

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ СУМСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФАКУЛЬТЕТ
ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ**

Кафедра маркетингу та логістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

освітній ступінь - «Магістр»

**на тему: Маркетингове управління товарним асортиментом
підприємства**

Виконав:

Перетятко Таїсія Сергіївна

студент спеціальності 075
«Маркетинг»

Керівник:

Онопрієнко Ірина Миколаївна

кандидат економічних наук,
Доцент кафедри маркетингу та
логістики

Рецензент:

Суми – 2024

Факультет
Кафедра
Освітній ступінь
Спеціальність

Економіки і менеджменту
Маркетингу та логістики
Магістр
075 «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри _____
« – » «__» _____ 20 ____ р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Перетятко Таїсії Сергіївни

1.Тема роботи: Маркетингове управління товарним асортиментом підприємства

2. База практичного дослідження: ПСП «Жовтнєве», с. Щоми, Охтирський р-н, Сумська обл.

Керівник роботи: **Онопрієнко Ірина Миколаївна, к. е. н., доцент**
(прізвище, ім'я, по-батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджена наказом по університету _____

3. Строк подання студентом закінченого проекту (роботи) 23 грудня 2024р.

4. Вихідні дані до проекту (роботи):

літературні джерела з теми дослідження, дані фінансової та статистичної звітності досліджуваного підприємства; наукові статті провідних вчених, монографії за темою дослідження

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

- визначити сутність та значення товарного асортименту підприємства, його методи формування та управління;
- вивчити організаційно-економічну діяльність досліджуваного підприємства;
- ознайомитися із маркетинговою діяльністю досліджуваного підприємства;
- провести аналіз управління товарного асортименту досліджуваного підприємства;
- сформулювати напрями управління товарним асортиментом аграрного підприємства
- запропонувати напрями удосконалення товарного асортименту досліджуваного підприємства;
- визначити ефективність запропонованих заходів удосконалення товарного асортименту підприємства.

6. Дата видачі завдання: « ____ » _____ 2024 ____ р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту(роботи)	Строк виконання етапів проекту	Примітка
1	Визначення об'єкту, предмету дослідження, формулювання мети та задач кваліфікаційної роботи, складання плану	Вересень 2021	Виконано
2	Підбір та вивчення літературних джерел, законодавчої та нормативної бази	Листопад 2021	Виконано
3	Узагальнення теоретичного матеріалу з обраної теми дослідження та представлення чорнового варіанту першого розділу кваліфікаційної роботи	Лютий-квітень 2022	Виконано
4	Збір та обробка фактичного матеріалу, узагальнення аналізу застосування досліджуваного питання на підприємстві (переддипломна практика)	02-31 травня 2022	Виконано
5	Оформлення теоретичної частини кваліфікаційної роботи, узагальнення аналітичної частини, захист звіту по переддипломній практиці	Червень 2022	Виконано
6	Проектування напрямів вдосконалення досліджуваної проблеми	Липень-Серпень 2022	Виконано
7	Завершення проектної частини кваліфікаційної роботи та подання попереднього варіанту третього розділу керівнику	Вересень 2022	Виконано
8	Доопрацювання аналітичного і проектного розділів кваліфікаційної роботи	Жовтень 2022	Виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи, та її подання на попередній захист та рецензування	Листопад 2022	Виконано
10	Перевірка кваліфікаційної роботи на автентичність (подання роботи для перевірки на плагіат на кафедру, до відділу якості освіти)	6 грудня 2022	Виконано
11	Подання закінченої роботи та документів до неї до деканату	23 грудня 2022	Виконано
12	Захист кваліфікаційної роботи	28 грудня 2022	

Студентка _____

Т.С. Перетяцько

Керівник роботи _____

І.М. Онопрієнко

Перевірку на автентичність проведено
Дипломна робота допущена до захисту

_____ **М.О. Лишенко**

АНОТАЦІЯ

Перетятко Т.С. Маркетингове планування діяльності підприємства.

Кваліфікаційна робота зі спеціальності 075 «Маркетинг», СНАУ, Суми-2024 р. – Рукопис.

В кваліфікаційній роботі розглянуто маркетингове управління товарним асортиментом підприємства, здійснено теоретико-методологічне обґрунтування товарного асортименту підприємства, основи його маркетингового управління та методи формування, здійснено оцінку маркетингового управління асортиментом аграрного підприємства ПСП «Жовтнєве», запропоновано та проаналізовано основні напрями з удосконалення управління товарного асортименту підприємства.

У першому розділі на підставі літературних джерел було розглянуто сутність та значення товарного асортименту в діяльності підприємства, основні поняття маркетингового управління асортиментом. Розуміння поняття маркетингового управління товарного асортименту підприємства ґрунтується на загальному понятті управління маркетингу, основними ознаками якого являється стратегічність та комплексність дій. Розглянуто методи формування товарного асортименту підприємства. Перелічено напрями управління товарним асортиментом та чинники, що впливають на процес.

Другий розділ налічує в собі три підрозділи. Він присвячений аналізу організаційно-економічної характеристики ПСП «Жовтнєве», аналізу маркетингової діяльності підприємства. Визначено показники ефективності маркетингового управління товарного асортименту, розглянуто вплив конкуренції на управління товарною політикою.

В третьому розділі визначено напрями управління товарним асортиментом аграрного підприємства, введення нових напрямів для удосконалення товарного асортименту, проведено економічну оцінку ефективності запропонованих заходів удосконалення товарного асортименту досліджуваного підприємства.

У висновках та пропозиціях узагальнено результати дослідження

Ключові слова: товарний асортимент, товарна політика, управління товарним асортиментом, маркетингове управління, підприємство, ефективність товарної політики, диверсифікація товарного асортименту.

SUMMARY

Peretyatko T.S. Marketing planning of the enterprise.

Qualification work on specialty 075 "Marketing", SNAU, Sumy-2024 - Manuscript.

In the qualification work, the marketing management of the product range of the enterprise was considered, the theoretical and methodological justification of the product range of the company, the basics of its marketing management and methods of formation were carried out, the marketing management of the product range of the agricultural enterprise PSP "Zhovtneve" was evaluated, the main directions for improving the management of the product range of the company were proposed and analyzed.

In the first chapter, based on literary sources, the essence and significance of the product range in the company's activity, the main concepts of marketing range management were considered. Understanding the concept of marketing management of the company's product range is based on the general concept of marketing management, the main features of which are strategic and complex actions. The methods of forming the product range of the enterprise are considered. Areas of product range management and factors affecting the process are listed.

The second section includes three subsections. It is devoted to the analysis of the organizational and economic characteristics of Zhovtneve PSP, the analysis of the enterprise's marketing activities. The indicators of the effectiveness of marketing management of the product assortment are determined, the influence of competition on the management of product policy is considered.

In the third section, directions for managing the product range of an agrarian enterprise, introducing new directions for improving the product range, and carrying out an economic evaluation of the effectiveness of the proposed measures to improve the product range of the enterprise under study are defined.

The results of the research are summarized in the conclusions and proposals

Keywords: product range, product policy, product range management, marketing management, enterprise, product policy effectiveness, product range diversification.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	12
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА	24
2.1 Організаційно-економічна характеристика ПСП «Жовтнєве»	24
2.2 Аналіз маркетингової діяльності ПСП «Жовтнєве»	32
2.3 Аналіз управління товарним асортиментом ПСП «Жовтнєве»	40
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ	51
3.1 Напрями управління товарним асортиментом аграрного підприємства... 51	
3.2 Запропоновані напрями удосконалення товарного асортименту ПСП «Жовтнєве»	59
3.3 Ефективність запропонованих заходів удосконалення товарного асортименту ПСП «Жовтнєве».....	66
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81
ДОДАТКИ.....	88

ВСТУП

В сучасному світі підприємства використовують стратегію диверсифікації виробництва для розширення своєї ринкової потужності. Управління асортиментом є ключовим аспектом цієї модернізації. Для систематизації даного процесу розробляють та реалізують асортиментну політику, яка забезпечує конкурентоспроможність та прибутковість підприємства. Саме тому, питання формування, зміни та прогнозування асортименту не втрачають актуальності та потребують системного дослідження серед інших управлінських проблем. Питання маркетингового управління асортиментом потребують оброблення великої кількості інформації пов'язаної з діяльністю бізнесу, його конкурентів, обсягів та структури виробництва, ціни та умов реалізації товарів, регіонів та мережі збуту, тощо. Ці та інші аспекти потребують вивчення теоретичних основ маркетингового управління асортиментом, моделей планування, методів оцінки асортиментної політики, на якій базується обґрунтування напрямів її удосконалення.

Аграрний сектор України є пріоритетною галуззю національної економіки, яка гарантує продовольчу незалежність та безпеку держави, надає населенню робочі місця. Сільськогосподарська галузь є однією із ключових для розвитку економіки країни, адже вона дає життєздатність, самодостатність держави на світовому ринку, а також дає можливість для розвитку та удосконалення інших промисловостей: харчова, легка, хімічна та інші. Україна має потужний агропромисловий потенціал та величезні перспективи розвитку сільського господарства. Країна має всі умови для успішного та ефективного розвитку агробізнесу, адже знаходиться в межах сприятливих кліматичних умов, володіє якісними земельними ресурсами.

Управління асортиментом аграрного підприємства можна вважати актуальною темою, адже ця сфера є глобальною в українській економіці та потребує постійного моніторингу та удосконалення.

Сьогодні, в умовах розвинутого сільськогосподарського ринку, коли споживач має багатий вибір, ретельно підходить до вибору виробника товару,

приділяючи велику увагу складу, якості та властивостям продукту, питання про ефективне управління асортиментом аграрного підприємства набуває все більшої вагомості серед українського сільськогосподарського бізнесу.

Аналізуючи роботи світових та вітчизняних вчених, спираючись на їх досвід можна стверджувати, що лідерами на ринку є ті підприємства, що найбільш компетентні в маркетинговому управлінні асортиментною політикою. Проблеми управління товарним асортиментом та методи їх вирішення висвітлені у роботах таких вчених, як: Долінська М.Р., Зав'ялов П. С., Криворучко С.П., Троян А. В. , Красовська Т.В., Муштай В. А., Глущенко Ю. Є., Добрянська В. В., Кузнєцов П. В., Сіренко О. В., Балабанова Л. В., Шира Т. Б., Ткаченко Н. Б., Холодний Г. О.

Актуальність цього питання обумовлена її новизною. Суб'єкти господарювання завжди потребують управлінських рішень, щодо маркетингової діяльності, що напряду пов'язані із розвитком бізнесу та зростанням прибутку. Для успішності такого процесу потрібно мати досконалу та дієву товарну політику підприємства, яка гарантуватиме підвищення конкурентоспроможності.

Метою кваліфікаційної роботи є **вивчення теоретичних основ** маркетингового управління товарним асортиментом підприємства. Провівши аналіз маркетингового управління товарним асортиментом ПСП «Жовтневе», розробити рекомендації диверсифікації маркетингового управління товарним асортиментом ПСП «Жовтневе». Виходячи з мети можна сформулювати наступні завдання:

- визначити сутність та значення товарного асортименту підприємства, його методи формування та управління;
- вивчити організаційно-економічну діяльність підприємства «Жовтневе»;
- ознайомитися із маркетинговою діяльністю ПСП «Жовтневе»;
- провести аналіз управління товарного асортименту ПСП «Жовтневе»;

- сформуувати напрями управління товарним асортиментом аграрного підприємства
- запропонувати напрями удосконалення товарного асортименту ПСП «Жовтневе»
- визначити ефективність запропонованих заходів удосконалення товарного асортименту ПСП «Жовтневе»

Об'єктом дослідження є процес маркетингового управління товарним асортиментом підприємства.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні питання формування і використання управління товарного асортименту підприємства.

Елементами наукової новизни є проведення аналізу організаційно-економічної системи ПСП «Жовтневе», оцінка його маркетингової діяльності, аналіз управління товарним асортиментом підприємства та розробка шляхів диверсифікації товарного асортименту ПСП «Жовтневе».

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети в процесі проведення дослідження були використані наступні методи: сукупність способів наукового пізнання, загальнонаукові принципи, методи та прийоми. В роботі використовувались методи: аналізу, синтезу, узагальнення, спостереження та порівняння, а саме: SWOT аналіз та ABC аналіз.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості використовувати розроблені напрями удосконалення товарного асортименту підприємства, та способи підвищення рівня конкурентоспроможності та ефективності діяльності ПСП «Жовтневе».

Апробація результатів роботи.

Матеріали роботи опубліковані на конференціях:

1. «Маркетингове управління товарним асортиментом підприємства»: Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку» (17-18 квітня 2024 р. м. Суми), 2024

2. «Формування товарного асортименту в аграрному виробництві»: Матеріали III науково-практичної інтернет-конференції «Актуальні проблеми управління маркетингу в аграрному бізнесі» (03-04 жовтня 2024 р. м. Дніпро), 2024

Публікації. Результати кваліфікаційної роботи були опубліковані самостійно та у співавторстві в матеріалах науково-практичних та міжнародних конференціях та збірнику статей.

Структура і обсяг роботи. Магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 63 найменування, додатків. Основний текст викладений на 69 сторінках комп'ютерного тексту, робота містить 33 таблиць, 10 рисунків, 9 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА

Нині, в умовах жорсткої конкуренції, сучасний бізнес має втриматися на ринку, а в перспективі – розширювати свою присутність на ньому. Для успішного функціонування підприємства необхідно мати гарно продуману та розроблену товарну політику. Вибір товарів, що реалізуються підприємством, є одним із ключових факторів розробки та реалізації комплексу маркетингу. Головним завданням товарної політики підприємства являється складання оптимального переліку асортиментних одиниць та його подальше удосконалення.

Так склалося, що в сучасних умовах споживачі диктують правила гри учасникам ринку, а саме, вказують на ті товари та послуги, які забезпечать підприємству достатній рівень конкурентоспроможності. Саме тому, асортиментна політика є важливим інструментом в здійсненні маркетингової та комерційної діяльності бізнесу. Забезпеченням споживачів товарами та послугами займається маркетинг, в свою чергу, за досягнення економічної ефективності, здійснення закупів сировини та збуту готової продукції - відповідає комерційна складова бізнесу. [3]

Питання товарної політики та її вивченням займалося чимало науковців, адже ця тема є завжди актуальною. Її успішність, динаміка та гнучкість виробничого процесу й торгівлі має вагоме значення для ефективності бізнесу.

Товарна політика - це комплексна та системна діяльність, що направлена на оптимізацію асортименту підприємства, створення та виробництва нових продуктів або їх модифікації, припинення випуску, якщо товар не користується попитом [27]. Сьогодні задоволення потреб покупців напряму залежать від успішної товарної політики. Ідеєю такої політики є концепція створення товарів, що будуть новими для ринку.

До товарної політики також належать:

- встановлення оптимального переліку товарів та його постійне удосконалення;
- забезпечення якості товарів;
- дизайн;
- упаковка;
- створення товарної марки;
- забезпечення дотримання критеріїв, що вимагають споживачі та ін.

Визначення, формування та підтримка оптимального товарного ряду відображає сутність товарної політики, яка враховує поточні та довготривалі цілі підприємства, **див на рис. 1.1.**

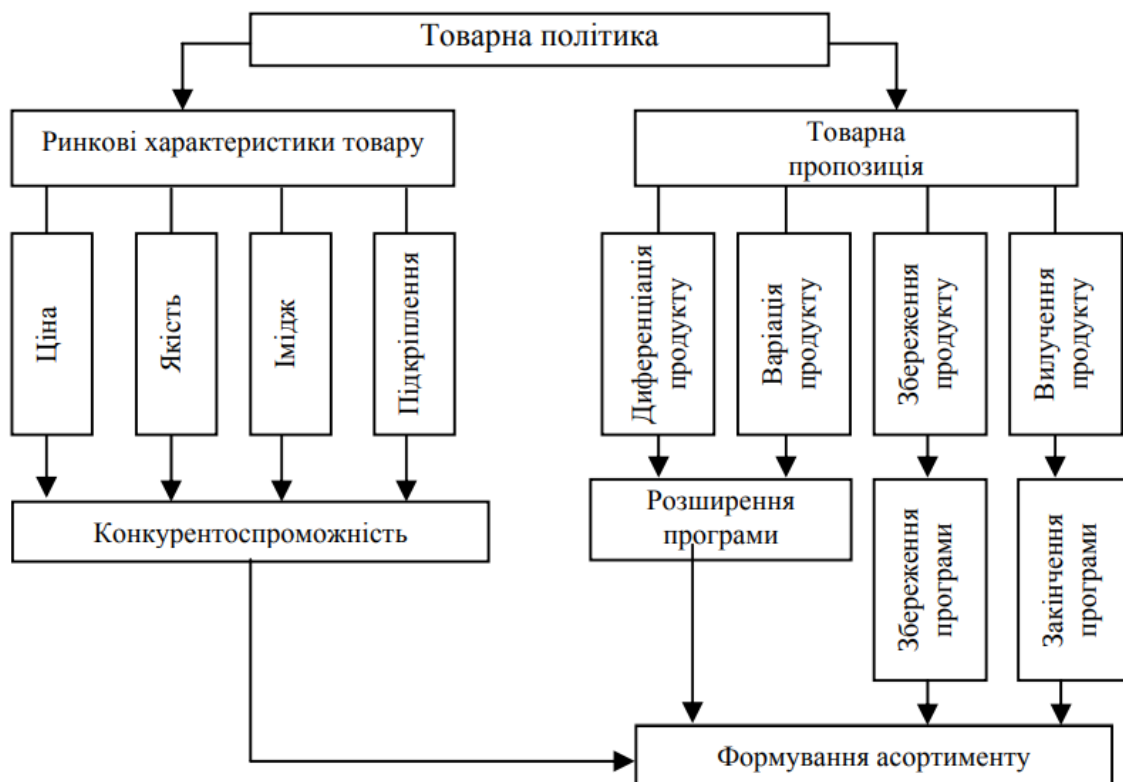


Рис. 1.1 – Складові товарної політики підприємства

Джерело: складено автором на основі [27]

Головним елементом товарної політики є асортимент. Відповідно до загальноприйнятих стандартів: «асортимент - це сукупність асортиментних груп товарів, що їх пропонує підприємство» [28]. Більш деталізовано це поняття науковці трактують так: «товарний асортимент – це сукупність товарів,

відповідних між собою за певними ознаками, які підприємство просуває на ринок залежно від його можливостей, з урахуванням найбільш повного задоволення вимог споживачів, за умови отримання максимально додаткового ефекту для підприємства» [20]. Також фахівці в сфері маркетингу виокремлюють таке поняття як «товарна номенклатура», що значною мірою переплітається з значенням товарного асортименту. Єдиною їхньою відмінністю є те, що асортимент характеризує перелік асортиментних груп, тоді як номенклатура включає групи та товарні одиниці.

Асортимент визначається за такими ознаками:

- для реалізація товарів проходить через певні типи торгівельних закладів;
- товар спрямований на споживачів певної категорії;
- продаж у певних цінових межах;
- для певної області застосування.

Безперечно, вдало підібраний асортимент підприємства – запорука великого прибутку. Однак, варто розуміти, що це не єдина його функція, існують і такі (не фінансові):

- збільшення товарної лінії підприємства;
- згладжування сезонності на ринку;
- сприймання підприємства конкурентами, імідж підприємства та ринку;
- модернізація підприємства, впровадження нових тенденцій, технологій;
- застосування різноманітних можливостей та підходів у виробництві;
- можливість отримання не фінансової користі від товару;
- проведення реклами нового товару серед постійних клієнтів, проведення акцій, розіграшів для них.

Щоб бізнес був конкурентоспроможним та прибутковим варто постійно оновлювати та розширювати асортимент. Такі дії відбуваються за рахунок

вдосконалення існуючих товарів підприємства, покращення їх якості та експлуатаційних характеристик, та введення нетипових для існуючого асортименту товарів на ринок. Розширення асортименту відбуваються з таких причин:

- бажання досягти додаткового прибутку;
- намагання задовольнити дилерів, за умови, що асортимент вузько-направлений;
- експлуатувати невикористані виробничі потужності підприємства;
- бажання зайняти лідируючі позиції на ринку, стати лідером серед виробників;

Вдала асортиментна політика не лише управляє процесом оновлення та оптимізацією асортименту підприємства, але й є значним важелем для керівництва. З його допомогою вирішуються питання щодо, ситуацій, які виникають в ході торгівельної діяльності. За умов підвищення конкуренції на ринку, асортиментна політика є каталізатором мережі та підвищення кількості задоволених споживачів.

Перехід країни до ринкових відносин супроводжується підвищенням рівня конкуренції на ринку та ускладненням процесів реалізації товарів та послуг, тому розробка та впровадження ефективних методів управління асортиментною політикою підприємства є основним в системі менеджменту сучасного бізнесу. В теперішніх складних та непередбачуваних умовах ринку від результату впровадження цих методів буде залежати: стабільний та лідируючий розвиток в конкурентному середовищі, або, навпаки – кризовий стан підприємства.

Формування асортименту являє собою планування майже всіх видів діяльності, що направлений на відбір товарів для майбутнього виробництва та реалізації на ринках збуту. Такий процес відбувається безперервно, адже він проходить протягом усього життєвого циклу продукту, від моменту виникнення ідеї його створення до вилучення із товарної програми підприємства.

Сформувати асортимент підприємства можна різними методами, які напряду залежать від масштабів збуту, широти асортименту, специфіки готової продукції, цілей і завдань, що стоять перед виробником [20]. Ці методи можна поділити на три групи, а саме:

- методи визначення споживчих переваг;
- методи економічного аналізу;
- методи портфельного аналізу;

Класифікацію методів формування асортименту підприємства зображено на рис 1.2.

Назва групи		
<i>Виявлення споживчих переваг</i>	<i>Методи економічного аналізу</i>	<i>Методи портфельного аналізу</i>
Методи, що входять до групи		
1) спостереження залежно від стадії вияву споживчих переваг; 2) спостереження залежно від форми вияву споживчих переваг; 3) методів диференціювання окремих елементів і властивостей продуктів; — модель Розенберга; — багатомірні методи; — методи зіставлення необхідного і реального профілю.	1) ABC-XYZ аналіз; 2) Метод оцінки продуктового портфеля Діббі-Сімкіна; 3) Матриця Маркон; 4) метод оптимізації структури асортименту при існуванні ряду обмежень	1) Boston Consulting Group (BCG), адаптована BCG; 2) General Elektrik (GE) або McKinsey; 3) Матриця розробки товару; 4) Матриця конкуренції за М. Портером; 5) Товар-ринки за І. Ансоффом; 6) Матриця росту за рахунок зовнішнього придбання. 7) Комплексна оцінка асортименту Варламова

Рис. 1.2 – Класифікація методів формування асортименту підприємства

Джерело: складено автором на основі [36]

Головним індикатором ефективності товарної політики підприємства називають показники збуту, саме тому ABC-XYZ-аналіз є найрозповсюдженим методом формування асортименту підприємства [16].

В літературних джерелах ABC-аналіз називається методом структурного аналізу, що базується на ранжируванні товарних позицій, асортиментних груп, регіонів, каналів збуту за конкретними виявленими параметрами. Практичні дослідження говорять, що даний метод застосовують для того, що виокремити із асортиментного ряду підприємства групи товарів-аутсайдерів, які мають

найнижчий рівень визначеного параметра, за яким проводиться аналіз. Зазвичай, при проведенні аналізу асортиментного портфелю прийнято брати за параметр значення обсягу доходів від реалізації товарів.

За допомогою ABC-XYZ-аналізу можливе підвищення частки товарів, що приносять бізнесу найбільші прибутки в складі товарного портфелю, визначення головних товарних одиниць, отримання аналітичної бази, що дасть змогу розробити заходи, що оптимізують товарну політику [24].

Методичні підходи щодо проведення ABC-аналізу ще розвиваються та удосконалюються. Також до групи методів економічного аналізу відносяться:

Метод Дібба-Симкіна. З його використанням можна визначити основні шляхи розвитку деяких товарних груп, виявлення пріоритетних одиниць асортименту, оцінювання ефективності структури асортименту та шляхи її оптимізації. Для проведення такого аналізу потрібно використовувати дані про динаміку продажів та собівартість продукції.

Матриця Маркон – є дуже простою, вона поєднує інформацію, що є важливою для теперішнього й стратегічного керування. Для побудови матриці застосовують такі параметри:

- загальна валова маржа (MCU);
- маржинальний дохід, або маржинальний прибуток (MCA);
- валова маржа на одиницю продукту;
- відсоток валової маржі (MCI) [12].

Перевагою методу являється є те, що при маркетинговому аналізі асортименту використовуються та застосовуються одночасно всі параметри, що показують стан внутрішньої ситуації, такі як: обіг, кількість, загальний запас прибутку тощо.

Метод оптимізації структури асортименту при існуванні ряду обмежень (метод лінійного програмування) – найрозповсюдженіший метод у прикладних економіко-математичних дослідженнях. Його застосування дає змогу управлінцям діяльності прийняти ефективне та обґрунтоване рішення, при умові оптимізації ресурсів [56]. Сутність такого методу полягає в знаходженні

максимуму або мінімуму цільової функції, відповідно до поставлених цілей аналізу, за відповідних обмежень.

Серед методів споживчих переваг є такі:

Модель Розенберга. Дану модель можна трактувати як: модель «продукт – ринок», яка виходить з того, що споживачі оцінюють продукти з точки зору придатності для задоволення своїх потреб. Ця модель має деякі недоліки відносно роботи з продуктом, бо мотиви, що являються важливими для продукту важко визначити. Побажання споживачів дуже часто не дають конкретних побажань щодо зміни характеристик продукту [11].

Багатомірні методи. До цих методів в першу чергу належать факторний і кластерний аналізи, що застосовуються для пояснення маркетингових рішень. Основою метода є аналіз численних взаємозалежних змінних, таких як: встановлення обсягів продажу нового товару залежно від його технічного рівня, ціни, конкурентоздатності, витрат на рекламу [19].

Методи зіставлення необхідного і реального профілю. За допомогою цих методів встановлюється, не величина характеристики, що очікується споживачами товару, а та величина, яка була сприйнята в реальності.

До останньої групи належать методи портфельного аналізу. Основою такого аналізу є концепція життєвого циклу товару, що представлені в такими методами:

Матриця Бостонської Консалтингової Групи (Матриця BCG) – універсальний метод, який дає можливість проводити аналіз асортименту продукції підприємства. За допомогою цього інструменту можна відслідкувати життєвий цикл товарів, провести їх класифікацію за двома параметрами: відносної частки ринку (показує місце компанії на ринку) та швидкості зростання обсягів продажу на конкретному ринку. Матрицю BCG зазвичай використовують для аналізу пріоритетності в асортиментному ряді бізнес-одиниці.

Матриця McKinsey, або General Electric – популярний метод портфельного аналізу, який використовують під час аналізування поточних

ринкових ситуацій з усіх матриць «привабливість – конкурентоспроможність». Суттю цього методу є розроблення стратегій оптимізації товарного асортименту компанії. В порівнянні із вищеназваним методом «матрицею BCG» General Electric застосовує на більшу кількість факторів, що мають вплив на побудову стратегії розвитку бізнесу, маючи за основу суб'єктивні показники конкурентоспроможності та привабливості, які не завжди є правдивими [15].

Матриця конкуренції за М. Портером – базується на концепції сильної позиції на ринку серед інших підприємств, необхідного рівня рентабельності бізнесу, не залежить від масштабу підприємства. Відповідно до створеної матриці М. Портера, для випередження конкурентів на ринку збуту варто застосувати одну із запропонованих стратегій:

- 1) стратегія лідерства за витратами;
- 2) стратегія диференціації;
- 3) стратегія концентрованого маркетингу [11].

Матриця Ансоффа (іншими словами матриця «товар / ринок», або матриця «продукт / ринок») – є однією із найпопулярніших для стратегічного планування. З її допомоги можна обрати одну з найкращих маркетингових стратегій, найбільш доречну за поточних ринкових умов. Суть матриці криється в тому, що між товарами підприємства, що виробляються (реалізуються), та ринками збуту, як поточними (старими), так і майбутніми (новими), існує взаємозв'язок [11]. Виходячи з цього кожне підприємство має декілька варіантів розвитку, що залежить від комбінацій «старих» і «нових» товарів та ринків (див.табл.1.1).

Таблиця 1.1 – Портфельний метод формування асортименту підприємства «Матриця Ансоффа»

Ринок / Товар	Старий товар	Новий товар
Старий ринок	Проникнення на ринок	Розвиток товару
Новий ринок	Розвиток ринку	Диверсифікація ринку

Джерело: складено автором на основі [15]

Для того, щоб один із перерахованих методів формування асортименту підприємства вдало спрацював на конкретному прикладі, варто визначитися із метою, яку бізнес хоче досягти після модернізації або введення нового продукту в асортиментний ряд. Для формування критеріїв ефективності зазвичай використовують управлінську оцінку ефективності, а саме: економічну, організаційну, соціальну. В окремих випадках той чи інший критерій має вагоме значення для підприємства, тому методи формування обираються індивідуально для кожного підприємства, виходячи із його потреб.

В нинішніх умовах, механізмом підвищення конкурентоспроможності бізнесу, безсумнівно, є товарний асортимент та відповідно – його формування та управління. Створення дієвого та цікавого споживачеві асортименту відбувається на всіх етапах руху товару, від виробництва до споживання. Але при цьому, найвагомішу роль товарний асортимент відіграє на останньому етапі. Він являється цільовою установкою механізму руху товарів та формування асортименту, адже задовольняє попит покупців та дає отримати прибуток від його реалізації. Виходячи із цього, можна зробити висновок, що питанню товарного асортименту, а особливо його управлінню варто приділяти значну увагу.

Управління асортиментом товару – діяльність маркетингового відділу підприємства, яка спрямована на досягнення вимог раціональності асортименту [47]. Процес управління та формування товарного асортименту є проміжним між ринковим та економічним аналізами. Це підтверджує те, що одночасно враховується маркетингові параметри (аналіз купівельної спроможності, кон'юктури ринку, сегментація споживачів, тощо) та економічні (фінансові показники, що показують рентабельність та пріоритетність товарів підприємства).

Управління асортиментом відбувається майже в кожному підрозділі підприємства, а саме: відділі маркетингу, збуту, плановому та фінансовому відділах. В табл. 1.2 наведені чинники середовища підприємства, на які варто звертати увагу при управлінні асортиментом.

Таблиця 1.2 – Чинники зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, що мають вплив на управління асортиментом товарів

Зовнішнє середовище	Внутрішнє середовище
Соціальні та демографічні чинники: вік, трудовий потенціал населення; дохід населення; вподобання та переваги населення; демографічна структура споживання продуктів в містах та селах.	Кадрові чинники: оплата кваліфікованих працівників в сфері просування продуктів та введення їх на ринок; оплата праці маркетологів.
Політичні чинники: стан ринків та стабільність їх розвитку; зміни в законодавстві.	Технологічні чинники: технологічні потужності для оновлення випуску нових та удосконалених одиниць товарів .
Економічні чинники: ціни на ресурси, енергоносії та обладнання; податкове навантаження на підприємство; кредитні та інвестиційні ресурси; логістика.	Фінансово-економічні чинники: існування власних або кредитних фінансових ресурсів для оновлення асортименту підприємства; економічна доцільність введення нового товару в виробництво; фінансові витрати на рекламу та просування товару; цілісна фінансово-економічна оцінка доцільності введення нового товару в асортимент.
Ринкові чинники: частка ринку, що займає виробник; щільність конкурентів на ринку; наявність вільних ніш на ринку.	Інфраструктурні чинники: наявність підготовленої системи для проведення оновлення асортименту.
Технологічні чинники: існування технологій і обладнання на ринку для виробництва нових або оновлених товарів.	Збутові чинники: наявність налагоджених каналів збуту продукції, оптових покупців.

Джерело: складено автором на основі [47]

Названі чинники із таблиці 1.2 мають бути детально проаналізовані в процесі управління та формування асортименту підприємства. Варто зазначити, що під час оновлення асортименту на завжди відбувається його розширення, випуск нових одиниць. Є також можливий варіант скорочення та відмова від виробництва.

У своїй роботі П.В. Кузнецов розділив асортимент підприємства на три умовні частини (див. рис. 1.3)

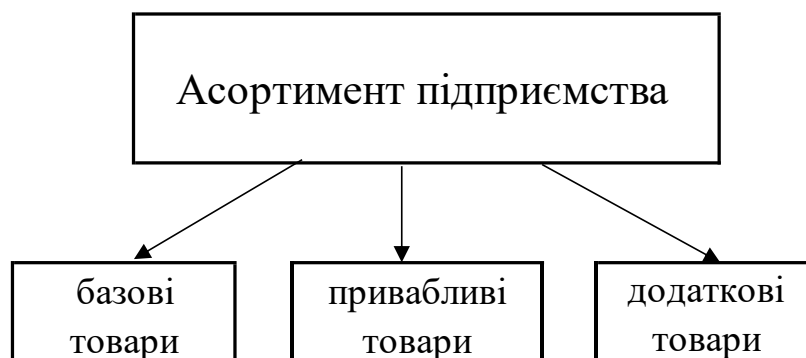


Рис.1.3 – Поділ асортименту підприємства

Джерело: складено автором на основі [21]

Базовий асортимент продуктів підприємства – перелік товарів, що відображають асортиментний профіль діяльності компанії. Такий товар є завжди в наявності, частка його продажів становить не менше 50%.

Привабливі товари – це такі, що можуть виокремити підприємство серед конкурентів. Ці товари зазвичай є орієнтиром цінової політики підприємства.

Додаткові товари – товари, що реалізуються для задоволення комплексних вимог покупців. Їх наявність у компанії надає довірливого ставлення покупців [21].

На будь-якому підприємстві має проводитися управління асортиментом. Такі дії допоможуть привабити покупців та вивести бізнес на новий рівень на ринку. Асортимент має бути сформований так, щоб він міг задовільними різноманітні запити основних споживачів [57]. Саме управління формує такий асортиментний ряд керуючись попитом та даний вид продукції, ресурсний потенціал підприємства, технологічні можливості та інше. Основні напрямки управління товарного асортименту наведені в табл.1.3.

Таблиця 1.3 – Напрямки управління товарного асортименту підприємства

Напрямок	Опис напрямку	Причини застосування
Скорочення асортименту	Зменшення кількості або якості певних характеристик товарів, застосовуючи скорочення його масштабів.	Збитковість товару, низька популярність на ринку, присутній виробничий брак.
Розширення асортименту	Збільшення кількості або якості певних характеристик товарів,	Зростання попиту і пропозиції, велика рентабельність

	використовуючи вдосконалення вже наявних товарів.	виробництва і продажу продукції, поява нових видів продуктів чи нових виробників.
Нормалізація асортименту	Стан товару, що має стабільність на ринку та не потребує модернізації.	Застосовується здебільшого для товарі повсякденного вжитку.
Модернізація асортименту	Збільшення кількості або якості певних характеристик товарів, їх оптимізація, що можуть задовольнити потреби покупців, котрі змінилися при появі нових товарів	Висока рентабельність виробництва, поява нових товарів у конкурентів, достатнє ресурсне забезпечення.
Гармонізація асортименту	Формування схожого за цільовим призначенням набору товарів.	Спрямування на гармонійне формування асортименту підприємства за попитом споживача.

Джерело: складено автором на основі власного спостереження

Отже, управління товарним асортиментом підприємства має на меті коригування, контроль та модернізацію товарного ряду. Ці дії обумовлять економічну ефективність діяльності компанії на обраному ринку. Вдала товарна політика бізнесу – запорука прибутковості компанії. Мета формування ефективного асортименту має бути найбільш наближена до оптимального, щоб отримати максимальний прибуток.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА

2.1 Організаційно-економічна характеристика ПСП «Жовтневе»

ПСП «Жовтневе» - сільськогосподарське підприємство розташоване в селі Щоми (Сумська область, Охтирський район), див рис 1.1. Форма власності підприємства – приватне, засноване Задорожним О.В. в 2000 році.



Рис. 2.1 – ПСП «Жовтневе»

Підприємство спеціалізується на вирощуванні зернових (крім рису), бобових та олійних культур. До 2018 року підприємство паралельно займалося скотарством, а саме спеціалізувалося на вирощуванням вівців, свиней та корів. З 2010 по 2019 роки підприємство було лідером в Охтирському районі по реалізації садових культур та плодово-ягідних культур. Підприємство мало великий успіх у вирощуванні яблук, груш, слив, абрикос, персиків, вишень, черешень, смородини, порічок, винограду.

Загальні відомості про підприємство ПСП «Жовтневе»:

- Юридична адреса: вул. Польова, 1а, с. Щоми, Охтирський р-н, Сумська обл.

- Контактний телефон. +(38) 054-46-40-211

- Галузь: аграрне виробництво

- Спеціалізація: вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур та насіння олійних культур.

Місія підприємства – забезпечення регіону зерновими, бобовими та насінням олійних культур, для розвитку харчової промисловості та уникнення дефіцитів сировини для виробництва продуктів повсякденного вжитку.

Метою створення підприємства є: розвиток сільського господарства в регіоні, зокрема, рослинництва, створення робочих місць для забезпечення зайнятості населення, отримання фінансових вигод для власника.

Предметом діяльності підприємства є: вирощування зернових, бобових, насінням олійних культур, а також плодово-ягідних, зокрема яблук; роздрібна та оптова торгівля; виробництво культур для посіву.

Клієнтами ПСП «Жовтневе» є: в основному компанії, фірми, оптові бази котрі маю справу та ведуть свою діяльність з сільськогосподарською та харчовою промисловістю, роздрібні покупці регіону.

На момент написання кваліфікаційної роботи підприємство спеціалізувалося на вирощуванні таких культур: пшениці, кукурудзи, соняшника, ячменю, гороху та плодово-ягідних, а саме - яблук.

В цьому розділі пропоную розглянути основні економічні показники діяльності ПСП «Жовтневе». В табл. 2.1.1 представлено перелік культур та питома вага кожної в загальній кількості товарної продукції, проведемо порівняння даних 2021 року з даними 2023 року.

Таблиця 2.1.1 – Структура та склад обсягів товарної продукції ПСП «Жовтневе» за 2021-2023 рр.

Вид продукції (найменува)	Рік			В середньому за 2021 – 2023 рр.
	2021	2022	2023	

ння культури)	Виручка, тис.грн.	Питома вага, %	Виручка, тис.грн.	Питома вага, %	Виручка, тис.грн.	Питома вага, %	Виручка, тис.грн.	Питома вага, %
Пшениця	6772,7	37	165,2	0,8	8578,5	36,4	5172,1	24,7
Кукурудза	1940,4	10,6	6801,7	35	8228,4	35	5656,8	26,9
Ячмінь	767,1	4,2	75,4	0,4	268,9	1,1	370,5	1,9
Горох	-	-	-	-	1554,9	6,5	1554,9	6,5
Насіння соняшнику	8399,7	46	12051,8	62	4558,3	19	8336,6	42,3
Культури плодів та ягідні	385	2,2	374,8	1,8	374,8	2	378,2	2,0

Джерело: складено автором на основі звітності підприємства (Додаток А1-А3)

Із розрахунків, що наведені в табл.2.1.1. можна зробити висновок, що за 2021-2023 рр. в середньому виручка від реалізації продукції ПСП «Жовтнєве» складає 20432,5 тис. грн.. Асортимент підприємства «Жовтнєве» є відносно не великим, тому в середньому за останні три роки виручка від реалізації пшениці складає четверту частину від всієї виручки культур підприємства, а саме 24,7%, від реалізації кукурудзи - 26,9% від загальної кількості, ячменю – 1,9%, гороху – 6,5%, насіння соняшнику – 42,3%, яблук – 2%.

Відповідно до фінансового звіту підприємства кількість найманих працівників в 2021-2022 роках складала 24 особи та 16 в 2023 році, див. табл. 2.1.2.

Таблиця 2.1.2 – Динаміка трудових ресурсів ПСП «Жовтнєве» за 2021-2023 рр.

Показники	Роки			Відхилення 2023-2021
	2021	2022	2023	
Чисельність найманих працівників, чол.	24	24	16	-8
Відпрацьовано 1 робітником днів, в середньому по підприємству	284	270	286	2

Фонд оплати праці, тис.грн.	324,25	330,5	328,8	4,55
Середньомісячна заробітна плата, грн	10760,76	11907,45	13673,12	2912,36

Джерело: складено та розраховано автором на основі звітності підприємства

Розрахунки з табл. 2.1.2 говорять, що чисельність найманих працівників протягом 2021-2022 років зменшилась на 8 осіб (33,3%). Не зважаючи на зменшення кількості найманих працівників фонд оплати праці підприємства збільшувався, цей ріст спричинило збільшення заробітної плати на підприємстві (приблизно на 3 тис. грн). В 2021 році фонд оплати праці досліджуваного підприємства склав 324,25 тис.грн., в 2022 – 330,5 тис.грн., в 2023 – 328,8 тис.грн.. Приріст середньомісячної заробітної плати на 1 працівника склав 27,06%. Позитивною є динаміка підвищення кількості відпрацьованих днів 1 працівником за рік (+1 день).

Вивчивши документацію та фінансові звіти ПСП «Жовтневе» можна скласти таблицю основних фінансово-економічних показників та рентабельності підприємства та дослідити їх динаміку за три останні роки (див. табл. 2.1.3.)

Таблиця 2.1.3 - Динаміка основних фінансово-економічних показників та рентабельності ПСП «Жовтневе» за 2021 - 2023 рр.

Показники	Рік			Відхилення (+,-) 2023р. від 2021р, тис.грн	Середній темп росту (приросту),%
	2021	2022	2023		
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	18934,10	19910,40	23968,90	5034,80	26,6
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	9087,30	14030,90	20602,60	11515,30	126,7

Валовий прибуток, тис. грн.	9846,8	58795,5	3366,3	-6480,5	-65,8
Загальна сума витрат, тис. грн.	11554,90	16730,00	22239,80	10684,90	92,5
Валюта балансу, тис. грн.	29769,90	38459,60	41514,70	11744,80	39,5
Власний капітал, тис. грн.	14278,10	17817,20	21163,50	6885,40	48,2
Власні оборотні кошти, тис. грн.	16416,50	22149,20	24642,60	8226,10	50,1
Чистий прибуток, тис. грн.	7452,50	3232,10	1780,10	-5672,40	-76,1
Рентабельність діяльності,%	39,36	16,23	7,43	-31,93	
Рентабельність продажу,%	97,18	41,90	16,34	-84,84	
Сукупна рентабельність,%	64,50	19,32	8,00	-56,50	
Рентабельність активів,%	12,52	4,20	2,14	-10,38	
Рентабельність власного капіталу,%	13,65	4,79	2,36	-11,29	

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства (Додаток Б1 – Б3)

Вивчивши дану таблицю можна провести аналіз динаміки основних фінансово-економічних показників та рентабельності ПСП «Жовтневе» за три останніх роки. В таблиці наведені такі показники фінансово-економічної діяльності, як:

- чистий дохід від реалізації продукції – важливий показник оцінки реальної прибутковості підприємства. Він відображає фактичну суму грошей, яка залишається на підприємстві після всіх необхідних витрат, пов'язаних із реалізацією продукції [4]. Із 2021 по 2023 сума чистого доходу від

реалізації продукції збільшувалася, відхилення за три роки склало 5034,80 тис. грн.;

- собівартість реалізованої продукції підприємства показує всі витрати, які підприємство понесло на виробництво та реалізацію продукції. Це сукупність матеріальних, трудових, енергетичних та інших витрат, що безпосередньо пов'язані з процесом виробництва, а також витрати на зберігання, транспортування та інші операції, пов'язані з реалізацією продукції [42]. З кожним роком собівартість реалізованої продукції підприємства «Жовтневе» збільшувалася, середній темп росту за 2021-2023 рр. складав 126,7 %;
- валовий прибуток підприємства розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації та собівартістю реалізованої продукції. У 2021 році склав 9846,8 тис.грн., у 2022 році – 58795,5 тис. грн., у 2023 році – 22239,8 тис. грн.. Динаміка має негативну тенденцію;
- загальна сума витрат підприємства відображає ефективність використання ресурсів на підприємстві, а також є основою для визначення чистого прибутку та рентабельності підприємства. Цей показник із 2021 по 2023 року збільшувався, приріст становить 92,5 %;
- валюта балансу підприємства - ключовий фінансовий показник, який відображає фінансовий стан підприємства, показує загальну суму всіх активів або пасивів на балансі підприємства на певну дату [51]. За період 2021-2023 років на досліджуваному підприємстві «Жовтневе» валюта балансу збільшилася на 39,5%;
- власний капітал підприємства - один із ключових показників фінансового стану підприємства, який відображає його фінансову стійкість і здатність самостійно фінансувати свою діяльність без залучення зовнішніх джерел, показує суму коштів, вкладених власниками підприємства, а також накопичений прибуток, який не був розподілений серед акціонерів у вигляді дивідендів [10]. Власний капітал ПСП «Жовтневе» у 2021 році

склав 14278, 1 тис.грн., у 2022 році – 17817,2 тис. грн., у 2023 році – 21163,5 тис. грн.;

- власні оборотні кошти підприємства — це частина власного капіталу, яка використовується для фінансування оборотних активів підприємства, таких як запаси, сировина, готова продукція, дебіторська заборгованість та інші активи, які швидко перетворюються в грошові кошти [63]. Вони є важливою складовою фінансового забезпечення підприємства, оскільки дозволяють підтримувати операційну діяльність без необхідності залучення зовнішніх джерел фінансування, таких як кредити або позики. За досліджувані роки даний показник збільшився на 50,1 % для аграрного підприємства «Жовтневе»;
- чистий прибуток підприємства — це фінансовий показник, що відображає прибуток компанії після вирахування всіх витрат, податків, відсотків та інших витрат. Він є важливим індикатором фінансового здоров'я підприємства та ефективності його діяльності. Цей показник також важливий для інвесторів, кредиторів та інших зацікавлених сторін, оскільки він дає уявлення про здатність компанії генерувати прибуток. Чистий прибуток ПСП «Жовтневе» у 2021 році склав 7452,5 тис. грн., у 2022 році – 3232,1 тис. грн., у 2023 році – 1780,1 тис. грн.. Динаміка даного показника йде на спад, середній темп росту є від'ємним та становить - 76,1%.

В другій частина таблиці розраховані показники рентабельності підприємства «Жовтневе», а саме:

- рентабельність діяльності, яка показує ефективність використання ресурсів для генерування прибутку [62]. Вона показує, яку частину доходу підприємство може зберегти як прибуток після покриття всіх витрат. За три роки рентабельність діяльності зменшувалася: у 2021 році – 39,39%, у 2022 році – 16,23%, у 2023 році – 7,43. Середній приріст дорівнює -81,1%;

- рентабельність продажу підприємства показує, яку частину виручки від продажу продукції аграрного підприємство зберігає у вигляді чистого прибутку. У 2021 році ПСП «Жовтнєве» отримало 97,18% у вигляді чистого прибутку від продажу виробленої продукції, у 2022 році – 41,9%, у 2023 році – 16,34%;
- сукупна рентабельність (або загальна рентабельність) — це фінансовий показник, який відображає загальний прибуток підприємства від усіх видів його діяльності в порівнянні з усіма ресурсами, що були використані для їх отримання. Вона включає прибуток, отриманий від основної та іншої діяльності, і дає більш повну картину ефективності роботи підприємства. У 2021 році сукупна рентабельність підприємства склала 65,5%, у 2022 – 19,32%, у 2023 – 8%;
- рентабельність активів оцінює ефективність використання активів підприємства для генерації прибутку. Він показує, скільки чистого прибутку компанія отримує на кожну одиницю активів, і є важливим індикатором фінансової стійкості та ефективності роботи [60]. Розрахувавши даний показник для досліджуваного підприємства можна сказати, що з кожним наступним досліджуваним роком даний показник зменшувався, при цьому відхилення складає -10,38%;
- рентабельність власного капіталу показує, скільки чистого прибутку підприємство отримує на кожну одиницю власного капіталу, і є важливим індикатором фінансової стабільності та успішності бізнесу [18]. За 2021 рік рентабельність власного капіталу ПСП «Жовтнєве» становило 13,65%, у 2022 році – 4,79%, у 2023 році – 2,36%.

Отже, можна зробити загальний висновок, з кожним наступним роком витрати на виробництво збільшувалися, відповідно, прибуток підприємства зменшувався. Рентабельність підприємства також мало негативну тенденцію, а це означає, що підприємство з кожним роком суттєво втрачало свою потужність. Врятувавши таке положення, на мою думку, можливо за рахунок залучення інвестиційних коштів у підприємство.

2.2 Аналіз маркетингової діяльності ПСП «Жовтневе»

Відповідно до Статуту ПСП «Жовтневе» основними напрямками діяльності аграрного підприємства є:

1. Вирощування сільськогосподарських культур:
 - зернові та зернобобові – основними культурами яких є пшениця, кукурудза, ячмінь, які займають значну частину посівних площ;
 - технічні культури – вирощування соняшнику, що є важливим для експорту та виробництва олії в регіоні.
2. Садівництво:
 - вирощування фруктів, а саме – яблук, для забезпечення місцевого населення та ягід: черешні, персики, сливи, абрикоси – для власного споживання персоналу.
3. Агроекологія та органічне землеробство:
 - розвиток органічного виробництва, що відповідає сучасним вимогам споживачів щодо безпеки продуктів харчування та екологічної сталості.
4. Сільськогосподарські послуги:
 - надання послуг, таких як агрономічні консультації, технічне обслуговування сільгосптехніки, а також ведення обліку та фінансового аналізу для інших аграрних підприємств.
5. Впровадження інновацій та нових технологій:
 - використання сучасних технологій, таких як точне землеробство, автоматизація виробництва, дрони для моніторингу полів, тощо.

Сільськогосподарське підприємство, що є об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи займається виключно вирощуванням таких культур: зернових, бобових, технічних та плодових та ягідних, зокрема яблук. В табл. 2.2.1. представлено комплекс маркетингу ПСП «Жовтневе».

Таблиця 2.2.1 - Комплекс маркетингу ПСП «Жовтневе»

Товар, тов.од.	Ціна, грн./ц тов.од.	Розподіл	Стимулювання
Зернові культури: пшениця, ячмінь, кукурудза; бобові культури: горох; технічні культури: насіння соняшника; плодові та ягідні культури: яблука	Пшениця – 427,66; Ячмінь – 496,2; Кукурудза – 432,42; Горох – 650,05; Насіння соняшника – 1107,47; Яблука – 535,79.	Прямий збут, оптова та роздрібна торгівля, транспортуванн я	Реклама в місцевих газетах та сайтах, участь в аграрних ярмарках та виставках.

Джерело: власні дослідження

Таблиця складається із чотирьох основних елементів:

1. Товар. Для сільськогосподарського підприємства «Жовтневе» це зернові, бобові, технічні та плодово-ягідні культури. Аграрні підприємства повинні акцентувати увагу на якості продукції, її особливостях та доданій вартості, що може залучити споживачів.

2. Ціна. Визначення правильної цінової стратегії є критично важливим для аграрного підприємства. Ціна повинна відповідати якості продукції та умовам ринку. Сільськогосподарські підприємства можуть впроваджувати акції та знижки, щоб залучити покупців.

3. Розподіл. Вибір каналів розподілу впливає на доступність продукції для споживачів. Важливо мати оптимізовану логістику для забезпечення свіжості агропродукції. ПСП «Жовтневе» у своїй діяльності використовує прямий збут, оптову та роздрібну торгівлю.

4. Стимулювання. Ефективне просування допомагає підвищити впізнаваність бренду і залучити клієнтів. Використання різних каналів

комунікації дозволяє досягти широкої аудиторії. Досліджуване підприємство розширює свою впізнаваність через рекламу в місцевих газетах та сайтах, участь в аграрних ярмарках та виставках.

Аграрні підприємства повинні уважно аналізувати як мікро-, так і макросередовище, щоб адаптувати свої стратегії та ефективно реагувати на зміни, які можуть вплинути на їх діяльність [35]. Це дозволяє зменшити ризики і скористатися можливостями на ринку. В табл. 2.2.2. перераховані та охарактеризовані фактори мікро та макро середовищ підприємства «Жовтневе».

Таблиця 2.2.2 – Фактори мікро- макро- середовища ПСП «Жовтневе»

Можливості та погрози мікросередовища	
Постачальники	ПАТ «Суміхімпром», ТОВ «АРТА-ХІМГРУП», ТОВ «Виробниче підприємство «ПОЛІСАН»
Конкуренти	ПСП «Комишанське», ПСП «Павлівське», ПСП «Піонер», ПСП «Ташань»
Посередники	Відсутні
Споживачі	ПАТ «Agro-Sells», ТОВ «АГРО ФОНД»
Фактори макросередовища, які створюють можливості для розвитку діяльності підприємства, які становлять погрозу	
Демографічне середовище	працездатне населення регіона, де знаходиться підприємство поступово зменшується, це пов'язано із складною політичною ситуацією у країні та поступове вимирання українських сіл
Економічне середовище	складне для введення бізнесу, держава не дає кредитів для розвитку бізнесу, складна ситуація із збутом продукції
Політичне середовище	складне, нестабільне, небезпечний регіон для ведення бізнесу та розвитку підприємства. Підприємство знаходиться у регіоні із підвищеним рівнем небезпеки
Науково – технічне середовище	дозволяє розвивати та модернізувати підприємство
Екологічне (природне) середовище	підприємство знаходиться в районі нафто-газового видобування, за 4 км від підприємства знаходиться нафтопереробний завод, викиди від якого несуть негативні наслідки для екології

Культурне середовище	позитивне, не перешкоджає введенню бізнеса та розвитку його
----------------------	---

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Мікросередовище включає фактори, які безпосередньо впливають на підприємство і з якими воно взаємодіє. Основні елементи: постачальники, конкуренти, посередники, споживачі.

Макросередовище включає загальні економічні, соціальні та політичні фактори, які можуть впливати на діяльність підприємства. Основні елементи: демографічне, економічне, політичне, науково-технічне, екологічне та культурне середовище.

Результатом успішної діяльності будь-якого підприємства є обсяг виробництва та його реалізація, в табл. 2.2.3 наведено дані що стосуються виробництва та реалізації продукції за 2021-2023 рр.

Таблиця 2.2.3 - Динаміка виробництва і реалізації продукції ПСП «Жовтневе»

Види продукції	2021 р.			2022 р.			2023 р.			Відхилення 2021 р. від 2023 р. (+,-)		
	Обсяг виробн.,ц	Обсяг реаліз.,ц	Рівень товарності,%	Обсяг виробн.,ц	Обсяг реаліз.,ц	Рівень товарності,%	Обсяг виробн.,ц	Обсяг реаліз.,ц	Рівень товарності,%	Обсяг виробн.,ц	Обсяг реаліз.,ц	Рівень товарності,%
Пшениця	10723	10395	96,94	12400	319	2,57	27050	20059	74,16	50173	30773	61,33
Кукурудза	9144	3290	35,99	14919	12649	84,78	21489	19029	88,55	45552	34968	76,77
Ячмінь	1446	1327	91,77	688	146	21,22	542	542	100	2676	2015	75,3
Горох							2750	2392	86,98	2750	2392	86,98
Соняшник	10099	4559	45,14	12048	9461	78,53	11016	4116	37,36	33163	18136	54,69

Яблука	350	350	100	898	898	100	1152	1152	100	2400	2400	100
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	-----	------	------	-----

Джерело: складено автором на основі Додатку В1 – В3, Додатку Д1 – Д3

Динаміка виробництва і реалізації продукції аграрного підприємства є критично важливими аспектами його діяльності. Аналіз цих показників допомагає підприємству адаптувати свої стратегії, реагувати на зміни на ринку, підвищувати ефективність та забезпечувати стійкий розвиток [37]. Регулярний моніторинг і аналіз динаміки дозволяє виявити проблеми і можливості, що можуть вплинути на загальний успіх підприємства.

Проаналізувавши таблицю 2.2.3 можна зробити висновок, що за 2021-2023 роки обсяг виробництва пшениці, кукурудзи та соняшника був найбільший, відповідно обсяг їх реалізації досягнув найбільших значень. Також в 2023 році підприємство зібрало великий урожай яблук та гороху, обсяг товарності яких становив 100 % та 87 % відповідно.

У веденні бізнесу найголовнішим, на мою думку, є не кількість виготовленої продукції, а ціна за яку буде продана та чи інша одиниця товару. Тому, відслідковування відпускних цін на продукцію є одним із головних завдань маркетингового відділу підприємства. В таблиці 2.2.4 представлена динаміка відпускних цін на продукцію ПСП «Жовтневе».

Таблиця 2.2.4 – Динаміка відпускних цін на продукцію підприємства, грн/ц.

Вид продукції	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Середні ціни реалізації, грн/ц	Відхилення 2023 р. до 2021 р, +,-
Пшениця	651,53	517,82	427,66	532,34	-223,87
Кукурудза	589,8	537,72	432,42	519,98	-157,38
Ячмінь	578,1	516,65	496,2	530,32	-81,9
Горох			650,05	650,05	-
Соняшник	1842,43	1273,84	1107,47	1407,91	-734,96
Яблука	1100	417,4	535,79	684,4	-564,21

Джерело: складено автором на основі власних спостережень

Проаналізувавши таблицю можна зробити такі висновки: ціни на всі культури значно зменшилися після 2021 року, в деяких випадках більше ніж на

50% (яблука). Найвища за 2021-2023 рр. ціна на 1 ц продукції у соняшника (1407,91 грн/ц).

ПСП «Жовтневе» розташоване в Охтирському районі, що на Сумщині. Каналами збуду продукції підприємства є оптові та роздрібні покупці, зокрема, ПАТ «Agro-Sells», ТОВ «АГРО ФОНД» та магазини «Калинка» та «Люкс» в селі Щоми (Охтирський район). Динаміка обсягів збуту основних видів продукції підприємства за 2021-2023 роки представлено у табл. 2.2.5.

Таблиця 2.2.5 – Динаміка обсягів збуту основних видів продукції підприємства за 2021 – 2023 рр., ц.

Вид продукції	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Середні ціни реалізації, грн/ц	Відхилення 2023 р. до 2021 рр., +,-
Пшениця	10395	319	20059	10257,67	9664
Кукурудза	3290	12649	19029	11656	15739
Ячмінь	1327	146	542	671,67	-785
Горох			650,05	650,05	-
Соняшник	4559	9461	4116	6045,33	-443
Яблука	350	898	1152	800	802

Джерело: складено автором на основі Додаток В1 – В3

Можна зробити наступні висновки: за 2021-2023 роки обсяги збуту продукції ПСП «Жовтневе» збільшувалися у таких культурах: пшениця, кукурудза, горох та яблука.

Використавши всі дані із попередніх таблиць, можна розрахувати еластичність попиту на основні види продукції виробника (див. табл. 2.2.6)

Таблиця 2.2.6 – Еластичність попиту на основні види продукції виробника за 2021 - 2023 рр.

Види продукції	Зміни рівня цін			Зміни обсягів продажу			Коефіцієнт цінової еластичності
	абсолютний приріст ціни, грн/ц	середні ціни реалізації грн./ц.	абсолютний приріст по відношенню до середніх цін	абсолютний приріст обсягів продажу, ц	обсяги продажу в середньому за період, ц	абсолютний приріст по відношенню до середніх обсягів	

						продажу	
Пшениця	-223,87	532,34	-0,42	9664	10257,67	0,94	-0,45
Кукурудза	-157,38	519,98	-0,30	15739	11656	1,35	-0,22
Ячмінь	-81,9	530,32	-0,15	-785	671,67	-1,17	0,13
Горох	-	650,05	-	-	650,05	-	-
Соняшник	-734,96	1407,91	-0,52	-443	6045,33	0,07	-7,43
Яблука	-564,21	684,4	-0,82	802	800	1,0025	-0,82

Джерело: дані розрахунків в табл.2.2.3-2.2.4

Коефіцієнт цінової еластичності попиту вимірює відсоткову зміну кількості продукції, яку споживачі готові купити, у відповідь на відсоткову зміну ціни [50]. Коефіцієнт цінності еластичності пшениці, кукурудзи, соняшника та яблук є від'ємним значенням - абсолютний нееластичний попит. Коефіцієнт цінності еластичності ячменю 0,13 – відносно нееластичний попит, темп зростання попиту менший за зниження ціни.

В ході аналізу маркетингової діяльності ПСП «Жовтневе» мною було розраховано мінімальну вартість відпускних ціни виробника продукції підприємства на 2023 рік. Для розрахунку було використано наступні елементи: витрати виробництва, прибуток, податок на додану вартість, див. табл. 2.2.7.

Таблиця 2.2.7 – Розрахунок відпускних цін виробника основних видів продукції за елементами в 2023 році

Вид продукції	Витрати виробництва, тис. грн.		Прибуток, тис.грн.	Податок на додану вартість, тис.грн.	Відпускна ціна виробника, тис. грн.
	Змінні	Постійні			
Пшениця	2468,8	3077,1	41206	6545,27	53297,17
Кукурудза	2757,8	4217,4	51825,8	8232,14	67033,14
Соняшник	3971,1	4476,5	62765,7	9969,86	81183,16
Яблука	522,8	266,1	5861,6	931,07	7581,57

Джерело: складено автором

Враховуючи всі витрати підприємства та ставку ПДВ (14%) мною була розрахована мінімальні відпускна ціна виробника за 2023 рік, яка становить 53297,17 тис.грн для пшениці, 67033,14 тис.грн. для кукурудзи, 81183,16 тис.грн. для насіння сояшнику та 7581,57 тис.грн. для яблук. Шляхом порівняння можна зробити висновок, що ціна за яку були продані культури в 2023 році та яка була розрахована в табл. 2.2.7 мають велику різницю. Можна зробити висновок, що вартість, за яку було продано продукцію ПСП «Жовтневе» у 2023 році замала, щоб перекрыла всі витрати, що пов'язані із виробництвом.

Останнім кроком дослідження маркетингової діяльності ПСП «Жовтневе» буде характеристика використання основних комунікаційних засобів, оцінювання маркетингового потенціалу підприємств-конкурентів, визначення загального рейтингу підприємства за використанням основних маркетингових елементів та функцій, загальна оцінка рівня привабливості підприємств - конкурентів (за 10-бальною шкалою), див табл. 2.2.8 – 2.2.11.

Таблиця 2.2.8 - Характеристика використання основних комунікаційних засобів ПСП «Жовтневе»

Захід	Характеристика
Реклама	Дуже слабо розвинена
Персональний продаж	Відсутній
Пропаганда	В межах району
Цінове стимулювання	Відсутнє
Короткочасне нецінове стимулювання	Відсутнє

Джерело: власні розрахунки

Комунікаційні засоби будь-якого бізнесу включають широкий спектр інструментів, спрямованих на взаємодію з партнерами, клієнтами та громадськістю. Вони є частиною маркетингових комунікацій, які допомагають популяризувати продукцію, створювати позитивний імідж підприємства і стимулювати продажі. На мою думку, основними комунікаційними засобами є реклама, персональний продаж, пропаганда виробництва, цінове стимулювання, короткочасне нецінове стимулювання. В табл. 2.2.8 представлена характеристика використання основних комунікаційних засобів ПСП

«Жовтневе», проаналізувавши таблицю можна зробити висновок, що комунікаційні характеристики досліджуваного бізнесу є малорозвиненими.

2.3 Аналіз управління товарним асортиментом ПСП «Жовтневе»

В сучасних умовах введення бізнесу ефективне управління товарним асортиментом є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємства. Створення дієвого асортименту відбувається безперервно на всіх етапах руху товарів — від їх виробництва до кінцевого споживання.

ПСП «Жовтневе» - мале підприємство, товарний асортимент якого не є різноманітним. В табл. 2.3.1 наведена інформація про товарні пропозиції та товарні одиниці сільськогосподарського підприємства «Жовтневе». Асортимент підприємства складається із трьох груп товарів: зернові та бобові культури, насіння олійних культур, плодово-ягідні культури.

Таблиця 2.3.1 – Склад товарної пропозиції, товарна одиниця

Групи товарів	Підгрупи
1. Культури зернові та зернобобові	1.1 Пшениця
	1.2 Кукурудза
	1.3 Ячмінь
	1.4 Горох
2. Насіння культур олійних	2.1 Насіння соняшнику
3. Культури плодові та ягідні	3.1 Яблука

Джерело: складено автором на основі Додатку А1

В цьому підрозділі я проведу аналіз товарної номенклатури та асортименту, проведу детальний аналіз його управління. В табл. 2.3.2 представлена інформація про обсяг і структуру товарної продукції підприємства «Жовтневе» за 2022-2023 рр.

Таблиця 2.3.2 - Обсяг і структура товарної продукції підприємства

Вид продукції	2022 р		2023 р		Відхилення (+,-) 2023 р до 2022 р.
	Чистий дохід (виручка) від реалізації, тис. грн.	Питома вага, %	Чистий дохід (виручка) від реалізації, тис. грн.	Питома вага, %	

Пшениця	165,2	0,85	8578,5	36	8413,3
Кукурудза	6801,7	35	8228,5	34,5	1426,8
Ячмінь	75,5	0,39	268,9	1,1	193,4
Горох			1554,9	6,5	1554,9
Соняшник	12051,8	61,9	4558,3	19,1	-7493,5
Яблука	374,8	1,86	617,2	2,8	242,4
Всього по підприємству	19469	100	23806,3	100	4337,3

Джерело: складено на основі Додатків В1 – В3 , Додаток Б1 – Б2

За 2022 рік ПСП «Жовтневе» отримало питому вагу виручки від реалізації соняшника – 61,95% (12051,8 тис.грн) та 35% від продажу кукурудзи – 6801,7 тис.грн. В 2023 році картина значно змінилася: від продажі пшениці підприємство отримало 8578,5 тис.грн (36%) та кукурудзи – 8228,5 тис.грн. (34,5%). Найменшу частину виручки за 2022-2023 рр. ПСП отримало за реалізацію ячменю гороху та яблук.

Асортимент товарів підприємства створюється в результаті загальної праці різних підрозділів: відділу маркетингу, збуту, планово-економічного відділу, фінансового відділу. Підприємство, на якому проходило фахове стажування – мале, відділ маркетингу в ньому відсутній. Маркетинговим менеджментом займається заступник директора, в його обов'язки входить: формування цін, закупівля культур для посіву та збут, планування асортименту, вивчення ринку та іншими комунікаціями. На рис 2.2 зображена організаційна структура маркетингового менеджменту ПСП «Жовтневе»



Рис. 2.2. Організаційна структуру маркетингового відділу підприємства

Джерело: розроблено автором

Аналіз управління товарними асортиментом аграрного підприємства є систематичним процесом. Він включає оцінку маркетингової політики розподілу, маркетингового менеджменту підприємства, рекламного,

стратегічного та логістичного управління з метою оптимізації його формування та покращення результатів діяльності бізнесу. Першим кроком аналізу маркетингового управління асортименту ПСП «Жовтневе» буде огляд рекламного менеджменту підприємства. в табл. 2.3.3 представлено бюджет витрат на рекламу за 2023 рік.

Таблиця 2.3.3 - Розподілу бюджету витрат на маркетинг за 2023 рік

Маркетингові заходи	Витрати, грн.
Реклама в інтернеті	15 500
Рекламні візитки	2 000
День відкритих дверей для потенційних пертнерів	36 000
Реклама на місцевому ТВ	18 000
Розробка сувенірів для партнерів та покупців	21 500
Розробка банерів із логотипом підприємства	15 000

Джерело: розроблено автором за допомогою внутрішньої інформації підприємства

Витрати на рекламу будь-якого підприємства є важливим інструментом для забезпечення конкурентоспроможності та успіху на ринку. Ефективне управління цими витратами може значно підвищити прибутковість підприємства, допомагаючи йому адаптуватися до змінюваних умов ринку та задовольняти потреби споживачів [9]. За 2023 рік витрати на просування склали 108 тис. грн., із них найбільша частина коштів виділилася на день відкритий дверей для потенційних партнерів та розробку сувенірів для партнерів та покупців.

Я пропоную більш детально розглянути медіа-план рекламної кампанії за 2023 рік для просування продукції підприємства, див. рис. 2.3.4.

Таблиця 2.3.4 – Рекламна кампанія в ЗМІ у 2023 році

Найменування видання	Вид реклами	Періодичність виходу	Витрати, грн.
----------------------	-------------	----------------------	---------------

Газета «Прапор Перемоги»	Стаття про підприємство	4 рази на рік	4000
Газета «Роксолана»	Стаття про сади підприємства	2 на рік	5200
Сайт «Охтирський Портал»	Оголошення про продаж яблук	10 разів на рік	5000
Газета «Город А»	Стаття про урожай підприємства	1 раз на рік	1500

Джерело: внутрішня інформація підприємства, власні дослідження

Із власних спостережень та зібраної інформації на підприємстві під час практики можна стверджувати що «Жовтневе» займається просуванням впізнаваності бренду на районному рівні за рахунок публікацій статей на сільськогосподарські теми у таких газетах як: «Прапор перемоги», «Роксолана», «Охтирський Портал», «Город А». Також підприємство розвиває свою впізнаваність за рахунок презентаційної продукції, їх види та вартість представлена в табл. 2.3.5

Таблиця 2.3.5 – Види та вартість презентаційної продукції

Вид презентаційної продукції	Тираж, шт	Вартість одиниці презентаційної продукції, грн	Загальна вартість, тис. грн
Банер	3	2000	6
Плакат	10	250	2,5
Каталог продукції	50	350	17,5
Календар настінний/настільний	30	100	3
Блокнот у м'якій/твердій обкладинці	20	400	8
Буклет інформаційний	100	30	30
Брендовані чашки	20	200	4
Загальна сума витрат на презентаційну продукцію			44

Джерело: внутрішня інформація підприємства, власні дослідження

Можна зробити висновок, що підприємство «Жовтневе» ціленаправлено займається розвитком впізнаваності бізнесу на регіональному рівні. Ці дії

допоможуть виробництву заявити про себе та свою унікальність та залучити нових інвесторів та споживачів.

Наступним кроком аналізу управління товарним асортиментом є політика розподілу товарів на підприємстві. Вона являє собою комплекс заходів і відповідних операцій, що спрямовані на ефективне планування, організацію, регулювання та контроль доставки продукції і послуг споживачам з метою задоволення їх потреб і отримання прибутку [26]. В ході вивчення даного питання мною була побудована таблиця динаміки збуту продукції по основним каналам реалізації, див табл. 2.3.6.

Таблиця 2.3.6 - Динаміка збуту продукції по основним каналам реалізації ПСП «Жовтневе» за 2021-2023 рр.

Канали збуту	2021р.		2022р.		2023р.		Структурні зрушення, в.п.
	сума, тис.грн	питома вага, %	сума, тис.грн	питома вага, %	сума, тис.грн	питома вага, %	
Оптові торгові організації	1972,6	10,8	2355,9	12,1	1655,1	8,4	-317,5
Роздрібні торгові організації	-	-	-	-	354,7	1,8	354,7
Спеціалізовані відділи в крамницях	-	-	-	-	-	-	-
Промислові підприємства	6849,3	37,5	6833,9	35,1	5773,1	29,3	-1076,2
Мережа консалтингових складів	9442,9	51,7	10280,1	52,8	11920,5	60,5	2477,1
Загальний обсяг реалізації	18264,9	100	19469,9	100	19703,3	100	1438,4

Джерело: розрахунки із власних спостережень

З табл. 2.3.6 можна зробити висновки, що з 2021 по 2023 року ПСП «Жовтневе» скоротили співпрацю із промисловими підприємствами, також, співпраця із мережами консалтингових складів із роками стала вагомішою для підприємства. В 2023 році підприємство відкрило новий для себе канал збуту – роздрібні торгові організації.

Наступна таблиця показує розподіл видів продукції, що виготовляються на підприємстві між сегментами ринку.

Таблиця 2.3.7 - Обсяги реалізації продукції по сегментам ринку за 2023р, ц

Види продукції	Сегменти ринку				Всього
	(за якими каналами реалізується продукція)				
	Оптові торгові організації	Роздрібні торгові організації	Промислові підприємства	Мережа консалтингових складів	
Пшениця	-	-	5 091	14 968	20 059
Ячмінь	542	-	-	-	542
Кукурудза	2 779	-	1 250	15 000	19 029
Соняшник	1 336	-	2 780	-	4 116
Горох	2 392	-	-	-	2 392
Яблука	1 000	152	-	-	1 152
Всього:	8 049	152	9 121	29 968	43 174

Джерело: власні розрахунки

З табл. 2.3.7 можна сказати, що ПСП «Жовтневе» реалізувало 43 174 ц урожаю за 2023 рік, із них 8 049 ц – в оптові торгові організації, 152 ц - яблук в роздрібні товарні організації. Промисловим підприємствам було продано 9 121 ц сільськогосподарських культур та 29 968 ц – мережам консалтингових складів.

Оцінка логістичного менеджменту підприємства – наступний крок аналізу даної роботи. Система управлінських дій, спрямованих на планування, організацію, реалізацію та контроль процесів постачання, зберігання та розподілу товарів є основою логістичного менеджменту [25].

Для забезпечення надійності логістичної системи підприємства я вирішила здійснити оцінку за всіма елементами, що її складають, виділяючи основні показники ефективності та надійності на основі аналізу логістичних

витрат (табл.2.3.8).

Таблиця 2.3.8 – Динаміка витрат обсягу та структури логістичних витрат ПСП «Жовтневе» за 2023 рік

Показники	2021р.	2022р.	2023р.	Відхилення 2023 р. до 2021 р.
				абсолютне
Адміністративні витрати, тис.грн.	4 678,8	5 268,1	5 987,8	1 309
Частка логістичних витрат в складі адміністративних витрат, %	23	21	20	3
Витрати на збут, тис.грн	3 789,5	5 764,9	8 987,1	5 197,6
Частка логістичних витрат в складі витрат на збут, %	75	76	77	2
Загальновиробничі витрати, тис.грн.	4 086,6	6 697	9 264,0	5 177,4
Частка логістичних витрат в складі загальновиробничих витрат, %	2	3	3	1
Разом витрат	11 554,9	16 730,0	22 239,8	10 684,9

Джерело: розраховано на основі Додатків А-В

Розрахунки показали, що витрати логістичної системи збільшувалися з кожним роком, але не перевищували 10% . Я вважаю, що таке збільшення не є суттєвим для ведення бізнесу, та не вдарило по фінансовому стані ПСП.

Проведення SWOT – аналізу є основною задачею маркетингового дослідження. Дана оцінка дає змогу визначити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози бізнесу (рис.2.2)

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Родючі землі 2. Знижена орендна плата за землю 3. Висококваліфіковані працівники	1. Велика кількість сильних підприємств-конкурентів 2. Слабкий рівень технологічного 3. Невелика кількість земельних наділів 4. Регіон розташування має низький рівень
Можливості	Загрози
1. Доступ до світового ринку 2. Збільшення асортименту підприємства 3. Розширення штату 4. Відкриття відділів з роздрібною реалізації	1. Зміни в клімату регіону 2. Соціально-економічне становище країни 3. Нестабільна політична ситуація в регіоні

Рисунок 1.3 - Матриця SWOT

Джерело: власні дослідження

Сильними сторонами ПСП «Жовтневе» є родючі землі, на яких розташовані поля підприємства; знижена орендна плата за землю, яку забезпечила територіальна громада; висококваліфіковані працівники на виробництві. Слабкими сторонами для бізнесу є конкуренти із кращим рівнем розвитку маркетингової політики; слабкий рівень технологічного забезпечення ПСП; відносно невелика кількість земельних наділів; регіон розташування підприємства має низький рівень рентабельності.

До можливостей підприємства є віднесла доступ до світового ринку, розширення асортиментного ряду, розширення штату працівників, відкриття відділів роздрібною торгівля. На мою думку, загрозами для ПСП є поступова зміна клімату у регіоні, соціально-економічне становище країни, нестабільна політична ситуація в регіоні.

Останній крок аналізу хочу присвятити конкурентам досліджуваного підприємства. ПСП «Жовтневе» функціонує у конкурентному середовищі. На території громади, де розташоване підприємство працює ще два ПСП:

«Павлівське» та «Комишанське», та «Ташань» сусідньої Чупахівської територіальної громади. В табл. 2.3.9 я оцінила маркетинговий потенціал підприємств-конкурентів та визначила їх рейтинг за використанням основних маркетингових елементів та функцій.

Таблиця 2.3.9 - Визначення загального рейтингу підприємства за використанням основних маркетингових елементів та функцій

Маркетинговий потенціал (основні функції та елементи маркетингу)	Коефіцієнт Вагомості	Підприємства – конкуренти					
		ПСП «Ташань»		ПСП «Павлівське»		ПСП «Комишанське»	
		Всього балів	Оцінка	Всього балів	Оцінка	Всього балів	Оцінка
Ціновий потенціал	0,2	1,6	8	1,6	8	1,6	8
Товарний потенціал	0,2	1,2	6	1,4	7	1,8	9
Збутовий потенціал	0,2	1,6	6	1,8	9	1,8	9
Комунікаційний потенціал	0,2	1,4	7	1,8	9	1,8	9
Внутрішній маркетинг	0,05	0,25	5	0,4	8	0,4	8
Потенціал маркетингового інструментарію	0,15	1,2	8	1,2	8	1,2	8
Разом балів	1,0	7,25	40	8,2	49	8,6	51

Джерело: власні розрахунки

В табл. 2.3.9 висвітлено загальний рейтинг підприємств-конкурентів ПСП «Жовтневого» за використанням основних маркетингових елементів та функцій. Результати розрахунків показав, що конкурент із найбільшим маркетинговим потенціалом є ПСП «Комишанське», на другому місці ПСП «Павлівське», на останньому ПСП «Ташань».

Таблиця 2.3.10 - Загальна оцінка рівня привабливості підприємств - конкурентів (за 10-бальною шкалою)

Показник	ПСП «Жовтневе»	ПСП «Ташань»	ПСП «Павлівське»	ПСП «Комишанське»
Ринкова частка підприємства	5	6	8	9

Ширина асортименту	6	6	7	9
Рівень якості товару	7	8	8	8
Рівень цін на товари	8	8	8	8
Система знижок	0	0	0	0
Рівень використання програмних та технічних засобів	6	6	8	9
Рівень сучасності устаткування	5	7	8	9
Доставка товару до покупця	4	3	9	9
Забезпечення товарними запасами	8	7	8	8
Умови зберігання товару	8	8	7	9
Якість обслуговування	8	9	9	9
Стимулювання збуту	5	6	7	8
Рекламні заходи	3	4	4	8
Імідж фірми	4	6	7	8
Рівень використання інновацій	5	7	8	9
Загальна оцінка	82	91	106	120
<i>Високий рівень привабливості від 120 балів</i>				+
<i>Середній рівень привабливості від 80 до 119 балів</i>	+	+	+	
<i>Низький рівень привабливості від 45 до 79 балів</i>				
<i>Неконкурентоспроможне підприємство – до 44 балів</i>				

Джерело: власні розрахунки

Загальна оцінка рівня привабливості досліджуваного підприємства та його конкурентів представлена в табл. 2.3.10. Результат дослідження показав, що ПСП

«Жовтнєве», «Ташань», «Павлівське» мають середній рівень привабливості та високий рівень привабливості притаманний для сільськогосподарського підприємства «Комишанське».

Беручи до уваги розрахунки таблиць 2.3.8 – 2.3.10 можна із впевненістю стверджувати, що ПСП «Комишанське» є найбільшим конкурентом для ПСП «Жовтнєвого», це пов'язано із кількістю земельних наділів, їх розташуванням, технологічним забезпеченням підприємства, фінансуванням та іншими факторами.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ

3.1 Напрями управління товарним асортиментом аграрного підприємства

Управління товарним асортиментом є важливою складовою ефективною діяльності аграрного бізнесу, оскільки правильний вибір та розвиток асортименту може підвищити прибутковість і конкурентоспроможність. Управління товаром – це процес вибору для продажу різних груп товарів, категорій та позицій, що відрізняються один від одного різними характеристиками та дозволяють задовольнити потреби покупців підприємства.

Асортиментна політика має важливе значення для аграрного підприємства при прийнятті стратегічних рішень, а саме:

- максимального задоволення потреб всіх цільових груп споживачів, підвищенні ефективності співпраці між постачальниками та роздрібною торгівлею;
- забезпечення належного рівня обслуговування споживачів;
- створення позитивного авторитету бізнесу;
- захоплення та утримання певної частку ринку;
- переміщення в інші сегменти ринку;
- зміцнення фінансового становища підприємства [43].

Під час управління асортиментом варто брати до уваги основні цілі підприємства. У короткостроковій перспективі цілями можуть бути необхідність введення нових товарних позицій або, навпаки, скорочення асортименту, коригування обсягів виробництва та цін. Управління товарами повинне забезпечувати максимальну рентабельність та достатню стабільність компанії в цілому. За власним досвідом, можна стверджувати, що для більшості підприємств основний резерв оптимізації полягає у скороченні асортиментного

ряду. Занадто широкий асортимент негативно впливає на економічні показники: з'являється багато позицій, які за обсягами продажів не досягають навіть рівня безбитковості.

Варто враховувати, що асортимент не варто розширювати бездумно. Кожен продукт в асортименті потребує ресурсів підприємства, і з часом деякі з них можуть втрачати свою актуальність або застарівати. Тому переоблік повинен проводитися регулярно, використовуючи сучасні методи оцінки ролі продукту та його перспективності на ринку. Управління асортиментом полягає у прийнятті управлінського рішення, яке найбільш повно враховує фінансові очікування, виробничі та логістичні можливості й обмеження, а також поточну ситуацію на ринку.

Управління товарним асортиментом має особливе значення в сучасних умовах розвитку аграрного бізнесу, оскільки сучасні споживачі висувають підвищені вимоги до якості запропонованих їм товару, їх екологічності та зовнішньому вигляду продуктів. В табл. 3.1.1 зображено основні напрями управління товарним асортиментом аграрного підприємства.

Таблиця 3.1.1 – Напрями управління товарним асортиментом аграрного підприємства

1. Аналіз ринкових потреб	Вивчення попиту на продукцію аграрного підприємства на локальному, національному і міжнародному ринках.
	Оцінка ринкових трендів, що включають переваги споживачів, цін та нові продукти.
2. Диверсифікація асортименту	Розширення асортименту шляхом додавання нових продуктів, культур або видів продукції.
	Створення продуктів з вищою доданою вартістю, яких як органічна продукція або продукція з захищеними географічними позначеннями.
3. Оптимізація структури виробництва	Аналіз рентабельності окремих культур або видів продукції та скорочення або

	збільшення виробництва залежно від фінансової доцільності.
	Використання сезонного планування для збалансування попиту та пропозиції протягом року.
4. Управління інноваціями	Впровадження нових технологій для підвищення врожайності та якості продукції.
	Розвиток нових сортів культур, які мають вищу стійкості до змін клімату або шкідників.
5. Моніторинг та адаптація до ринкових змін	Постійний контроль за змінами на ринку та адаптація асортименту під нові вимоги.
	Гнучке управління обсягами виробництва для уникнення перевиробництва чи дефіциту.
6. Розвиток бренду та маркетинг	Просування бренду підприємства, яке може створювати додаткову цінність для продукції.
	Створення спеціальних продуктових ліній для різних ринкових сегментів (преміум-продукти, органічна продукція)
7. Екологічна та соціальна відповідальність	Впровадження практик сталого виробництва, що можуть стати конкурентною перевагою на ринку, орієнтовних та екологічність.
	Урахування соціальних чинників у виробничому процесі (умови праці, співпраця з місцевими громадами).

Джерело: власні спостереження

Аналіз ринкових потреб я розділила на два пункти: вивчення попиту та оцінка ринкових трендів. Перший пункт, на мою думку є найважливіший, адже попит та пропозиція є складниками, які формують ціну продукції. Для агропромисловості ці чинники є важливими, оскільки напряду впливають на ефективність роботи та прибутковість сфери. Попит – це бажання покупця, що

підкріплений його грошовою можливістю придбати цей товар [8]. Економічним змістом попиту є:

- тісний взаємозв'язок товару з реальними суспільними потребами;
- визначення платоспроможності споживачів;
- суб'єктом попиту на ринку виступає покупець;
- об'єктами виступають ринкових відносин, що мають вартісну оцінку та певну корисність для споживання [17].

Вивчення попиту на локальних ринках дозволяє забезпечити сільського населення товарами повсякденного попиту, упорядкувати торгівлю товарами складного асортименту, підвищити ефективність роботи торговельних підприємств. Від такого дослідження залежить, який товар і в якому обсязі варто виробляти підприємству, що мати максимальний прибуток від реалізації товару.

Вивчення попиту на національному та міжнародних ринках є головним завданням агробізнесу сучасної України. Країна є одним з найбільших експортерів сільськогосподарської продукції у світі, це означає що велика частина агро продуктів виробляється враховуючи попит закордонних споживачів. Саме тому Україна вирощує велику кількість зернових та технічних культур, адже це потребує світовий ринок.

Ринкові тренди кожного року змінюються, це означає що їх оцінка та дослідження є невід'ємною складовою маркетингового аналізу підприємства. Тренди аграрного ринку України змінюються, враховуючи різні фактори. Відстежувати їх важливо, щоб підготуватися до можливих стрибків цін, орієнтуватися по тарифах перевезення, а також розуміти, на які культури цього року поставили ставку аграрії [2].

До диверсифікації асортименту входить розширення асортименту шляхом додавання нових продуктів, культур або видів продукції та створення продуктів з вищою доданою вартістю. Диверсифікація сільськогосподарського підприємства є вагомим фактором забезпечення конкурентоспроможності бізнесу, такі дії дають можливості збільшувати збут завдяки повнішому задоволенню потреб споживачів. Диверсифікація в аграрному підприємстві є

об'єктивним процесом та має позитивний характер, оскільки спонукання до інтеграції з вітчизняними переробними підприємствами підвищує рівень їх завантаженості, підвищує рівень їх конкурентоспроможності на внутрішньому та світовому ринку і сприяє забезпеченню економічної та продовольчої безпеки держави [46].

Сучасні споживачі бажають новинок на ринку та найбільше вони бажають органічних продуктів, адже останні 10 років питання здорового та правильного харчування є дуже популярним трендом. Саме тому маркетингові відділи агропідприємств мають звертати увагу на ці моменти, щоб бізнес залишався прибутковим та займав лідируючі позиції серед конкурентів.

Оптимізацію структури виробництва я поділила на такі підпункти: аналіз рентабельності окремих культур або видів продукції та скорочення або збільшення виробництва залежно від фінансової доцільності, використання сезонного планування для збалансування попиту та пропозиції протягом року. При аналізі сучасних українських підприємств часто стає відомо, що деякі асортиментні позиції є не є рентабельними та фінансово вигідними для виробництва. Але не дивлячись на такі обставини підприємство продовжує їх вирощувати, зазвичай, це пов'язано із правилами вирощування культур, сівозмінами, тощо. Наприклад, вирощування гороху не є рентабельним для підприємства, але висів цієї культури є важливим для збагачення ґрунту киснем, для подальшого застосування та засівання полів іншими культурами.

Управління інноваціями, тобто впровадження нових технологій для підвищення врожайності та якості продукції, розвиток нових сортів культур, які мають вищу стійкості до змін клімату або шкідників є наступним напрямком управління асортиментом аграрного підприємства. Інновації виникають в результаті життєвої потреби суспільства. Інновації у агро сфері виникають у завдяки науковим відкриттям та винаходам. При модернізації виробництва варто провести дослідження, визначивши доцільність, цінність та практичне застосування товару і лише тоді проводити модернізацію асортиментного ряду [7]. Правильно проведена інновації бізнесу приведе виробництво до збільшення

обсягів товарообороту та раціонального використання виробничих ресурсів. Впровадження нових технологій у виробництво сільськогосподарських культур є дуже перспективним напрямком для України, оскільки країна має сильний аграрний потенціал, висококваліфікованих працівників, що готові працювати на рідній землі.

Українські фермери активно впроваджують низку інновацій, що сприяють підвищенню ефективності та екологічності їх господарств. В табл. 3.1.2. наведені деякі з найбільш поширених інновацій на практиці.

Таблиця 3.1.2. – Найбільш поширених інновацій у аграрній сфері України

1. Точне землеробство	GPS-навігація і глобальні системи моніторингу полів дозволяють фермерам аналізувати стан ґрунтів, врожайність і рівень вологості.
	Автоматичне внесення добрив і полив за допомогою даних зі супутників і сенсорів забезпечує ефективне використання ресурсів.
2. Агродрони	Використовуються для аерофотозйомки полів, моніторингу стану рослин, виявлення захворювань, а також для розпилення добрив та пестицидів.
	Дрони допомагають фермерам економити на витратах і забезпечують більш точну роботу на великих площах.
3. Біологічні препарати	Замість хімічних пестицидів, фермери використовують біопрепарати для боротьби зі шкідниками та хворобами, що сприяє органічному землеробству та зменшенню шкідливого впливу на екосистему.

4. Системи моніторингу погоди та кліматичних умов	Використання метеостанцій та онлайн-платформ для прогнозування погоди дозволяє приймати точні рішення щодо часу посіву, збору врожаю або обробки культур.
5. Інтернет речей	Встановлення датчиків, які вимірюють рівень вологості, температуру ґрунту, і передають інформацію в реальному часі, що допомагає оптимізувати полив і живлення рослин.
6. Автоматизація та роботизація	Використання розумної техніки (трактори, комбайни) з автоматичними системами керування для обробки ґрунтів, збирання врожаю і виконання інших рутинних завдань, що знижує трудові витрати.
7. Big Data та аналітика	Фермери збирають дані про врожайність, кліматичні умови, стан полів і використовують їх для оптимізації виробництва та підвищення рентабельності.
8. Вертикальні ферми та гідропоніка	Для вирощування овочів у закритих приміщеннях застосовуються інноваційні методи, такі як гідропоніка (вирощування без ґрунту) та вертикальне землеробство. Це дозволяє економити простір і ресурси, зокрема воду.

Джерело: розроблено автором на основі джерела [44]

Ці інновації дозволяють українським фермерам значно покращити врожайність, оптимізувати використання ресурсів і підвищити конкурентоспроможність на світовому ринку.

Моніторинг та адаптація до ринкових змін є основою для введення будь-якого бізнесу і аграрний комплекс не є винятком. Основним важелем є постійний контроль, а саме:

- контроль цін та попиту на товар (відстеження коливань цін на культури, вивчення змін у попиті серед різних сегментів споживачів, а особливо на органічну продукцію);
- контроль на ринках збуту (слідкування за регулярними змінами в торгівлі сільськогосподарськими культурами, аналіз кон'юктури вітчизняних та закордонних ринках для знаходження нових можливостей для збуту та диверсифікації поставок);
- конкурентний аналіз (визначення сильних та слабких сторін шляхом порівняння власної діяльності із конкурентною, вивчення використання інновацій та технологій, що використовують конкуренти);
- технологічний аналіз (відстеження інновацій у агро сфері, що допоможуть зменшити витрати на виробництві та моніторинг за появою нових технологічних рішень, що допоможуть бізнесу бути ефективнішим) [45].

Моніторинг і адаптація до ринкових змін є безперервним процесом для аграрного підприємства. Це включає не лише відстеження змін на ринку, а й гнучке управління виробництвом, впровадження інновацій та проактивну стратегію щодо зміни ринкових умов. Підприємства, які здатні швидко адаптуватися, мають кращі шанси на успіх і стійкий розвиток.

Бренд-маркетинг аграрного бізнесу залишається недосконалим і нерозвиненим на теренах України. Виробництво та збут сільськогосподарської продукції спеціального призначення здебільшого спираються на традиційні підходи, а саме: децентралізоване управління та недосконалий ринковий механізм, що призводить до хаотичної конкуренції і ускладнює інтеграцію бренду [61]. Розробка бренд-стратегії є ключовою складовою успішного маркетингового плану, яка передбачає створення унікальної та уніфікованої ідентичності підприємства. Така стратегія сприяє формуванню довіри, лояльності серед цільової аудиторії і підвищенню впізнаваності бренду через послідовну комунікацію на всіх каналах. Першим кроком у цьому процесі є

вивчення потреб і бажань цільових клієнтів для створення ефективної стратегії брендингу.

Екологічна та соціальна відповідальність аграрного підприємства складається із впровадження практик сталого виробництва, що можуть стати конкурентною перевагою на ринку, орієнтовних та екологічність та урахування соціальних чинників у виробничому процесі (умови праці, співпраця з місцевими громадами). Цей напрям слід розглядати як комплекс різних видів відповідальності: економічної, демографічної, політичної, правової, моральної, екологічної, виробничої, етичної тощо [55].

3.2 Запропоновані напрями удосконалення товарного асортименту ПСП «Жовтневе»

Асортимент є центральним елементом діяльності аграрного підприємства. Адже, його складова враховується при розробленні та прийнятті маркетингового рішення, що безпосередньо пов'язане із методами просування на ринку для реалізації вироблених сільськогосподарських продуктів.

В маркетинговій діяльності асортиментна політика задіяна у заходах планування стратегій, що передбачають збільшення конкурентоспроможності підприємства за допомогою просування товарів на ринку, тим самим приносячи максимальний прибуток бізнесу.

Розроблення асортиментної політики сільськогосподарського підприємства є багатогранним, тому не існує єдиного алгоритму створення стратегії удосконалення. Проте, існує база, що є основою формування асортименту, див. рис. 3.1.

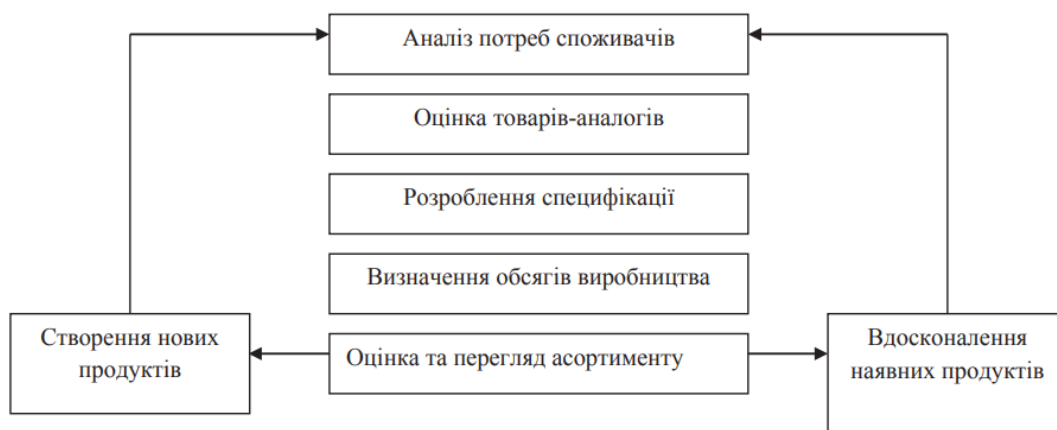


Рис. 3.1 Формування асортименту аграрного підприємства

Джерело: розроблено автором

На схемі зображено циклічність та безперервність процесу формування аграрного асортименту. Стан безперервності пояснюється постійними ринковими змінами, що диктують його учасники, які спричинені розвитком культури споживання, появи нових тенденцій та розвитку науково-технічного процесу. Циклічність формування асортименту аграрного підприємства стосується вдосконалення наявних товарних одиниць та виробництво нових.

Ця система формування містить в собі такі етапи:

1. Аналіз споживачів. Це перший крок у формуванні асортименту, який будується на інформації від споживачів, отриманою різними методами. На сьогодні, найбюджетнішим та найшвидшим із методів є онлайн опитування та анкетування.

2. Оцінка товарів-аналогів. Цей етап передбачає аналіз конкурентів агробізнесу та товари, що вони виробляють.

3. Розроблення специфікації. Даний крок реалізується на основі систематизованої інформації, яку отримали із попередніх етапів формування. Зазвичай ці дані оформляють вигляді SWOT-аналізу, який показує переваги і недоліки товару, а також можливості і труднощі його просування на ринку сільськогосподарських товарів.

4. Визначення обсягів виробництва. На цьому етапі потрібно врахувати ресурс аграрного підприємства та попит на його продукцію з метою запобігання надлишкового виробництва товарів.

5. Оцінка та перегляд асортименту проводиться після випуску продукції як контроль ефективності проведених попередніх етапів формування асортименту аграрного виробництва.

Отже, безперервність проведення оцінки та перегляд асортименту сільськогосподарського підприємства є основою для прийняття рішення щодо розробки нових продуктів, або вдосконалення наявних.

ПСП «Жовтневе» - сільськогосподарське підприємство, є базою кваліфікаційної роботи. Його асортимент не різноманітний, а саме: пшениця, ячмінь, кукурудза, горох, насіння соняшника, яблука. Зроблені мною розрахунки, які викладені в попередньому розділі, показали, що за період 2021 - 2023 рр. підприємство не використовувало свій потенціал на повну потужність, як наслідок втратило свою рентабельність.

На мою думку, одним із шляхів виходу підприємства із кризового становища є збільшення товарного асортименту. В цьому розділі, я запропоную два підходи модернізації виробництва для ПСП «Жовтневе» та обґрунтую їх доцільність впровадження у виробництво.

Я пропоную провести диверсифікацію товарного асортименту ПСП «Жовтневе» шляхом впровадження однієї з ідей, а саме:

- вирощування баштанних культур;
- вирощування горіхоплідних культур.

Підприємство, яке аналізується потребує нових ідей для розвитку та змін у функціонуванні. Асортимент ПСП є дуже примітивним, що характерно підприємствам-аналогам цього регіону. Щоб заявити про себе варто мати впізнаваність — стати брендом. Цього досягти можна впровадивши в асортиментний ряд непритаманні для конкурентів культури.

Спираючись на схему (див.рис.3.1.) я пропоную розглянути варіант впровадження нових культур в асортимент аграрного виробництва ПСП «Жовтнєве».

В Сумській області баштанні культури вирощуються домогосподарствами виключно для власного споживання. До 2022 року споживчий ринок забезпечувався баштаними культурами завдяки сільськогосподарським підприємствам південних областей країни. У зв'язку із військовими діями таке забезпечення було перервано. Зріс попит на дані продукти, а з ним зросла і ціна. Враховуючи дану ситуацію місцеві аграрні підприємства мають швидко зреагувати на ринкові зміни та забезпечити споживачів бажаним продуктом. Переглянувши сторінки підприємств-конкурентів в соціальних онлайн мережах та вивчивши каталог їх товарів можу зробити висновок, що в Охтирському районі аграрні підприємства не вирощують баштанні культури для масового продажу.

Моєю пропозицією є диверсифікація товарного ряду сільськогосподарського підприємства «Жовтнєве» впровадивши баштанні культури такі, як кавуни та дині. Ці рослини користуються попитом впродовж літнього сезону, їх плоди споживають всі верства населення. На мою думку, їх вирощування не є затратним, проте швидка окупність. Підприємство має всі ресурси для вирощування баштаних, а саме удобрені поля, кошти на закупівлю насіння, технічне обладнання, людський ресурс (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Баштанне поле

Перевагами впровадження баштаних культур в асортимент аграрного підприємства «Жовтнєве» є великий попит на дані культури в літній та осінній сезони, відсутність конкуренції з боку аграрних підприємств, що розташовані по сусідству (окрім домогосподарств), сприятливий клімат території для вирощування, доступність посівного матеріалу, наявність технічних ресурсів для вирощування, отримання урожаю в рік посіву, реалізація без залучення посередників.

Недоліками є: продукти нетривалого терміну зберігання, залежність від погодних умов.

Впровадження баштаних культур в асортимент надасть підприємству такі можливості: отримання доходу у літньо-осінній сезон, відкриття сезонних торгових точок в межах Охтирського району, проведення сівозмін на землях підприємства, заповнити регіональний ринок власною продукцією, співпраця із мережами магазинів.

Ризиками даного впровадження можуть стати людський фактор, що може призвести до порушення технології вирощування культур, несприятливі погодні умови, неякісний посівний матеріал, нестабільне соціально-економічне становище населення регіону, поява конкурентів та ринку.

Наступним етапом введення нової культури в асортимент виробництва ПСП «Жовтнєве» має бути визначення обсягів виробництва. Для цього потрібно проаналізувати ресурсний потенціал підприємства та попит на нововведені продукти, Я пропоную повернутися до цього етапу у підрозділі 3.3.

Етап оцінка та перегляд асортименту можливо здійснити після реалізації циклу даної схеми. В процесі планування неможливо передбачити успішність чи збитковість запропонованої диверсифікації асортименту аграрного підприємства.

Другим підходом є введення в виробництво ПСП «Жовтнєве» горіхоплідних культур, а саме фундука та мигдалю. Ці продукти, нині, є дуже популярними серед українських споживачів. Переважна частка горіхоплідних імпортується в Україну: 97% мигдалю приїздить із США, 95% фундука експортується із Туреччини, Грузії та Італії.

Останнім часом тренд здорового харчування завоював прихильність української молоді. В раціоні здорового харчування горіхи мають важливе місце, адже, вони замінюють солодощі, їх вживають як перекус, мають високу калорійність тому є цінним продуктом. Полиці супермаркетів наповнені різноманітними імпортованими горіхами, але на жаль, не всі їх види можливо замінити українськими аналогами. Проте фундук та мигдаль придатні для вирощування в умовах українського клімату, див. рис.3.3.



Рис.3.3. Плантація мигдалю

Агropідприємства південних регіонів країни мають досвід вирощування горіхоплідних культур, саме тому я пропоную диверсифікувати асортимент ПСП «Жовтнєве» ввівши у виробництво мигдаль та фундук (рис.3.4).



Рис. 3.4. Плантація фундука

Провівши аналіз ринку горіхоплідних у Сумській області можна зробити висновок, що ця ніша не заповнена, тобто конкуренція не велика. На мою думку, вирощування фундука та мигдалю є перспективним новаторством, дасть

можливість підприємству розвиватися, відкривати для себе нові ринки збуту та збільшувати прибуток.

Перевагами впровадження горіхоплідних культур в асортимент аграрного підприємства «Жовтневе» є: великий попит на горіхи в продовж року, відсутність конкуренції з боку аграрних підприємств Сумської області, невибагливість культури до клімату, доступність саджанців, наявність технічного та людського ресурсів для вирощування, продукти тривалого терміну зберігання, зростання врожаю залежить від зрілості рослини.

Недоліками є: перший врожай на третій рік після висадки, залежність від погодних умов.

Впровадження фундука та мигдалю в асортимент надасть підприємству такі можливості: отримання додаткового доходу протягом року, зменшення витрати на обробку земель, заповнити регіональний ринок власною продукцією, співпраця із мережами магазинів, кондитерськими цехами.

Ризиками даного впровадження можуть стати людський фактор, що може призвести до порушення технології вирощування культур, несприятливі погодні умови, неякісні саджанці, нестабільне соціально-економічне становище населення регіону, поява конкурентів та ринку.

Сподіваюся запропоновані мною сценарії диверсифікації товарного асортименту ПСП «Жовтневе» допоможуть збільшити конкурентоспроможність, рентабельність та індивідуальність підприємства, без залучення зовнішніх інвестицій.

3.3. Ефективність запропонованих заходів удосконалення товарного асортименту ПСП «Жовтневе»

Завершальним етапом кваліфікаційної роботи є розрахунок ефективності однієї із запропонованих мною стратегій диверсифікації товарного асортименту ПСП «Жовтневе». В попередньому підрозділі я представила два сценарії впровадження нових сільськогосподарських культур у виробництво аграрного

підприємства, а саме: баштанних (кавуни, дині) та горіхоплідних (мигдаль, фундук).

Для того щоб обрати одну із стратегій диверсифікації підприємства для подальших розрахунків під час переддипломної практики я провела опитування серед власників та працівників ПСП, за допомогою якого побудувала рейтинг власних ідей, див табл. 3.3.1-3.3.2.

Таблиця 3.3.1 - Розрахунок рейтингу ідеї «Вирощування баштанних культур»

Вимоги до нового товару	Вагові коефіцієнти	Оцінки експертів (семибальна шкала)						Середнє оцінки експертів	Оцінка рейтингу
		1	2	3	4	5	Власна оцінка		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Оригінальність ідеї	0,4	7	5	6	7	4	7	6,00	2,40
Оптимальне співвідношення «ціна/якість»	0,3	4	5	6	6	7	6	5,67	1,70
Вартість маркетингового забезпечення та підтримки	0,1	6	4	5	5	6	5	5,17	0,52
Можливість сильної конкуренції	0,1	7	7	7	7	7	7	7,00	0,70
Відповідність галузі	0,05	6	3	5	6	3	5	4,67	0,23
Придатність наявних джерел матеріально-технічного забезпечення	0,05	7	5	6	6	6	7	6,17	0,31
Разом	1,0	37	29	35	37	33	37	34,67	5,86

Джерело: власні розрахунки

Таблиця 3.3.2 - Розрахунок рейтингу ідеї «Вирощування горіхоплідних культур»

		Оцінки експертів (семибальна шкала)		Оцінка
--	--	-------------------------------------	--	--------

Вимоги до нового товару	Вагові коефіцієнти	1	2	3	4	5	Власна оцінка	Середні оцінки експертів	рейтингу
Оригінальність ідеї	0,4	5	6	7	2	4	5	4,83	1,93
Оптимальне співвідношення «ціна/якість»	0,3	7	7	7	6	5	7	6,50	1,95
Вартість маркетингового забезпечення та підтримки	0,1	5	4	3	6	2	5	4,17	0,42
Можливість сильної конкуренції	0,1	7	7	7	7	7	7	7,00	0,70
Відповідність галузі	0,05	3	3	5	4	2	5	3,67	0,18
Придатність наявних джерел матеріально-технічного забезпечення	0,05	4	3	4	4	2	4	3,50	0,18
Разом	1,0	31	30	33	29	22	33	29,67	5,36

Джерело: власні розрахунки

Відповідно до побудованих таблиць розрахунку рейтингу запропонованих ідей впровадження нових культур у виробництво, а саме баштанних складає – 5,86 балів. Це означає, що дана ідея перспективна. Друга ідея – вирощування горіхоплідних культур (фундук та мигдаль) набрала 5,36 балів є також перспективною. Але для подальших розрахунків потрібно обрати одну стратегію. Спираючись на результати опитування працівників та керівництва ідея вирощування баштанних культур набрала найбільшу кількість балів, отже подальші розрахунки я буду вести орієнтуючись на цю концепцію.

Я погоджуюся із думкою експертів, адже вбачаю перевагою даної модернізації, те що вже після першого року впровадження нової культури дана

диверсифікація покаже свою доцільність. На відміну, друга модель впровадження потребує більше часу від старту до отримання першого прибутку.

Я вважаю, що для прийняття остаточного рішення варто більш глибоко проаналізувати можливості введення баштаних культур (кавуни та дині) у виробництво підприємства, а саме: сприйняття їх ринком, шляхом оцінки відповідності її характеристик інтересам товаровиробника (продавця), постачальників сировини, органів місцевої влади, інвесторів (банк, що надає кредит на придбання обладнання), посередників (приватні підприємці, що будуть займатися реалізацією) тощо. Ці та інші розрахунки я пропоную провести в наступній частині підрозділу. В табл. 3.3.3-3.3.6 представлено характеристики, що варто врахувати при впровадженні ідеї вирощування баштаних культур в реальність.

Таблиця 3.3.3 - Оцінка відповідності нових товарів інтересам ПСП «Жовтневе»

Характеристика Товару	Оцінка за порядковою і бальною шкалою				
	Повністю Відповідає	Достатньо відповідає	Частково відповідає	Практично не відповідає	Повністю не відповідає
Бали	5	4	3	2	1
Прибутковість (0,2)		0,8			
Технологічність виготовлення (0,15)	0,75				
Якість товару (0,1)		0,4			
Наявність споживачів (0,2)	1				
Наявність каналів збуту (0,2)		0,8			
Сировинна забезпеченість (0,15)	0,75				
Разом	4,5				

Джерело: власні розрахунки

В результаті ми маємо 4,5 бали із 5 можливих, що дає право стверджувати, що запропонована мною концепція вирощування баштаних, зокрема динь та кавунів відповідає інтересам досліджуваного підприємства.

Таблиця 3.3.4 - Оцінка відповідності нових товарів інтересам постачальників

Характеристика Товару	Оцінка за порядковою і бальною шкалою				
	Повністю Відповідає	Достатньо Відповідає	Частково відповідає	Практично не відповідає	Повністю не відповідає
Бали	5	4	3	2	1
Прибутковість (0,4)		1,6			
Стабільність замовлень (0,35)				0,7	
Обсяги замовлень (0,25)			0,75		
Разом	3,05				

Джерело: власні розрахунки

Дана таблиця показує зацікавленість у співпраці постачальників посівних матеріалів для ПСП. Мої розрахунки показали, що оцінка відповідності є більшою за середню (3,05 балів), тому введення в асортимент підприємства нових культур буде вигідним і для постачальників.

Таблиця 3.3.5 - Оцінка відповідності нових товарів інтересам органів місцевої влади

Характеристика Товару	Оцінка за порядковою і бальною шкалою				
	Повністю відповідає	Достатньо відповідає	Частково відповідає	Практично не відповідає	Повністю не відповідає
Бали	5	4	3	2	1
Наповнення місцевого бюджету (0,5)	2,5				
Забезпечення зайнятості місцевого населення (0,3)		1,2			
Забезпечення населення високоякісним продуктом (0,2)	1				
Разом	4,7				

Джерело: власні розрахунки

З таблиці видно, що дана диверсифікація буде вигідна також місцевій владі. Оцінка відповідності доходить до максимальної (4,7 бали). Це свідчить про можливість, яку надасть модернізація асортиментного ряду ПСП «Жовтневе» збільшити надходження до місцевого бюджету, забезпечення зайнятості місцевого населення.

Таблиця 3.3.6 - Оцінка відповідності нових товарів інтересам посередників

Характеристика товару	Оцінка за порядковою і бальною шкалою				
	Повністю Відповідає	Достатньо відповідає	Частково відповідає	Практично не відповідає	Повністю не відповідає
Бали	5	4	3	2	1
Стабільність постачання (0,2)		0,8			
Попит на продукцію (0,4)	2				
Прибутковість (0,4)	2				
Разом	4,8				

Джерело: власні розрахунки

Плануючи співпрацю із мережами магазинів Сумської області варто прорахувати оцінку відповідності нововведених товарів їх інтересам (посередники). У ході розрахунків я отримала оцінку 4,8 з 5 можливих балів. Це свідчить про можливу зацікавленість у реалізації баштанних культур магазинів посередників.

Проаналізувавши дані табл. 3.3.3 - 3.3.7 можна стверджувати, що впровадження баштанних культур (динь та кавунів) в виробництво ПСП «Жовтневе» є доцільним та прибутковим, адже, оцінка відповідності цих товарів інтересам посередників, органів місцевої влади, постачальників, товаровиробника є позитивною.

Наступним етапом моєї роботи буде проведення розрахунків з економічної точки зору, для цього порівняю прибутковість вирощування на 1 га земельного наділу різних культур, а саме: кавун, диня, пшениця, кукурудза, соняшник, див табл. 3.3.7. Вибір культур для порівняння пов'язаний з тим, що ПСП «Жовтневе» за останні три роки вирощує саме ці культури на великих площах, тому і має з них найбільший прибуток.

Таблиця 3.3.7 – Порівняння прибутковості від вирощування сільськогосподарської культури на 1 га

Культури	Вартість посівного матеріалу, грн	Витрати на обробку землі, логістику та інші, грн.	Вартість реалізованих товарів, грн	Прибуток (без урах. ПДВ), грн
----------	-----------------------------------	---	------------------------------------	-------------------------------

Пшениця	2800	17000	28000	8200
Кукурудза	3850	18000	49875	28025
Соняшник	1470	20000	38905	17435
Кавуни	3960	17500	385000	363540
Дині	5600	17500	340000	316900

Джерело: власні розрахунки

Для полегшення візуалізації результатів я створила таблицю. Вона складається з:

- переліку досліджуваних культур;
- вартості посівного матеріалу за цінами 2023 року;
- витрати на вирощування, які включають в себе вартість обробки землі, добрива, логістику, технічне забезпечення та вартість оплати праці;
- вартості реалізованих товарів з 1 га;
- прибуток без урахування ПДВ, грн.

Щоб засіяти 1 га поля пшеницею рекомендовано використати 150-200 кг/га [59], при цьому середня ціна за 1 кг посівної пшениці становить 16 грн [32]. Таким чином я можу розрахувати витрати на посівний матеріал для 1 га пшениці:

$$\frac{150 + 200}{2} * 16 = 2800 \text{грн}$$

Щоб засіяти озиму пшеницю потрібно підготувати землю, удобрити сходи та чекати урожаю. Після жнив пшеницю сушать, віють та транспортують до посередника, а поле готують до наступного сезону.

Вартість обробітку 1 га землі під пшеницю залежить від багатьох факторів, таких як:

1. Тип обробітку: оранка, дискування, культивация, внесення добрив.
2. Вартість пального: зростає залежно від цін на нафту.
3. Тип та кількість добрив: мінеральні, органічні, їх вартість та норма внесення.
4. Вартість амортизації техніки: тракторів, сівалок, комбайнів тощо.
5. Робоча сила: зарплати працівників.

7. Пестициди та засоби захисту рослин: ціна на гербіциди, інсектициди, фунгіциди.

Орієнтовно, вартість обробітку 1 га землі може становити від 10 000 до 20 000 грн на 1 га (станом на 2023 рік). До цієї суми слід додати витрати на логістику та збереження урожаю. В цілому витрати на обробку землі, логістику та інші становить в середньому 17000 грн.

Для розрахунку вартості реалізованої пшениці з 1 га потрібно мати дані врожайності культури з 1 га та ціну на 1 кг зерна. В середньому врожайність озимої пшениці в Сумській області становить 5 тонн з 1 га [39]. Ціна за 1 т пшениці в 2023 році становила 5 600 грн [49].

Розраховуємо вартість реалізованої пшениці з 1 га за 2023 рік:

$$5 * 5600 = 28000 \text{ грн}$$

Останній пункт таблиці прибуток від вирощування культури (без урахування ПДВ):

$$28000 - 2800 - 17000 = 8200 \text{ грн}$$

Таким чином, прибуток із 1 га озимої пшениці складає 8 200 грн.

Наступна культура, яку я прорахую буде кукурудза.

У середньому для України норма висіву насіння кукурудзи становить 10-25 кг/га (68-80 тис. насінин/га) [34]. Середня ціна за 1 кг посівної кукурудзи становить 220 грн [32]. Таким чином я можу розрахувати витрати на посівний матеріал для 1 га кукурудзи:

$$\frac{10 + 25}{2} * 220 = 3850 \text{ грн}$$

Вартість обробітку 1 га землі під кукурудзу в Україні залежить від багатьох факторів, таких як технологія обробітку, використання добрив, паливо, оренда техніки тощо. Орієнтовна вартість на 2023 рік становить:

1. Підготовка ґрунту (оранка, культивування, дискування) – від 2 000 до 5 000 грн.

2. Внесення добрив – від 2 500 до 6 000 грн залежно від типу добрив (органічні, мінеральні) та норм внесення.

4. Засоби захисту рослин (гербіциди, інсектициди) – від 3 000 до 7 000 грн.

5. Збирання врожаю – від 2 500 до 4 000 грн.

Орієнтовна загальна вартість обробітку 1 га землі під кукурудзу плюс витрати на логістику та оплату праці в середньому може становити 18 000 грн.

Для розрахунку вартості реалізованої кукурудзи з 1 га потрібно мати дані врожайності культури з 1 га та ціну на 1 кг зерна. В середньому врожайність кукурудзи в Сумській області становить 9,5 тонн з 1 га [1]. Ціна за 1 т кукурудзи в 2023 році становила 5 250 грн [22].

Розраховуємо вартість реалізованої пшениці з 1 га за 2023 рік:

$$9,5 * 5250 = 49875 \text{ грн}$$

Останній пункт таблиці прибуток від вирощування культури (без урахування ПДВ):

$$49875 - 3850 - 18000 = 28025 \text{ грн}$$

Таким чином, прибуток із 1 га кукурудзи складає 28 025 грн.

Наступна культура відносно якої будуть проводитися розрахунки – соняшник.

Щоб засіяти 1 га поля соняшником рекомендовано використати 4,2 кг/га [33], при цьому середня ціна за 1 кг посівного соняшника становить 350 грн [23]. Таким чином я можу розрахувати витрати на посівний матеріал для 1 га соняшника:

$$4,2 * 350 = 1470 \text{ грн}$$

Основні етапи, які впливають на вартість обробітку 1 га землі під соняшник в Україні у 2023 році:

1. Підготовка ґрунту (оранка, дискування, культивація) – 2 000–4 000 грн.
2. Внесення добрив (мінеральні та органічні) – 3 000–6 000 грн.
3. Посів – 1 500–3 000 грн.
4. Засоби захисту рослин (гербіциди, інсектициди) – 3 000–7 000 грн.
5. Збирання врожаю – 2 000–4 000 грн.

Загалом, вартість обробітку 1 га землі, логістика та зберігання насіння соняшника може становити 20 000 грн.

Для розрахунку вартості реалізованого насіння соняшника з 1 га потрібно мати дані врожайності культури з 1 га та ціну на 1 кг зерна. В середньому врожайність соняшника в Сумській області становить 3,1 тонн з 1 га [6]. Ціна за 1 т пшениці в 2023 році становила 12 550 грн [49].

Розраховуємо вартість реалізованої пшениці з 1 га за 2023 рік:

$$3,1 * 12550 = 38905 \text{ грн}$$

Останній пункт таблиці прибуток від вирощування культури (без урахування ПДВ):

$$38905 - 1470 - 20000 = 17435 \text{ грн}$$

Таким чином, прибуток із 1 га насіння соняшника складає 17 435 грн.

Проаналізувавши рентабельність вирощування культур, що є в асортиментному ряді ПСП «Жовтневе» можна сказати, що вирощування кукурудзи є найприбутковішим для українських сільськогосподарських підприємств. На черзі прорахування прибутковості вирощування баштанних культур: кавунів та динь. Результати даного дослідження дадуть змогу зробити остаточний висновок, щодо доцільності проведення диверсифікації асортименту ПСП «Жовтневе» за рахунок баштанних культур.

Щоб засіяти 1 га поля кавунами рекомендовано використати 1,2 кг/га [58], при цьому середня ціна за 1 кг насіння кавунів становить 3 300 грн [31]. Таким чином я можу розрахувати витрати на посівний матеріал для 1 га кавуна:

$$1,2 * 3300 = 3960 \text{ грн}$$

Основні складові витрат на вирощування кавунів включають:

1. Підготовка ґрунту (оранка, дискування, культивація) – 2 000–5 000 грн.
2. Внесення добрив – 3 000–6 000 грн, залежно від обсягу та типу добрив (органічні чи мінеральні).
3. Засоби захисту рослин (пестициди, гербіциди) – 2 500–5 000 грн.

4. Зрошення – від 2 000 до 6 000 грн, залежно від наявності та типу системи поливу.

5. Збирання врожаю – 2 000–4 000 грн.

Орієнтовна загальна вартість обробітку 1 га землі під кавуни може складати 17 500 грн.

Для розрахунку вартості реалізованих кавунів з 1 га потрібно мати дані врожайності культури з 1 га та ціну на 1 кг плоду. В середньому врожайність кавунів в Сумській області становить 50-60 тонн з 1 га [14]. В 2023 році ціна на ринку за 1 кг кавуна продовж літа коливалася, та в середньому становила 15 грн. В зв'язку з тим, що я планую реалізацію кавунів оптом, середньою ціною вважатиму 7 грн за 1 кг.

Розраховуємо вартість реалізованих кавунів з 1 га за 2023 рік:

$$\frac{50000 + 60000}{2} = 55000 * 7 = 385000 \text{ грн}$$

Останній пункт таблиці прибуток від вирощування культури (без урахування ПДВ):

$$385000 - 3960 - 17500 = 363540 \text{ грн}$$

Таким чином, прибуток із 1 га кавунів складає 363 540 грн.

Зробимо подібні розрахунки відносно вирощування динь.

Для посіву 1 га динь рекомендовано використати 1,4 кг/га [5], при цьому середня ціна за 1 кг насіння динь становить 4 000 грн [30]. Таким чином я можу розрахувати витрати на посівний матеріал для 1 га дині:

$$1,4 * 4000 = 5600 \text{ грн}$$

Основні складові витрат на вирощування дині такі ж як і під час вирощування кавунів. Орієнтовна загальна вартість обробітку 1 га землі під дині може складати 17 500 грн.

Для розрахунку вартості реалізованих динь з 1 га потрібно мати дані врожайності культури з 1 га та ціну на 1 кг плоду. В середньому врожайність динь в Сумській області становить 15-25 тонн з 1 га. В 2023 році ринкова ціна за 1 кг кавуна продовж літа коливалася та в середньому становила 25-35 грн [41]. В

зв'язку з тим, що я проводжу розрахунки для підприємства, отже реалізація динь буде відбуватися оптом, середньою ціною вважатиму 17 грн за 1 кг.

Розраховуємо вартість реалізованих динь з 1 га за 2023 рік:

$$\frac{15000 + 25000}{2} * 17 = 20000 * 15 = 340000 \text{ грн}$$

Останній пункт таблиці прибуток від вирощування культури (без урахування ПДВ):

$$340000 - 5600 - 17500 = 316900 \text{ грн}$$

Таким чином, прибуток із 1 га динь складає 316 900 грн.

Отже, ми отримали такі результати. Прибуток від вирощування 1 га пшениці становить 8 200 грн, кукурудзи – 28 025 грн, соняшника – 17 435 грн, кавуна – 363 540 грн, динь – 316 900 грн. Очевидно, що вирощування баштанних є найприбутковішим із даної вибірки. Це підтверджує ефективність запропонованої мною ідеї диверсифікації товарного асортименту підприємства «Жовтневе». Мова йде не про повну заміну асортиментного ряду, а про часткове введення. Для першого разу я б радила засіяла до 5 га баштанних (в однаковому співвідношенні кавуни-дині, вони мають майже однакову прибутковість), адже не варто забувати про збут. Товар має короткий термін зберігання на відміну від зернових та технічних культур. З метою отримання більшого прибутку, я вважаю, варто продавати врожай як оптовим покупцям та і роздрібним. Роздрібна торгівля дасть можливість реалізовувати товар за більшою ціною, також спонукатиме відкриття підприємством сезонних точок збуту, що зумовить створення робочих місць та забезпечення місцевого населення якісними продуктами.

ВИСНОВКИ

Одним із головних напрямів процесу вдосконалення та подальшого розвитку агробізнесу є управління товарним асортиментом, адже вдало сформований асортимент запорука успішної діяльності підприємства.

В ході виконання кваліфікаційної роботи я виокремила головні аспекти, які впливають на успішність маркетингової діяльності у товарній політиці. Набуті знання успішно застосувала для практичного досліджу на базі ПСП «Жовтневе» (Сумська обл., Охтирський р-н., с. Щоми).

В першому розділі роботи я розкрила суть та значення поняття «товарного асортименту», детально розглянула методи його формування, також охарактеризувала методи управління товарного асортименту підприємства.

Другий блок роботи – практична частина. Під час проходження переддипломної практики я зібрала достатній обсяг інформації про ПСП «Жовтневе», щоб всебічно описати залежність успішності підприємства від його маркетингової діяльності. В першому підрозділі я зробила організаційно-економічну характеристику ПСП «Жовтневе», де описала загальні відомості про підприємство, мету та місію його функціонування, предмет діяльності та його клієнтську базу. За допомогою таблиць узагальнила структуру та склад обсягів товарної продукції, проаналізувала динаміку трудових ресурсів за 2021-2023 рр., показала та розрахувала основні фінансово-економічні показники та рентабельність ПСП «Жовтневе» за 2021-2023рр.. В другому підрозділі провела повний аналіз маркетингової діяльності ПСП «Жовтневе»: склала комплекс маркетингу, навела фактори мікро- та макро- середовища ПСП «Жовтневе», склала таблицю динаміки виробництва і реалізації продукції, відпускних цін на продукцію, обсягів збуту основних видів продукції підприємства, еластичність попиту. В останньому підрозділі висвітлюється аналіз маркетингового управління товарним асортиментом ПСП «Жовтневе». Він містить інформацію про склад товарної пропозиції аграрного підприємства, обсяг та структуру товарної продукції. В підрозділі описана організаційна структура маркетингового відділу підприємства, наведені дані про розподіл бюджету

витрат на маркетинг. Висвітлено обсяги реалізації продукції по сегментам ринку, динаміка витрат обсягу та логістичні витрати. Мною була складена SWOT аналіз, де наведені сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, також я вивчила підприємства – конкуренти для досліджуваного об'єкта, визначила загальну оцінку рівня привабливості підприємства.

Третій розділ роботи складається із напрямків вдосконалення маркетингового управління асортиментом, впровадження одного із них та проведення розрахунків його ефективності. Для застосування на практиці я обрала напрям диверсифікації товарного асортименту ПСП «Жовтневе». Я запропонувала два варіанти сільськогосподарських культур для модернізації виробництва: баштанні (кавуни та дині) , горіхоплідні (мигдаль та фундук). Шляхом проведення опитування серед працівників ПСП обрала один із сценаріїв диверсифікації. Розрахувала оцінку відповідності запропонованих товарів інтересам підприємства, постачальників, органів місцевої влади, посередників. Для підтвердження правильності вибору, я розрахувала прибутковість вирощування нової культури у порівнянні із існуючими культурами асортиментного ряду ПСП «Жовтневе».

Результат роботи показав, що диверсифікація асортиментного ряду ПСП «Жовтневе» за рахунок баштанних культур є рентабельною та вигідною для підприємства. Це підтверджують проведені мною розрахунки. Вони показали, що чистий прибуток від вирощування кавунів з 1 га землі може скласти 363 540 грн, динь – 316 900 грн. Для підтвердження цього дослідження я провела ідентичні розрахунки для культур, що входять до асортиментного ряду досліджуваного підприємства. Вони показали, що чистий прибуток від вирощування пшениці з 1 га землі становить 8 200 грн, кукурудзи – 28 025 грн, соняшника – 17 435 грн. Мої розрахунки показали, що прибуток від вирощування баштанних культур може перевищити дохід від реалізації зернових та технічних культур у 13 разів.

Запропонована мною диверсифікація ПСП «Жовтневе» може підвищити конкурентоспроможність та впізнаваність бренду, відкрити для себе нові ринки

збуту, почати реалізацію продуктів через власні торгові точки, що в свою чергу створить нові робочі місця та підвищить зайнятість місцевого населення, покращити фінансово-економічне становище, що дасть можливість оновити матеріально-технічну базу ПСП, підвищити соціальне забезпечення працівників та створити інвестиційно привабливе середовище для залучення зовнішніх активів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аграрії Сумщини збирають урожай кукурудзи [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zemliak.com/biznes/5870-agrarjii-sumshchini-zbirayut-urozhay-kukurudzi-fotoreportazh#:~:text=>
2. Аграрний ринок України: тренди та виклики 2024 року - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://torgsoft.ua/articles/stati/agrarnij-rinok-ukrayini-trendi-ta-vikliki-2024-roku/>
3. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємства: монографія / Л.В. Балабанова, О.А. Бродіна. – Донецьк : Дон ДУЕТ, 2006. – 230 с.
4. Визначення терміну «Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)» - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://dtkt.ua/dictionary/ch/35229-cistii-doxid-vid-realizaciyi-produkciyi-tovariv-robit-poslug>
5. Вирощування дині у відкритому ґрунті [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://agrotimes.ua/article/viroshchuvannya_dini_u_vidkritomu_grunti
6. Високі врожаї дали не маржу, а збиток, — досвід українських аграріїв [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://kurkul.com/spetsproekty/1547-visoki-vrojayi-dali-ne-marju-a-zbitok--dosvid-ukrayinskih-agrariyiv>
7. Володін С. А. Сутність і значення інновацій в економічному розвитку України / С. А. Володін // Вісник аграрної науки. – 2005. – № 9. – С. 63–67.
8. Грибинюк О.М., Лисак М.А., Пугачов В.М. Особливості визначення еластичності попиту на плодово-ягідну продукцію. Економіка АПК. № 6. 2018. С. 52–55.
9. Гузенко Г. М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. Економіка і суспільство, 2017. №12. С. 227 – 234

10. Дудар А.А., Вакульчик О.М. Аналіз та оптимізація структури капіталу з метою підвищення рівня фінансової стійкості підприємства. Молодий вчений. 2018. №1(2). С.878-882. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_1\(2\)__75](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_1(2)__75)
11. Євченко Ю.М. Управління асортиментною політикою: оцінка ефективності методів Науковий журнал «Економіка і суспільство» Серія: "Економіка та управління підприємствами". 2016. - №7. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/52.pdf
12. Заблодська І.В. Товарна політика підприємства: механізм формування: Монографія. / І.В.Заблодська - Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2006. – 240 с.
13. Зав'ялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицях : навч. посіб. / П. С. Зав'ялов. – М. : ІНФРА-М, 2002. – 496 с.
14. Зрошення подвоює врожай кавунів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://agrotimes.ua/ovochi-sad/zroshennya-podvoyuye-vrozhaj-kavuniv>
15. Кардаш В.Я., Антонченко М.Ю. Маркетингова товарна політика: Навч.-метод. Посіб. Для самост. вивч. дисц. – Вид. 3-тє, доп. та перероб. / В.Я.Кардаш, М.Ю. Антонченко. – К.: КНЕУ, 2006. – 248 с
16. Кардаш, В.Я. Маркетингова товарна політика [Текст]: Підручник / В.Я Кардаш. — К.: КНЕУ, 2010.— 240 с.
17. Климко Г.Н., Нестеренко В.П. Основи економічної теорії: політекономічний аспект. Київ. Вища школа. 1994. 559 с.
18. Кобилецький В. Р., Коефіцієнт рентабельності власного капіталу / В. Р. Кобилецький // Онлайн-журнал «Financial Analysis online» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://analizua.com/slovnik-ekonomichnikh-terminiv/338-pokaznik-rentabelnosti-vlasnogo-kapitalu>
19. Криворучко С.П. Основи здійснення маркетингових досліджень та аналіз їх економічної ефективності при плануванні виробничої програми на підприємстві / С.П. Криворучко, В.В. Огліх // Вісник Дніпропетровського університету. – 2008. – № 1. – С. 89–95.

20. Кубишина Н.С. Методика розробки стратегічного набору товарів на промисловому ринку// Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”.– К.: ЕКМО. – с. 171-178.
21. Кузнєцов П. В. Маркетингове управління асортиментом продукції підприємства в умовах інформаційної економіки / П. В. Кузнєцов // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – № 49. – С. 198-204.
22. Кукурудза повертається? Зростання ціни зі 145 до 193 \$/т за сезон [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://superagronom.com/articles/746-kukurudza-povertayetsya-zrostannya-tsini-zi-145-do-193--t-za-sezon#:~:text=>
23. Купити насіння соняшнику в Україні на посів [Електронний ресурс]- Режим доступу: https://agroplant.com.ua/uk/posevnojmaterial/podsolnechnik/?srsltid=AfmBOopJCy5HuK-jtnhoVlYYhTkIFDuHY6Asn87H4_Cr_uAXI8VyJI3t
24. Лаврентьєва Л.С. Управління асортиментом і параметрами продукції у ринкових умовах: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Л.С.Лаврентьєва - Х., 2008. – 247 с.
25. Логістичний менеджмент. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «магістр». Суми: СНАУ, 2019. 96 с. (Протокол №1 29.08.2018р).
26. Макарова В.В., Макаренко Н.О. Маркетингова політика розподілу. Навчальний посібник для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр» денної та заочної форми навчання. Суми, 2019.160с.
27. Маркетингова товарна політика: практикум / уклад. : А. В. Шевченко, О. С. Борисенко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. – К. : НАУ, 2022. – 68 с.
28. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг: Підручник.— 2-е вид. — Львів: ІНТЕЛЕКТ+, 2002. — 244 с.
29. Муштай В. А. Стратегічні напрямки управління товарною політикою підприємства [Електронний ресурс] / В. А. Муштай, В. М. Мандрика // Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення продуктового ринку», (Полтава, 28 квітня 2017 р.). - Полтава, 2017. - С. 106-109.

30. Насіння дині [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://vesnodar.com.ua/ua/semenaarbuza?srsltid=AfmBOorz4LW3yAMnrfftMw8LSFByjB7V1M2vdofDTT2enOIWKfNxmzmr5>
31. Насіння кавуна [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://vesnodar.com.ua/ua/semenaarbuza?srsltid=AfmBOorz4LW3yAMnrfftMw8LSFByjB7V1M2vdofDTT2enOIWKfNxmzmr5>
32. Насіння пшениці Купити на 2024 рік. Посівна пшениця від виробника. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://agroexp.com.ua/uk/semena-pshenitsyi>
33. Норма висіву соняшника в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://agrimatco.ua/news/norma-visivu-sonyashniku-v-ukraini>
34. Норма висіву соняшника і кукурудзи [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://growex.market/blog/norma-visivu-sonyashnika-i-kukurudzi>
35. Основи підприємництва та агробізнесу : Навч. посібник / За ред. Губені Ю.Е. – Львів : Українські технології, 2002. – 278 с.
36. Павленко А.Ф., Вовчак А.В. Актуальні проблеми розвитку маркетингу в Україні // Маркетинг: теорія і практика: Матеріали другої міжнародної науковопрактичної конференції. – К.: КНЕУ, 1998.
37. Підприємницька діяльність та агробізнес: Підручник/ За ред. М.М. Ільчука, Т.Д. Іщенко. – К.: Вища освіта, 2006. – 543 с.
38. Притиченко Т. І. Практичні аспекти розробки структури товарного портфеля підприємства / Т. І. Притиченко, І. С. Лях // Бізнес Інформ. – 2015. – №10. – С. 256-265.
39. "Прогнозується зниження урожайності ранніх зернових". Які особливості жнив на Сумщині [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://suspilne.media/sumy/787269-prognozuetsa-znizenna-urozajnosti-rannih-zernovih-aki-osoblivosti-zniv-na-sumsini>
40. ПСП «ЖОВТНЕВЕ» - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://opendatabot.ua/c/30794512>

41. Сезон уже не за горами. Скільки зараз коштують кавуни та дині в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/rus/stylar/sezon-gorami-skilki-zarazkoshtuyut-kavuni-1688207463.html>
42. Собівартість продукції підприємства: правила розрахунку - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://buhplatforma.com.ua/article/8477-sobvartst-produkts-pdprimstva>
43. Старостіна А.О. Особливості мотивації та ринкової поведінки українських споживачів високотехнологічних товарів / Старостіна А.О., Журило В.В. // Маркетинг в Україні. 2014. № 5. С. 18–23.
44. Сучасні технологій в сільському господарстві [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://eos.com/uk/blog/suchasni-tekhnolohii-v-silskomu-hospodarstvi/>
45. Теорія, політика та практика сільського розвитку / за ред. д-ра екон. наук, чл.-кор. НАНУ О.М. Бородіної, д-ра екон. наук, чл.-кор. УААН І.В. Прокопи ; НАН України ; Ін-т екон. та прогнозів. – К., 2010. – 376 с.
46. Ткачук В.І. Диверсифікація сільської економіки: соціально-економічний ефект // Економіка АПК №4. – 2009. – 129–132.
47. Троян А. В. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання/ А. В. Троян // Ефективна економіка. – 2014. – № 1.
48. Холодний Г. О. Розвиток управління маркетингом на підприємствах : монографія / Г. О. Холодний, Г. М. Шумська ; за ред. доцента Г. О. Холодного. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 272 с.
49. Ціни на зернові в Україні у 2023 році – що і чому впливає на вартість пшениці [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://progroshi.news/news/ekonomika/cini-na-zernovi-v-ukrajini-u-2023-roci-shcho-i-chomu-vplivaye-na-vartist-pshenici-7592.html>

50. Цінова еластичність попиту та її роль у ціноутворення - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://pricer24.com/uk/blog/czinova-elastychnist>

51. Чайка Т.Ю., Ларіна Т.І. Оптимізація структурно-динамічних характеристик балансу підприємства на основі його горизонтального аналізу / Проблеми системного підходу в економіці. Випуск № 6(74), 2019- [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-6-66>

52. Чижик С. М. Сучасні методи управління товарним асортиментом та складськими запасами в торговельній мережі [Електронний ресурс] / С. М. Чижик // Конференції ВНТУ електронні наукові видання, XLV Науковотехнічна конференція факультету менеджменту (2016). – Режим доступу: <http://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm2016/paper/view/1351>

53. Чубукова О. Ю. Оптимізація та моделювання асортиментної політики підприємства / О. Ю. Чубукова, А. В. Троян // ВІСНИК КНУТД №3 (99), 2016

54. Шабельник Т. В. Моделі та методи управління асортиментом і просуванням товарів / Т. В. Шабельник // Бізнес Інформ. – 2014. – №5. – С. 402-406.

55. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: [монографія] / В. М. Шаповал. – Дніпропетровськ: ДВНЗ “НГУ”, 2011. – 357 с.

56. Шафалюк О.К. Маркетингове управління асортиментом продукції підприємств (на прикладі підприємств харчового машинобудування): автореф. дис. ... канд. економ. наук: 08.06.02 - Підприємництво, менеджмент та маркетинг / О. К. Шафалюк ; Київський національний економічний університет. - К., 1999. - 15 с.

57. Шири Т. Б. Функціональний аспект управління асортиментом у комерційній діяльності/ Т. Б. Шири // Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія: Економічні науки. - 2016. - № 1. - С. 63-73.

58. Щоб було солодко. Все про вирощування кавунів та динь [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://superagronom.com/articles/370-schob-bulo-solodko-vse-pro-viroschuvannya-kavuniv-ta-din>

59. Як розрахувати норму висіву озимої пшениці? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://growex.market/blog/yak-rozrahuvati-normu-visivu-ozimoji-pshenici>

60. Elshan Guliyev, Shahriyar Gurbanzade (2017). Alphabet of financial markets, Invest-AZ Investment Company, 251 p.

61. Gong. Y. A brief analysis of agricultural product brand marketing strategy. Economic management, 2013. №12, PP.151-153.

62. Mahmut Sami Akgun (2019). English economics, finance and trade terms, our office printing house, 166 p.

63. Nissim D., Penman S. H. Financial statement analysis of leverage and how it informs about profitability and price-to-book ratios. Review of Accounting Studies. 2003. Vol. 8. №. 4. P. 531–560.

ДОДАТКИ

Додаток А1

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ 3 0 7 9 4 5 1 2

Державне статистичне спостереження

Конфіденційність статистичної інформації забезпечується
статтею 21 Закону України "Про державну статистику"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень тягне за собою відповідальність, яка встановлена статтею 186³ Кодексу України про адміністративні правопорушенняБезкоштовний сервіс для електронного звітування "Кабінет респондента" за посиланням: <https://statzvit.ukrstat.gov.ua>

ЗВІТ ПРО РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

за 2021 рік

Подать:	Термін подання
юридичні особи, які здійснюють сільськогосподарську діяльність	не пізніше 20 січня
- територіальному органу Держстату	

№ 21-заг
(річна)
ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держстату
25 червня 2021 р. № 165

Назва виду продукції	Код ряду	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без дотацій і ПДВ), грн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Культури зернові та зернобобові (>= сумі ряд. 004, 011, 012, 015, 021, 022, 024, 025, 027)	003	15 012	9 480 233	7 571
у тому числі:				
пшениця	004	10 395	6 772 686	328
кукурудза на зерно	011	3 290	1 940 417	5 854
ячмінь	012	1 327	767 130	119
жито	015	-	-	-
овес	021	-	-	-
гречка	022	-	-	-
просо	024	-	-	-
рис	025	-	-	-
культури зернобобові сушені	027	-	-	1 270
з ряд. 027 –горох	032	-	-	1 270

Назва виду продукції	Код рядка	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без дотацій і ГДВ), грн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Насіння культур олійних (>= сумі рядків 041, 046, 047, 048, 052)	040	4 559	8 399 655	5 540
у тому числі:				
боби сої	041	-	-	-
насіння льону-довгунця	046	-	-	-
насіння гречки	047	-	-	-
насіння ріпаку й кользи	048	-	-	-
насіння соняшнику	052	4 559	8 399 655	5 540
Льон-довгунець (крім насіння)	064	-	-	Х
Конопля (крім насіння)	068	-	-	Х
Буряк цукровий фабричний	075	-	-	Х
Прянощі необроблені	079	-	-	Х
Рослини ефіроолійні	096	-	-	Х
Рослини лікарські	105	-	-	Х
Тютюн необроблений	117	-	-	Х
Шмишки хмелю	120	-	-	Х
Картопля	125	-	-	Х
Культури овочеві (відкритого та закритого ґрунту; >сумі рядків 135, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 171, 172, 183, 185)	132	-	-	Х
у тому числі:				
капуста	135	-	-	Х
перець стручковий солодкий	160	-	-	Х
огірки та курішонки	162	-	-	Х
баклажани	163	-	-	Х
помідори	164	-	-	Х
гарбузи столові	165	-	-	Х
кабачки столові	166	-	-	Х
часник	171	-	-	Х
цибуля (ріпчаста, шалот)	172	-	-	Х
морква столова	183	-	-	Х
буряк столовий	185	-	-	Х
з ряд. 132 – культури овочеві закритого ґрунту	713	-	-	Х
Культури баштанні продовольчі (>= ряд. 197)	196	-	-	Х
у т.ч. кавуни	197	-	-	Х
Гриби	209	-	-	Х
Квіти зрізані та квіти в бутонах свіжі, тис.шт	266	-	-	Х
Рослини в горщиках, ящиках тощо, тис.шт	277	-	-	Х
Виноград	377	-	-	Х
Культури плодів та ягідні (>= сумі ряд. 321, 326, 348)	726	350	385 000	Х
у т.ч. плоди культур зерняткових (>= сумі ряд. 322 / 323)	321	350	385 000	Х
у тому числі:				
яблука	322	-	-	Х
груші	323	-	-	Х
плоди культур кісточкових (>= сумі ряд. 327, 328, 331, 334)	326	-	-	Х
у тому числі:				
абрикоси	327	-	-	Х
вишня та черешня	328	-	-	Х
персики та нектарини	331	-	-	Х
сливи та терен	334	-	-	Х

Загальна потужність одночасного зберігання зерна культур зернових і зернобобових та олійних на кінець року (>= сумі ряд. 003, 040 графу 3)

13 111 ц (998)

ЕП Заборонний
Олександр
Володимирович

СВІТЛАНА КУПІНИЧ
(Власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Місце підпису керівника (власника) або особи
відповідальної за достовірність наданої інформації

телефон: 0507380304

електронна пошта: zhovtneve@i.ua

Додаток А2

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ 3 0 7 9 4 5 1 2

Державне статистичне спостереження

Статистична конфіденційність забезпечується
статтею 29 Закону України "Про офіційну статистику"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень тягне за собою відповідальність, яка встановлена статтею 186³ Кодексу України про адміністративні правопорушенняБезкоштовний сервіс для електронного звітування "Кабінет респондента" за посиланням: <https://statzvit.ukrstat.gov.ua>

ЗВІТ ПРО РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

за 2022 рік

Подать:	Термін подання
юридичні особи, які здійснюють сільськогосподарську діяльність	не пізніше 20 січня
- територіальному органу Держстату	

№ 21-заг
(річна)
ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держстату
8 червня 2022 р. № 164
(зі змінами, внесеними
наказом Держстату
від 10 листопада 2022 р. № 279)

Назва виду продукції	Код рядка	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без дотацій і ПДВ), грн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Культури зернові та зернобобові (>= сумі ряд. 004, 011, 012, 015, 021, 022, 024, 025, 027)	003	13 114	7 042 290	17 875
у тому числі				
пшениця	004	319	165 186	12 081
кукурудза на зерно	011	12 649	6 801 673	2 270
ячмінь	012	146	75 431	542
жито	015	-	-	-
овес	021	-	-	-
гречка	022	-	-	-
просо	024	-	-	-
рис	025	-	-	-
культури зернобобові сушені	027	-	-	-
із ряд. 027 -горох	032	-	-	-

Назва виду продукції	Код рядка	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без дотацій і ГДВ), грн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Насіння культур олійних ($\geq$ сумі ряд. 041, 046, 047, 048, 052)	040	9 461	12 051 834	2 587
у тому числі:				
боба сої	041	-	-	-
насіння льону-довгунця	046	-	-	-
насіння гречки	047	-	-	-
насіння ріпаку й кольми	048	-	-	-
насіння соняшнику	052	9 461	12 051 834	2 587
Льон-довгунець (крім насіння)	064	-	-	X
Конопля (крім насіння)	068	-	-	X
Бурак цукровий фабричний	075	-	-	X
Прянощі необроблені	079	-	-	X
Рослини ефіроолійні	096	-	-	X
Рослини лікарські	105	-	-	X
Тютюн необроблений	117	-	-	X
Шмишки хмелю	120	-	-	X
Картопля	125	-	-	X
Культури овочеві (відкритого та закритого ґрунту; $\geq$ сумі ряд. 135, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 171, 172, 183, 185)	132	-	-	X
у тому числі:				
капустя	135	-	-	X
перець стручковий солодкий	160	-	-	X
огірки та корнішони	162	-	-	X
баклажан	163	-	-	X
помідори	164	-	-	X
гарбузи столові	165	-	-	X
кабачки столові	166	-	-	X
часник	171	-	-	X
цибуля (ріпчаста, шалот)	172	-	-	X
морква столова	183	-	-	X
буряк столовий	185	-	-	X
за ряд. 132 – культури овочеві закритого ґрунту	713	-	-	X
Культури баштанні продовольчі ($\geq$ ряд. 197)	196	-	-	X
у т.ч. кавуни	197	-	-	X
Гриби	209	-	-	X
Квіти зрізані та квіти в букетах свіжі, тис. шт.	266	-	-	X
Рослини в горщиках, ящиках тощо, тис. шт.	277	-	-	X
Виноград	377	-	-	X
Культури плодові та ягідні ($\geq$ сумі ряд. 321, 326, 348)	726	898	374 821	X
у т.ч. плоди культур зерняткових ($\geq$ сумі ряд. 322 / 323)	321	-	-	X
у тому числі:				
яблука	322	-	-	X
груші	323	-	-	X
плоди культур кісточкових ($\geq$ сумі ряд. 327, 328, 331, 334)	326	-	-	X
у тому числі:				
абрикоси	327	-	-	X
вишня та черешня	328	-	-	X
персики та нектарини	331	-	-	X
сливи та терни	334	-	-	X

Загальна потужність одночасного зберігання зерна культур зернових і зернобобових та олійних на кінець року ($\geq$ сумі ряд. 003, 040 ар. 3)

20 462 ц (198)

ЕП Задорожний
Олександр
Володимирович

ОЛЕКСАНДР ЗАДОРОЖНИЙ
(Власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Місце підпису керівника (власника) або особи,
відповідальної за достовірність наданої інформації

телефон: 0958284480

електронна пошта: zhovtneve@i.ua

Додаток А3

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ 3 0 7 9 4 5 1 2

Державне статистичне спостереження

Статистична конфіденційність забезпечується
статтею 29 Закону України "Про офіційну статистику"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень тягне за собою
відповідальність, яка встановлена статтею 186³ Кодексу України про адміністративні правопорушенняБезкоштовний сервіс для електронного звітування "Кабінет респондента" за посиланням: <https://statzvit.ukrstat.gov.ua>

ЗВІТ ПРО РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

за 2023 рік

Подать:	Термін подання
юридичні особи, які здійснюють сільськогосподарську діяльність	не пізніше 20 січня
- територіальному органу Держстату	

№ 21-заг
(рчна)
ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держстату
8 червня 2022 р. № 164
(зі змінами, внесеними
наказом Держстату
від 10 листопада 2022 р. № 279)

Назва виду продукції	Код рядка	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без доплат і ПДВ), грн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Культури зернові та зернобобові (>= сумі ряд. 004, 011, 012, 015, 021, 022, 024, 025, 027)	003	42 022	18 630 772	9 809
у тому числі				
пшениця	004	20 059	8 578 454	6 991
кукурудзя на зерно	011	19 029	8 228 445	2 460
ячмінь	012	542	268 943	-
жито	015	-	-	-
овес	021	-	-	-
гречка	022	-	-	-
просо	024	-	-	-
рис	025	-	-	-
культури зернобобові сушені	027	2 392	1 554 930	358
із ряд. 027 -горох	032	2 392	1 554 930	358

Назва виду продукції	Код рядка	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без дотацій і ПДВ), грн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Насіння культур олійних ($\geq$ сумі ряд. 041, 046, 047, 048, 052)	040	4 116	4 558 328	6 900
у тому числі:				
боби сої	041	-	-	-
насіння льону-довгунця	046	-	-	-
насіння ріпачки	047	-	-	-
насіння ріпаку й кольми	048	-	-	-
насіння соняшнику	052	4 116	4 558 328	6 900
Льон-довгунець (крім насіння)	064	-	-	X
Конопля (крім насіння)	068	-	-	X
Буряк цукровий фабричний	075	-	-	X
Прянощі необроблені	079	-	-	X
Рослини ефіроолійні	096	-	-	X
Рослини лікарські	105	-	-	X
Тютюн необроблений	117	-	-	X
Шмишки хмелю	120	-	-	X
Картопля	125	-	-	X
Культури овочеві (відкритого та закритого ґрунту; $\geq$ сумі ряд. 135, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 171, 172, 183, 185)	132	-	-	X
у тому числі:				
капуста	135	-	-	X
перець стручковий солодкий	160	-	-	X
огірок та корнішони	162	-	-	X
баклажани	163	-	-	X
помідори	164	-	-	X
гарбузи столові	165	-	-	X
кабачки столові	166	-	-	X
часник	171	-	-	X
цибуля (ріпчаста, шалот)	172	-	-	X
морква столова	183	-	-	X
буряк столовий	185	-	-	X
із ряд. 132 – культури овочеві закритого ґрунту	713	-	-	X
Культури баштанні продовольчі ($\geq$ ряд. 197)	196	-	-	X
у т.ч. кавуни	197	-	-	X
Гриби	209	-	-	X
Квіти зрізані та квіти в бутонах свіжі, тис. шт	266	-	-	X
Рослини в горщиках, ящиках тощо, тис. шт	277	-	-	X
Виноград	377	-	-	X
Культури плодові та ягідні ($\geq$ сумі ряд. 321, 326, 348)	726	1 152	617 227	X
у т.ч. плоди культур зерняткових ($\geq$ сумі ряд. 322 / 323)	321	1 152	617 227	X
у тому числі:				
яблука	322	1 152	617 227	X
груші	323	-	-	X
плоди культур кісточкових ($\geq$ сумі ряд. 327, 328, 331, 334)	326	-	-	X
у тому числі:				
абрикоси	327	-	-	X
вишня та черешня	328	-	-	X
персики та нектарини	331	-	-	X
сливи та терни	334	-	-	X

Загальна потужність одночасного зберігання зерна культур зернових і зернобобових та олійних на кінець року ($\geq$ сумі ряд. 003, 040 ар. 3)

16 709 ц (198)

ЕП БОГОМОЛ
ЯНА
ОЛЕКСАНДРІВНА
А

Яна Богомол
(Власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Місце підпису керівника (власника) або особи,
відповідальної за достовірність наданої інформації

телефон: 0992701558

електронна пошта: 30794512@ukr.net

Додаток Б1

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

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	Коди
Приватне сільськогосподарське підприємство "Жовтень"	за ЄДРНОУ	2022 01 01
Територія Сумська	за КАТОПГ	30794512
Організаційно-правова форма господарювання Приватне підприємство	за КОПФ	14.99440941.0002032
Вид економічної діяльності Виробництво зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур	за КВЕД	120
Середня кількість працівників, осіб 24		01.11
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком		
Адреса, телефон вулиця Польова, буд. 1/А, с. ЩОМІН, ОХТИРСЬКИЙ РАЙОН, СУМСЬКА ОБЛ., 42731		0507380304

І. Баланс на 31 грудня 2021 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006			
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
Первісна вартість	1001	-	-
Накопичена амортизація	1002	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби :	1010	12 536,3	14 725,7
первісна вартість	1011	19 838,7	25 559,1
знос	1012	(7 302,4)	(10 833,4)
Довгострокові біологічні активи	1020	817,1	1 584,7
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	13 353,4	16 310,4
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	7 800,7	15 556,1
у тому числі готова продукція	1103	2 157,1	7 107,9
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	516,9	615,5
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	3,3	17,6
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	7 499,2	5 959,4
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	596,0	0,6
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	0,4	-
Усього за розділом II	1195	16 416,5	22 149,2
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	29 769,9	38 459,6

Пасива	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1,0	1,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	27 304,6	33 756,0
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	27 305,6	33 757,0
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	325,9	370,6
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	500,0	3 324,7
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	1 073,1	460,2
розрахунками з бюджетом	1620	303,8	260,9
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	27,8	10,4
розрахунками з оплати праці	1630	23,7	25,3
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	210,0	250,5
Усього за розділом III	1695	2 138,4	4 332,0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами кибуття	1700	-	-
Баланс	1900	29 769,9	38 459,6

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2021 р.

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	18 934,1	19 973,7
Інші операційні доходи	2120	-	6,7
Інші доходи	2240	73,3	522,9
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	19 007,4	20 503,3
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(9 087,3)	(10 359,4)
Інші операційні витрати	2180	(2 438,1)	(1 985,9)
Інші витрати	2270	(29,5)	(618,7)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(11 554,9)	(12 964,0)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	7 452,5	7 539,3
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	7 452,5	7 539,3

ЕП Задорожний
Олександр
Володимирович
Задорожний Олександр Володимирович
ЕП Синяренко
Ольга Василівна
(ініціали, прізвище)
Синяренко Ольга Василівна
(ініціали, прізвище)

Керівник
Головний бухгалтер
(підпис)
(підпис)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Додаток Б2

бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 4 розділу І)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	Код
Приватне сільськогосподарське підприємство "Жовтисеве"	за ЄДРПОУ	2023 01 01
Територія СУМСЬКА	за КАТОТТГ	30794512
Організаційно-правова форма господарювання Приватне підприємство	за КОПФГ	UA59040090010002032
Вид економічної діяльності Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур	за КВЕД	120
Середня кількість працівників, осіб 24		01.11
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком		
Адреса, телефон вулиця Польова, буд. 1/А, с. ЩОМІ, ОХТИРСЬКИЙ РАЙОН, СУМСЬКА обл., 42731		0507380304

І. Баланс на 31 грудня 2022 р.

Актив		Форма № 1-м Код за ДКУД	1801006
Код	На початок	На кінець	
рядка	звітнього року	звітнього періоду	
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
Первісна вартість	1001	-	-
Накопичена амортизація	1002	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби :	1010	14 725,7	14 378,4
первісна вартість	1011	25 559,1	29 818,5
знос	1012	(10 833,4)	(15 440,1)
Довгострокові біологічні активи	1020	1 584,7	2 493,7
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	16 310,4	16 872,1
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	15 556,1	20 444,2
у тому числі готова продукція	1103	7 107,9	12 477,8
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	615,5	1 784,3
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	17,6	311,4
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	5 959,4	1 932,1
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	0,6	170,6
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	22 149,2	24 642,6
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	38 459,6	41 514,7

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (паіовий) капітал	1400	1,0	1,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	33 756,0	37 708,7
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	33 757,0	37 709,7
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	370,6	325,9
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	3 324,7	1 333,3
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	460,2	1 726,2
розрахунками з бюджетом	1620	260,9	97,0
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	10,4	-
розрахунками з оплати праці	1630	25,3	49,4
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	250,5	273,2
Усього за розділом III	1695	4 332,0	3 479,1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	38 459,6	41 514,7

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2022 р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	19 910,4	18 934,1
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	51,7	73,3
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	19 962,1	19 007,4
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(14 030,9)	(9 087,3)
Інші операційні витрати	2180	(2 695,4)	(2 438,1)
Інші витрати	2270	(3,7)	(29,5)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(16 730,0)	(11 554,9)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	3 232,1	7 452,5
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	3 232,1	7 452,5

Керівник _____ (підпис)
Головний бухгалтер _____ (підпис)



ЕП Задорожний
Олександр
Володимирович
ЕП Свиначенко
Ольга Василівна

Задорожний Олександр Володимирович
(ініціали, прізвище)
Свиначенко Ольга Василівна
(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Додаток БЗ

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



Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	Код	2024	01	01
			30794512		
Приватне сільськогосподарське підприємство "Життєве"	за ЄДРПОУ		UA590409901000202		
Територія СУМСЬКА	за КАТОТТГ		120		
Організаційно-правова форма господарювання Приватне підприємство	за КОПФГ		01.11		
Вид економічної діяльності Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і пасінки олійних культур	за КВЕД				
Середня кількість працівників, осіб 16					
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком					
Адреса, телефон вулиця Польова, буд. 1/А, с. ЩОМНИ, ОХТИРСЬКИЙ РАЙОН, СУМСЬКА обл., 42731					0669146933

І. Баланс на 31 грудня 2023 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006			
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
І	2	3	4
І. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
Первісна вартість	1001	-	-
Накопичена амортизація	1002	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Освоєні засоби :	1010	14 378,4	9 070,1
первісна вартість	1011	29 818,5	29 161,8
знос	1012	(15 440,1)	(20 091,7)
Довгострокові біологічні активи	1020	2 493,7	3 064,7
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом І	1095	16 872,1	12 134,8
ІІ. Оборотні активи			
Запаси :	1100	20 444,2	23 435,9
у тому числі готова продукція	1103	12 477,8	14 529,4
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 784,3	1 033,1
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	311,4	137,9
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 932,1	3 030,1
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	170,6	26,9
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом ІІ	1195	24 642,6	27 663,9
ІІІ. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	41 514,7	39 798,7

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1,0	1,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	37 708,7	39 033,7
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	37 709,7	39 034,7
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	1 333,3	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	1 726,2	125,1
розрахунками з бюджетом	1620	97,0	3,1
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	64,3
розрахунками з оплати праці	1630	49,4	55,0
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	273,2	249,4
Усього за розділом III	1695	3 479,1	496,9
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	41 514,7	39 798,7

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

Стаття		Код рядка	Форма № 2-м За звітний період	Код за ДКУД За аналогічний період попереднього року	1801007
1	2	3	4	5	6
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	23 968,9			19 910,4
Інші операційні доходи	2120	-			-
Інші доходи	2240	51,0			51,7
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	24 019,9			19 962,1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(20 602,6)			(14 030,9)
Інші операційні витрати	2180	(1 637,2)			(2 695,4)
Інші витрати	2270	(-)			(3,7)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(22 239,8)			(16 730,0)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	1 780,1			3 232,1
Податок на прибуток	2300	(-)			(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2290	1 780,1			3 232,1

Керівник _____ (підпис)
Головний бухгалтер _____ (підпис)



ЕП Б.С.С.С.П.
ЯНА ОЛЕКСАНДРІВНА
СВИНАРЕНКО
ОЛЬГА
ВАСИЛІВНА
Свинаренко Ольга Василівна
(ініціала, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Додаток В1

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ 3 0 7 9 4 5 1 2

Державне статистичне спостереження

Конфіденційність статистичної інформації забезпечується
статтею 21 Закону України "Про державну статистику"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень тягне за собою
відповідальність, яка встановлена статтею 186³ Кодексу України про адміністративні правопорушенняБезкоштовний сервіс для електронного звітування "Кабінет респондента" за посиланням: <https://statzvit.ukrstat.gov.ua>

ЗВІТ ПРО РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

за 2021 рік

Подать:	Термін подання
юридичні особи, які здійснюють сільськогосподарську діяльність	не пізніше 20 січня
- територіальному органу Держстату	

№ 21-заг
(річна)
ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держстату
25 червня 2021 р. № 165

Назва виду продукції	Код ряду	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без дотацій і ПДВ), грн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Культури зернові та зернобобові (>= сумі ряд. 004, 011, 012, 015, 021, 022, 024, 025, 027)	003	15 012	9 480 233	7 571
у тому числі:				
пшениця	004	10 395	6 772 686	328
кукурудза на зерно	011	3 290	1 940 417	5 854
інші	012	1 327	767 130	119
жито	015	-	-	-
овес	021	-	-	-
гречка	022	-	-	-
просо	024	-	-	-
рис	025	-	-	-
культури зернобобові сушені	027	-	-	1 270
з ряд. 027 – горох	032	-	-	1 270

Назва виду продукції	Код рядка	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без дотацій і ГДВ), грн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Насіння культур олійних (>= сумі рядків 041, 046, 047, 048, 052)	040	4 559	8 399 655	5 540
у тому числі:				
боби сої	041	-	-	-
насіння льону-довгунця	046	-	-	-
насіння гречки	047	-	-	-
насіння ріпаку й кользи	048	-	-	-
насіння соняшнику	052	4 559	8 399 655	5 540
Льон-довгунець (крім насіння)	064	-	-	Х
Конопля (крім насіння)	068	-	-	Х
Буряк цукровий фабричний	075	-	-	Х
Прянощі необроблені	079	-	-	Х
Рослини ефіроолійні	096	-	-	Х
Рослини лікарські	105	-	-	Х
Тютюн необроблений	117	-	-	Х
Шмишки хмелю	120	-	-	Х
Картопля	125	-	-	Х
Культури овочеві (відкритого та закритого ґрунту; >сумі рядків 135, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 171, 172, 183, 185)	132	-	-	Х
у тому числі:				
капуста	135	-	-	Х
перець стручковий солодкий	160	-	-	Х
огірки та курішонки	162	-	-	Х
баклажани	163	-	-	Х
помідори	164	-	-	Х
гарбузи столові	165	-	-	Х
кабачки столові	166	-	-	Х
часник	171	-	-	Х
цибуля (ріпчаста, шалот)	172	-	-	Х
морква столова	183	-	-	Х
буряк столовий	185	-	-	Х
з ряд. 132 – культури овочеві закритого ґрунту	713	-	-	Х
Культури баштанні продовольчі (>= ряд. 197)	196	-	-	Х
у т.ч. кавуни	197	-	-	Х
Гриби	209	-	-	Х
Квіти зрізані та квіти в бутонах свіжі, тис.шт	266	-	-	Х
Рослини в горщиках, ящиках тощо, тис.шт	277	-	-	Х
Виноград	377	-	-	Х
Культури плодів та ягідні (>= сумі ряд. 321, 326, 348)	726	350	385 000	Х
у т.ч. плоди культур зерняткових (>= сумі ряд. 322 / 323)	321	350	385 000	Х
у тому числі:				
яблука	322	-	-	Х
груші	323	-	-	Х
плоди культур кісточкових (>= сумі ряд. 327, 328, 331, 334)	326	-	-	Х
у тому числі:				
абрикоси	327	-	-	Х
вишня та черешня	328	-	-	Х
персики та нектарини	331	-	-	Х
сливи та терен	334	-	-	Х

Загальна потужність одночасного зберігання зерна культур зернових і зернобобових та олійних на кінець року (>= сумі ряд. 003, 040 графу 3)

13 111 ц (998)

ЕП Заборонний
Олександр
Володимирович

СВІТЛАНА КУПІНИЧ
(Власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Місце підпису керівника (власника) або особи
відповідальної за достовірність наданої інформації

телефон: 0507380304

електронна пошта: zhovtneve@i.ua

Додаток В2

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ 3 0 7 9 4 5 1 2

Державне статистичне спостереження

Статистична конфіденційність забезпечується
статтею 29 Закону України "Про офіційну статистику"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень тягне за собою відповідальність, яка встановлена статтею 186³ Кодексу України про адміністративні правопорушенняБезкоштовний сервіс для електронного звітування "Кабінет респондента" за посиланням: <https://statzvit.ukrstat.gov.ua>

ЗВІТ ПРО РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

за 2022 рік

Подать:	Термін подання
юридичні особи, які здійснюють сільськогосподарську діяльність	не пізніше 20 січня
- територіальному органу Держстату	

№ 21-заг
(річна)
ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держстату
8 червня 2022 р. № 164
(зі змінами, внесеними
наказом Держстату
від 10 листопада 2022 р. № 279)

Назва виду продукції	Код рядка	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без дотацій і ПДВ), арн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Культури зернові та зернобобові (>= сумі ряд. 004, 011, 012, 015, 021, 022, 024, 025, 027)	003	13 114	7 042 290	17 875
у тому числі				
пшениця	004	319	165 186	12 081
кукурудза на зерно	011	12 649	6 801 673	2 270
ячмінь	012	146	75 431	542
жито	015	-	-	-
овес	021	-	-	-
гречка	022	-	-	-
просо	024	-	-	-
рис	025	-	-	-
культури зернобобові сушені	027	-	-	-
із ряд. 027 - горох	032	-	-	-

Назва виду продукції	Код рядка	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без дотацій і ГДВ), грн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Насіння культур олійних ($\geq$ сумі ряд. 041, 046, 047, 048, 052)	040	9 461	12 051 834	2 587
у тому числі:				
боба сої	041	-	-	-
насіння льону-довгунця	046	-	-	-
насіння гречки	047	-	-	-
насіння ріпаку й кольми	048	-	-	-
насіння соняшнику	052	9 461	12 051 834	2 587
Льон-довгунець (крім насіння)	064	-	-	X
Конопля (крім насіння)	068	-	-	X
Бурак цукровий фабричний	075	-	-	X
Прянощі необроблені	079	-	-	X
Рослини ефіроолійні	096	-	-	X
Рослини лікарські	105	-	-	X
Тютюн необроблений	117	-	-	X
Шмишки хмелю	120	-	-	X
Картопля	125	-	-	X
Культури овочеві (відкритого та закритого ґрунту; $\geq$ сумі ряд. 135, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 171, 172, 183, 185)	132	-	-	X
у тому числі:				
капустя	135	-	-	X
перець стручковий солодкий	160	-	-	X
огірок та корнішони	162	-	-	X
баклажан	163	-	-	X
помідори	164	-	-	X
гарбузи столові	165	-	-	X
кабачки столові	166	-	-	X
часник	171	-	-	X
цибуля (ріпчаста, шалот)	172	-	-	X
морква столова	183	-	-	X
буряк столовий	185	-	-	X
із ряд. 132 – культури овочеві закритого ґрунту	713	-	-	X
Культури баштанні продовольчі ($\geq$ ряд. 197)	196	-	-	X
у т.ч. кавуни	197	-	-	X
Гриби	209	-	-	X
Квіти зрізані та квіти в букетах свіжі, тис. шт.	266	-	-	X
Рослини в горщиках, ящиках тощо, тис. шт.	277	-	-	X
Виноград	377	-	-	X
Культури плодові та ягідні ($\geq$ сумі ряд. 321, 326, 348)	726	898	374 821	X
у т.ч. плоди культур зерняткових ($\geq$ сумі ряд. 322 / 323)	321	-	-	X
у тому числі:				
яблука	322	-	-	X
груші	323	-	-	X
плоди культур кісточкових ($\geq$ сумі ряд. 327, 328, 331, 334)	326	-	-	X
у тому числі:				
абрикоси	327	-	-	X
вишня та черешня	328	-	-	X
персика та нектарина	331	-	-	X
сливи та терен	334	-	-	X

Загальна потужність одночасного зберігання зерна культур зернових і зернобобових та олійних на кінець року ($\geq$ сумі ряд. 003, 040 ар. 3)

20 462 ц (198)

ЕП Задорожний
Олександр
Володимирович

ОЛЕКСАНДР ЗАДОРОЖНИЙ
(Власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Місце підпису керівника (власника) або особи,
відповідальної за достовірність наданої інформації

телефон: 0958284480

електронна пошта: zhovtneve@i.ua

Додаток В3

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ 3 0 7 9 4 5 1 2

Державне статистичне спостереження

Статистична конфіденційність забезпечується
статтею 29 Закону України "Про офіційну статистику"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень тягне за собою
відповідальність, яка встановлена статтею 186³ Кодексу України про адміністративні правопорушенняБезкоштовний сервіс для електронного звітування "Кабінет респондента" за посиланням: <https://statzvit.ukrstat.gov.ua>

ЗВІТ ПРО РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

за 2023 рік

Подать:	Термін подання
юридичні особи, які здійснюють сільськогосподарську діяльність	не пізніше 20 січня
- територіальному органу Держстату	

№ 21-заг
(рчна)
ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держстату
8 червня 2022 р. № 164
(зі змінами, внесеними
наказом Держстату
від 10 листопада 2022 р. № 279)

Назва виду продукції	Код рядка	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без доплат і ПДВ), грн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Культури зернові та зернобобові (>= сумі ряд. 004, 011, 012, 015, 021, 022, 024, 025, 027)	003	42 022	18 630 772	9 809
у тому числі				
пшениця	004	20 059	8 578 454	6 991
кукурудза на зерно	011	19 029	8 228 445	2 460
ячмінь	012	542	268 943	-
жито	015	-	-	-
овес	021	-	-	-
гречка	022	-	-	-
просо	024	-	-	-
рис	025	-	-	-
культури зернобобові сушені	027	2 392	1 554 930	358
із ряд. 027 -горох	032	2 392	1 554 930	358

Назва виду продукції	Код рядка	Кількість реалізованої продукції, ц	Вартість реалізованої продукції (без дотацій і ПДВ), грн	Кількість продукції в наявності безпосередньо в підприємстві (власної та прийнятої на зберігання) на кінець звітного періоду, ц
А	Б	1	2	3
Насіння культур олійних ($\geq$ сумі ряд. 041, 046, 047, 048, 052)	040	4 116	4 558 328	6 900
у тому числі:				
боби сої	041	-	-	-
насіння льону-довгунця	046	-	-	-
насіння ріпачки	047	-	-	-
насіння ріпаку й кольми	048	-	-	-
насіння соняшнику	052	4 116	4 558 328	6 900
Льон-довгунець (крім насіння)	064	-	-	X
Конопля (крім насіння)	068	-	-	X
Буряк цукровий фабричний	075	-	-	X
Прянощі необроблені	079	-	-	X
Рослини ефіроолійні	096	-	-	X
Рослини лікарські	105	-	-	X
Тютюн необроблений	117	-	-	X
Шмишки хмелю	120	-	-	X
Картопля	125	-	-	X
Культури овочеві (відкритого та закритого ґрунту; $\geq$ сумі ряд. 135, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 171, 172, 183, 185)	132	-	-	X
у тому числі:				
капуста	135	-	-	X
перець стручковий солодкий	160	-	-	X
огірок та корнішони	162	-	-	X
баклажани	163	-	-	X
помідори	164	-	-	X
гарбузи столові	165	-	-	X
кабачки столові	166	-	-	X
часник	171	-	-	X
цибуля (ріпчаста, шалот)	172	-	-	X
морква столова	183	-	-	X
буряк столовий	185	-	-	X
із ряд. 132 – культури овочеві закритого ґрунту	713	-	-	X
Культури баштанні продовольчі ($\geq$ ряд. 197)	196	-	-	X
у т.ч. кавуни	197	-	-	X
Гриби	209	-	-	X
Квіти зрізані та квіти в бутонах свіжі, тис. шт	266	-	-	X
Рослини в горщиках, ящиках тощо, тис. шт	277	-	-	X
Виноград	377	-	-	X
Культури плодові та ягідні ($\geq$ сумі ряд. 321, 326, 348)	726	1 152	617 227	X
у т.ч. плоди культур зерняткових ($\geq$ сумі ряд. 322 / 323)	321	1 152	617 227	X
у тому числі:				
яблука	322	1 152	617 227	X
груші	323	-	-	X
плоди культур кісточкових ($\geq$ сумі ряд. 327, 328, 331, 334)	326	-	-	X
у тому числі:				
абрикosi	327	-	-	X
вишня та черешня	328	-	-	X
персики та нектарини	331	-	-	X
сливи та терен	334	-	-	X

Загальна потужність одночасного зберігання зерна культур зернових і зернобобових та олійних на кінець року ($\geq$ сумі ряд. 003, 040 ар. 3)

16 709 ц (198)

ЕП БОГОМОЛ
ЯНА
ОЛЕКСАНДРІВНА

Яна Богомол

(Власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Місце підпису керівника (власника) або особи,
відповідальної за достовірність наданої інформації

телефон: 0992701558

електронна пошта: 30794512@ukr.net

Додаток Д1

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ 3 0 7 9 4 6 1 2

Державне статистичне спостереження

Конфіденційність статистичної інформації забезпечується
статтею 21 Закону України "Про державну статистику"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень тягне за собою
відповідальність, яка встановлена статтею 186³ Кодексу України про адміністративні правопорушенняБезкоштовний сервіс для електронного звітування "Кабінет респондента" за посиланням: <https://statzvit.ukrstat.gov.ua>ЗВІТ ПРО ПЛОЩІ ТА ВАЛОВІ ЗБОРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ
КУЛЬТУР, ПЛОДІВ, ЯГІД І ВИНОГРАДУ
у 2021 році

Подають:	Термін подання
юрідичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб, які здійснюють сільськогосподарську діяльність	не пізніше 5 січня
- територіальному органу Держстату	

№ 29-сг
(річна)
ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держстату
25 червня 2021 р. № 161РОЗДІЛ 1. Виробництво однорічних і дворічних сільськогосподарських культур
1.1. Виробництво культур зернових і зернобобових

Назва сільськогосподарських культур	Код рідка	Площа посіана уточнена, га	Площа зібрана, га	Обсяг виробництва в початково оприбуткованій масі, ц (ар. 3 >= ар. 4)	Обсяг виробництва в масі після доброби, ц	(з двох значень після коми)	
						З пр. 2 - площа зібрана з політих земель, га	З пр. 4 - обсяг виробництва в масі після доброби з політих земель, ц
A	B	1	2	3	4	5	6
Культури зернові та зернобобові (сума кодів із 0050 до 0270)	0030	553,00	553,00	24 235,60	23 213,20	-	-
Пшениця озима	0050	293,00	293,00	11 869,40	11 563,40	-	-
Ячмінь озимий	0130	-	-	-	-	-	-
Жито озиме	0160	-	-	-	-	-	-
Тритикале озиме	0190	-	-	-	-	-	-
Пшениця яра	0080	-	-	-	-	-	-
Ячмінь ярий	0140	20,00	20,00	1 332,80	1 246,40	-	-
Жито яре	0170	-	-	-	-	-	-
Тритикале яре	0200	-	-	-	-	-	-
Кукурудза	0110	200,00	200,00	9 741,20	9 133,20	-	-
Овес	0210	-	-	-	-	-	-
Гречка	0220	-	-	-	-	-	-
Сорго	0230	-	-	-	-	-	-
Просо	0240	-	-	-	-	-	-
Рис	0250	-	-	-	-	-	-
Культури зернові інші, пшениці, суміші кошарових	0260	-	-	-	-	-	-
Культури зернобобові (сума кодів із 0280 до 0380)	0270	40,00	40,00	1 292,20	1 270,20	-	-
квасоля	0280	-	-	-	-	-	-
боби інші	0290	-	-	-	-	-	-
нут	0300	-	-	-	-	-	-
сочевиця	0310	-	-	-	-	-	-
горох	0320	40,00	40,00	1 292,20	1 270,20	-	-
вика озима	0340	-	-	-	-	-	-
вика яра	0350	-	-	-	-	-	-
люпин соловий	0360	-	-	-	-	-	-
люпин білий	0370	-	-	-	-	-	-
культури зернобобові інші	0380	-	-	-	-	-	-

1.2. Виробництво культур технічних

(з двома знаками після коми)

Назва сільськогосподарських культур	Код рідка	Площа посіана, га	Площа зібрана, га	Обсяг виробництва, ц	З гр.2 - площа зібрана з політих земель, га	З гр.3 - обсяг виробництва з політих земель, ц
A	B	1	2	3	4	5
Культури технічні (сума кодів 0410, 0420, 0450, 0470, з 0490 до 0550, 0590, 0600, 0620, 0630, 0650, 0690, 0720, з 0750 до 0790, 0960, 1050, 1150, з 1170 до 1190, 1210, 1220)	0390	209,91	x	x	x	x
Соя	0410	-	-	-	-	-
Арахіс	0420	-	-	-	-	-
Льон сірий (судрий)	0450	-	-	-	-	-
Льон-довгунець (на насіння)	0460	x	-	-	-	-
Гречка	0470	-	-	-	-	-
Рпак озимий	0490	-	-	-	-	-
Кольза (рпак ярий)	0500	-	-	-	-	-
Кукуруд	0510	-	-	-	-	-
Соняшник	0520	209,91	209,91	6 454,60	-	-
Радина	0530	-	-	-	-	-
Рьод	0540	-	-	-	-	-
Мак опійний	0550	-	-	-	-	-

Додаток Д2

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ 3 0 7 9 4 5 1 2

Державне статистичне спостереження

Статистична конфіденційність забезпечується
статтею 29 Закону України "Про офіційну статистику"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень тягне за собою
відповідальність, яка встановлена статтею 186³ Кодексу України про адміністративні правопорушенняБезкоштовний сервіс для електронного звітування "Кабінет респондента" за посиланням: <https://statzvit.ukrstat.gov.ua>ЗВІТ ПРО ПЛОЩІ ТА ВАЛОВІ ЗБОРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ
КУЛЬТУР, ПЛОДІВ, ЯГІД І ВИНОГРАДУ

у 2022 році

Подають:	Термін подання
юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб, які здійснюють сільськогосподарську діяльність	не пізніше 5 січня
- територіальному органу Держстату	

№ 29-ст
(річна)
ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держстату
08 червня 2022 р. № 165
(зі змінами, внесеними
наказом Держстату
від 10 листопада 2022 р. № 279)

РОЗДІЛ 1. Виробництво однорічних і дворічних сільськогосподарських культур
1.1. Виробництво культур зернових і зернобобових

(із двох знаками після коми)

Назва сільськогосподарських культур	Код рядка	Площа посіана уточнена, га	Площа зібрана, га	Обсяг виробництва (валовий збір) у початково оприбуткованій масі, ц (ар.3 ≥ ар.4)	Обсяг виробництва (валовий збір) у масі після доброби, ц	Із гр.2 - площа зібрана з політих земель, га	Із гр.4 - обсяг виробництва (валовий збір) в масі після доброби з політих земель, ц
A	B	1	2	3	4	5	6
Культури зернові та зернобобові (сума кодів із 0030 до 0270)	0030	555,76	506,76	26 320,80	24 617,90	-	-
Пшениця озима	0050	290,00	290,00	13 407,80	12 805,00	-	-
Ячмінь озимий	0130	-	-	-	-	-	-
Жито озиме	0160	-	-	-	-	-	-
Тритикале озиме	0190	-	-	-	-	-	-
Пшениця яра	0080	-	-	-	-	-	-
Ячмінь ярий	0140	30,00	30,00	790,60	688,00	-	-
Жито яре	0170	-	-	-	-	-	-
Тритикале яре	0200	-	-	-	-	-	-
Кукурудза	0110	150,76	100,76	10 035,40	9 064,90	-	-
Свек	0210	-	-	-	-	-	-
Гричка	0220	-	-	-	-	-	-
Сорго	0230	-	-	-	-	-	-
Просо	0240	-	-	-	-	-	-
Рис	0250	-	-	-	-	-	-
Культури зернові інші, гібриди, суміші колосових	0260	-	-	-	-	-	-
Культури зернобобові (сума кодів із 0280 до 0380)	0270	85,00	85,00	2 087,00	2 060,00	-	-
квасоля	0280	-	-	-	-	-	-
боби кіньові	0290	-	-	-	-	-	-
нут	0300	-	-	-	-	-	-
сочевиця	0310	-	-	-	-	-	-
горох	0320	85,00	85,00	2 087,00	2 060,00	-	-
вика озима	0340	-	-	-	-	-	-
вика яра	0350	-	-	-	-	-	-
люпин солодкий	0360	-	-	-	-	-	-
люпин білий	0370	-	-	-	-	-	-
культури зернобобові інші	0380	-	-	-	-	-	-

1.2. Виробництво культур технічних

(із двох знаками після коми)

Назва сільськогосподарських культур	Код рядка	Площа посіана уточнена, га	Площа зібрана, га	Обсяг виробництва, (валовий збір) ц	Із гр.2 - площа зібрана з політих земель, га	Із гр.3 - обсяг виробництва (валовий збір) з політих земель, ц
A	B	1	2	3	4	5
Культури технічні (сума кодів 0410, 0420, 0450, 0470, з 0490 до 0550, 0690, 0600, 0620, 0630, 0650, 0690, 0720, з 0750 до 0790, 0960, 1050, 1150, з 1170 до 1190, 1210, 1220)	0390	204,00	х	х	х	х
Соя	0410	-	-	-	-	-
Арахіс	0420	-	-	-	-	-
Льон сілійний (судрий)	0450	-	-	-	-	-
Льон-довгунець (на насіння)	0460	х	-	-	-	-
Гричак	0470	-	-	-	-	-
Ріпак озимий	0490	-	-	-	-	-
Кольра (ріпак ярий)	0500	-	-	-	-	-
Кукут	0510	-	-	-	-	-
Соняшник	0520	204,00	204,00	6 507,40	-	-
Радина	0530	-	-	-	-	-
Ріска	0540	-	-	-	-	-

Додаток ДЗ

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ 3 0 7 9 4 5 1 2

Державне статистичне спостереження

Статистична конфіденційність забезпечується
статтею 29 Закону України "Про офіційну статистику"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень тягне за собою
відповідальність, яка встановлена статтею 186² Кодексу України про адміністративні правопорушенняБезкоштовний сервіс для електронного заповнення "Кабінет респондента" за посиланням: <https://statzvlukstat.gov.ua>ЗВІТ ПРО ПЛОЩІ ТА ВАЛОВІ ЗБОРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ
КУЛЬТУР, ПЛОДІВ, ЯГІД І ВИНОГРАДУ
у 2023 році

Подають:	Термін подання
юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб, які здійснюють сільськогосподарську діяльність	не пізніше 10 січня
- територіальному органу Держстату	

№ 29-ст
(річна)
ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держстату
14 березня 2023 р. № 110

І. Виробництво однорічних і дворічних сільськогосподарських культур

1.1. Виробництво культур зернових і зернобобових

(в деяких знаках після коми)							
Назва сільськогосподарських культур	Код рядка	Площа посіва уточнена, га	Площа зібрана, га	Обсяг виробництва (валовий збір) у початково сприбуткованій масі, ц (гр.3 >= гр.4)	Обсяг виробництва (валовий збір) у масі після доброби, ц	Із гр.2 - площа зібрана з політих земель, га	Із гр.4 - обсяг виробництва (валовий збір) у масі після доброби з політих земель, ц
A	B	1	2	3	4	5	6
Культури зернові та зернобобові (сума кодів із 0050 до 0270)	0030	450,00	420,00	29 310,80	27 947,40	-	-
Пшениця озима	0050	250,00	250,00	16 156,00	15 596,00	-	-
Ячмінь озимий	0130	-	-	-	-	-	-
Жито озиме	0160	-	-	-	-	-	-
Тритикале озиме	0190	-	-	-	-	-	-
Пшениця яра	0080	-	-	-	-	-	-
Ячмінь ярий	0140	-	-	-	-	-	-
Жито яре	0170	-	-	-	-	-	-
Тритикале яре	0200	-	-	-	-	-	-
Кукурудза	0110	200,00	170,00	13 154,80	12 351,40	-	-
Овес	0210	-	-	-	-	-	-
Гречка	0220	-	-	-	-	-	-
Сорго	0230	-	-	-	-	-	-
Просо	0240	-	-	-	-	-	-
Рис	0250	-	-	-	-	-	-
Культури зернові інші, гібриди, суміші колосових	0260	-	-	-	-	-	-
Культури зернобобові (сума кодів із 0280 до 0380)	0270	-	-	-	-	-	-
Квасоля	0280	-	-	-	-	-	-
Боби інші	0290	-	-	-	-	-	-
Нут	0300	-	-	-	-	-	-
Сочевиця	0310	-	-	-	-	-	-
Горох	0320	-	-	-	-	-	-
Вічка озима	0340	-	-	-	-	-	-
Вічка яра	0350	-	-	-	-	-	-
Льон солодий	0360	-	-	-	-	-	-
Льон прями	0370	-	-	-	-	-	-
культури зернобобові інші	0380	-	-	-	-	-	-

1.2. Виробництво культур технічних

(в деяких знаках після коми)						
Назва сільськогосподарських культур	Код рядка	Площа посіва уточнена, га	Площа зібрана, га	Обсяг виробництва, (валовий збір) ц	Із гр.2 - площа зібрана з політих земель, га	Із гр.3 - обсяг виробництва (валовий збір) із політих земель, ц
A	B	1	2	3	4	5
Культури технічні (сума кодів 0410, 0420, 0450, 0470, із 0490 до 0550, 0690, 0600, 0620, 0630, 0650, 0690, 0720, із 0750 до 0790, 0860, 1050, 1150, із 1170 до 1190, 1210, 1220)	0390	329,23	x	x	x	x
Соя	0410	-	-	-	-	-
Арахіс	0420	-	-	-	-	-
Льон олійний (кудряш)	0450	-	-	-	-	-
Льон-доголиця (на насіння)	0460	x	-	-	-	-
Гречка	0470	-	-	-	-	-
Ріпак озимий	0490	-	-	-	-	-
Кольза (ріпак ярий)	0500	-	-	-	-	-
Кукуруд	0510	-	-	-	-	-
Соняшник	0520	329,23	329,23	8 429,50	-	-
Радика	0530	-	-	-	-	-
Ріпак	0540	-	-	-	-	-
Мак олійний	0550	-	-	-	-	-

