринку через відповідність екологічним трендам. Однак реалізація інноваційної стратегії потребує ефективного управління ризиками, пов'язаними з економічними, ринковими та технологічними загрозами. У довгостроковій перспективі ця стратегія дозволить підприємству зміцнити свої позиції на внутрішньому ринку і підготуватися до виходу на міжнародну арену після стабілізації ситуації в країні.

Інноваційна стратегія для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» включає:

- Диверсифікацію виробництва: розширення асортименту продукції для внутрішнього ринку.
- Інвестиції в R&D: розробка нових технологій та продуктів.
- Партнерство з міжнародними організаціями: залучення грантів та технологічної допомоги.
- Зелені технології: впровадження енергоефективних рішень.

Реалізація інноваційної стратегії дозволить ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» не лише виживати в умовах війни, але й створювати основи для стійкого розвитку в майбутньому. Основна увага має бути зосереджена на впровадженні

технологічних і процесних інновацій, а також розвитку партнерств і розширенні продуктового портфеля.

Одним із ключових факторів конкурентоспроможності є ефективне управління ресурсами та впровадження інновацій. Для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» пріоритетними завданнями є модернізація виробничих потужностей і використання новітніх технологій, таких як точне землеробство та автоматизація процесів. Це дозволить підвищити продуктивність та якість продукції, що є вагомим конкурентним фактором. Диверсифікація каналів збуту також є важливим напрямом. Втрата традиційних експортних ринків стимулює підприємство до пошуку нових ринкових сегментів як всередині країни, так і за її межами. Використання цифрових платформ для просування продукції та розширення асортименту відповідно до потреб споживачів сприятиме зміцненню позицій підприємства. Розвиток брендингу та маркетингових стратегій також має значний потенціал. Створення сильного бренду на внутрішньому та міжнародному ринках підвищує впізнаваність продукції та лояльність споживачів.

Цінова політика є одним із ключових елементів конкурентоспроможності. В умовах зниження купівельної спроможності населення ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» необхідно впроваджувати гнучкий підхід до ціноутворення. Зокрема, варто застосовувати диференційовану цінову політику залежно від сегмента ринку та обсягів закупівлі.

Важливим є також оптимізація витрат шляхом впровадження ресурсозберігаючих технологій, що дозволить знизити собівартість продукції. Це дасть можливість підприємству зберегти конкурентні ціни навіть за умов економічної нестабільності.

Для підвищення ефективності цінової політики необхідно використовувати аналітичні інструменти, які дозволять враховувати зміни попиту та пропозиції, а також відстежувати цінові тенденції на ринку. Інтеграція таких підходів сприятиме прийняттю обґрунтованих рішень щодо ціноутворення.

Інноваційна стратегія є важливою складовою загального розвитку підприємства, оскільки дозволяє забезпечити його конкурентоспроможність та стійкість на ринку, впроваджуючи новітні технології та методи ведення бізнесу. Для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», яке спеціалізується на агропромисловому секторі, розробка інноваційної стратегії є ключовим елементом для підвищення ефективності виробництва, зниження витрат, оптимізації ресурсів і задоволення потреб ринку. Враховуючи важливість цього процесу для стабільного функціонування компанії, інноваційна стратегія повинна бути розроблена на основі аналізу поточного стану, зовнішніх та внутрішніх факторів, а також стратегічних цілей підприємства (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Складові та інструменти інноваційної стратегії для
ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»**

Етапи розробки стратегії	Завдання	Очікувані результати	Ключові інструменти та технології
1. Аналіз зовнішнього середовища	Оцінка ринкових тенденцій, технологічних змін, економічних та політичних факторів.	Визначення можливостей і загроз для впровадження інновацій.	SWOT-аналіз, PEST-аналіз.
2. Аналіз внутрішніх ресурсів підприємства	Оцінка наявних технологій, організаційної структури, фінансових можливостей.	Оцінка готовності підприємства до інноваційних змін.	Оцінка технологічної готовності, фінансові звіти, ресурси компанії.
3. Формулювання цілей інноваційної стратегії	Визначення пріоритетних напрямків інновацій: автоматизація, екологічні технології, нові продукти.	Створення конкретних і вимірюваних цілей для впровадження інновацій.	Метод SMART для постановки цілей.
4. Розробка плану реалізації інновацій	Визначення етапів впровадження інновацій, ресурсів і бюджетування.	Затвердження плану для поетапного впровадження інноваційних проектів.	Дорожня карта, планування ресурсів, розподіл бюджету.
5. Оцінка результатів та коригування стратегії	Аналіз ефективності впровадження інновацій, коригування стратегії за потреби.	Досягнення встановлених цілей або коригування стратегії.	Ключові показники ефективності (KPI), моніторинг результатів.

Джерело: розроблено автором

Розробка інноваційної стратегії для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» починається з аналізу зовнішнього середовища. Це дозволяє підприємству оцінити актуальні можливості та загрози на ринку, враховуючи технологічні зміни, політичні, економічні та соціальні фактори. Після цього здійснюється аналіз внутрішніх ресурсів підприємства, що дозволяє визначити сильні та слабкі сторони організації, її готовність до впровадження інновацій, а також доступні фінансові та людські ресурси.

Наступним етапом є формулювання конкретних цілей для інноваційної стратегії, що мають бути чітко визначені, вимірювані та досяжні. Використовувати метод SMART дозволяє чітко спланувати реалізацію стратегії і досягнути максимальних результатів за визначений період.

Далі розробляється детальний план реалізації інновацій. Це включає етапи впровадження нових технологій або розробки нових продуктів, що дозволяють значно підвищити ефективність виробництва та знизити витрати. Важливим є також коректне бюджетування та планування ресурсів для забезпечення безперебійної реалізації стратегії.

Останнім етапом є оцінка результатів і, при необхідності, коригування стратегії для досягнення найкращих результатів. Це включає регулярний моніторинг ефективності впроваджених змін за допомогою KPI та іншої аналітики, що дозволяє своєчасно коригувати курс для досягнення максимальних результатів.

Інноваційна стратегія є необхідною умовою для успішного розвитку ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», оскільки дозволяє підприємству зберігати конкурентоспроможність в умовах динамічних змін на ринку. Врахування всіх етапів розробки стратегії – від аналізу зовнішнього середовища до оцінки результатів впровадження – забезпечує комплексний підхід до інноваційного розвитку. Завдяки чітко визначеним цілям та планам реалізації інновацій, підприємство має можливість підвищити ефективність свого виробництва, знижувати витрати та створювати нові конкурентні переваги. Важливим є

постійний моніторинг та адаптація стратегії в умовах змінюваного ринкового середовища.

Отже, підвищення конкурентоспроможності діяльності ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» потребує комплексного підходу, що охоплює модернізацію виробничих процесів, диверсифікацію збуту та впровадження інновацій. Удосконалення цінової політики шляхом оптимізації витрат і впровадження аналітичних інструментів дозволить підприємству залишатися конкурентоспроможним у нестабільних умовах. Застосування запропонованих напрямів розвитку забезпечить стійкість і довгострокову ефективність діяльності підприємства, навіть у складних умовах війни.

3.2. Оцінка ефективності реалізації інноваційної стратегії підприємства та напрями удосконалення цінової політики

Інноваційна стратегія підприємства є ключовим фактором його конкурентоспроможності на ринку. В умовах глобальних змін, зокрема, через економічні та політичні кризові явища, ефективність реалізації цієї стратегії стає визначальною для довгострокового розвитку організації. ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», яке працює в агропромисловому секторі, стикається з численними викликами, пов'язаними з адаптацією до швидко змінюваного ринку. У той же час, удосконалення цінової політики є важливою складовою інноваційної стратегії, оскільки вона безпосередньо впливає на ефективність продажів та прибутковість підприємства.

Інноваційна стратегія ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» спрямована на впровадження нових технологій в аграрне виробництво, розширення асортименту продукції та покращення процесів автоматизації та механізації. Підприємство активно використовує інноваційні методи для зменшення витрат і збільшення продуктивності, зокрема, шляхом впровадження сучасних систем для обробки даних, автоматизації виробничих процесів та поліпшення якості продукції.

Оцінка ефективності цієї стратегії показує позитивні тенденції в деяких аспектах. Наприклад, автоматизація процесів дозволила знизити витрати на виробництво та поліпшити контроль якості, що позитивно вплинуло на репутацію підприємства серед споживачів. Однак, незважаючи на це, рівень інноваційного розвитку ще не досяг повного потенціалу через обмеження у фінансуванні, а також труднощі з постачанням новітнього обладнання, що є результатом зовнішніх економічних факторів, зокрема, війни. Крім того, на ефективність реалізації інноваційної стратегії впливає й інтеграція нових технологій в операційні процеси підприємства, що потребує значних інвестицій та часу для адаптації. Тому важливо продовжувати вдосконалення інноваційної стратегії, зокрема, через партнерства з міжнародними технологічними компаніями та розвиток внутрішніх можливостей для проведення науково-дослідних робіт.

Цінова політика ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» повинна бути гнучкою та адаптивною до змінюваних умов ринку, зокрема в умовах війни, коли фактори зовнішнього середовища можуть значно впливати на ціноутворення. Важливими аспектами є коригування ціни відповідно до попиту, забезпечення конкурентоспроможності продукції та підтримка стабільності на ринку.

Одним із основних напрямів удосконалення цінової політики є диференціація цін в залежності від типу продукції та потреб споживачів. Наприклад, для преміальних товарів, таких як м'ясні продукти високої якості, можна застосовувати стратегію преміум-ціноутворення. Для інших категорій продукції доцільно застосовувати цінові стратегії, засновані на мінімізації витрат, що дозволить підприємству залишатися конкурентоспроможним навіть у періоди економічної нестабільності.

Крім того, варто розглянути можливість застосування системи знижок для оптових клієнтів і довгострокових партнерів, що дозволить збільшити обсяги продажу та забезпечити стабільні грошові потоки. Враховуючи ринкові коливання, підприємству також слід зосередитися на розробці гнучких цінових моделей, які б дозволяли швидко реагувати на зміни у попиті та пропозиції.

Оцінка ефективності реалізації інноваційної стратегії є важливим етапом для розробки подальших бізнес-стратегій підприємства, оскільки вона дозволяє визначити, наскільки успішно виконуються поставлені завдання та досягнуті результати. Для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ», яке активно впроваджує інноваційні технології, оцінка майбутнього періоду (2025-2027 рр.) є важливою для прогнозування результатів та визначення напрямків розвитку в умовах економічної нестабільності, зокрема через війну. Тому важливо спрогнозувати ключові показники ефективності, такі як рентабельність продажів, обсяги продажу та частка продукції з високою доданою вартістю (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Оцінка ефективності реалізації інноваційної стратегії
ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» на майбутній період (розроблено автором)**

Показник	2025 (Прогноз)	2026 (Прогноз)	2027 (Прогноз)	Очікуване відхилення до 2023 р. (%)
Рентабельність продажів (%)	12	14	16	+60%
Динаміка обсягів продажу (тис. грн)	2500000	2800000	3100000	+42,3%
Частка продукції з високою доданою вартістю (%)	55	60	65	+30%

Прогноз показників на майбутні роки, зокрема до 2027 року, ґрунтується на аналізі минулих результатів діяльності ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за період 2021-2023 рр. Відповідно до цих даних, відбулося зниження рентабельності продажів та обсягів продажу, однак спостерігається позитивна динаміка зростання частки продукції з високою доданою вартістю. Прогноз на 2025-2027 рр. передбачає відновлення та зростання усіх ключових показників завдяки активному впровадженню новітніх технологій та інноваційних рішень у виробничі процеси. Оцінка очікуваних показників у 2025-2027 роках враховує можливе покращення економічних умов, адаптацію до нових реалій ринку та адаптацію до нових цінових та технологічних викликів.

Прогнозується відновлення рентабельності до рівня 12% у 2025 році з подальшим зростанням до 16% до 2027 року. Це відбудеться завдяки

ефективному впровадженню інновацій у виробництво та управлінні витратами. Обсяги продажу зростатимуть поступово, з прогнозом на 2025 рік на рівні 2,5 млрд грн, з подальшим зростанням до 3,1 млрд грн до 2027 року. Збільшення обсягів продажу є результатом як покращення продукції, так і більш ефективного виходу на нові ринки, зокрема, внутрішні. Очікується, що частка продукції з високою доданою вартістю буде поступово збільшуватися, досягнувши 65% до 2027 року. Це підтверджує стратегію компанії на фокусування на продукції з високою доданою вартістю, що забезпечить не тільки зростання доходів, а й підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Прогноз оцінки ефективності реалізації інноваційної стратегії ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» на 2025-2027 роки свідчить про позитивну динаміку та можливість відновлення економічних результатів. Зокрема, прогнозується зростання рентабельності продажів, обсягів продажу та частки продукції з високою доданою вартістю. Враховуючи потенційні позитивні зміни в економічній ситуації та адаптацію до нових умов, підприємство зможе покращити свої позиції на ринку, зміцнивши конкурентоспроможність та стабільність у майбутньому.

Висновки до третього розділу

1. Розробка інноваційної стратегії для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» є необхідним кроком для забезпечення конкурентоспроможності та стійкості підприємства в умовах сучасних викликів, зокрема, через війну та глобальні економічні зміни. Ключовими напрямками впровадження інноваційних рішень для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» є диверсифікація виробництва, інвестиції в дослідження та розробки (R&D), партнерства з міжнародними організаціями та впровадження зелених технологій.

2. Оцінка ефективності реалізації інноваційної діяльності ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» виявила позитивні тенденції у напрямку автоматизації виробничих процесів, що призвело до зниження витрат та покращення якості продукції.

Проте для реалізації потенціалу інноваційного розвитку підприємству необхідно подолати фінансові обмеження та інтегрувати новітні технології у виробничі процеси.

3. Обґрунтовані напрями удосконалення цінової політики, зокрема через диференціацію цін та гнучкі цінові моделі (в залежності від типу продукції та потреб споживачів). Так, для преміальних товарів, таких як м'ясні продукти високої якості, рекомендовано застосовувати стратегію преміум-ціноутворення. Для інших категорій продукції доцільно застосовувати цінові стратегії, засновані на мінімізації витрат, що дозволить підприємству залишатися конкурентоспроможним навіть у періоди економічної нестабільності. Застосування системи знижок для оптових клієнтів і довгострокових партнерів сприятиме збільшенню обсягів продажу та забезпечить стабільні грошові потоки, а гнучкі цінові моделі дозволять швидко реагувати на зміни у попиті та пропозиції.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Цінова політика підприємства є важливим інструментом стратегічного управління, оскільки визначає не тільки прибутковість компанії, але й її конкурентоспроможність на ринку. Реалізація цінової політики на підприємствах є складним і багатофакторним процесом, що вимагає постійного моніторингу ринку, аналізу витрат і врахування споживчих вподобань.

2. Врахування всіх факторів, що впливають на цінову політику, допомагає підприємствам забезпечити стійке зростання і розвиток у конкурентному середовищі. Ідентифіковані фактори ціноутворення економічні, технологічні, логістичні, ринкові, соціально-психологічні та підходи до формування цінової політики (гнучкість, адаптивність, орієнтованість на споживача) та систематизовані стратегії формування й реалізації цінової політики на підприємстві (максимізації прибутку, проникнення на ринок, диференціації, психологічного ціноутворення, виведення з ринку, ціни лідера).

3. Аналіз ресурсного потенціалу ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» виявив зменшення загальної вартості активів компанії на 7,26% порівняно з 2021 р., що свідчить про скорочення ресурсної бази підприємства. Необоротні активи знизилися на 6,41%, що відображає негативні зміни у стабільності довгострокових ресурсів. Значне скорочення вартості нематеріальних активів та інвестиційної нерухомості, а також зменшення обсягів запасів і дебіторської заборгованості свідчать про необхідність коригування фінансової та операційної стратегії підприємства для забезпечення стабільного розвитку.

4. Проведений аналіз формування та реалізації цінової політики ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» за 2021-2023 рр. показав, що підприємство адаптується до складних економічних умов, зокрема інфляції, коливання валютного курсу та впливу війни в Україні. У 2021-2023 рр. середні ціни на продукцію підприємства зросли на 53,85–56,25% залежно від категорії продукції.

Основними факторами зростання собівартості стали збільшення витрат на сировину (з 45% до 48% у структурі витрат) та енергоносії (з 15% до 20%). У той же час, підприємству вдалося знизити частку витрат на оплату праці та інших операційних витрат завдяки оптимізації виробничих процесів.

5. Підприємство продемонструвало гнучкість у адаптації до складних економічних умов, зокрема до інфляції, валютних коливань і геополітичних ризиків, що виникли внаслідок війни в Україні. Зростання курсу гривні до долара на 40,74% та інфляційний тиск на рівні 87,5% змусили компанію переглядати свої цінові стратегії для збереження прибутковості. Зростання цін на продукцію дозволило частково компенсувати підвищення собівартості та забезпечити фінансову стабільність.

6. Цінова стратегія ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» в кожному з видів діяльності базується на різних підходах, що відповідають специфіці виробничого процесу і ринковим умовам. Так у вирощуванні зернових та бобових культур основну увагу приділено конкурентному ціноутворенню, яке дозволяє підприємству залишатись конкурентоспроможним на ринку, з огляду на мінливість попиту та обсяги вирощених культур. Ціни на цю продукцію визначаються з урахуванням собівартості та ринкових трендів. Розведення свиней характеризується застосуванням престижної цінової стратегії, що пов'язане з високою конкуренцією в даному сегменті ринку, де важливу роль відіграє якість продукції. ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» прагне запропонувати продукцію високої якості, що дозволяє встановлювати ціни, які відповідають вимогам споживачів. У виробництві м'яса та кормів для тварин використовується диференційована цінова стратегія. Продукція може мати різні ціни в залежності від характеристик – від стандартних до преміальних, що обумовлено її якістю та властивостями.

7. Констатовано, що поточна цінова стратегія ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» є комплексною і гнучкою, що дозволяє ефективно адаптуватися до різних умов ринку. Кожен з видів діяльності підприємства має свою цінову політику, що враховує специфіку продукції, витрати на її виробництво та стан ринку. Однак

для досягнення максимального ефекту підприємству варто враховувати зовнішні фактори, такі як економічна ситуація, політична нестабільність і зміни в попиті через війну. Для оптимізації цінової стратегії слід зосередитись на поліпшенні контролю за витратами, а також на підвищенні якості продукції, що дозволить підвищити прибутковість та забезпечити стійку позицію на ринку.

8. Розробка інноваційної стратегії для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» є необхідним кроком для забезпечення конкурентоспроможності та стійкості підприємства в умовах сучасних викликів, зокрема, через війну та глобальні економічні зміни. Ключовими напрямками впровадження інноваційних рішень для ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» є диверсифікація виробництва, інвестиції в дослідження та розробки (R&D), партнерства з міжнародними організаціями та впровадження зелених технологій.

Оцінка ефективності реалізації інноваційної діяльності ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ» виявила позитивні тенденції у напрямку автоматизації виробничих процесів, що призвело до зниження витрат та покращення якості продукції. Проте для реалізації потенціалу інноваційного розвитку підприємству необхідно подолати фінансові обмеження та інтегрувати новітні технології у виробничі процеси.

9. Обґрунтовані напрями удосконалення цінової політики, зокрема через диференціацію цін та гнучкі цінові моделі (в залежності від типу продукції та потреб споживачів). Так, для преміальних товарів, таких як м'ясні продукти високої якості, рекомендовано застосовувати стратегію преміум-ціноутворення. Для інших категорій продукції доцільно застосовувати цінові стратегії, засновані на мінімізації витрат, що дозволить підприємству залишатися конкурентоспроможним навіть у періоди економічної нестабільності. Застосування системи знижок для оптових клієнтів і довгострокових партнерів сприятиме збільшенню обсягів продажу та забезпечить стабільні грошові потоки, а гнучкі цінові моделі дозволять швидко реагувати на зміни у попиті та пропозиції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабух І. Б. Ціноутворення в системі маркетингового аналізу: теоретичні підходи. *Економічний простір*. 2024. Вип. №. 189. С. 328–332.
2. Бабух І. Б., Фень К. С. Ціноутворення як складова маркетингового аналізу: сучасні підходи. *Економічний простір*. 2024. № 19. С. 280-284.
3. Бучнєв М.М. Маркетингове ціноутворення : навчальний посібник. К.: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2023. 134 с.
4. Вороніна А. В., Іщенко Л. В. Ціна на рівні виробника. *Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць*. Вип. 124. Дніпропетровськ: ДНУ, 2021. с.120-136.
5. Голуб В. В. Сучасна роль ціноутворення у формуванні маркетингової політики в підприємницькій діяльності. *Підприємництво і торгівля*. 2024. № 41. С. 15-20.
6. Гуріна Н. В., Таргонська Л. В. Формування маркетингової політики підприємства як основа вдосконалення системи збуту аграрних підприємств. *Modern Economics*. 2021. Вип. № 29 (2021). С. 82–87.
7. Дергалюк Б. В., Середюк К. М. Методи управління ціновою політикою підприємства. *Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка*. 2024. № 6. URL: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.20> (дата звернення: 03.12.2024)
8. Завербний А., Ніценко Д. Цінові стратегії підприємства: сутність, види, проблеми формування. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-2> (дата звернення: 03.12.2024)
9. Карінцева О. І., Дегтярьова І. Б., Харченко М. О., Долгошеєва О. І., Кіріл'єва А.В. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення

конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*, № 3, 2020. С. 199-211.

10. Кобець В. М., Іванов В. В., Михайлова В. О. Формування політики ціноутворення для готельно-ресторанних комплексів засобами інформаційних технологій. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2020. Вип. 38. С. 105-107.

11. Командровська В. Є., Кривицька Н. Ю., Дудар В. С. Взаємозв'язок ціноутворення та конкурентоспроможності підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2024. Вип. 87. С. 27-34.

12. Кочевой М., Колесник О., Власова Г. Ціноутворення як інструмент маркетингового планування. *Економічний простір*. 2024. № 190. С. 275-279.

13. Красуцький В. В. Вплив регулювання цін щодо окремих видів продовольчих товарів на платоспроможність підприємств, що здійснюють його виробництво та реалізацію. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2024. № 4. С. 252-256.

14. Кузьминчук Н. В., Куценко Т. М., Терованесова О. Ю., Фоменко В. М. Цінова політика підприємств як елемент маркетингового комплексу в системі маркетинг-менеджменту. *Modern Economics*. 2022. Вип. № 31. С. 82–89.

15. Ларка Л.С., Павленко В.В. Ціноутворення в системі економічного управління розвитком бізнесу. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Вип. 2. С. 105–107.

16. Літвінов В. Ю. Ціноутворення в умовах ринку : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 400 с.

17. Луковина А. Використання інноваційних бізнес-технологій підприємствами малого бізнесу. *Політ. Сучасні проблеми науки. Економіка та бізнес-адміністрування в авіації: Тези доповідей XXIV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених*, Київ, 2024, Національний авіаційний університет / Редакційна колегія В. Шульга [та ін.]. К.: НАУ, 2024. С. 116-118.

18. Марчук В. В. Вплив штучного інтелекту на цифровий маркетинг бізнесу. *Маркетингові стратегії стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф.*, м. Київ, 20 кв. 2023р. / Київ. нац. ун-т буд. і архіт., 2023. С. 124-126.

19. Мельник Л. Г., Старченко Л. В., Карінцева О. І. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2020. 240 с.

20. Мирошниченко Г. Б., Марина А. С., Чернишов О. Ю. Тенденції розвитку глобального автомобільного ринку. *Економіка та суспільство*, (59), 2024.

URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3525/3455> (дата звернення: 03.12.2024)

21. Могилевська О., Слободяник А., Данілевська-Жугонісова О. Ключові аспекти ціноутворення як елемент маркетингової політики підприємства. *Економічний аналіз*. 2022. Вип. № 2 (32), С. 140–145.

22. Мольченко В. Динамічне ціноутворення: переваги, види і стратегії. URL: <https://spar.ua/blogs/dinamichne-tsinoutvorennya-perevagi-vidi-i-strategii> (дата звернення: 03.12.2024)

23. Мороз С. В., Мейш А. В., Вовкотруб К. В. Наслідки державного регулювання цін. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 5 (2). С. 114–120.

24. Нагорна О. В., Даляк Н. А., Устенко А. О. Формування цінової політики підприємств у сфері інтернет-маркетингу. *Наукові перспективи*. 2022. № 4 (22). С. 222-233.

25. Нікітін Ю. О. Цифрова парадигма як основа визначень: цифровий бізнес, цифрове підприємство, цифрова трансформація. *Маркетинг і цифрові технології*. 2019. №4. С. 77-87.

26. Нікітіна Т., Богуславський О. Структура визначення цінової стратегії підприємствами готельного бізнесу. *Сучасна інженерія та інноваційні технології*. 2023. № 2 (26-02). С. 118-122.

27. Одреч Д., Момтаз П., Мотузенко Г., Вісмара С. Як війна впливає на розвиток підприємництва: висновки з російсько-українського конфлікту. *Вокс Україна*. 22 травня 2023. URL: <https://voxukraine.org/yak-vijna-vplyvaye-na-rozvytok-pidpryyemnytstva-vysnovky-z-rosijsko-ukrayinskogo-konfliktu> (дата звернення: 03.12.2024).

28. Офіційний сайт ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ». URL: <https://apk-invest.com.ua/> (дата звернення: 03.12.2024)

29. Офіційна фінансова звітність ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ». URL: https://clarity-project.info/edr/34626750/yearly-finances?current_year=2021 (дата звернення: 03.12.2024)

30. Панченко М. О. Формування маркетингової цінової політики підприємства в сучасних умовах господарювання. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Вип. № 3(6). С. 45–51.

31. Писаренко Н. В., Кашина Г. С., Ніколаєва С. П., Стенічева І. Б., Артеменко А. І. Цінова стратегія в стратегічному управлінні підприємством. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2022. № 28. С. 187-195.

32. Ратушняк О. Г., Глущенко Л. Д. Формування маркетингової цінової політики підприємства з врахуванням психологічних ефектів сприйняття ціни. *Innovation and sustainability*. 2023. № 1. С. 91–98.

33. Самойленко Г. В. Вплив методології ціноутворення на формування маркетингової цінової політики підприємства. URL: https://feu.kneu.edu.ua/ua/confere_nce/conf_social_dev_ukr_12/section2/tez19/ (дата звернення: 03.12.2024)

34. Саєнсус М. А., Беспалов В. М., Кочевой М. М., Обнявко О. В., Тарасова К. І., Сало Я. В., Васильченко К. Г. Маркетингове ціноутворення в онлайн-середовищі: особливості та стратегії на цифрових ринкових просторах. *Наукові перспективи*. 2024. № 4 (46). С. 769-780.

35. Скригун Н. П., Капінус Л. В., Гайдуков Д. С. Особливості та психологія ціноутворення брендів: маркетинговий аспект. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. Вип. № 3 (30). С. 55–60.

36. Стаднік Л. І., Шевченко А. О. Інноваційна цінова політика як елемент консалтингу в системі управління поведінкою споживачів. *Економіка та держава*. 2020. № 8. С. 66-70.

37. Ткаченко Є., Лисецький Б., Литвин О. Вплив регулюючих механізмів на ціноутворення у фармації: перспективи для сталого розвитку галузі. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-37> (дата звернення: 03.12.2024)

38. Фесюн А. О. Особливості ціноутворення в Інтернеті. *Проблеми та перспективи розвитку менеджменту та публічного управління: міжнар. наук.-практ. конф.*, м. Чернігів, 25-26 бер. 2021 р., С. 411-413.

39. Ціни і ціноутворення: Підручник. За ред. А. В. Непрана, І. А. Дмитрієва. Харків: ПП Іванченка, 2024. 446 с.

40. Чернишов О. Ю., Павловська Ю. В. Вплив індексу інноваційного розвитку на стан економічного розвитку та бізнес-середовища України. *Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць*. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2022. № 1-2 (80-81). С. 145-162.

41. Червінська Л., Червінська Т., Каліна І., Коваль М., Шуляр Н., Чернишов О. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 6(53), 2023. с. 405–416.

42. Чернишов О. Ю., Школенко О. Б. Формування екологічних маркетингових стратегій розвитку підприємств на ринку товарів та послуг. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. № 1, 2023. С. 379-384.

43. Чиркова Ю. Л., Квасниця В. М. Цінова стратегія суб'єктів ЗЕД в Україні: особливості формування та напрями розвитку. *Економічний простір*. 2021. № 171. С. 47-51.

44. Шевченко С. В. Методи ціноутворення в ринкових умовах господарювання. *Вісник Харк. нац. аграр. ун-ту. Серія «Економіка АПК і природокористування»*. № 8, ХНАУ, 2020. С. 267–271.

45. Шпилик С. В. Поняття та особливості використання Інтернет ресурсу у сучасному маркетингу. *Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій: монографія*. Тернопіль, 2019. С. 192-206.

46. Щербина О. С. Цінова політика будівельно-виробничого підприємства та її вплив на конкурентоспроможність. *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. Вип. № 2 (104). С. 110–118.

47. Ali B. J., Anwar G. Marketing Strategy: Pricing strategies and its influence on consumer purchasing decision. *International Journal of Rural Development, Environment and Health Research*. 2021. Vol. 5, no. 2. P. 26–39.

48. Faisal M., Hamdan A. Effect of Pricing in Digital Markets on Customer Retention. *Applications of Artificial Intelligence in Business, Education and Healthcare*. 2021. P. 423–441.

49. Oklander M., Chukurna O., Oklander T., Yashkina O. (2020) Methodical Approach to Calculating Information Value in Pricing Policy in Supply Chains. *Estudios de Economía Aplicada*. Vol 38, № 4. URL: <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.4009> (дата звернення: 03.12.2024)

50. Panchenko M., Strenkovska A. (2022) Management of price policy in the enterprise. *Marketing and Digital Technologies*. Vol. 6, no. 4. P. 99–108.

51. Rangaswamy A. et al. The Role of Marketing in Digital Business Platforms. *Journal of Interactive Marketing*. 2020. Vol. 51, no. 1. P. 72–90.

52. Tianyi C., Ying G. Research on Pricing Strategies of Chinese E-Business Platforms Based on Game Theory. *Advances in Economics, Business and Management Research*. 2021. Vol. 203. P. 2534-2539.

ДОДАТКИ

Додаток А

ПАСПОРТ

для проведення виробничих практик студентів
Дніпровського державного аграрно-економічного університету
ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «АПК-ІНВЕСТ»

(назва підприємства повністю)

Адреса підприємства:

85325 Донецька область

(індекс, область)

Покровський район, с. Рівне,

(район, село, мсто)

вул.Шопена, буд.1А

(вулиця)

Всього земельних угідь, га – , в т.ч. с.-г. угідь 25247, ріллі 25135.

Предмет діяльності і співпраця

-
- 01.11 вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур
 - 01.23 розведення свиней
 - 01.50 змішане сільське господарство
 - 10.11 виробництво м'яса
 - 15.71 виробництво готових кормів для тварин, що утримуються на фермах
 - 46.23 оптова торгівля живими тваринами

Інформація
про показники діяльності базового господарства
ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «АПК-ІНВЕСТ»

(назва підприємства повністю)

Дані підприємства	2021		2023	
Правова форма	ПрАТ		ПрАТ	
Середньорічна вартість основних фондів, тис. грн.	4273019		4127075	
в т.ч.	504216		488829	
– рослинництво				
– тваринництво	2995386		2891061	
Валова продукція в постійних цінах 2010 р., тис. грн.	2408612		1002646	
в т.ч.	105070		41868	
– рослинництво				
– тваринництво	818917		344679	
Спеціалізація	Виробництво м'яса		Виробництво м'яса	
Кількість працівників, чол. – всього:	2270		1022	
з них: керівники	24		24	
виробничий персонал	1834		771	
в т.ч.				
– рослинництво	225		120	
– тваринництво	558		303	
обслуговуючий персонал	196		118	
працівники невиробничої сфери	216		109	
Посівна площа, га	23957		9399	
Рослинництво	площа, га	урожайність, ц/га	площа, га	урожайність, ц/га
Озима пшениця	10 278	39,25		
Озимий ячмінь	408	25,85		
Соняшник	5338	25,7	3448	22,95
Ячмінь ярий	6355	33,14	4367	35,9
Овес	541	28,72	1060	37,29
Гірчиця	1127	8,88	525	8,19
Тваринництво	поголів'я, гол.	продуктивність	поголів'я, гол.	продуктивність
Свині на відгодівлі (г/доб.)	244757	654	141399	652
Молочне стадо, (кг/рік)				
ВРХ на відгодівлі (г/доб.)				
Продуктивність праці, грн./працівника	1591301		2122207	
Рівень рентабельності, %	13,64		4,89	

МТП господарства, шт: тракторів – 21; автомобілів – 184; комбайнів зернових – 10.

Заступник генерального
директора з питань економіки та фінансів

(підпис, печатка)

(прізвище та ініціали)

Нова редакція Статуту затверджена
Рішенням загальних зборів акціонерів
(Протокол № 12 від 09.04.2016 р.)

Вопередні редакції Статуту:

Затверджений Загальними зборами засновників (протокол № 1 від
11.09.2006 р.)
Зареєстрований Виконавчим комітетом Донецької міської ради
20.09.2006 р.
номер запису 1 266 102 0000 020969

Затверджений Загальними зборами акціонерів (протокол № 3 від
15.03.2007 р.)
Зареєстрований Виконавчим комітетом Донецької міської ради
26.03.2007 р.
номер запису 1 266 105 0001 020969

Затверджений Загальними зборами акціонерів (протокол № 5 від
15.08.2007 р.)
Зареєстрований Виконавчим комітетом Донецької міської ради
22.08.2007 р.
номер запису 1 266 105 0004 020969

Затверджений Загальними зборами акціонерів (протокол № 7 від
06.02.2008 р.)
Зареєстрований Виконавчим комітетом Донецької міської ради
11.02.2008 р.
номер запису 1 266 105 0006 020969

Затверджений Загальними зборами акціонерів (протокол № 12 від
03.04.2010 р.)
Зареєстрований Виконавчим комітетом Донецької міської ради
07.04.2010 р.
номер запису 1 266 105 0015 020969

Затверджений Рішенням акціонерів № 2 від 02.04.2011 р.
Зареєстрований Виконавчим комітетом Донецької міської ради
06.04.2011 р.
номер запису 1 266 105 0019 020969

Затверджений рішенням Загальними зборами акціонерів (протокол № 1
від 10.04.2012 р.)
Зареєстрований Виконавчим комітетом Донецької міської ради
18.05.2012 р.
номер запису 1 266 105 0022 020969

Затверджений позачерговими загальними зборами акціонерів
(Протокол № 8 від 26.12.2014 р.)
Зареєстрований Регістраційною службою Крайового міського
управління юстиції Донецької області 19.01.2016
номер запису 1 266 105 0028 020969

СТАТУТ

ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

«АПК-ІНВЕСТ»

(нова редакція)

с. Рівне, Красноармійський район
2016 рік

Статут ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «АПК-ІНВЕСТ»

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

- 1.1. Цей статут є установчим документом та локальним нормативним актом ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «АПК-ІНВЕСТ».
- 1.2. Статут викладений у новій редакції у зв'язку з приведенням діяльності ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «АПК-ІНВЕСТ» у відповідність до чинного законодавства України про акціонерні товариства, у тому числі, Закону України «Про акціонерні товариства» № 514-VI від 17 вересня 2008 року зі змінами і доповненнями.
- 1.3. ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «АПК-ІНВЕСТ», іменоване надалі за текстом цього Статуту як "Товариство", є юридичною особою приватного права відповідно до чинного законодавства України, створеною у встановленому законом порядку у формі господарського товариства приватної власності за типом є приватним акціонерним товариством, статутний капітал якого поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями та яке діє відповідно до законодавства України, у тому числі: Цивільного Кодексу України, Господарського Кодексу України, Законів України "Про акціонерні товариства", "Про цінні папери і фондовий ринок", "Про депозитарну систему України", "Про зовнішньоекономічну діяльність" та інших нормативно-правових актів.

1.4. Найменування Товариства:

Повне офіційне найменування:

Українською мовою	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «АПК-ІНВЕСТ»
Російською мовою	ЧАСТНОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «АПК-ИНВЕСТ»
Англійською мовою	PRIVATE JOINT STOCK COMPANY "APK-INVEST"

Скорочене офіційне найменування:

Українською мовою	ПрАТ «АПК-ІНВЕСТ»
Російською мовою	ЧАО «АПК-ИНВЕСТ»
Англійською мовою	"APK-INVEST" PJSC

Комерційне (фірмове) найменування:

Українською мовою	«АПК-ІНВЕСТ»
Російською мовою	«АПК-ИНВЕСТ»
Англійською мовою	"APK-INVEST"

- 1.5. Строк діяльності Товариства необмежений.
- 1.6. Товариство є юридичною особою - суб'єктом господарської діяльності - у відповідності із законодавством України.
- 1.7. Товариство має цивільну правосдатність та цивільну дієздатність юридичної особи, здійснює господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків) відповідно до законодавства України.
- 1.8. Товариство володіє, користується та розпоряджається належним йому на праві власності майном, вправі від свого імені набувати майнові та особисті немайнові права, нести обов'язки, вступати в зобов'язання, бути позивачем, відповідачем або третьою особою у суді, господарському, третейському або арбітражному суді на території України та її межах.
- 1.9. Товариство є самостійним суб'єктом господарювання. Товариство має самостійний баланс, веде звітність, має поточний та інші рахунки в банках, печатки, штампи і бланки із своїм найменуванням, інші реквізити. Товариство має право реєструвати згідно з чинним законодавством знаки для товарів та послуг (торгівельні марки), своє комерційне найменування, знаки індивідуалізації, інші об'єкти інтелектуальної власності.
- 1.10. Товариство здійснює свою діяльність на комерційній основі на території України та за її межами.
- 1.11. Товариство в своїй діяльності керується Законами України «Про акціонерні товариства», Цивільним та Господарськими Кодексами України, іншими актами чинного законодавства України, цим Статутом, внутрішніми документами Товариства, які складають локальні нормативні акти Товариства.
- 1.12. Товариство самостійно відповідає за своїми зобов'язаннями всім належним йому майном. Товариство не несе відповідальності за зобов'язаннями держави, а держава не несе відповідальності за зобов'язаннями Товариства. Товариство не відповідає за зобов'язаннями засновника (акціонера). Засновник (акціонер) не відповідає за зобов'язаннями Товариства і несе ризик збитків, пов'язаних з діяльністю Товариства, тільки в межах належних йому акцій в Статутному капіталі Товариства. Засновник (акціонер), який не повністю оплатив акції, несе відповідальність по зобов'язаннях Товариства також і в межах неоплаченої частини вартості належних йому акцій. Звернення стягнення на частку Засновника (акціонера) в Товаристві по його особистих зобов'язаннях не допускається. Це положення стосується випадків, коли Товариство має декількох учасників.

В цьому пункті та в подальшому в тексті цього Статуту при вживанні термінів «засновник» та «акціонер» в однині, в залежності від сенсу, вказані терміни можуть означати як одного так і

Статут ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «АПК-ІНВЕСТ»

декількох (двох та більше), або всіх осіб, які є засновниками та/або акціонерами Товариства. Разом з тим в подальшому в тексті цього Статуту терміни «засновник» та «акціонер» можуть вживатися як в однині, так і в множині.

2. ПРЕДМЕТ І МЕТА ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА

- 2.1. Товариство створене з метою одержання прибутку від господарської діяльності, задоволення інтересів його засновників (акціонерів) Товариства, досягнення економічних та соціальних результатів.
- 2.2. Предметом діяльності Товариства є будь-які види діяльності згідно із класифікацією видів економічної діяльності, затвердженою і введеною в дію наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 11.10.2010 р. N 457, у тому числі:

3 секції А: Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство:

3 розділу 01: Сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг:

- Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур
- Розведення свиней
- Розведення великої рогатої худоби молочних порід
- Змішане сільське господарство
- Вирощування овочів і баштанних культур, коренеплодів і бульбоплодів
- Вирощування інших однорічних і дворічних культур
- Відтворення рослин
- Розведення свійської птиці
- Розведення овець і кіз
- Розведення іншої великої рогатої худоби та буйволів
- Розведення коней та інших тварин родини конячих
- Розведення інших тварин
- Допоміжна діяльність у рослинництві
- Допоміжна діяльність у тваринництві
- Післяурожайна діяльність
- Оброблення насіння для відтворення

3 секції С: Переробна промисловість:

3 розділу 10: Виробництво харчових продуктів:

- Виробництво м'яса
- Виробництво м'ясних продуктів
- Виробництво готових кормів для тварин, що утримуються на фермах
- Виробництво олії та тваринних жирів
- Виробництво м'яса свійської птиці
- Перероблення та консервування картоплі
- Виробництво фруктових і овочевих соків
- Інші види перероблення та консервування фруктів і овочів
- Виробництво маргарину і подібних харчових жирів
- Перероблення молока, виробництво масла та сиру
- Виробництво морозива
- Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості
- Виробництво крохмалів і крохмальних продуктів
- Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання
- Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання
- Виробництво макаронних виробів і подібних борошняних виробів
- Виробництво цукру
- Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів
- Виробництво чаю та кави
- Виробництво прянощів і приправ
- Виробництво готової їжі та страв
- Виробництво дитячого харчування та дієтичних харчових продуктів
- Виробництво інших харчових продуктів, н. в. і. у.
- Виробництво готових кормів для домашніх тварин

3 розділу 11: Виробництво напоїв:

Додаток В

Дата звіту 07.02.2022
 Період 2021 рік, 12 міс
 Бухгалтер Кузьменко Марина Василівна
 КАТОТТГ UA14160150030092191
 Кількість працівників 2 277
 Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Актив			
Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	22 040	18 915
первісна вартість	1001	29 214	30 006
накопичена амортизація	1002	7 174	11 091
Незавершені капітальні інвестиції	1005	198 983	81 259
Основні засоби	1010	4 202 329	4 343 708
первісна вартість	1011	5 481 244	5 784 568
знос	1012	1 278 915	1 440 860
Інвестиційна нерухомість	1015	43	42
первісна вартість	1016	0	
знос	1017	0	
Довгострокові біологічні активи	1020	173 974	173 862
первісна вартість	1021	0	
накопичена амортизація	1022	0	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	95 511	22 370
інші фінансові інвестиції	1035	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	
Відстрочені податкові активи	1045	0	
Гудвіл	1050	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	
Інші необоротні активи	1090	3 271	53 910
Усього за розділом I	1095	4 696 151	4 694 066
II. Оборотні активи Запаси	1100	618 872	762 772
Виробничі запаси	1101	464 851	599 451
Незавершене виробництво	1102	80 831	81 865
Готова продукція	1103	73 190	81 456
Товари	1104	0	
Поточні біологічні активи	1110	519 588	531 590
Депозити перестрахування	1115	0	
Векселі одержані	1120	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	264 247	312 926
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	25 602	36 710
з бюджетом	1135	10	11
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	
з нарахованих доходів	1140	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	152 135	18 930
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	672 194	565 242
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	57 065	46 124
Готівка	1166	7	56
Рахунки в банках	1167	57 058	46 068
Витрати майбутніх періодів	1170	1 521	1 602
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	

у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	
резервах незароблених премій	1183	0	
інших страхових резервах	1184	0	
Інші оборотні активи	1190	6 291	1 098
Усього за розділом II	1195	2 317 525	2 277 005
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	4	2
Баланс	1300	7 013 680	6 971 073

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	110 162	110 162
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	
Капітал у дооцінках	1405	0	
Додатковий капітал	1410	0	
Емісійний дохід	1411	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	
Резервний капітал	1415	27 541	27 541
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4 313 272	4 333 212
Неоплачений капітал	1425	0	
Вилучений капітал	1430	0	
Інші резерви	1435	0	
Усього за розділом I	1495	4 450 975	4 470 915
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	
Пенсійні зобов'язання	1505	0	
Довгострокові кредити банків	1510	16 000	119 222
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1 317 481	1 169 797
Довгострокові забезпечення	1520	0	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	
Цільове фінансування	1525	292 110	287 973
Благодійна допомога	1526	0	
Страхові резерви	1530	0	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	
резерв незароблених премій	1533	0	
інші страхові резерви	1534	0	
Інвестиційні контракти	1535	0	
Призовий фонд	1540	0	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	
Усього за розділом II	1595	1 625 591	1 576 992
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	6 038	131 899
Векселі видані	1605	0	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	465 912	120 988
товари, роботи, послуги	1615	193 365	197 751
розрахунками з бюджетом	1620	30 601	34 044
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	
розрахунками зі страхування	1625	8 769	8 517
розрахунками з оплати праці	1630	29 834	29 539
за одержаними авансами	1635	1 016	1 725
за розрахунками з учасниками	1640	48 381	159 781
із внутрішніх розрахунків	1645	104 546	178 521
за страховою діяльністю	1650	0	
Поточні забезпечення	1660	36 701	41 532
Доходи майбутніх періодів	1665	8 736	8 576
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	

Інші поточні зобов'язання	1690	3 215	10 293
Усього за розділом III	1695	937 114	923 166
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	
Баланс	1900	7 013 680	6 971 073

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3 612 225	3 226 799
Чисті зароблені страхові премії	2010		0
Премії підписані, валова сума	2011		0
Премії, передані у перестраховування	2012		0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	3 178 620	2 739 993
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0
Валовий: прибуток	2090	433 605	486 806
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0
Інші операційні доходи	2120	486 162	498 417
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	165 795	461 775
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0
Адміністративні витрати	2130	113 373	94 087
Витрати на збут	2150	197 134	172 741
Інші операційні витрати	2180	85 749	66 454
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	523 511	651 941
Дохід від участі в капіталі	2200		0
Інші фінансові доходи	2220	237 688	172 522
Інші доходи	2240		0
Дохід від благодійної допомоги	2241		0
Фінансові витрати	2250	232 589	354 099
Втрати від участі в капіталі	2255		0
Інші витрати	2270	78 230	97 990
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	450 380	372 374
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	450 380	372 374

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0

Накопичені курсові різниці	2410		0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0
Інший сукупний дохід	2445		0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	450 380	372 374

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	2 087 643	1 566 099
Витрати на оплату праці	2505	537 014	492 951
Відрахування на соціальні заходи	2510	115 531	105 271
Амортизація	2515	199 135	182 881
Інші операційні витрати	2520	517 839	390 864
Разом	2550	3 457 162	2 738 066

Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Середньорічна кількість простих акцій	2600	1 101 621	1 101 621
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1 101 621	1 101 621
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	408.83	338.02
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	408.83	338.02
Дивіденди на одну просту акцію	2650	210.65	96.57

Додаток Д

Дата звіту 22.03.2023
 Період 2022 рік, 12 міс
 Бухгалтер Кузьменко Марина Василівна
 КАТОТТГ UA14160150030092191
 Кількість працівників 1 652
 Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн	На кінець звітної періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	18 915	15 874
первісна вартість	1001	30 006	30 468
накопичена амортизація	1002	11 091	14 594
Незавершені капітальні інвестиції	1005	81 259	108 869
Основні засоби	1010	4 343 708	4 221 498
первісна вартість	1011	5 166 483	5 226 830
знос	1012	822 775	1 005 332
Інвестиційна нерухомість	1015	42	
Довгострокові біологічні активи	1020	173 862	105 786
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	95 711	95 711
Інші необоротні активи	1090	53 910	12 739
Усього за розділом I	1095	4 767 407	4 560 477
II. Оборотні активи Запаси	1100	764 213	418 991
Виробничі запаси	1101	600 892	233 766
Незавершене виробництво	1102	81 865	140 942
Готова продукція	1103	81 456	44 283
Поточні біологічні активи	1110	546 475	218 029
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	311 993	234 025
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	36 590	12 243
з бюджетом	1135	11	21
із внутрішніх розрахунків	1145	18 930	13 017
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	564 201	453 676
Гроші та їх еквіваленти	1165	46 124	266 260
Готівка	1166	56	8
Рахунки в банках	1167	46 068	266 252
Витрати майбутніх періодів	1170	1 602	1 033
Інші оборотні активи	1190	1 258	5 151
Усього за розділом II	1195	2 291 397	1 622 446
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	2	
Баланс	1300	7 058 806	6 182 923

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн	На кінець звітної періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	110 162	110 162
Резервний капітал	1415	27 541	27 541

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4 420 913	4 414 406
Усього за розділом I	1495	4 558 616	4 552 109
Довгострокові кредити банків	1510	119 222	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1 169 797	493 156
Цільове фінансування	1525	287 973	275 902
Усього за розділом II	1595	1 576 992	769 058
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	131 899	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	120 988	528 999
товари, роботи, послуги	1615	197 783	128 010
розрахунками з бюджетом	1620	34 044	17 000
розрахунками зі страхування	1625	8 517	3 698
розрахунками з оплати праці	1630	29 539	11 507
за одержаними авансами	1635	1 725	2 663
за розрахунками з учасниками	1640	159 781	7 615
із внутрішніх розрахунків	1645	178 521	124 617
Поточні забезпечення	1660	41 532	25 574
Доходи майбутніх періодів	1665	8 576	9 789
Інші поточні зобов'язання	1690	10 293	2 284
Усього за розділом III	1695	923 198	861 756
Баланс	1900	7 058 806	6 182 923

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 857 893	3 612 225
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	2 427 481	3 178 620
Валовий: прибуток	2090	430 412	433 605
Інші операційні доходи	2120	103 071	262 911
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	1 871	165 795
Адміністративні витрати	2130	79 725	113 373
Витрати на збут	2150	138 394	197 134
Інші операційні витрати	2180	138 692	85 749
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	176 672	300 260
Інші фінансові доходи	2220		460 939
Фінансові витрати	2250	214 443	232 589
Інші витрати	2270	32 689	78 230
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290		450 380
збиток	2295	70 460	
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350		450 380
збиток	2355	70 460	

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-70 460	450 380

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	1 398 398	2 087 643
Витрати на оплату праці	2505	346 660	537 014
Відрахування на соціальні заходи	2510	75 237	115 531
Амортизація	2515	198 369	199 135
Інші операційні витрати	2520	463 649	517 839
Разом	2550	2 482 313	3 457 162

Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Середньорічна кількість простих акцій	2600	1 101 621	1 101 621
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1 101 621	1 101 621
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-63.96	408.83
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-63.96	408.83
Дивіденди на одну просту акцію	2650		0.21

Додаток Ж

Дата звіту 14.02.2024
 Період 2023 рік, 12 міс
 Бухгалтер Кузьменко Марина Василівна
 КАТОТТГ UA14160150030092191
 Кількість працівників 1 028

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Актив			
Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	15 874	13 189
первісна вартість	1001	30 468	30 473
накопичена амортизація	1002	14 594	17 284
Незавершені капітальні інвестиції	1005	108 869	115 241
Основні засоби	1010	4 221 498	4 032 652
первісна вартість	1011	5 226 830	5 193 251
знос	1012	1 005 332	1 160 599
Довгострокові біологічні активи	1020	105 786	127 531
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	95 711	95 711
Інші необоротні активи	1090	12 739	8 980
Усього за розділом I	1095	4 560 477	4 393 304
II. Оборотні активи Запаси	1100	419 759	534 744
Виробничі запаси	1101	234 534	314 005
Незавершене виробництво	1102	140 942	131 670
Готова продукція	1103	44 283	89 069
Поточні біологічні активи	1110	218 029	471 518
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	234 024	208 493
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	12 200	15 373
з бюджетом	1135	21	22
із внутрішніх розрахунків	1145	13 017	18 741
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	452 823	456 501
Гроші та їх еквіваленти	1165	266 260	363 240
Готівка	1166	8	123
Рахунки в банках	1167	266 252	363 117
Витрати майбутніх періодів	1170	1 033	1 342
Інші оборотні активи	1190	5 158	1 590
Усього за розділом II	1195	1 622 324	2 071 564
Баланс	1300	6 182 801	6 464 868
Пасив			
Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	110 162	110 162
Резервний капітал	1415	27 541	27 541
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4 414 275	4 892 128
Усього за розділом I	1495	4 551 978	5 029 831
Інші довгострокові зобов'язання	1515	493 156	406 151
Цільове фінансування	1525	275 902	267 319
Усього за розділом II	1595	769 058	673 470
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	528 999	281 371
товари, роботи, послуги	1615	128 019	124 567
розрахунками з бюджетом	1620	17 000	26 076
розрахунками зі страхування	1625	3 698	4 893

розрахунками з оплати праці	1630	11 507	16 121
за одержаними авансами	1635	2 663	1 977
за розрахунками з учасниками	1640	7 615	38 798
із внутрішніх розрахунків	1645	124 617	215 495
Поточні забезпечення	1660	25 574	40 075
Доходи майбутніх періодів	1665	9 789	8 508
Інші поточні зобов'язання	1690	2 284	3 686
Усього за розділом III	1695	861 765	761 567
Баланс	1900	6 182 801	6 464 868

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 168 896	2 857 893
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	2 067 719	2 427 481
Валовий: прибуток	2090	101 177	430 412
Інші операційні доходи	2120	856 766	103 071
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	733 686	1 871
Адміністративні витрати	2130	78 466	79 725
Витрати на збут	2150	116 742	138 394
Інші операційні витрати	2180	155 796	138 692
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	606 939	176 672
Фінансові витрати	2250	72 471	214 443
Інші витрати	2270	1 534	32 689
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	532 934	
збиток	2295		70 460
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	532 934	
збиток	2355		70 460

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	532 934	-70 460

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	1 105 308	1 398 398
Витрати на оплату праці	2505	315 632	346 660
Відрахування на соціальні заходи	2510	65 547	75 237
Амортизація	2515	195 530	198 369
Інші операційні витрати	2520	352 460	463 649
Разом	2550	2 034 477	2 482 313

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "АПК-ІНВЕСТ"	Дата (рік, місяць, число)	2024	01	01
Територія	ДОНЕЦЬКА ОБЛАСТЬ	за ЄДРПОУ	34626750		
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КАТОТТГ ¹	UA14160150030092191		
Вид економічної діяльності	Виробництво м'яса	за КОПФГ	230		
Середня кількість працівників ²	1 028	за КВЕД	10.11		
Адреса, телефон	УКРАЇНА, 85325, ДОНЕЦЬКА ОБЛАСТЬ, ПОКРОВСЬКИЙ РАЙОН, С.РІВНЕ, ВУЛ.ШОПЕНА, БУД.1-А	0567362165			

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого вказуються в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2023 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	15 874	13 189
первісна вартість	1001	30 468	30 473
накопичена амортизація	1002	14 594	17 284
Незавершені капітальні інвестиції	1005	108 869	115 241
Основні засоби	1010	4 221 498	4 032 652
первісна вартість	1011	5 226 830	5 193 251
знос	1012	1 005 332	1 160 599
Інвестиційна нерухомість	1013	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	105 786	127 531
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	95 711	95 711
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Частини коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	12 739	8 980
Усього за розділом I	1095	4 560 477	4 393 304
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	419 759	534 744
виробничі запаси	1101	234 534	314 005
незавершене виробництво	1102	140 942	131 670
готова продукція	1103	44 283	89 069
товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	218 029	471 518
Депозити перестраховувальні	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	234 024	208 493
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	12 200	15 373
з бюджетом	1135	21	22
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	13 017	18 741
Інші поточні дебіторська заборгованість	1155	452 823	456 501
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	266 260	363 240
готівка	1166	8	123
рахунки в банках	1167	266 252	363 117
Витрати майбутніх періодів	1170	1 033	1 342
Частка перестраховувальника у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-

резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	5 158	1 590
Усього за розділом II	1195	1 622 324	2 071 564
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	6 182 801	6 464 868

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (паісовий) капітал	1400	110 162	110 162
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
емісійний дохід	1411	-	-
зменшення курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	27 541	27 541
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4 414 275	4 892 128
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Випущений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	4 551 978	5 029 831
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	493 156	406 151
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	275 902	267 319
благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань	1532	-	-
резерв збитків або резерв майжевих виплат	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Привласний фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	769 058	673 470
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі виплат	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	528 999	281 371
товари, роботи, послуги	1615	128 019	124 567
розрахунками з бюджетом	1620	17 000	26 076
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	3 698	4 893
розрахунками з оплати праці	1630	11 507	16 121
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	2 663	1 977
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	7 615	38 798
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	124 617	215 495
Поточна кредиторська заборгованість за страховим діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	25 574	40 075
Доходи майбутніх періодів	1665	9 789	8 508
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	2 284	3 686
Усього за розділом III	1695	861 765	761 567
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів надержального пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	6 182 801	6 464 868

Керівник

РАСПОПОВ РОМАН СЕРГІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

КУЗЬМЕНКО МАРІНА ВАСІЛІВНА

Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "АПК-ІНВЕСТ"	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДН		
			2024	01	01
			34626750		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2023 р.

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 168 896	2 857 893
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховування	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2 067 719)	(2 427 481)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	101 177	430 412
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	856 766	103 071
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	733 686	1 871
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(78 466)	(79 725)
Витрати на збут	2150	(116 742)	(138 394)
Інші операційні витрати	2180	(155 796)	(138 692)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	606 939	176 672
збиток	2195	(-)	(-)
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	-	-
Інші доходи	2240	-	-
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(72 471)	(214 443)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(1 534)	(32 689)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	532 934	-
збиток	2295	(-)	(70 460)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-	-
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	532 934	-
збиток	2355	(-)	(70 460)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	532 934	(70 460)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1 105 308	1 398 398
Витрати на оплату праці	2505	315 632	346 660
Відрахування на соціальні заходи	2510	65 547	75 237
Амортизація	2515	195 530	198 369
Інші операційні витрати	2520	352 460	463 649
Разом	2550	2 034 477	2 482 313

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	1101621	1101621
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1101621	1101621
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	483,77	(63,96)
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	483,77	(63,96)
Дивіденди на одну просту акцію	2650	50,00	-

Керівник

РАСПОПОВ РОМАН СЕРГІЙОВИЧ

Головний бухгалтер

КУЗЬМЕНКО МАРІНА ВАСИЛІВНА