

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ І ПРАВА**

**ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
В ЕКЗАМЕНАЦІЙНІЙ КОМІСІЇ:**

**Завідувач кафедри,
д.е.н., проф.**

_____ **Олександр ВЕЛИЧКО**
« ____ » _____ **2024 р.**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

Освітньо-професійна програма «Менеджмент»
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Ступінь вищої освіти: Бакалавр

Здобувач

Ксенія ВЕСЕЛОВА

**Науковий керівник,
к.е.н., доцент**

Ігор ПАЛЬЧИК

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

7. Дата видачі завдання: «12» вересня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Пор. №	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Формулювання дослідницької проблематики та об'єкта вивчення	Вересень 2023 року	
2.	Планування та організація процесу написання кваліфікаційної роботи	Жовтень - грудень 2023 року	
3.	Акумулювання та обробка первинних даних	Січень - лютий 2024 року	
4.	Огляд та аналіз літературних джерел: формування теоретичної бази	Березень - квітень 2024 року	
5.	Дослідження виробничо-економічних показників та складання аналітичного розділу	Травень 2024 року	
6.	Розробка та опис проектних рішень	Травень 2024 року	
7.	Формулювання основних висновків та рекомендацій	Травень-червень 2024 року	
8.	Створення доповіді та підготовка візуальних матеріалів для захисту кваліфікаційної роботи	Травень-червень 2024 року	

Здобувач

_____ (підпис)

Ксенія ВЕСЕЛОВА

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Ігор ПАЛЬЧИК

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ	8
1.1. Сутність і значення логістичних процесів в аграрному підприємстві.....	8
1.2. Інноваційні методи оцінки розвитку та ефективності управління логістичною діяльністю сучасного підприємства	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "ЗЕМЛЯ"	24
2.1. Загальна організаційно – економічна характеристика підприємства	24
2.2. Аналіз ефективності функціонування логістичних процесів на підприємстві.	36
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	44
3.1. Стратегії удосконалення та оптимізація логістичних процесів	44
3.2. Впровадження інновацій та сучасних рішень у логістичне управління	51
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57
ДОДАТКИ.	62

ВСТУП

В умовах сучасної економіки аграрний сектор відіграє ключову роль в прямому забезпеченні продовольчої безпеки та сталого розвитку суспільства. Сьогодні економіка України функціонує в умовах війни, що додає нові виклики для аграрних підприємств. Військові дії призвели до значних руйнувань інфраструктури, порушення ланцюгів постачання, зростання логістичних витрат та зниження експортного потенціалу країни. У таких умовах аграрні формування вимушені шукати нові підходи до організації своїх логістичних процесів, щоб забезпечити безперервність постачання продукції та мінімізувати втрати. Успішне функціонування аграрних підприємств вимагає ефективного управління логістичними процесами, включаючи транспортування, зберігання та розподіл сільськогосподарської продукції. Вдосконалення логістичних процесів стає необхідним для підвищення конкурентоздатності та забезпечення сталого розвитку виробничого підприємства. Саме ці питання стали основою для дослідження, яке проводиться на базі сільськогосподарського підприємства ТОВ "Земля" Дніпропетровської області.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю підвищення ефективності логістичних процесів в аграрних підприємствах для забезпечення їх сталого розвитку в умовах воєнного часу. Сучасні виклики, такі як зміна клімату, глобалізація ринків, зростання вимог споживачів до якості продукції, а також військові дії, вимагають від аграрних підприємств впровадження інноваційних підходів до управління логістикою. Військові дії значно ускладнюють логістичні процеси, спричиняють перебої у постачанні ресурсів, знищення інфраструктури та підвищення ризиків транспортування продукції. Оптимізація логістичних процесів дозволяє зменшити витрати, підвищити швидкість доставки та знизити втрати продукції, що безпосередньо впливає на економічну ефективність та екологічну стійкість підприємства.

ТОВ "Земля" має значний потенціал для вдосконалення своїх логістичних процесів, що робить це дослідження актуальним і важливим як для самого підприємства, так і для аграрного сектору в цілому.

Головною *метою* даної роботи є розробка науково обґрунтованих рекомендацій щодо вдосконалення логістичних процесів для забезпечення сталого розвитку аграрного підприємства ТОВ "Земля" Синельниківського району Дніпропетровської області. Це передбачає оптимізацію матеріальних потоків, зниження витрат на логістику та підвищення результативності управління ресурсним потенціалом підприємства, що в свою чергу ставить перед дослідженням необхідність розкриття таких завдань:

1. Провести аналіз теоретичних підходів до управління логістичними процесами в аграрних підприємствах.
2. Визначити ключові проблеми та негаразди в діючій логістичній системі ТОВ "Земля".
3. Розробити методологічні підходи до оцінки ефективності логістичних процесів.
4. Запропонувати заходи щодо оптимізації логістичних процесів на підприємстві з урахуванням специфіки його діяльності.
5. Здійснити оцінку економічної результативності пропонованих заходів та їх впливу на сталий розвиток підприємства.

Об'єктом дослідження є логістичні процеси сільськогосподарського підприємства ТОВ "Земля", яке розташоване в Дніпропетровській області. Підприємство спеціалізується на вирощуванні та реалізації сільськогосподарської продукції, що вимагає ефективного управління матеріальними потоками, зберіганням та транспортуванням продукції.

Предметом дослідження є методи та підходи до удосконалення логістичних процесів за для уможливлення сталого та динамічного розвитку аграрного підприємства. Особливу увагу буде приділено аналізу існуючих логістичних систем, виявленню їх недоліків та розробці рекомендацій щодо їх поліпшення.

Методи дослідження. Для досягнення поставлених цілей у дослідженні будуть використовуватись різноманітні методи, зокрема:

- методи аналізу та синтезу;
- емпіричні методи (спостереження, порівняння);
- методи математичного моделювання та статистичного аналізу;
- кейс-стаді для аналізу конкретних прикладів успішного застосування логістичних рішень.

Інформаційні джерела. Дослідження буде базуватися на аналізі актуальних даних із відкритих джерел, включаючи: статистичні дані державних органів; наукові публікації у фахових журналах; аналітичні звіти міжнародних організацій; матеріали конференцій і семінарів з питань логістики і сталого розвитку.

Практична цінність. Ідентифікація ключових проблем у логістичній системі підприємства дозволила визначити та обґрунтувати заходи для поліпшення логістичної діяльності обраного підприємства. Дослідження має прикладний характер, зокрема, запропоновані автором рекомендації щодо вдосконалення логістичних процесів були впроваджені на підприємстві ТОВ "Земля". Це підтверджує актуальність та практичну цінність проведеної роботи.

Апробація результатів. У ході підготовки кваліфікаційної роботи для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» було опубліковано тези доповіді у збірнику VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна, бакалаврська робота складається зі вступу, 3р-х основних розділів, висновку, списку використаних джерел з 45 найменувань та додатків.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

1.1. Сутність і значення логістичних процесів в аграрному підприємстві

Логістика є ключовим елементом управління будь-яким підприємством, зокрема аграрним, оскільки вона забезпечує ефективне планування, організацію та контроль руху матеріальних і інформаційних потоків. В аграрному секторі логістичні процеси відіграють особливо важливу роль, оскільки вони охоплюють всі етапи виробничо-господарської діяльності: від постачання сировини та матеріалів до доставки готової продукції споживачам.

Сутність логістичних процесів в аграрному підприємстві полягає у комплексному управлінні всіма етапами руху продукції та ресурсів, що забезпечує їх оптимальне використання та мінімізацію витрат. Це включає організацію постачання насіння, добрив, техніки, забезпечення своєчасного збору врожаю, зберігання продукції, а також її транспортування до кінцевого споживача. Всі ці процеси повинні бути скоординовані таким чином, щоб забезпечити максимально ефективне використання ресурсів та зменшити втрати на всіх етапах ланцюга постачання.

Значення логістичних процесів в аграрному підприємстві важко переоцінити, оскільки вони впливають на всі аспекти діяльності підприємства. Ефективна логістика сприяє зниженню виробничих витрат, підвищенню якості продукції, скороченню часу на її доставку, а також поліпшенню обслуговування клієнтів. В умовах сучасного ринку, де конкуренція постійно зростає, здатність підприємства швидко і ефективно реагувати на зміни в попиті і пропозиції є вирішальним фактором його успіху [8].

Таким чином, дослідження теоретичних основ логістичних процесів в аграрному секторі є необхідним кроком для розробки ефективних методів і

стратегій управління логістикою. Це дозволить аграрним підприємствам не лише підвищити свою економічну ефективність, але й забезпечити стійкий розвиток, що відповідає сучасним вимогам ринку та екологічним стандартам.

У сучасній економіці підприємства відіграють ключову роль, забезпечуючи ефективне функціонування ринкових механізмів. Висока ефективність діяльності, темпи розвитку та конкурентоспроможність організацій значною мірою залежать від ефективного планування та управління логістичними процесами. Логістика охоплює широкий спектр діяльності, зокрема планування, організацію, реалізацію та контроль процесів транспортування і зберігання товарів від місця їх виробництва до місця споживання. Основною метою логістики є своєчасне та економічно вигідне задоволення потреб клієнтів.

У рамках управління ланцюгом постачань логістична діяльність підприємства включає планування, реалізацію та контроль ефективних прямими та зворотними потоками товарів, послуг та інформації. Це дозволяє забезпечити оптимальні умови для зберігання та транспортування продукції, задовольняючи потреби клієнтів. Ефективне управління логістикою сприяє зниженню витрат, покращенню якості обслуговування та підвищенню загальної продуктивності підприємства, що, в свою чергу, посилює його конкурентні позиції на ринку [18].

Глибоке проникнення логістики у всі сфери діяльності підприємств призвело до різних інтерпретацій цього поняття у науковій літературі. Це свідчить про існуючу у науковій спільноті дискусію щодо змістовного наповнення терміну «логістика».

Сучасна концепція логістичної діяльності підприємств демонструє підвищену відповідальність логістики за результативність функціонування компаній. Взаємозв'язок між поглибленням спеціалізації та підвищенням вимог до логістичних систем стає очевидним, зокрема, завдяки впровадженню принципу "точно вчасно". Це вимагає раціонального поєднання аутсорсингу та інсорсингу в межах таких стратегій постачання, як:

- глобальне джерело постачання, що дозволяє залучати ресурси, недоступні або дефіцитні на національному ринку;
- концентрація джерел постачання, яка може знижувати витрати на закупівлі та логістичні операції;
- модульне постачання, що дає змогу зекономити на витратах з організації досліджень та розвитку, забезпечення якості та полегшення управління діяльністю підприємства;
- регіональні постачання.

Як зазначає польський науковець М. Васелевський, на сучасному етапі виникає необхідність формування міжорганізаційних систем, які враховують просторові фактори матеріальних потоків і реалізуються шляхом безпосередньої передачі повідомлень між додатками в режимі реального часу, а не у вигляді пакетів даних.

При формуванні завдань стратегічного розвитку підприємств, слід акцентувати увагу не лише на прибутковості, яка є результатом діяльності організації, але й на методах досягнення цих результатів. На перший план виходять завдання, спрямовані на пошук нових можливостей задоволення потреб ринку та інноваційний розвиток. Керівництво має скласти збалансований перелік завдань, що дозволять впливати на ключові фактори успіху. Серед основних завдань виділяються розширення ринкової частки, інноваційні проекти, залучення ресурсів, підвищення продуктивності праці, соціальні ініціативи та завдання щодо отримання прибутку.

У сучасному світі швидких технологічних змін та зростання вимог споживачів, підприємства повинні враховувати можливості внутрішнього і зовнішнього зростання при розробці бізнес-планів. Це включає розширення ринкової частки та адаптацію до нових умов. Часто між запланованими показниками та баченням перспектив розвитку виникає стратегічний розрив, що потребує уважного аналізу та корекції планів. Характеристика цього процесу проілюстрована на рис. 1.1.

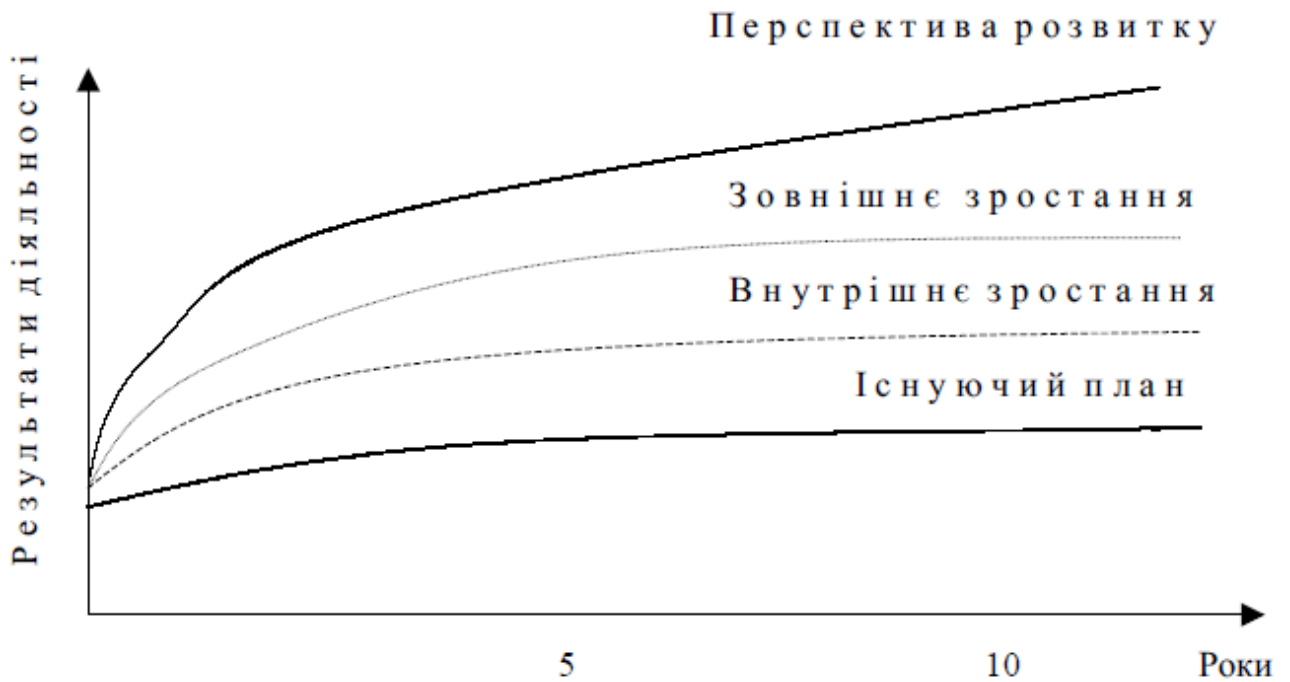


Рис. 1.1. Характеристика стратегічних відмінностей в планових показника розвитку логістичних процесів

Для активізації внутрішніх резервів зростання підприємству необхідно:

- Провести оцінку ефективності поточної діяльності.
- Встановити диференційовані, конкретні та водночас реалістичні завдання для підрозділів з метою зниження витрат.
- Дослідити можливості покращення маркетингової та інноваційної діяльності.

Ці заходи можуть включати дослідження можливостей збільшення ринкової частки на наявних ринках, пошуку нових ринків, розробки нових товарів та інтеграції для розширення діяльності в сфері постачання, розподілу і збуту, а також поглинання конкурентів.

Для зростання за рахунок зовнішніх джерел рекомендується диверсифікація, яка визначається зовнішніми факторами прибутковості поточної діяльності (нові потенційні конкуренти та конкуренти в галузі, постачальники, покупці, товари-замінники). Найкращі перспективи діяльності існують у галузях з найвищою потенційною синергією. Після визначення найпривабливішої галузі

важливо прийняти рішення про способи проникнення в неї: створення власного бізнесу, утримання наявного або пошук партнера для спільних дій.

Важливим завданням стратегічного управління підприємством є повне використання інформаційного та людського потенціалу для генерації та пошуку нових ідей. Це підвищить рівень інноваційного потенціалу та акумуляцію цінностей як резервів для забезпечення необхідного маневру ресурсами і можливостей задоволення потреб споживачів, а також відвернення ймовірних загроз.

На сьогоднішній день найбільш ефективним засобом збору логістичної інформації є комп'ютерні програмні рішення, хоча логістичні операції залишаються ключовою складовою управління ланцюгами постачання. Часто терміни «управління операційною логістикою» та «керування ланцюгами постачання» використовуються як синоніми, проте управління логістикою є лише частиною ширшого концепту управління ланцюгами постачання.

Основні аспекти управління логістикою включають:

- організацію забезпечення сировиною, матеріалами та комплектуючими згідно з оперативним - поточним планом;
- керування транспортними та складськими операціями з постачанням;
- контроль за фізичним розподілом продукції під час її виробництва;
- внутрішньозаводське переміщення матеріалів, сировини, комплектуючих та товарної продукції, охоплюючи зокрема вантажно-розвантажувальні види робіт та транспортно-складські внутрішньогосподарські операції з незавершеним виробництвом;
- планування виробничо-господарської функціональної діяльності відповідно до маркетингових планів, прогнозування попиту, сервісне обслуговування, обробку замовлень клієнтів, а також складські та транспортні операції.

Одним з важливих аспектів логістичної діяльності є залучення сторонніх організацій, що передбачає три рівні прийняття рішень. Зростає тенденція до

передачі логістичних функцій стороннім компаніям або субпідрядникам, що дозволяє зосередитись на ключових компетенціях. Це створює можливості для спеціалізованих компаній, що надають конкретні логістичні послуги іншим підприємствам.

Навіть у випадку стратегічного рішення зберегти логістичні функції в межах підприємства, тактичні рішення можуть передбачати аутсорсинг у певних регіонах для зниження витрат на паливе чи транспортування. Таким чином, зрозуміло, що аутсорсинг може бути вигідним на різних рівнях діяльності підприємства. У деяких випадках приймається стратегічне рішення інтегрувати спеціалізовані логістичні компанії у допоміжні структури підприємства.

Логістична операція являє собою невід'ємну складову логістичного процесу, яка реалізується на одному і тому ж робочому місці або за допомогою єдиного механізму. Це сукупність дій, націлених на трансформацію логістичних операційних потоків, що не підлягають подальшому поділу [19].

Зазвичай лише великі компанії або виробники організують власну логістичну систему. Більшість підприємств передають ці функції стороннім логістичним компаніям. Основними функціями логістики є перевезення та зберігання товарів. Управління транспортом зосереджується на прогнозуванні, оптимізації та реалізації застосування транспортних засобів для міжскладського переміщення товарів, між місцями гуртово-роздрібної торгівлі та кінцевими споживачами. Транспорт може включати різні види перевезень, такі як водні (морські, річкові), повітряні, залізничні та автотранспортні.

Логістична діяльність є складним процесом, що охоплює прогнозування, розробку та раціоналізацію маршрутів і вантажо-транспортних перевезень, керування замовленнями, моніторинг переміщень вантажів та їх оплати. Вона також включає просторовий моніторинг зміни місця перебування транспортних засобів через логістичні ланцюги поза межами операційно-виробничої заводської системи, складів і розподільчих центрів. Управління перевізниками є критично важливим аспектом, оскільки вартість, доступність та ємність транспортних послуг можуть значно варіюватися.

Митні процедури також часто розглядаються як частина логістики, оскільки документи, що підтверджують відповідність державним нормам, повинні оброблятися при перетині товарів національних кордонів або вході в морські порти.

Для забезпечення задоволення зростаючого попиту на швидку та зручну доставку широкого асортименту товарів, постачальники, виробники, дистриб'ютори та роздрібні торговці повинні постійно вдосконалювати свої логістичні процеси. Це вдосконалення необхідне для підвищення ефективності та відповідності сучасним ринковим вимогам. Інтеграція процесів і систем стає ключовим аспектом, що дозволяє покращити прозорість ланцюгів постачання.

Управління логістичними процесами включає такі компоненти: в'їзний та виїзний транспорт, управління транспортними засобами, складування, обробка матеріалів, виконання замовлень, управління запасами та планування попиту. Ці складові є основними елементами, які дозволяють забезпечити ефективну діяльність логістичної системи підприємства.

Основні завдання логістики в сучасних підприємствах передбачають наскрізне планування і контроль за потоковими процесами в логістичних системах. Це включає модернізацію методів і систем організації управління потоками, багатосценарне прогнозування обсягів запасів, виробництва та перевезень. Такий підхід дозволяє забезпечити оптимальне управління ресурсами, підвищити оперативність і гнучкість у реагуванні на зміни ринкових умов, а також поліпшити загальну продуктивність і конкурентоспроможність підприємства.

Важливим завданням у сучасному управлінні логістикою є виявлення дисбалансу між виробничими потребами та можливостями їх матеріально-технічного забезпечення, а також між потребами в логістичних послугах та можливостями їх задоволення. Це включає стандартизацію вимог до якості логістичних послуг і операцій, оптимізацію організації господарських зв'язків, ідентифікацію точок виникнення втрат часу і ресурсів, визначення стратегій

переміщення ресурсів і організацію транспортно-складських комплексів. Крім того, параметризація логістичних систем є ключовим завданням.

Ефективне придбання, транспортування та зберігання сировини до моменту її використання суттєво підвищує рентабельність підприємницької діяльності. Координація ресурсів для забезпечення своєчасної доставки та використання матеріалів може значно покращити або погіршити діяльність підприємства. Невчасне виготовлення та відвантаження продукції може знизити задоволеність споживачів, що негативно вплине на прибутковість компанії та її довгострокову життєздатність.

Основними видами логістичної діяльності є: постачання та закупівлі, зовнішнє та внутрішнє транспортування, складування, управління запасами, комплектування замовлень, обробка вантажів, управління фізичним розподілом, зворотна дистрибуція (управління зворотним матеріальним потоком), вибір місця розміщення логістичних систем та логістичні комунікації.

Логістична діяльність підприємства включає в себе комплекс заходів, спрямованих на ефективне управління матеріальними та трудовими ресурсами для досягнення визначених цілей з мінімальними витратами. Ця діяльність охоплює широкий спектр завдань та сфер, що вимагають інтеграції та координації між різними відділами організації. Інвестиції в ланцюг постачання зачіпають майже кожен відділ компанії, підкреслюючи важливість тісної взаємодії між усіма учасниками логістичного процесу.

Розподіл операцій з управління матеріальними потоками між різними підрозділами підприємства відображає складність та нерозривний зв'язок між ними, що вимагає злагодженої роботи для забезпечення безперервності процесів та ефективного використання ресурсів. Логістичні стратегії повинні враховувати ці взаємозв'язки, щоб оптимізувати процеси в часі та просторі, забезпечуючи тим самим конкурентоспроможність та стійкість підприємства на ринку. (рис.1.2).



Рис.1.2. Елементи та етапи руху матеріального потоку в логістичному ланцюзі

Отже, логістичний ланцюг від постачальників до споживачів включає такі етапи:

1. Постачальники: Джерела сировини для підприємства.
2. Склад зберігання сировини: Початкове місце зберігання матеріалів, що надходять від постачальників.
3. Керування матеріальним потоком у процесі забезпечувального постачання: Координація та оптимізація транспортування і зберігання сировини до виробничих потужностей.
4. Переміщення і утримання на складах матеріальних ресурсів у процесі виробництва: Переміщення та зберігання матеріалів у межах виробництва.
5. Склад товарної продукції на виробничому підприємстві: місце зберігання товару після завершення виробничого процесу.
6. Управління матеріальним потоком на етапі збуту: Організація транспортування готової продукції до споживачів.

7. Склад товарної продукції поза територією виробничого підприємства: проміжне зберігання готової продукції перед її доставкою до кінцевих споживачів.

8. Споживачі: Кінцеві отримувачі готової продукції [9].

Рис. 1.2 ілюструє основні етапи логістичного ланцюга, підкреслюючи важливість ефективного управління матеріальними потоками на кожному етапі - від постачання сировини до доставки готової продукції споживачам. Цей підхід дозволяє зменшити витрати, покращити продуктивність та забезпечити своєчасне задоволення потреб клієнтів. Ефективна координація між етапами забезпечує оптимізацію ресурсів і підвищує загальну ефективність підприємства.

Бурхливий розвиток технологій спонукає компанії шукати нові підходи до управління своєю діяльністю. Відкриття нових ринків, збільшення ринкової частки, контроль витрат, формування стратегічних альянсів та визначення ключових чинників розвитку стали не лише методами випередження конкурентів, але й необхідними умовами для виживання.

Організація логістичної діяльності включає управління вхідними та вихідними перевезеннями, автопарком, складуванням, обробкою матеріалів, виконанням замовлень, проектуванням логістичної мережі, контролем запасів, плануванням попиту та пропозиції, а також співпрацю зі сторонніми постачальниками логістичних послуг.

Крім того, функції організації логістичної діяльності охоплюють обслуговування клієнтів, постачання і закупівлі, виробниче планування, пакування та комплектацію. Логістика є невід'ємною частиною всіх рівнів планування та виконання, включаючи стратегічний, оперативний та тактичний рівні. Це забезпечує координацію та інтеграцію всіх етапів ланцюга постачання, сприяючи ефективному та безперебійному функціонуванню бізнесу.

Координація всіх логістичних заходів і інтеграція логістичної діяльності з іншими функціями, такими як маркетинг, збут, виробництво, фінанси та інформаційні технології, є вкрай важливою.

Раціональна організація логістичних процесів має велике значення для компаній, оскільки забезпечує доставку продукції найбільш економічним, безпечним, результативним і своєчасним способом. Це сприяє зниженню витрат і підвищенню рівня задоволеності клієнтів.

Логістика об'єднує постачання, зберігання, виробництво і реалізацію продукції в єдиний ланцюг. Функції логістики на підприємстві включають аналіз потреб у матеріальних ресурсах для підтримки виробничого процесу, прогнозування попиту на продукцію та збір інформації про ринкові запити. Логістика також охоплює оперативне планування, яке передбачає оптимізацію запасів при збереженні високої продуктивності виробництва та збуту [33].

З кожним роком організація логістичних процесів удосконалюється та значною мірою автоматизується. Проте це не зменшує важливості логістики як критично важливого компонента ефективного функціонування підприємства.

Сучасна логістика дозволяє підприємствам ефективно керувати матеріальними потоками, забезпечуючи своєчасне постачання сировини та готової продукції, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності та задоволенню потреб ринку.

1.2. Інноваційні методи оцінки розвитку та ефективності управління логістичною діяльністю сучасного підприємства

У сучасних умовах глобалізації та швидкого технологічного розвитку, підприємства змушені постійно вдосконалювати свої логістичні процеси для забезпечення конкурентоспроможності. Інноваційні методи оцінки розвитку та ефективності управління логістичною діяльністю є ключовим елементом для досягнення цієї мети. Вони дозволяють не тільки вимірювати поточний стан логістичних систем, але й прогнозувати майбутні потреби та оптимізувати

процеси для досягнення стратегічних цілей. У цьому розділі розглянуто сучасні інструменти та методики, які дозволяють підприємствам більш ефективно управляти своїми логістичними операціями, знижуючи витрати та підвищуючи рівень обслуговування клієнтів.

Ефективне управління логістикою забезпечує безперервний рух товарів і інформації, що сприяє підвищенню загальної продуктивності підприємства та задоволеності клієнтів (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Ключові цілі логістики та стратегії їх досягнення

Сфера діяльності	Ключові цілі логістики	Напрями роботи для досягнення логістичних цілей
Постачання матеріалів	Закупівлі за оптимальними цінами; нарощування надійності та стабільності постачань; забезпечення синхронності постачання та обробки матеріалів	Створення заявок на базові матеріали; обрання постачальників; формування графіків постачань матеріалів; проектування та організація роботи підрозділів, що займаються матеріальним і технічним забезпеченням виробництва
Виробництво продукції	Забезпечення безперервності виробничого процесу; виконання замовлень за асортиментом та якістю; мінімізація виробничих витрат; адаптація до змін попиту; скорочення обсягу запасів товарної продукції	Логістика внутрішнього переміщення матеріалів; організація безпосередньої подачі матеріалів до робочих місць; керування матеріальними потоками в операційній діяльності; керування обсягом запасів матеріалів в операціях продукування
Реалізація готової продукції	Забезпечення споживчого попиту; поставки продукції згідно з заявками і угодами, значна готовність поставок	Організація прямих контактів зі споживачами; створення пакету замовлень; забезпечення поставок продукції покупцям; організація послуг з обслуговування; організація складування готової продукції; керування запасами товарної продукції

Підвищення ефективності управління логістичною діяльністю оцінюється за рівнем безперебійності функціонування підприємства. Логістика охоплює не лише переміщення фізичних товарів, але й управління важливою інформацією. Від постачання сировини до управління складськими запасами, від ланцюга поставок до контролю за виробничими процесами, від відвантаження продукції до обробки інформації – всі ці аспекти входять до сфери управління логістикою.

Управління логістичними процесами є ключовою складовою бізнес-операцій, оскільки впливає не лише на внутрішні процедури підприємства, але й на відносини з клієнтами. Однією з основних функцій логістики є своєчасна доставка матеріалів, сировини та комплектуючих на виробничі лінії, а також переміщення готової продукції на склади, зберігання та подальше транспортування до кінцевого споживача[31].

Низький рівень взаємодії логістики з виробництвом у забезпеченні матеріальних потреб призводить до зростання запасів на різних етапах виробничого процесу, що створює додаткове навантаження на підприємство. Для покращення логістичних процесів було визначено сім основних способів, які сприяють поліпшенню відносин із клієнтами та підвищенню прибутковості.

1. Розробка інформаційної системи управління. Впровадження індивідуальної системи управління інформацією покращить управління складом, ланцюгами постачань, відстеженням замовлень, управління запасами та точністю доставки. Якщо створення індивідуальної системи є неможливим, слід вибрати надійне програмне забезпечення для управління складом і запасами, яке забезпечить більшу прозорість процесів і швидку обробку замовлень.

2. Використання додаткових складських приміщень. При дефіциті власних складських приміщень доцільно залучати зовнішніх партнерів для складування товарів, що дозволить забезпечити наявність необхідних запасів для відвантаження. Важливо проводити аналіз системи управління інформацією та даних про клієнтів для визначення обсягів і типів продукції, яку потрібно зберігати.

3. Навчання персоналу. Співробітники повинні бути ознайомлені з сучасними методами управління логістикою. Це може здійснюватися внутрішнім відділом кадрів або постачальниками програмного забезпечення, які можуть організувати навчальні тренінги для команди. Регулярне оновлення знань співробітників допоможе покращити обробку даних і передачу інформації.
4. Перегляд ключових показників ефективності (КПІ). Переглядаючи стандартні операційні процедури та встановлюючи стратегічно важливі показники, можна забезпечити рух команди у правильному напрямку. Регулярні аналітичні звіти допоможуть групам розробки, упаковки та продажів краще розуміти ринкові тенденції.
5. Адаптація до ринкових умов. Логістична система повинна бути здатна швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Це досягається завдяки інваріантності побудови логістичних систем та використанню об'єктивних показників для оцінки ефективності стратегічних і тактичних рішень.
6. Слідкування за нововведеннями. Постійне відстеження інновацій у сфері логістики та навчання на прикладі успішних компаній дозволяє отримувати нові знання та покращувати власні процеси. Спостереження за конкурентами допомагає впроваджувати сучасні практики управління, нові програмні рішення та навчальні методики.

Ці заходи сприяють підвищенню ефективності логістичної діяльності підприємства, зменшенню витрат, покращенню обслуговування клієнтів та збільшенню прибутковості.

Ефективність логістичної системи підприємства визначається здатністю приносити результат при мінімальних витратах. Основний показник ефективності логістичних процесів обчислюється як відношення отриманого результату до витрат, які забезпечили цей результат.

Продуктивність логістичної системи відображається через співвідношення між кінцевим результатом роботи системи та обсягом використаних людських ресурсів. Показники надійності дозволяють порівняти фактичні результати з запланованими показниками, визначаючи, наскільки система відповідає

встановленим стандартам. Гнучкість логістичної системи демонструє здатність адаптуватися до змін у часі, обсягах, асортименті та методах доставки для задоволення індивідуальних потреб клієнтів[42].

Покращення ефективності логістичної діяльності починається з оптимізації організаційних заходів, спрямованих на управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками. Наукове забезпечення включає розробку рекомендацій щодо альтернативних рішень у логістиці та аналіз впливу логістичних операцій на фінансові результати підприємства.

Кадрове забезпечення полягає у підготовці фахівців, підвищенні їхньої кваліфікації та мотивації. Правове забезпечення охоплює розробку нормативних документів та юридичний супровід логістичних процесів. Інформаційне забезпечення сприяє оптимізації інформаційних потоків, що значно впливає на ефективність логістики.

Техніко-економічне забезпечення включає заходи з оптимізації інформаційних та фінансових потоків підприємства. Підвищення ефективності логістичної діяльності значною мірою залежить від менеджменту. Керівництву необхідно дотримуватися рекомендацій, стежити за інноваціями конкурентів, забезпечувати навчання персоналу та ефективно використовувати необоротні активи.

Важливим є визначення та дотримання ключових показників ефективності (KPI). Аналіз та стимулювання працівників досягати KPI сприятиме швидкому розвитку підприємства.

Для створення сприятливих умов для розвитку українських підприємств важливо використовувати методи стратегічного обліку, що базуються на сучасних інформаційних системах та технологіях, інтегрованих з фінансовим та управлінським обліком. Управлінська звітність має відповідати вимогам для аналізу діяльності підприємства, забезпечуючи виконання як поточних управлінських завдань, так і стратегічного управління.

Сучасні системи управління діяльністю підприємств повинні бути динамічними, гнучкими та збалансованими, орієнтованими на дані різних систем

обліку. Комплексний підхід до аналізу результатів діяльності підприємства передбачає не лише оцінку фінансових показників, але й проведення глибокої діагностики усіх аспектів його функціонування. Це включає розробку сучасних підходів до управління, що ґрунтуються на логістичних методах і методах проектного аналізу з використанням відповідного програмного забезпечення.

Для забезпечення розвитку підприємств важливо активно залучати їх до вибору потенційних учасників фінансової та інвестиційної діяльності, враховуючи необхідність збереження балансу інтересів усіх сторін. Це сприятиме формуванню стабільного середовища для їхньої активної участі у ринкових процесах.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "ЗЕМЛЯ"

2.1. Загальна організаційно – економічна характеристика підприємства

Товариство з обмеженою відповідальністю "Земля" розташоване в Синельниківському районі Дніпропетровської області. Основні напрямки функціонування компанії включають організацію виробництва високоякісної аграрної продукції, її обробку, забезпечення продовольчих потреб та реалізацію сільськогосподарської сировини і готової продукції стороннім юридичним і фізичним особам з метою отримання прибутку. Крім того, підприємство прагне вдосконалювати існуючі напрямки діяльності, створювати нові виробничі лінії та здійснювати інші види діяльності, які не суперечать чинному законодавству, для підвищення ефективності господарювання та збільшення прибутковості.

Керування діяльністю підприємства здійснюється підрозділами управлінського апарату та окремими працівниками, які взаємодіють у межах економічних, організаційних, соціальних та психологічних відносин. Організаційна структура управління підприємства визначається сукупністю стійких зв'язків між елементами та учасниками системи управління, організаціями та компаніями, що здійснюють господарську діяльність. Ця структура забезпечує координацію та ефективне управління всіма аспектами діяльності ТОВ "Земля".

Аналізоване підприємство ТОВ «Земля», створене у 2005 році, розташоване у Синельниківському районі, Дніпропетровської області, на відстані 46 км від регіонального, обласного центру. Організація самостійно визначає методи та системи заробітної плати, а також процедури найму персоналу. Усі працівники укладають з підприємством письмові трудові угоди.

Трудові книжки видаються та ведуться відповідно до чинних норм, а записи про робочий стаж виконуються в електронно-цифровому форматі.

Керівник підприємства відповідає за створення безпечних умов праці для всіх співробітників, які уклали трудові договори. Це включає дотримання норм охорони праці, робочих стандартів та вимог протипожежної безпеки.

Підприємство зобов'язується:

1. Діяти (функціонувати) у відповідності до свого статуту.
2. Забезпечувати належне збереження та цільове використання активів переданих засновниками, що перебувають в його використанні та під його контролем.
3. Своєчасно виконувати грошово-фінансові розрахунки по податкам з державним бюджетом та виплачувати заробітну плату працівникам.
4. Використовувати земельні ділянки згідно з їх призначенням та умовами надання.
5. Раціонально використовувати земельні масиви, покращувати їх родючість та проводити заходи протидії випадкам екологічного забруднення.
6. Вчасно сплачувати податок на землю.
7. Не порушувати прав сусідніх власників та користувачів відповідних суміжних земельних ділянок.
8. Виконувати санітарні норми та дотримуватися режиму охоронюваних законом територій.
9. Забезпечувати безперешкодний доступ власникам та користувачам межуючих (оточуючих) земель до наявних доріг в загальному використанні, а також для установки чи відновлення межових знаків та побудов.

В таблиці 2.1 наведені дані про рівень землекористування та забезпеченості землею в ТОВ "Земля" за період 2021-2023 років. Ця інформація є важливою для оцінки ефективності використання земельних ресурсів підприємства та прийняття управлінських рішень щодо подальшого розвитку господарства.

Таблиця 2.1

Показники землекористування та забезпеченості земельними ресурсами в ТОВ "Земля" за 2021-2023 роки

Показники\Роки	2021	2022	2023	2023 до 2021	
				абсолютне від-ня,(+,-)	відносне відхилення
Площа аграрних земель, га	1244,0	1267,8	1247,9	3,8	100,32
Площа орних земель, га	1244,0	1267,8	1247,9	3,8	100,32
Площа засіяних полів, га	1139,2	975,3	1187,9	48,7	104,35
Відсоток засіяної орної площі, %	97,9	90,8	112,4	4,5вп	х
Робоче навантаження на одного працівника по аграрних землях, га	83,2	67,0	62,2	-20,6	75,34
Робоче навантаження на одного працівника по орних землях, га	83,1	67,0	62,2	-20,6	75,34

Протягом періоду з 2021 по 2023 рік у господарстві ТОВ «Земля» відбулися певні зміни у використанні земельних ресурсів.

Загальна площа аграрних угідь несуттєво зросла з 1244,0 га в 2021 році до 1247,9 га у 2023 році. Це свідчить про стабільне використання земельних ресурсів, з абсолютним відхиленням +3,8 га та відносним відхиленням 100,32%.

Площа ріллі також залишилася незмінною, показуючи аналогічний ріст в 3,80 га з відносним відхиленням 0,32%. Площа посівів збільшилася з 1139,2 га у 2021 році до 1187,9 га у 2023 році, що становить абсолютне зростання на 48,7 га та відносне відхилення 4,35%. Це вказує на підвищення ефективності використання ріллі.

Частка посіяної загальної площі ріллі також зросла, від 97,9% у 2021 році до 112,4% у 2023 році, що є збільшенням на 14,5 відсоткових пункти. Це показує значне поліпшення використання ріллі для посіву.

Навантаження на одного робітника по сільськогосподарських угіддях зменшилося з 83,2 га у 2021 році до 62,0 га у 2023 році, що є зменшенням на 20,6 га або 75,34%. Це може свідчити про покращення умов праці або ефективніше використання робочої сили.

Навантаження на одного працівника по ріллі також зменшилося з 83,2 га у 2021 році до 62,0 га у 2023 році, що є зменшенням на 20,6 га або 75,34%.

Отже, аналіз таблиці показує, що ТОВ «Земля» стабільно використовує земельні ресурси, підвищує ефективність використання ріллі та покращує умови праці для своїх працівників.

Дослідження операційних напрямків діяльності ТОВ "Земля" демонструє підвищення ефективності виробничих програм у різних галузях. Аналіз свідчить про покращення результатів за декількома ключовими показниками, що відображає позитивну динаміку розвитку підприємства. Розподіл ресурсів та впровадження новітніх технологій дозволили досягти збільшення продуктивності та оптимізації виробничих процесів (табл.2.2).

Таблиця 2.2

Розподіл та структура посівних площ ТОВ "Земля" за 2021-2023 роки, га

Посівні площі	2021		2022		2023		2023 р. в % до 2021 р.
	га	%	га	%	га	%	
Зернові культури, всього	854	68,6	830	65,5	879	70,4	102,9
в т.ч.: - пшениця озима	512	41,2	510	40,2	592	47,4	115,6
- ячмінь озимий	106	8,5	125	9,9	107	8,6	100,9
- кукурудза на зерно	198	15,9	175	13,8	180	14,4	90,9
- просо	40	3,2	20	1,6	0	0,0	0,0
Технічні культури, всього	390	31,4	438	34,5	368	29,5	94,4
в т.ч.: - ріпак	104	8,4	92	7,3	92	7,4	88,5
- соняшник	286	23,0	346	27,3	276	22,1	96,5
Площа посівна, всього	1244	100,0	1268	100,0	1248	100,0	100,3

Встановлено, що галузеве управління ТОВ "Земля" знаходиться в продуктивному стані. У підприємстві обрано стратегію диверсифікації галузевих видів діяльності, яка включає напрями тваринництва і переробки, а також рослинництва. Агрономічний підрозділ формує плани з вирощування широкого спектру культур, що включають зернові, технічні та кормові культури.

Розподіл посівних площ ТОВ "Земля" за структурою представлений на рисунку 2.1.

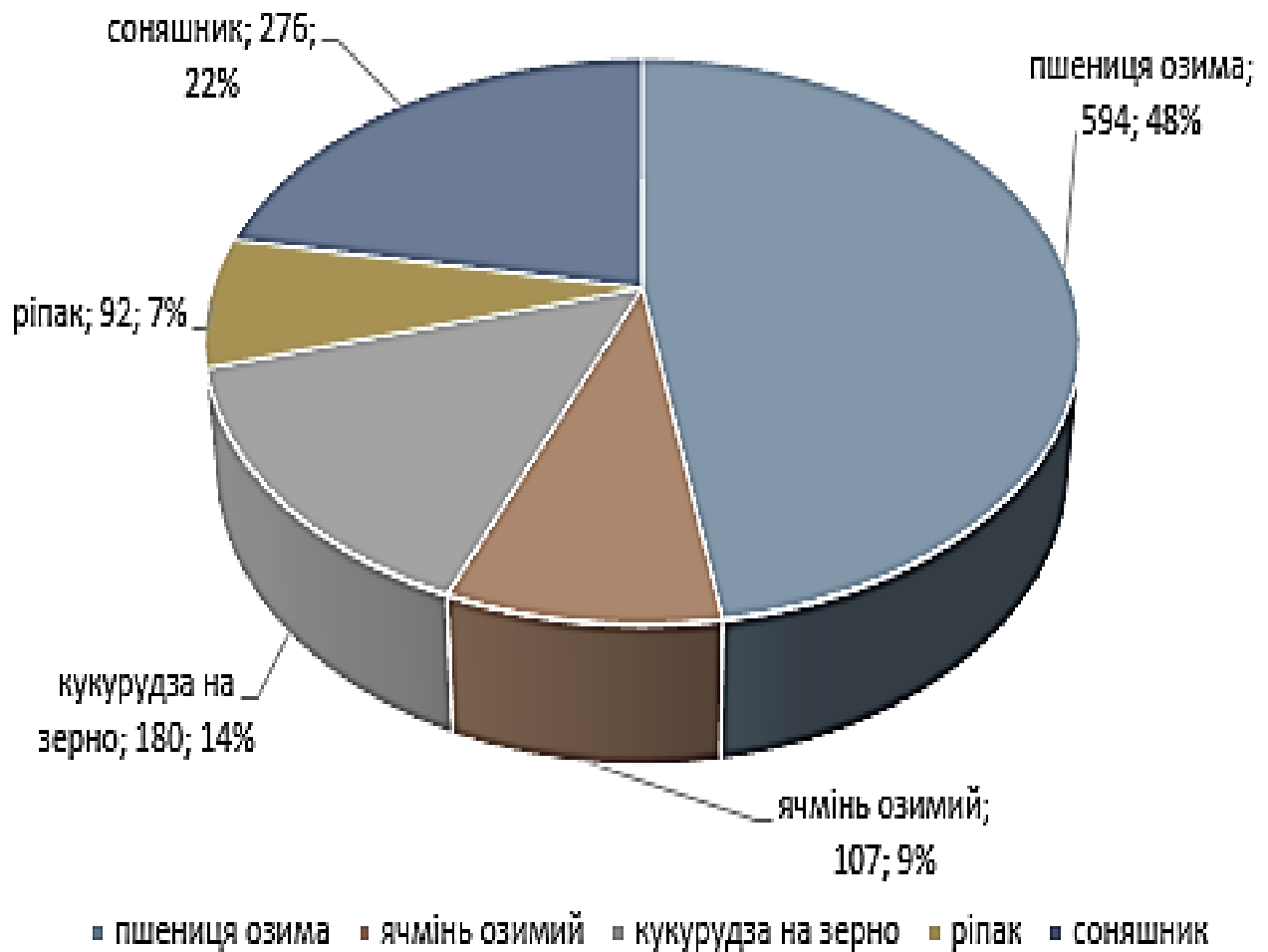


Рис. 2.1. Структурний розподіл посівних площ ТОВ «Земля» в 2023 році

Графічне представлення розподілу посівних площ ТОВ "Земля" наочно демонструє спеціалізацію підприємства на вирощуванні зернових культур та вказує на перспективи розширення виробництва. Розподіл площ під різні культури свідчить про стратегічні напрями розвитку господарства, де переважають зернові, такі як озима пшениця та кукурудза на зерно. Збільшення площ під цими культурами підтверджує ефективність обраної стратегії та потенціал для нарощування обсягів продукції.

Аналіз фактичного розподілу посівних площ у ТОВ "Земля" за період 2021-2023 роки дозволяє зробити такі висновки:

1. Спектр зернових культур переважно є ефективним, оскільки площа під зерновими культурами збільшується, що сприяє отриманню достатньої виручки для забезпечення рентабельності підприємства. Площа під зерновими культурами зросла у 2023 році на 12,5% або на 133 га, досягнувши 879 га. Найбільше зростання зафіксовано у вирощуванні озимої пшениці, площа під якою збільшилась на 173 га (28,3%), що становить 592 га у 2023 році. Площа під кукурудзою на зерно також зросла на 51 га (23,8%), досягнувши 239 га. Водночас, площі під ячменем озимим зменшилися на 50 га (25,5%), становивши 146 га у 2023 році. Посіви проса були припинені через не вигідні ціни на реалізацію цієї культури.

2. Вирощування технічних культур потребує уточнення причин зменшення посівних площ та узгодження з агробіологічними умовами ґрунту. Площа під технічними культурами значно зменшилась у 2023 році на 107 га (22,2%), досягнувши 283 га. Посіви ріпаку знизилися на 18 га (17,0%), становивши 87 га, а площа під соняшником скоротилася на 89 га (23,7%), досягнувши 196 га. Це рішення було прийняте з урахуванням агрономічних принципів, однак значне зменшення посівів технічних культур може негативно вплинути на загальний прибуток підприємства.

Аналіз розподілу посівних площ дозволяє виявити ключові аспекти і можливості для подальшого розвитку аграрного підприємства, зокрема в оптимізації структури посівів і підвищенні продуктивності у всіх напрямках діяльності.

У той же час важливо зазначити, що навантаження на одного працівника по сільськогосподарських угіддях знизилося з 83,2 га у 2021 році до 62,0 га у 2023 році, що демонструє скорочення на 20,6 га або 75,34%. Аналогічна тенденція спостерігається і по ріллі, де навантаження зменшилося з 83,2 га на працівника до 62,0 га, що відповідає зниженню на 20,6 га або 75,34%. Загалом, ці дані вказують на позитивні зміни у збільшенні посівних площ та ефективності

використання ріллі, а також на зниження навантаження на працівників, що може свідчити про збільшення кількості робітників або підвищення продуктивності їхньої праці.

Спеціалізація підприємства є важливим аспектом його економічної діяльності, де кожне сільськогосподарське підприємство фокусується на виробництві встановлених різновидів товарної продукції, враховуючи існуючі природні та організаційно-економічні умови. Спеціалізація визначається зосередженістю діяльності на виробництві конкретного виду продукції, що є ключовим показником товарної продукції.

Рівень загальної спеціалізації відображає продуктивний розвиток і поглиблення розподілу видів роботи на підприємстві, оцінюваний через частку визначеного виду аграрної продукції у сукупній структурі готової продукції. Основним показником, що характеризує спеціалізацію підприємства, є структура товарної продукції, на основі якої обчислюється коефіцієнт спеціалізації. Цей коефіцієнт відображає глибину спеціалізації підприємства, що є важливим для визначення його ефективності та напрямків розвитку.

Отже, можна зробити висновок, що ТОВ «Земля» демонструє позитивні тенденції у використанні земельних ресурсів, зокрема у збільшенні посівних площ та ефективності продуктивного використання ріллі. Зменшення розрахункового навантаження на робітників свідчить про поліпшення умов праці та, можливо, про залучення додаткової робочої сили. Ці зміни є важливими для подальшого розвитку підприємства та підвищення його конкурентоспроможності і товарообігу.

Обіг товарної, готової продукції і частка видів в товарній продукції ТОВ "Земля" розглянуто в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка товарообігу та частки продукції в ТОВ «Земля»

Вид продукції\Роки	2021		2022		2023		Зміна структури 2023 порівн. 2021, в. п.
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	
Зернові	2643,0	60,6	3477,9	70,0	5106,5	57,2	-3,4
озима пшениця	1365,7	31,4	1605,0	32,3	2095,7	23,5	-7,9
кукурудза на зерно	550,1	12,6	1160,0	23,3	2090,4	23,3	10,7
ячмінь	759,6	17,4	713,0	14,3	920,2	10,3	-7,1
Соняшник	2483,3	56,9	2586,6	52,0	5342,8	59,8	2,9
Всього по рослинництву	5126,3	98,9	6064,0	99,6	10448,9	99,7	0,8
Інші фінансові надходження	24,4	0,6	2,6	0,1	5,7	0,1	-0,5
Всього по підприємству	5150,6	100	6064,0	100	10454,4	100	-

Протягом 2021-2023 років у структурі продукції сільськогосподарського підприємства ТОВ "Земля" відбулися важливі зміни. Загальна частка зернових культур у виробництві зменшилася з 60,6% у 2021 році до 57,2% у 2023 році, що становить зниження на 3,4 %. Озима пшениця втратила 7,9 відсоткових пункти, знизившись з 31,4% у 2021 році до 23,5% у 2023 році.

Частка кукурудзи на зерно також показала зниження з 11,4% у 2021 році до 8,8% у 2023 році, що становить 2,6 відсоткових пункти. Ячмінь показав спад з 17,4% до 13,4%, що складає зменшення на 4 %. По соняшнику зросла частку з 25,6% у 2021 році до 29,8% у 2023 році, що свідчить про зростання на 4,2 відсоткових пункти.

Загальні параметричні показники операційної діяльності в рослинництву зросли з 98,9% у 2021 році до 99,7% у 2023 році, що складає приріст на 0,8 відсоткових пункти. Інші фінансові надходження знизилися з 0,6% до 0,1%, що є зменшенням на 0,5 відсоткових пункти.

Ці зміни відображають динаміку структурних змін у виробництві, зокрема збільшення значення соняшнику та зниження частки озимої пшениці, кукурудзи на зерно та ячменю.

Таблиця 2.4 надає детальну інформацію про динаміку та продуктивність кадрового складу організації, що дає уявлення про ефективність використання працівників у різних сферах діяльності підприємства.

Таблиця 2.4

**Динаміка та ефективність використання трудових ресурсів
в ТОВ "Земля"**

Показники	2021	2022	2023	2023 до 2021	
				абсолютне від-ня, (+,-)	відносне від-ня, (+,-)
Кількість працівників, осіб	19	22	25	6	131,6
Забезпеченість основними засобами на одного працівника, тис. грн./чол.	355,9	301,2	325,3	-30,6	91,4
Навантаження аграрних земель на одного умовного працівника, га/чол.	77,4	62,4	58,0	-19,5	74,9
Виробнича продуктивність на одного працівника, тис. грн.:					
Загальна продукція	270,8	242,8	314,7	43,9	116,2
Чистий дохід	320,5	288,0	491,3	170,7	153,3
Прибуток	60,3	64,4	201,0	140,7	333,4

Висновки щодо динаміки змін в операційних показниках діяльності ТОВ "Земля" на основі аналізу даних за 2021-2023 роки:

– Зростання чисельності працівників: Кількість співробітників збільшилася з 19 осіб у 2021 році до 25 осіб у 2023 році, що становить абсолютне зростання на 6 осіб і розраховане відносне зростання на 31,6%. Це може свідчити про розширення виробничих потужностей або залучення додаткового персоналу для оптимізації виробничих процесів.

– Зниження фондоозброєності на одного працівника: Фондоозброєність на одного працівника знизилася з 355,9 тис. грн у 2021 році до

325,3 тис. грн у 2023 році, що є абсолютним зниженням на 30,6 тис. грн і відносним зниженням до 91,4% від початкового рівня. Це може свідчити про те, що зростання чисельності працівників не супроводжувалося відповідним збільшенням вартості основних засобів на одного працівника.

– Зменшення навантаження аграрних земель на одного умовного працівника, га/чол.: Загальне навантаження зменшилося з 77,4 га у 2021 році до 58,0 га у 2023 році, що є абсолютним зменшенням на 19,4 га і відносним зниженням до 74,9% від рівня 2021 року. Це може вказувати на поліпшення умов праці та зниження фізичного навантаження на працівників, що сприяє підвищенню ефективності їхньої роботи та загальної продуктивності.

Таким чином, аналіз даних за період 2021-2023 років вказує на позитивні зміни у виробничих показниках підприємства ТОВ "Земля", які включають зростання чисельності працівників, зниження навантаження на одного працівника та зміни у фондоозброєності, що потребують подальшого дослідження для оптимізації виробничих процесів.

Розподіл продукції на одного працівника демонструє позитивні тенденції. Валова продукція зросла з 270,8 тис. грн. до 314,7 тис. грн. на працівника, збільшившись на 43,9 тис. грн., що становить 116,2%. Чистий дохід значно зріс з 320,5 тис. грн. у 2021 році до 491,3 тис. грн. у 2023 році, що є абсолютним збільшенням на 170,7 тис. грн. та відносним зростанням на 153,3%.

Прибуток на одного працівника зріс ще більш вражаюче – з 60,3 тис. грн. до 201,0 тис. грн., що є абсолютним збільшенням на 140,7 тис. грн. та відносним зростанням на 333,4%. Ці показники відображають загальний позитивний тренд зростання продуктивності праці на фоні зменшення навантаження на кожного працівника та значного збільшення прибутковості.

Ефективність виробництва виступає основною економічною категорією, яка кількісно оцінюється через високу продуктивність використання праці та капіталу у виробничому процесі. Для оцінки економічної результативності у сільськогосподарській галузі використовується набір взаємопов'язаних

показників. Показники, що характеризують ефективність діяльності, представлені в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Показники економічної результативності господарської діяльності

Показник\Роки	2021	2022	2023	Зміна 2023р проти 2021р	
				абсол-на	відн-на
Площа аграрних земель, га	1243,9	1267,7	1247,8	3,9	100,35
Середньорічна кількість персоналу, чол.	19	22	25	6,0	136,54
Річна ефективність праці, тис. грн./чол.	290,5	260,4	337,6	47,1	116,27
Середньорічна вартість основних активів, тис. грн.	5722,3	6136,8	6972,4	1250,1	121,78
Забезпеченість основними засобами на 100 га аграрних земель, тис. грн./га	543,0	571,6	660,2	117,2	121,52
Забезпеченість основними засобами на одного працівника, тис. грн./працівник	381,6	322,7	349,0	-32,6	92,63
Віддача основних засобів на 100 грн, грн./грн.	216,5	245,9	335,7	119,2	148,26
Вартість загальної продукції, тис. грн.	4354,0	4953,5	6762,1	2408,1	148,67
Сукупний дохід, тис. грн.	5150,3	5865,2	10543,8	5393,4	204,74
Чистий прибуток, тис. грн.	969,0	1302,4	4306,5	3337,5	435,38
Вартість загальної продукції на 100 га, тис. грн.	413,2	460,9	639,9	226,7	154,84
Сукупний дохід на 100 га, тис. грн.	488,9	545,8	997,6	508,7	204,14
Чистий прибуток на 100 га, тис. грн.	91,1	120,8	407,9	316,8	443,34
Рентабельність прибутку, %	4,3	5,3	15,1	10,8	x
Коефіцієнт рентабельності діяльності, %	27,3	33,7	61,5	24,2	x

Проведений аналіз показників економічної результативності діяльності ТОВ "Земля" за період 2021-2023 років дозволяє зробити висновки про значні зміни в ефективності використання ресурсів підприємства.

За цей період площа аграрних земель зросла на 3,9 га, що означає приріст на 100,35%. Кількість працівників збільшилася на 6 осіб, що відповідає зростанню на 36,54%.

Річна ефективність праці на одного працівника зросла на 47,1 тис. грн., що означає приріст на 116,27%. Це свідчить про підвищення продуктивності праці. Середньорічна вартість основних активів збільшилася на 1250,1 тис. грн., досягнувши 121,78% від рівня 2021 року. Це вказує на інвестиції в основні засоби та модернізацію виробничих потужностей.

Забезпеченість основними засобами на 100 га аграрних земель зросла на 117,2 тис. грн., що становить приріст на 21,52%. Водночас забезпеченість основними засобами на одного працівника знизилася на 32,6 тис. грн., досягнувши 92,63% від рівня 2021 року. Це може свідчити про збільшення чисельності працівників без відповідного зростання вартості основних засобів на одного працівника.

Віддача основних засобів на 100 грн зросла на 119,2 грн, що становить 148,26% від рівня 2021 року. Це вказує на підвищення ефективності використання основних засобів.

Вартість загальної продукції зросла на 2408,1 тис. грн., що становить 148,67% від рівня 2021 року. Це свідчить про збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції. Сукупний дохід збільшився на 5393,4 тис. грн., досягнувши 204,74% від рівня 2021 року. Чистий прибуток також значно зріс – з 969,0 тис. грн. у 2021 році до 4306,5 тис. грн. у 2023 році, що є абсолютним зростанням на 3337,5 тис. грн. і відносним зростанням на 435,38%.

На 100 га аграрних земель валова продукція збільшилася на 226,7 тис. грн., що становить 154,84%. Сукупний дохід на 100 га зріс на 508,7 тис. грн., що становить 204,08%. Чистий прибуток на 100 га зріс на 340,6 тис. грн., що є значним зростанням на 443,34%.

Рентабельність прибутку зросла з 4,3% у 2021 році до 15,1% у 2023 році, що вказує на підвищення прибутковості діяльності. Загальний рівень рентабельності у 2023 році становить 61,5%.

Таким чином, дані таблиці демонструють значні покращення в економічній результативності діяльності ТОВ "Земля", що свідчить про ефективне використання ресурсів та підвищення рентабельності підприємства.

Загалом, ці дані демонструють позитивні тенденції у розвитку підприємства, зокрема зростання продуктивності праці та рентабельності, а також підвищення економічної ефективності використання основних засобів. Успіх підприємства у забезпеченні зростання виробничих показників свідчить про його здатність адаптуватися до змін і ефективно використовувати наявні ресурси для досягнення високих результатів у сільськогосподарській діяльності.

2.2. Аналіз ефективності функціонування логістичних процесів на підприємстві

Стратегія підприємства визначає цілі, яких слід досягнути у конкурентному середовищі, та засоби, за допомогою яких ці цілі можуть бути реалізовані. Конструкції та системи підприємства є основними інструментами для досягнення поставлених цілей. Ділове середовище компанії та її корпоративна культура також впливають на проектування цих конструкцій і систем, а також на поведінку керівників і співробітників. Особливо значущим є вплив конкурентного середовища на ринково орієнтовану поведінку підприємства.

Корпоративна культура включає в себе цінності та моделі поведінки, які сформувалися протягом історії компанії. Зміни в корпоративній культурі відбуваються поступово і не можуть бути реалізовані в короткостроковій перспективі. Отже, можна виділити причинно-наслідковий зв'язок: стратегія визначає структуру та системи підприємства, які в свою чергу формують основу для ринково орієнтованої поведінки, на яку також впливають бізнес-середовище та корпоративна культура.

Якщо всі ці елементи розроблені та реалізовані згідно з планом, ринково орієнтована поведінка повинна принести бажані результати. Якщо ж результати незадовільні, необхідно переглянути стратегію, адже саме вона є початковою причиною недоліків, а не поведінка співробітників.

Результати цього аналізу представлені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Зведений аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз виявлений після проведення SWOT-аналізу ТОВ «Земля»

Strengths (Наявні сильні сторони)	Weaknesses (Слабкі орг. сторони)
Переваги географічного розташування. Історичний досвід і наявна репутація. Ресурсний потенціал. Стабільні зв'язки з постачальниками та гуртовими посередниками. Кваліфікований персонал і потрібні професійні вміння	Невпевнене конкурентне становище. Використання застарілих технологій. Обмеженість ресурсів підприємства. Неефективна просторово-територіальна структура. Нерегулярне проведення ринкових досліджень. Неналежний рівень обслуговування клієнтів. Висока залежність від кредитних коштів.
Opportunities (Існуючі можливості)	Threats (Можливі зовнішн. загрози)
Розширення цільової аудиторії. Модернізація технічного оснащення. Потенціал та ресурси природних секторів. Можливості для нарощування обсягів виробництва. Розширення асортименту діяльності. Акцент на інтенсифікації виробничих процесів для підвищення ефективності.	Недостатня ефективність реформ у секторі. Посилена конкуренція на ринку. Обмеження у виконанні робіт через військові конфлікти. Збільшення виробничих витрат внаслідок зростання цін на ресурси. Потреба у фінансуванні через залучення кредитів. Втрата бізнес-партнерів через наслідки військових дій. Кліматичні ризики, що впливають на врожайність сільськогосподарських культур і виконання агротехнічних робіт.

Виходячи з головної мети маркетингової логістики – створення конкурентних переваг та виявлення можливостей і загроз – необхідно розробити дієву стратегію сегментування товарного ринку. SWOT-аналіз дозволяє стратегічно виявити сфери для вдосконалення та визначити конкурентні переваги компанії. Цей аналіз, зокрема, охоплює оцінку потенційних ризиків для бізнесу. Завдяки таким даним, підприємство може ухвалювати обґрунтовані

рішення, підтримувати позиційно власні сильні сторони, зводити до мінімуму ризику від слабких аспектів та готуватися до можливих сценаріїв негативних подій у перспективі.

У підсумку буде сформовано чіткий та обґрунтований перелік сильних та слабких сторін ТОВ "Земля", а також проведена оцінка загроз і можливостей, що дозволить підприємству більш ефективно адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та підвищити свою конкурентоспроможність.

SWOT-аналіз ТОВ "Земля" був проведений з урахуванням основних категорій виробничих ресурсів: матеріальних, трудових, природних, фінансових та інформаційних. Цей аналіз дозволив виявити як сильні, так і слабкі сторони підприємства, а також оцінити можливості та загрози, з якими воно може зіткнутися.

Основною метою логістичної діяльності є підвищення конкурентоспроможності продукції аграрного підприємства через збільшення ефективності виробничих процесів. Це досягається шляхом раціоналізації використання всіх наявних ресурсів та зниження виробничих витрат. Оптимізація використання ресурсів включає в себе впровадження сучасних технологій, підвищення кваліфікації працівників та поліпшення управлінських процесів.

Маркетингово-логістичний пошук товариства спрямований на ретельному дослідженні ринкових потреб і вимог, що дозволяє точно налаштувати виробництво для випуску конкурентоздатної продукції у запланованих обсягах. Це включає в себе аналіз споживчих уподобань, дослідження конкурентного середовища, а також моніторинг тенденцій і змін на ринку. Такий підхід забезпечує максимізацію прибутку та стабільне зростання підприємства.

Проте, сучасне аграрне виробництво часто стикається з проблемами недостатньої маркетингової діяльності. Відсутність інтегрованого підходу та економічно обґрунтованої маркетингової стратегії призводить до втрати потенційних можливостей на ринку. Підприємствам необхідно впроваджувати

комплексні маркетингові стратегії, які включають як традиційні, так і цифрові методи просування продукції.

Цілісна система логістики та маркетингу передбачає вивчення ринку, розробку стратегії, оцінку ефективності логістичних заходів, контроль та корекцію логістичної діяльності. Це дозволяє забезпечити стабільний збут продукції, задовольняти вимоги споживачів, підвищувати конкурентоспроможність підприємства та забезпечувати його сталий розвиток. Параметри оцінки ефективності логістичної діяльності підприємства можуть включати показники обсягу продажів, ринкової частки, рентабельності маркетингових витрат, задоволеності клієнтів та інші.

Узагальнюючи сказане зазначимо, що SWOT-аналіз надає можливість виявити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для ТОВ "Земля", що є важливим інструментом для розробки стратегії розвитку підприємства в умовах ринкової конкуренції та забезпечення його довготривалого успіху.

У зв'язку з триваючими кризовими явищами через війну, важливо прогнозувати подальший розвиток моделі управління базовим господарством. Аналізуючи зафіксовані показники, такі як дохід та собівартість протягом 2021-2023 років, можна спрогнозувати стратегічну траєкторію оперативної діяльності на 2024 та 2025 роки. Водночас, необхідно детально вивчити динаміку доходів, зміни у собівартості та співставити темпи зростання.

Зафіксовано, що загальна вартість виробничих витрат на аграрну продукцію у 2023 році склала 28954,5 тис. грн, що на 58,42 більше порівняно з 2021 роком. Це вказує на значне зростання витрат, що потребує розробки ефективних стратегій для їх оптимізації.

Такі заходи можуть включати впровадження новітніх технологій у виробничі процеси, підвищення ефективності управління ресурсами та вдосконалення логістичних процесів. Крім того, важливо посилити аналітичну роботу з метою точнішого прогнозування ринкових тенденцій та адаптації до змінного ринкового середовища.

Прогнозування на основі поточних даних дозволить підприємству ефективніше планувати свою діяльність та приймати обґрунтовані рішення, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та стійкості у умовах кризи. Важливо також враховувати зовнішні фактори, що впливають на ринок, та розробляти антикризові рішення для мінімізації ризиків і забезпечення стабільного розвитку підприємства.

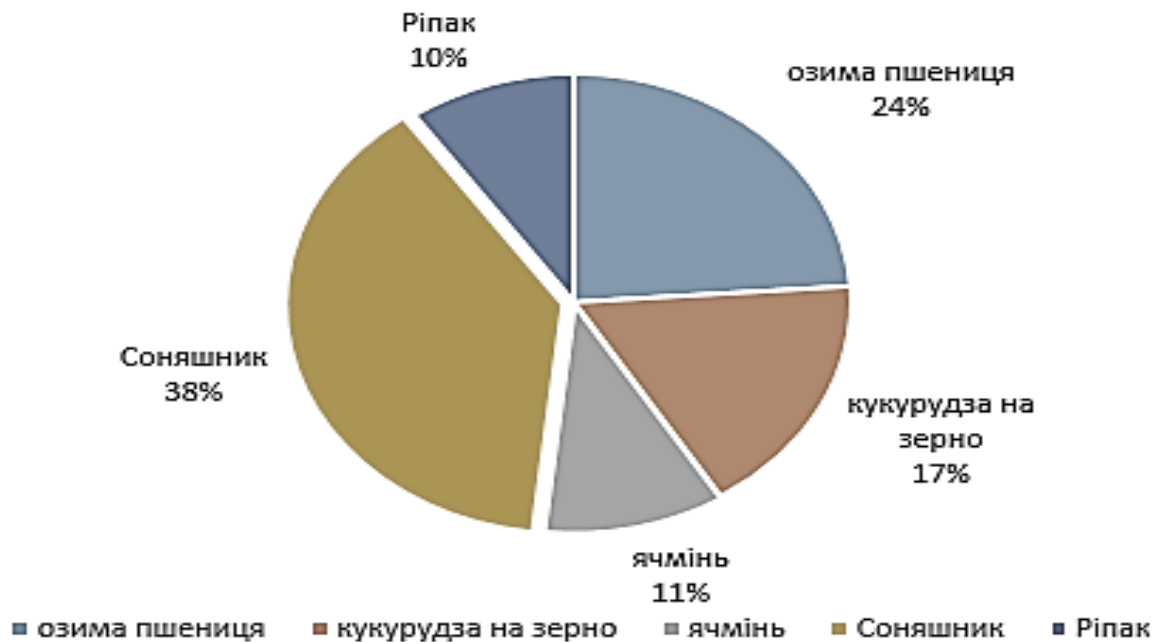


Рис. 2.2. Структура видів товарної продукції ТОВ 'Земля' у 2023 році, %

Аналізуючи тиск кризових перетворень, який спричинив неконтрольоване зростання цін на виробничі ресурси, можна зробити висновки щодо необхідності підвищення вартості виробленої продукції. Однак, реалізувати продукцію за підвищеними цінами буде складно через конкурентний тиск з боку інших гравців ринку, які обирають стратегію продажу за нижчими цінами. Це створює додаткові виклики для підприємства.

У таких умовах, прогнозування потенційних стратегій менеджменту ТОВ "Земля" є критично важливим. Розробка та впровадження ефективних управлінських рішень повинні базуватися на детальному аналізі ринку, оцінці конкурентного середовища та ретельному плануванні. Необхідно розглянути різні підходи до покращення управління аграрним виробництвом, зокрема:

- Оптимізація виробничих процесів для зниження собівартості продукції.

- Інвестування в інноваційні технології для підвищення ефективності виробництва.
- Розширення асортименту продукції для залучення нових сегментів ринку.
- Використання стратегій диференціації для створення додаткової цінності продукції.
- Налагодження ефективних каналів збуту та логістичних систем.
- Підвищення кваліфікації працівників та вдосконалення управлінських навичок.

Таким чином, в умовах нестабільності та високого рівня конкуренції, для забезпечення сталого розвитку ТОВ "Земля" необхідно розробити комплексну стратегію, яка дозволить адаптуватися до змінних ринкових умов та забезпечити високу конкурентоспроможність продукції на ринку.

Під час аналізу маркетингової діяльності ТОВ "Земля" виявлено низку значних недоліків. По-перше, відсутність спеціалізованого відділу маркетингу призводить до нерівномірного розподілу обов'язків серед співробітників, що негативно впливає на загальну ефективність роботи підприємства. По-друге, працівники використовують застарілі методи реалізації продукції, що уповільнює впровадження інновацій у маркетингову стратегію. Крім того, не приділяється достатньої уваги вибору оптимальних каналів збуту та рекламі, що знижує ефективність просування товарів на ринку.

Також відзначено неповноцінне виконання маркетингових досліджень, які не включають належний аналіз ринку, стратегічні прогнози та оцінку ефективності маркетингових ініціатив. Відсутність узгодженої методології для розробки маркетингових стратегій ускладнює створення комплексних рекламних та збутових планів. Проблеми з кадровим та інформаційним комплектуванням маркетингової діяльності сповільнюють впровадження сучасних підходів. Крім того, відсутність ефективної системи обертеного зв'язку з клієнтами обмежує можливості для покращення якості обслуговування та продукції.

Серед інших перешкод, що заважають модернізації підприємства ТОВ "Земля", виявлені наступні: відсутність стратегічної орієнтації в управлінні, обмежене використання стратегічних інструментів логістики і маркетингу, значний ціновий розрив між продукцією сільськогосподарської та промислової галузей, недостатня державна підтримка сільського господарства, низька маркетингова та інвестиційна ринкова активність агро-виробників, а також неефективне використання наявних ресурсів організацій.

Особливо важливою є проблема забезпечення вигідної реалізації продукції. Нині господарі стикаються з труднощами у знаходженні ринків збуту для вирощених товарів. При плануванні виробничих процесів важливо враховувати не тільки вартість продукції, але й потенціал її реалізації для досягнення максимального прибутку. Запровадження дієвої маркетингової служби, яка зможе оперативно реагувати на потреби ринку, забезпечить виробництво конкурентоспроможної продукції та її успішний продаж. Одним із підходів може стати організація спеціалізованих маркетингових відділів при регіональних департаментах агропромислового розвитку.

Збільшення державної підтримки сільського господарства є важливим завданням і стратегічним пріоритетом. Це розглядається як стимул економічного зростання урядом, президентом, а також національними та міжнародними експертами. Досягнення міжнародної конкурентоспроможності українського сільськогосподарського сектору можливе за умови перегляду підходів до державної підтримки аграріїв. Це може мати не лише економічний, але й соціальний вплив, оскільки вплине на зайнятість у сільській місцевості та стан навколишнього середовища.

Для аналізу проблем у сільському господарстві пропонується розглядати їх за категоріями: виробничими, економічними, соціальними, інфраструктурними та екологічними. За масштабами впливу проблеми поділяються на загальнонаціональні та галузеві, а за наслідками впровадження – на дослідницькі та критичні. Інтеграція українського сільськогосподарського

сектору у світову економіку вимагає адекватної відповіді на глобальні виклики та використання нових можливостей. Агрохолдинги володіють ресурсами для інвестування у розвиток бізнесу, що сприяє їхньому лідерству за показниками продуктивності та рентабельності.

У той же час, українські науковці підкреслюють необхідність державного регулювання з урахуванням особливостей діяльності великих та малих виробників. Національні проблеми включають високий рівень корупції, значні економічні ризики, слабкість фондового ринку, непрозорість фінансової системи та стримування іноземних інвестицій. Однак великі агрохолдинги успішно залучають зовнішнє фінансування, що сприяло трансформації інвестицій ЄБРР, а підписання Угоди про асоціацію з ЄС відкриває перспективи для фінансування малих та середніх сільськогосподарських, фермерських господарств. Проблема сільського господарства України також полягає в низькому рівні інноваційної активності.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Стратегії удосконалення та оптимізація логістичних процесів

У сучасних умовах високої конкуренції на ринку сільськогосподарської продукції, підприємства змушені постійно вдосконалювати свої логістичні процеси для забезпечення максимальної ефективності діяльності та підвищення своєї конкурентоспроможності. Логістичні процеси займають важливе місце в загальній системі управління підприємством, оскільки вони включають не тільки транспортно-складські операції, а й управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками.

Стратегії удосконалення логістичних процесів спрямовані на оптимізацію всіх складових логістичної діяльності, що дозволяє знизити витрати, підвищити швидкість і надійність доставки продукції, а також поліпшити загальну ефективність управління ресурсами. Успішна реалізація таких стратегій потребує комплексного підходу, який враховує специфіку діяльності підприємства, його цілі та завдання, а також зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на логістичні процеси.

Оптимізація логістичних процесів передбачає впровадження нових технологій, автоматизацію операцій, інтеграцію інформаційних систем, а також підвищення кваліфікації персоналу. Важливим аспектом є також розвиток партнерських відносин із постачальниками, транспортними компаніями та іншими учасниками логістичного ланцюга.

В аграрному секторі критично важливо забезпечити систематичний логістичний підхід, який поєднується з ефективним збором і обробкою як первинної, так і консолідованої інформації. Дослідницька діяльність є фундаментальною в цьому процесі, однак часто виступає слабкою ланкою у багатьох сучасних агропідприємствах, які потребують підвищення рівня

професіоналізму. В умовах жорсткої конкуренції та динамічного ринкового середовища аграрним компаніям необхідно розробляти стратегії, які дозволяють ефективно задовольняти потреби споживачів і перевершувати можливості конкурентів. Підприємства, які орієнтовані на клієнтів і вміють прогнозувати їхні потреби, здобувають перевагу у вигляді тривалих вигод.

Аналітична робота повинна бути на високому рівні для точного передбачення ринкових тенденцій і споживчих запитів, що забезпечить ефективне планування та управління ресурсами. Відсутність належної аналітичної підтримки може стати значною перешкодою для впровадження інновацій та підвищення конкурентоспроможності компанії.

Для досягнення успіху в аграрному секторі підприємствам необхідно не лише відповідати вимогам ринку, але й випереджати їх, пропонуючи продукти та послуги, які задовольняють потреби клієнтів більш ефективно, ніж конкуренти. Такий підхід дозволяє не тільки забезпечити стабільне зростання, але й створити міцні довгострокові взаємини з клієнтами, що є основою для стабільного прибутку та успіху на ринку.

Для сільськогосподарських підприємств, таких як ТОВ "Земля", надзвичайно важливо розробляти та обґрунтовувати логістичні стратегії, які забезпечують вигідне формування іміджу підприємства і товару на ринку аграрної продукції, що допомагає зростанню. Ефективна сегментація ринку в аграрному бізнесі є ключовою логістичною стратегією, особливо у виробництві продуктів харчування. Вона охоплює аналіз як існуючих, так і потенційних покупців організації та детальне оцінювання їхніх характеристик за трьома основними критеріями.

Фізичні параметри клієнтів включають обсяг бази споживачів (покупців), їхнє географічне розміщення та можливий інтерес до товарної продукції. Аналіз поведінкових характеристик клієнтів враховує також інформацію про раніше зроблені покупки, включаючи частоту замовлень та сезонність попиту. Завершальним етапом є оцінка кількісної інформації, що дозволяє виявити не

найбільш очевидні інформаційні деталі про покупців, такі як загальне сприйняття бренду та наміри щодо перспективи майбутніх замовлень.

Ефективні логістичні стратегії мають ключове значення для успіху сільськогосподарських підприємств. Їх впровадження дозволяє не тільки нарощувати доходи аграріїв, але й сприяти сталому розвитку їхніх громад. Постійний моніторинг та адаптація логістичних стратегій, що відповідають змінним ринковим потребам, є критично важливими для довгострокового процвітання аграрних підприємств.

Комплекс логістичних заходів (logistics-mix) створює базу для реалізації логістичної стратегії, але потребує індивідуального підходу до кожного, окремого елемента. У сільськогосподарському секторі продукція зазвичай характеризується кількісними об'ємами та якісними стандартами, що має великим попитом у гуртових посередників. В той же час елементи логістичного комплексу вимагають розподілу для результативної адаптації до різних ринкових сегментів (рис.3.1).

Розробка та впровадження ефективних логістичних стратегій дозволяють аграрним підприємствам підвищувати свою конкурентоспроможність, знижувати витрати та забезпечувати стабільний ріст. Важливим аспектом є постійне оновлення та вдосконалення логістичних рішень для відповідності вимогам ринку та максимізації прибутковості.



Рис. 3.1. - Напрямки впровадження диференційованого логістичного підходу

Основні аспекти диференціації логістичної стратегії зосереджуються на таких елементах логістичного комплексу:

1. Оцінка організаційного середовища, що включає проведення SWOT-аналізу, використання матриці BCG, бенчмаркінгу та детального аналізу динаміки показників діяльності компанії за три та більше років.
2. Встановлення чітких, кількісно визначених, узгоджених між собою та значущих логістичних цілей.
3. Розгляд різних альтернативних підходів до диференціації.
4. Розробка стратегії диференціації в межах логістичного комплексу.
5. Впровадження стратегії рамкового розподілу та здійснення постійного моніторингу його ефективністю та значення на різних рівнях — оперативному, тактичному, довгостроковому (стратегічному).

Ефективність логістичних стратегій в аграрному секторі значною мірою визначається детальним аналізом ринку та клієнтської бази. Багато підприємств залучають спеціалізовані команди, які проводять глибокі ринкові дослідження, збираючи критично важливі дані, що сприяють розробці дієвих логістичних кампаній.

Відповідаючи на поточні ринкові вимоги, рекомендується здійснити диверсифікацію виробництва, зосередившись на переробці зерна та випуску широкого асортименту затребуваних продуктів. Це має стати основним напрямком у реструктуризації та розширенні виробничих можливостей організації. За цих умов необхідні:

1. Створення та впровадження науково обґрунтованих і економічно ефективних моделей диверсифікації виробництва. Це включає аналіз поточних виробничих процесів, визначення можливостей для розширення асортименту та розробку інноваційних підходів до виробництва нових продуктів.
2. Пристосування підприємства до мінливих ринкових умов з метою підвищення конкурентоспроможності продукції. Це передбачає регулярний

моніторинг ринкових тенденцій, аналіз конкурентів та адаптацію бізнес-стратегій для збереження лідируючих позицій.

3. Організація та запровадження нових технологічних ліній для виробництва продуктів з зерна, що мають високий попит серед споживачів. Це включає інвестиції в нове обладнання, навчання персоналу та впровадження новітніх технологій для підвищення якості та ефективності виробництва.

При розробці диференційованої продуктової стратегії для аналізованого підприємства ТОВ "Земля" слід врахувати наступні ключові аспекти:

1. Визначення цільового ринкового сегмента, якому буде запропоновано новий вид сільськогосподарської продукції. Це включає аналіз ринкових даних, визначення потреб клієнтів та сегментацію ринку для виявлення найбільш перспективних груп споживачів.

2. Планове розширення товарного асортименту з урахуванням потреб ринку. Це передбачає проведення ринкових досліджень, розробку нових продуктів та їх тестування на ринку, а також впровадження успішних продуктів у виробництво.

3. Адаптація товарного асортименту до виробничих обмежень, умов зберігання та реалізації. Це включає оптимізацію виробничих процесів, розробку логістичних рішень для ефективного зберігання та транспортування продукції.

4. Забезпечення відповідних умов зберігання та збуту продукції, враховуючи її сезонний характер. Це передбачає створення оптимальних умов для зберігання продукції, розробку стратегій збуту, враховуючи сезонні коливання попиту.

5. Забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів під час впровадження нових продуктів. Це включає навчання персоналу, розробку стандартів обслуговування клієнтів та впровадження систем зворотного зв'язку для отримання відгуків та покращення послуг.

6. Запровадження сучасних підходів у комунікаційні стратегії компанії для ефективного просування нових продуктів. Це передбачає використання

сучасних маркетингових інструментів, розробку рекламних кампаній та активне використання цифрових каналів для просування продукції.

На основі стратегії диференціації були визначені сучасні стратегічні напрями її реалізації у процесі просування продукції, що включають інноваційні методи маркетингу, адаптацію до ринкових змін та забезпечення високої якості обслуговування клієнтів.

Таблиця 3.1

Стратегічні напрямки реалізації аграрної продукції

Тип стратегії	Його опис
Розробка бренду	Аграрним підприємствам слід розробити відмінний бренд, який би відображав їхні основні цінності та цілі. Цей процес може включати створення логотипу, слогану та різноманітних маркетингових матеріалів.
Збільшення онлайн-присутності	У сучасних умовах цифрового світу важливим для аграрних господарств є наявність активної присутності в Інтернеті. Вони можуть підсилити свою онлайн-присутність через використання web-сайту, участі в соціальних мережах та проведення різноманітних онлайн-маркетингових заходів.
Маркетингові кампанії в соціальних мережах	Господарства повинні розробляти спеціалізовані маркетингові заходи, спрямовані на конкретні ринкові сегменти. Ефективність таких заходів можна підвищити за допомогою реклами в соціальних мережах, використання електронних маркетингових механізмів та стратегій.
Заходи зі стимулювання збуту та реклами продукції	Аграрні підприємства мають активно брати участь у місцевих подіях, таких як ярмарки, фестивалі та інші громадські заходи. Це дозволить їм встановити контакти з потенційними клієнтами та зміцнити свою присутність у громаді.
Співпраця та партнерство	Важливим для фермерів є розвиток зв'язків з колегами у галузі, відвідування конференцій, вступ до професійних асоціацій та активна участь у галузевих заходах. Це допоможе їм отримати доступ до важливих ресурсів та налагодити корисні професійні стосунки.
Промоційні акції	Агровиробники можуть застосовувати рекламні пропозиції і певні знижки як засіб для приваблення нових покупців і зміцнення відносин з існуючими. Це може охоплювати знижки на гуртові закупівлі, розробленні програми лояльності та багато інших стимулювальних мір.
Післяпродажне обслуговування	Для агровиробників важливо забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів, щоб кожен клієнт був задоволений співпрацею з їхньою організацією. Це включає ефективну підтримку клієнтів, швидке реагування на їхні запити та оперативне вирішення будь-яких звернень або скарг.

Для підвищення ефективності своєї діяльності, ТОВ "Земля" планує розширити свої операції за допомогою вертикальної диверсифікації. Замість того, щоб зупинитися на вирощуванні зерна, підприємство має намір зайнятися його подальшою переробкою. Оскільки власні фінансові ресурси підприємства

обмежені, виникає необхідність залучення зовнішнього фінансування для реалізації цього амбіційного проекту. Це дозволить зробити процес диверсифікації більш доступним та вигідним.

Маркетингові стратегії відіграють критично важливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності продукції ТОВ "Земля". Діяльність сільськогосподарських підприємств охоплює не лише період вирощування продукції, але й активності, пов'язані з її підготовкою та реалізацією. Основними аспектами логістичного маркетингу в аграрному секторі є постійний моніторинг і аналіз зацікавленості покупців, адаптація операційної діяльності підприємства до змін у обсягах попиту, оптимізація взаємодій між виробничими та збутовими процесами, активне використання гуртових ринків і аукціонів, а також оперативне застосування ринкових даних для планування та коригування виробничих програм.

Низький рівень маркетингової підтримки є значною перешкодою для ефективної участі аграрних виробників у важливих ланках створення вартості в агропромисловому секторі. Це особливо актуально для дрібних сільськогосподарських підприємств, які стикаються з численними викликами у сфері маркетингу, що негативно впливають на виробничі процеси та реалізацію сільськогосподарської продукції. До цих викликів належать проблеми з інфраструктурою, обмежений доступ до маркетингової інформації, труднощі з фінансуванням та інші важливі аспекти.

Відповіддю на ці виклики є забезпечення фінансування маркетингової діяльності в аграрному секторі, що було охарактеризовано як базову ініціативу для покращення економіко-правової функціональної здатності та стійкості аграрного сектору. Економічний департамент міністерства розробив ряд стратегій для покращення управління аграрним маркетингом в Україні, які включають удосконалення інфраструктури, покращення доступу до ринкової інформації, а також забезпечення більш ефективного фінансування та підтримки маркетингових ініціатив у сільськогосподарському секторі.

3.2. Впровадження інновацій та сучасних рішень у логістичне управління

У сучасних умовах аграрного виробництва, зростання ефективності та конкурентоспроможності підприємств безпосередньо залежить від впровадження інновацій та сучасних рішень у логістичне управління. Логістичні процеси займають ключову роль у забезпеченні стабільного функціонування підприємств, оскільки включають в себе планування, організацію, контроль та управління потоками матеріалів, інформації та фінансових ресурсів.

Зважаючи на складність і динамічність ринкових умов, аграрні підприємства повинні постійно адаптувати свої логістичні стратегії, використовуючи новітні технології та методики. Впровадження сучасних рішень у логістичне управління дозволяє оптимізувати процеси постачання, зменшити витрати, покращити якість обслуговування клієнтів та підвищити загальну продуктивність.

Сучасні технології, такі як автоматизація, цифровізація, використання великих даних (Big Data), системи управління ланцюгами постачання (SCM) та Інтернет речей (IoT), відкривають нові можливості для аграрних підприємств. Вони сприяють підвищенню точності прогнозування, ефективності управління запасами, швидкості обробки замовлень та забезпечують прозорість і контроль на всіх етапах логістичного ланцюга.

Запропоновані в роботі нові напрямки логістичного управління виробничими та комерційними процесами ТОВ "Земля" варто включити до бізнес-плану на 2024 та 2025 роки. Ефективність запропонованих заходів підтверджено за допомогою стратегічного аналізу з використанням матриці SWOT, що дозволяє визначити основні напрями діяльності підприємства. Для підвищення стратегічної результативності аграрного сектору підприємства доцільно укласти договір з мережею магазинів для реалізації продукції після переробки, зокрема олії та муки.

Дослідження підтверджують, що є всі передумови для успішного впровадження цього напрямку, що дозволить краще адаптуватися до сучасних викликів. Основою для покращення якості продукції є модернізація виробничої інфраструктури, впровадження оптимальних агротехнологій, а також закупівля нових технологічних ліній для виробництва олії та муки. Такі заходи спрямовані на зменшення витрат, підвищення якості продукції та зміцнення ринкових позицій підприємства.

Використання методології прогнозування трендів для оцінки показників прибутковості, витрат та доходів дозволить більш точно оцінити майбутню ефективність запланованих рішень на 2024 і 2025 роки. Це допоможе ТОВ "Земля" не тільки підвищити конкурентоспроможність, але й забезпечити стабільний розвиток у довгостроковій перспективі (рис.3.2).

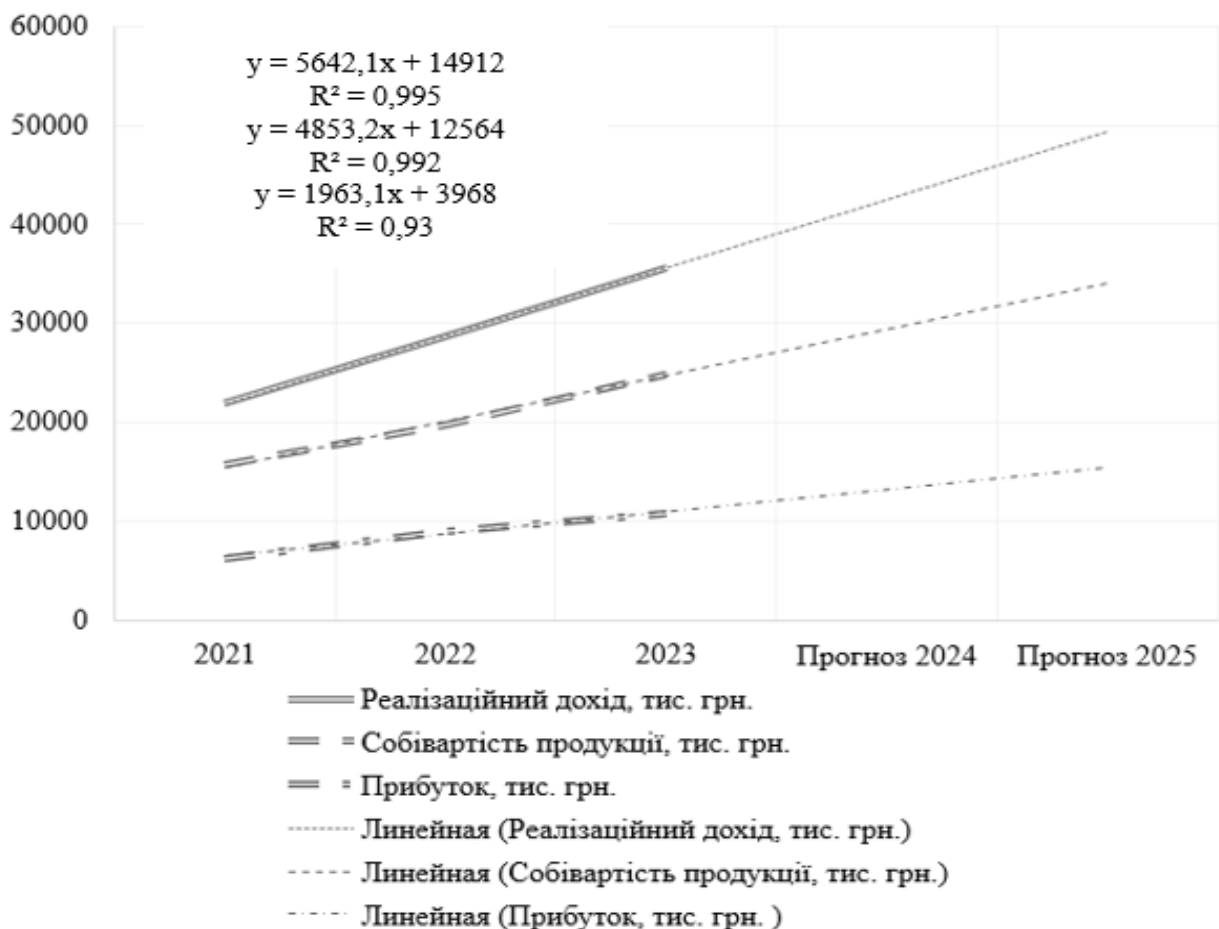


Рис. 3.2. Прогнозні тренди економічної ефективності агровиробництва

Згідно з прогнозом показників доходу, собівартості та прибутку, очікується збільшення цих показників на 5642,3 тис. грн., 4853,2 тис. грн. та 1963,1 тис.грн. відповідно. Запропоновані заходи для створення ефективної системи управління ТОВ «Земля» на основі стратегічних напрямів розвитку виробництва, зокрема розширення козівництва, підтверджуються відповідними розрахунками (табл. 3.2). Це свідчить про потенціал для збільшення фінансової стабільності та прибутковості підприємства завдяки впровадженню цих рішень.

Таблиця 3.2

Прогноз економічного ефекту від впровадження стратегічних рішень з оптимізації системи логістичних процесів в ТОВ "Земля"

Показники	Факт 2023 рік	Прогноз 2025	Відхилення	
			+/-	%
Валовий дохід, тис. грн.	27127,7	32769,8	5642,1	120,8
Виробничі витрати, тис. грн.	18942,6	23795,8	4853,2	125,6
Чистий прибуток, тис. грн.	8185,0	10148,1	1963,1	124,0
Отримано на 100 га угідь, тис. грн.:				
- обсягу товарної продукції	1545,8	1843,2	297,5	119,2
- розмір прибутку	466,4	563,2	96,7	120,7
Рентабельність, %	32,8	33,4	0,6	

На основі прогнозних даних виявлено, що дохід, собівартість і прибуток зростуть на 20.8%, 25.6% та 24% відповідно. Це свідчить про те, що запропоновані стратегічні рішення здатні значно покращити фінансові показники ТОВ "Земля", підвищуючи стійкість та адаптивність підприємства в умовах мінливого ринкового середовища. Реалізація даних заходів дозволить підприємству ефективніше використовувати свої ресурси, збільшити прибутковість та забезпечити конкурентні переваги в довгостроковій перспективі.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За підсумками виконаного дослідження можна сформулювати такі найважливіші висновки:

1. Логістичні стратегії є ключовими для забезпечення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств, таких як ТОВ "Земля". Вони дозволяють підприємствам орієнтуватися на ринкові тенденції, виявляти нові можливості для зростання та розвивати ефективні підходи до залучення і утримання клієнтів. Застосування добре розроблених логістичних стратегій сприяє покращенню впізнаваності бренду, збільшенню частки ринку та підвищенню рівня довіри серед споживачів. Крім того, логістичні стратегії допомагають підприємствам оптимізувати використання ресурсів та зосередити зусилля на найбільш перспективних напрямках діяльності.

2. Логістичний маркетинг відіграє важливу роль у сільськогосподарському секторі, оскільки він включає постійний моніторинг і аналіз споживчого попиту, адаптацію виробництва відповідно до змін у попиті, оптимізацію взаємодій між виробничими та торговими процесами, активне використання гуртових ринків і аукціонів, а також швидке застосування ринкових даних для планування та коригування виробничих програм. Це дозволяє аграрним підприємствам бути більш гнучкими та оперативно реагувати на зміни в ринковому середовищі, що є особливо важливим у сучасних умовах глобальної конкуренції та швидких технологічних змін. Логістичний маркетинг також допомагає знизити витрати на логістику та збільшити ефективність управління запасами, що сприяє підвищенню загальної рентабельності підприємства.

3. Недостатня логістична підтримка створює суттєві перешкоди для аграріїв у ключових ланках створення вартості. Це особливо стосується малих сільськогосподарських підприємств, які часто не мають достатніх ресурсів для інвестування в логістику та просування своєї продукції. Відсутність належної логістичної підтримки призводить до низької впізнаваності бренду, слабкої

конкурентоспроможності та обмежених можливостей для розширення ринку. Малі фермерські господарства стикаються з численними викликами, що негативно впливають на їх здатність ефективно конкурувати з більшими гравцями на ринку. Це, в свою чергу, знижує їхні доходи та обмежує потенціал для розвитку і зростання.

4. Основні виклики охоплюють проблеми з внутрішнім устроєм, доступом до логістичної інформації та фінансуванням, що негативно впливають на виробництво та збут аграрної продукції. Недостатньо розвинена інфраструктура створює труднощі з транспортуванням і зберіганням продукції, що призводить до підвищених витрат і втрат продукції. Обмежений доступ до актуальної логістичної інформації ускладнює прийняття обґрунтованих рішень щодо виробничих і збутових стратегій. Крім того, труднощі з отриманням фінансування обмежують можливості аграрних підприємств інвестувати в модернізацію виробництва, впровадження новітніх технологій та розвиток нових ринків.

5. Забезпечення фінансування логістичної діяльності в аграрному секторі є важливою ініціативою для нарощування економічної функціональності та надійності аграрного сектору. Адекватне фінансування дозволяє аграрним підприємствам розробляти і впроваджувати ефективні логістичні стратегії, що сприяють зростанню їхньої ринкової частки та підвищенню рівня прибутковості. Фінансування логістичних програм може включати державні субсидії, кредити на пільгових умовах, а також підтримку з боку міжнародних організацій. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності аграрних підприємств, дозволяючи їм ефективніше просувати свою продукцію на внутрішньому та зовнішніх ринках.

6. В Україні було розроблено ряд стратегій для покращення управління аграрною логістикою, які включають удосконалення інфраструктури, покращення доступу до логістичної інформації, а також забезпечення більш ефективного фінансування та підтримки логістичних ініціатив у сільськогосподарському секторі. Це включає будівництво та модернізацію

транспортних і логістичних систем, створення інформаційних порталів для аграріїв, а також розробку фінансових інструментів, які сприяють залученню інвестицій у логістичні проекти. Застосування цих стратегій дозволить аграрним підприємствам підвищити свою конкурентоспроможність, збільшити обсяги продажів та покращити загальні економічні показники.

7. За для нарощування конкурентоздатності та ефективності аграрних підприємств, доцільно впровадити комплексну програму підтримки логістичної діяльності, яка включає вдосконалення інфраструктури, поліпшення доступу до логістичної інформації та забезпечення ефективного фінансування логістичних ініціатив. Реалізація цієї програми допоможе аграрним підприємствам адаптуватися до змінних ринкових умов, підвищити ефективність своєї діяльності та забезпечити стаке зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. – 2-е вид., доп. і перероб. / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2004. – 624 с.
2. Антипенко Н.В., Турова Л.Л., Литвишко Л.О., Пальчик І.М. Організаційно-економічний механізм управління безпековим потенціалом інноваційно-орієнтованого підприємства в контексті забезпечення ефективності бізнес-процесів // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. 2023. № 2(261). С. 72–79. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7895628>
3. Багорка М.О. Методологічні підходи формування маркетингових стратегій підприємств аграрного сектору економіки. Агросвіт. 2014. №8. С. 10–16.
4. Банько В.Г. Логістика. Навчальний посібник (2-е вид., перероб.). К.: КНТ 2007. 332 с.
5. Баюра Д. Служба корпоративного секретаря як інститут удосконалення системи корпоративного управління публічних акціонерних підприємств [Текст] / Д. Баюра// Україна: аспекти праці, 2020. №1. С.27-31.
6. Беседіна Г.Є. Управління персоналом сільськогосподарських підприємств як системоутворюючий фактор [Текст] / Г.Є. Беседіна// Вісник Сумського національного аграрного університету . – Суми , 2017 . – Вип.4(35) . – С.51-53.
7. Белоусова О.С. Управління матеріальними потоками на підприємстві /О.С. Белоусова, Ю.С. Куранова, І.О. Обертун// Держава та регіони , 2019. №5 . С.104-108.
8. Бліщук К. М. Сучасні маркетингові стратегії. Ефективність державного управління. 2023. Вип. 4. С. 301-308.
9. Бурлака Н. І. Підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва у процесі реформування земельних відносин. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2018. № 1. С. 56-67.
10. Буцька О.В., Соколинська Д.О. Оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища як інструмент антикризового регулювання [Текст] / О.В. Буцька, Д.О. Соколинська// Економіка та держава , 2021 . – №7 . – С.56-58.

11. Вербицкая Н.О. Мотивация и стимулирование труда как основные методы управления [Текст]/Н.О. Вербицкая// Держава та регіони, 2021.–№1. – С.181-184.
12. Верна В.В. Формалізація, алгоритмізація та програмування створення конкурентоспроможної системи управління персоналом в підприємствах агробізнесу [Текст] / В.В. Верна// Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України . – Київ , 2018 . – Вип. 154 . – Ч.2 . – С.48-56.
13. Гудзинська Ю. С. Пріоритети стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств в умовах глобалізації : автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Ю. С. Гудзинська . – К.: Б.в., 2022. 21 с.
14. Дем'яненко С. І. Аграрний менеджмент в системі агробізнесу. Економіка АПК. 2018. № 12. С. 42-50.
15. Добровольська О.В. Формування методики факторного аналізу та показників фінансової стійкості в системі стратегічного управління підприємством [Текст] / О.В. Добровольська, О.С. Басовська// Агросвіт , 2019 . – №11 . – С.39-42.
16. Економіка логістичних систем: Монографія / М. Васелевський, І. Білик, О. Дейнега, Є. Крикавський, Л. Якимишин та ін.; За наук. ред. Є. Крикавського та С. Кубіва. Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2018. С.534–549.
17. Єлетенко О. В. Механізм управління логістичною системою підприємства. Вісн. нац. ун-ту «Львів. Політехніка». 2008. № 628. С. 494–498.
18. Жаворонкова Г.В. Управління організаційними змінами сучасних підприємств / Г.В. Жаворонкова, О.О. Дяченко // Наука й економіка. - 2010 р. №3. - С. 69-72
19. Жук Ю. О. Система показників ефективності логістичного управління підприємствами готельного господарства / Ю. О. Жук // Економічний простір. - 2013. - № 71. - С. 162-172.
20. Кернасюк Ю.В. Антикризова стратегія розвитку агробізнесу. Агробізнес сьогодні. 2023. URL: <https://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi->

- hektar/item/17293-antykryzova-stratehiia-rozvytku-ahrobiznesu.html (дата звернення: 15.05.2023).
21. Кернасюк Юрій. Агробізнес під час війни: підсумки і перспективи. Агробізнес сьогодні. 2023. URL: <https://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/26077-ahrobiznes-pid-chas-viiny-pidsumky-i-perspektyvy.html> (дата звернення: 10.05.2024).
22. Клепікова О. А. Сучасні технології моделювання бізнес-процесів підприємства / О. А. Клепікова // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Сер. : Економічна. - 2014. - № 4. - С. 257-263
23. Комплексна система управління агробізнесом. Сайт. FieldBi/Agro Business Intelligence. URL: <https://fieldbi.io/> (дата звернення: 11.11.2023).
24. Корзаченко О.В. Оптимізація бізнес-процесів українських підприємств: проблеми та перспективи/ О.В. Корзаченко //Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2013. – Випуск 3. – С. 64 – 69
25. Костіна О. М. Діагностика та управління бізнес-процесами у контексті антикризового управління підприємством / Економічний науково-практичний журнал «Економіка і суспільство». 2017. № 10. С. 287- 297.
26. Лемеш І.О. Сутність логістичної системи та її функціональна значущість на підприємстві в системі прийняття управлінських рішень / І.О. Лемеш // Управління розвитком. - 2013. - №1 (141) . - 96-98.
27. Ліпецька А.С., Веселова К.В., Кулик Д.Є. Інтеграція сучасних комунікаційних технологій та оптимізація логістичних та оперативних процесів для сталого розвитку аграрного підприємства / А.С. Ліпецька, К.В. Веселова, Д.Є. Кулик // Менеджмент ХХІ століття: глобалізаційні виклики Матеріали 8-ї Міжнародної наук.-практ. конф.: Полтава, 16.05.2024: тези доповідей. Полтава, 2024. С.208-210.
28. Лотиш О. Управління логістичними витратами на підприємстві/ Економічний аналіз. 2015. № 2. С. 240–243.
29. Макарова М.В. Електронна комерція [Текст]: [монографія]. К.: Академія, 2002. 272 с.

30. Мандич О.В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. Вип. 1 (07). Ч. 1. Запоріжжя: ЗДІА, 2017. С. 116–120.
31. Мармуль Л.О., Романюк І.А., Полегенько А.С. Конкурентоспроможність плодоовочевої продукції та маркетингові стратегії розвитку її ринку. Причорноморські економічні студії. Вип. 1. 2016. С. 95–98.
32. Маселко Т.Є. Проблеми управління транспортно–логістичними системами України та перспективи розвитку в контексті європейської інтеграції / Т.Є. Маселко, С.Г. Шевченко. Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltsu/17_2/301_Maselko_17_2.pdf
33. Мішеніна Н. В. Логістичний підхід в управлінні витратами виробничої системи підприємства: стратегічні орієнтири / Н.В. Мішеніна, Ю.О. Туренко // Вісник Сумського національного аграрного університету: серія "Економіка та менеджмент". - 2015. - №5 (64). - с.89-92.
34. Міщук І.П. Оцінювання ефективності системи логістики підприємства торгівлі / Mechanism of Economic Regulation. 2012. № 4. С. 102- 110.
35. Мозгова Г.В. Інструменти Інтернет-маркетингу та їх переваги для сучасних підприємств [Електронний ресурс]. Ефективна економіка. 2013. №10.
36. Морщенок Т. С. Теоретичні аспекти управління бізнес-процесами в контексті реалізації стратегії розвитку підприємства / Т. С. Морщенок // Бізнес Інформ. – 2014. – № 11. – С. 295-302.
37. Наторіна А. Типологія маркетингової товарної стратегії підприємства. Торгівля і ринок України. 2022. Вип. 38. С. 128–140.
38. Особливості використання інструментів інтернет-маркетингу на підприємстві [Текст]. Молодий вчений. 2021. № 10(13) (1). 53–56 с.
39. Павленко А. Ф. Маркетинг: Підручник [Текст]: [монографія] / Павленко А. Ф., Войчак А. В. К.: КНЕУ, 2003. –246 с.
40. Пальчик І. М. Операційний менеджмент як основа формування конкурентоспроможності підприємства / І. М. Пальчик, М. О. Кужелев, М. В

- Желіховська // Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Т.7, №2. С. 246-252. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/handle/123456789/8013>
41. Пальчик, І. М. Логістичне управління ресурсами: вплив на зменшення витрат та підвищення продуктивності //Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2023. № 37. С. 225-229. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/805>
42. Полях В. М. Особливості маркетингової стратегії сільськогосподарських підприємств. Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки. 2022. № 2. С. 167-173.
43. Рожко Н.Я. Передумови та принципи стратегічного маркетингового управління промислових підприємств України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 2. С. 154-161.
44. Семенюк С. Необхідність розроблення маркетингової стратегії для підприємств. Галицький економічний вісник. 2022. № 2. С. 204-212.
45. Фролова Л.В. Ідентифікація виду маркетингової товарної стратегії. Актуальні проблеми економіки. 2023. № 2. С. 469-474.
46. Христенко Л.М., Ткаченко М.В. Питання організації повоєнного відновлення й розвитку агробізнесу на територіях зі спеціальним режимом господарювання. Економічний вісник Донбасу. 2023. № 1 (71). С. 47 – 54. URL: <https://bitly.ws/32eij> (дата звернення: 21.10.2023).
47. Implementation of cloud computing in the digital accounting system of logistics companies / M. Ahmad Alnaimat et al. Acta logistica. 2024. Vol. 11, no. 1. P. 99–109. URL: <https://doi.org/10.22306/al.v11i1.461>
48. Michel A. Hitt, R. Duane Ireland and Robert E. Hoiskisson, Strategic Management: Competitiveness and Globalization (Australia: SouthWestern, 2001), p. 168.

ДОДАТКИ

Додаток А

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

I. Фінансові результати

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	349906	335852
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(323994)	(294179)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	25912	41673
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	821	5865
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(5110)	(4310)
Витрати на збут	2150	(3144)	(2256)
Інші операційні витрати	2180	(1518)	(6064)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	16961	34908
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	2
Інші доходи	2240	8108	18774
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(1948)	(1511)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(17328)	(50118)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	5793	2055
збиток	2295	(0)	(0)