Наукова робота з теми

**«Управління конкурентним потенціалом на основі диверсифікації діяльності підприємства»**

**ШИФР «КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ»**

ЗМІСТ


| | |
|---|---|
| ВСТУП | 3 |
| 1. Сутність та роль конкурентного потенціалу в системі економічного управління підприємством | 5 |
| 2. Економічний аналіз конкурентного потенціалу | 11 |
| 3. Диверсифікація діяльності як форма нарощування конкурентного потенціалу підприємства | 22 |
| ВИСНОВКИ | 31 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ | 32 |
| ДОДАТКИ | 33 |

# ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних умовах конкурентний потенціал виступає в якості однієї з найважливіших характеристик підприємства. Основою для забезпечення конкурентоспроможності будь-якого підприємства, яка бере ринкові відносини, є наявність конкурентного потенціалу. Необхідність дослідження та планування складових конкурентного потенціалу і їх оцінки обумовлено тим, що «знання основних його складових і ступеня їх розвитку на конкретному підприємстві визначить майбутні напрямки розвитку діяльності підприємства.

Вивченню питань управління конкурентоспроможністю та розвитку конкурентного потенціалу підприємства присвячено значну кількість фундаментальних робіт видатних закордонних та вітчизняних науковців: І. Ансоффа, Я. Базилюка, Л. Гришко, Ф. Котлера, М. Портера, Р. Фатхутдінова та інших.

Метою дослідження є визначення форм нарощування конкурентного потенціалу підприємства через визначення його сутності й ролі у функціонуванні підприємства, а також проведення комплексного економічного аналізу.

Задачі наукової роботи:

1) Визначити сутність та роль конкурентного потенціалу в системі управління підприємством;

2) Провести економічний аналіз конкурентного потенціалу на рикладі досліджуваного підприємства

3) Запропонувати проект щодо нарощування конкурентного потенціалу досліджуваного підприємства.

Об’єктом дослідження наукової роботи є конкурентний потенціал підприємства.

Предметом дослідження виступають теоретичні, методичні та прикладні аспекти конкурентного потенціалу підприємства.

Робота містить положення наукової новизни: запропонований 3-І комплекс управління конкурентним потенціалом, що виокремлює ключові аспекти, які мають стати основними при обґрунтуванні стратегії і тактики управління підприємством.

Практичне значення має розроблений проект диверсифікації досліджуваного підприємства, що спрямовано на утримання лідируючих позицій на ринку та нарощування конкурентного потенціалу у тривалому періоді.

Інформаційною основою проведених у курсовій роботі досліджень є нормативні акти та закони України, інформація Державної служби статистики України, періодична та довідкова література, статистична, операційна та бухгалтерська звітність.

Обсяг наукової роботи складає 31 сторінку, що включають вступ, 3 розділи, висновки, список використаних джерел із 16 найменувань. Робота містить 8 таблиць, 5 рисунків, 1 додаток.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ПІДПРИЄМСТВО, ДИВЕРСИФІКАЦІЯ.

# 1. Сутність та роль конкурентного потенціалу в системі економічного управління підприємством

Для успішного функціонування і розвитку підприємства в сучасних ринкових умовах є необхідним розробка підходу до формування його конкурентної стратегії, виявлення конкурентних переваг, а це в свою чергу передбачає необхідність визначення ролі і значення конкурентного потенціалу підприємства.

В умовах посилення конкуренції керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку рішень, інструментів управління підприємством і важелів підвищення конкурентного потенціалу. Перш за все, це пов'язано з тим, що конкурентний потенціал є базою, на основі якої підприємство здатне зберігати і збільшувати свою конкурентоспроможність в довгостроковій перспективі.

Інтеграція у світову економіку, яка характеризується жорстким конкурентним середовищем, зумовлює необхідність становлення і розвитку системи стратегічного планування конкурентного потенціалу підприємств. Управління конкурентним потенціалом на рівні господарюючих одиниць стикається з необхідністю враховувати економічні, соціально-політичні, науково-технічні та інші зміни, що відбуваються в навколишньому середовищу, і визначає необхідність брати до уваги ймовірність таких змін і ризик, пов'язаний з ними.

Основою для забезпечення конкурентного потенціалу будь-якого підприємства, яке вступає у ринкові відносини, є конкурентний потенціал. Необхідність дослідження конкурентного потенціалу і його оцінки обумовлена тим, що знання основних його складових і ступеня їх розвитку у конкретному підприємстві визначить майбутні напрямки розвитку діяльності підприємства.

Конкурентний потенціал підприємства можна визначити як комплексну порівняльну характеристику потенціалу, яка відбиває ступінь переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та підприємства взаємозв'язків між ними, що визначають ефективність потенціалу на певному ринку в певний проміжок часу щодо сукупності індикаторів підприємств-аналогів. [1, с. 45].

Іноді конкурентний потенціал зіставляють з таким поняттям, як «конкурентоспроможність» та «конкурентні переваги». А це в свою чергу викликає помилки при оцінці цих показників, розробки обґрунтування управлінських рішень. В таблиці 1.1 наведені порівняння понять та показників оцінки конкурентного потенціалу, конкурентоспроможності та конкурентних переваг.

Таблиця 1.1 Порівняння понять та показників оцінки конкурентного потенціалу, конкурентоспроможності та конкурентних переваг

| Поняття | Конкурентний потенціал | Конкурентні переваги | Конкурентоспроможність |
|---|---|---|---|
| Визначення | Сукупність ресурсів, засобів, можливостей, якими володіє організація та може застосувати у якій – небудь області. | Концентрований прояв переваги над конкурентами в різних сферах діяльності, що можна виміряти економічними показниками | Здатність підприємства ефективно використовувати свій конкурентний потенціал, зберігаючи при цьому своє становище на конкурентному ринку, виступати на рівні з присутніми аналогічними конкурентами. |
| Показники оцінки | Ресурсний потенціал:<br>- забезпеченість матеріальними ресурсами;<br>- забезпеченість оборотним капіталом.<br>Інноваційний потенціал:<br>- рентабельність інновацій;<br>- кількість впроваджених інноваційних проектів за період.<br>Маркетинговий потенціал:<br>-рентабельність | Природні:<br>- собівартість;<br>- рівень технологічного розвитку;<br>- асортимент;<br>- географічне розташування.<br>Штучні:<br>- корисність товарів та послуг;<br>- відповідальність перед суспільством;<br>- унікальність товарних пропозицій. | - доля ринку;<br>- темп приросту долі на ринку;<br>- ступінь задоволеності споживачів;<br>- темп росту обсягів продажу. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | товарообігу;<br>- ефективність системи маркетингу. | | |

На основі проведеного порівняльного аналізу можна визначити місце конкурентного потенціалу в системі забезпечення конкурентоспроможності і, відповідно, в системі управління підприємством (рисунок 1.1).

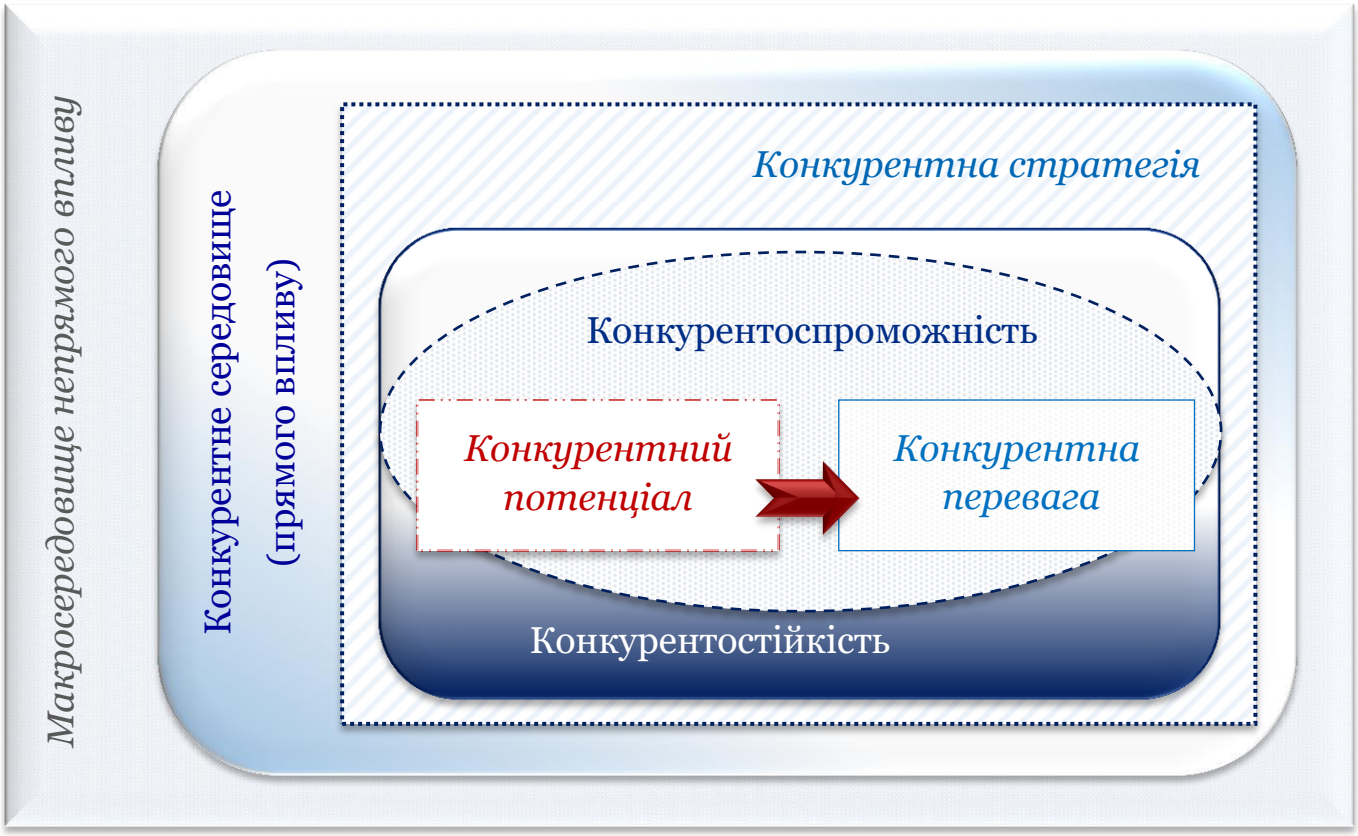


Рисунок 1.1 – Місце конкурентного потенціалу в системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Конкурентний потенціал підприємства об’єднує одночасно три рівні зв’язків і відносин [3 с. 126–127]:

– конкурентний потенціал відображає минуле, тобто сукупність властивостей, накопичених системою в процесі її становлення і таких, що зумовлюють можливість до її функціонування і розвитку. Можна відзначити, що він фактично набуває значення поняття «ресурс»;

– конкурентний потенціал характеризує рівень практичного виживання і використання наявних можливостей. Це забезпечує розмежування

реалізованих і нереалізованих можливостей, тобто частково співпадає з поняттям «резерв»;

– конкурентний потенціал орієнтується на розвиток (на майбутнє).

Узагальнюючи результати дослідження поняття «конкурентний потенціал », можна виділити ряд моментів, властивих більшості підходів:

1. Наявність ресурсної складової, що є основою для формування потенціалу підприємства та її доступність.

2. Наявність інструментів по перетворенню потенціалу в фактор дійсної конкуренції.

3. Порівняльний аналіз потенціалів конкуруючих суб'єктів ринку.

4. Облік вплив зовнішніх сил і в зв'язку з цим здатність компанії адаптуватися під мінливі умови ринку.

5. Зв'язок з конкурентоспроможністю підприємства.

Управління і нарощування конкурентного потенціалу має відбуватися відповідно до науково обґрунтованих принципів (рисунок 1.2.)

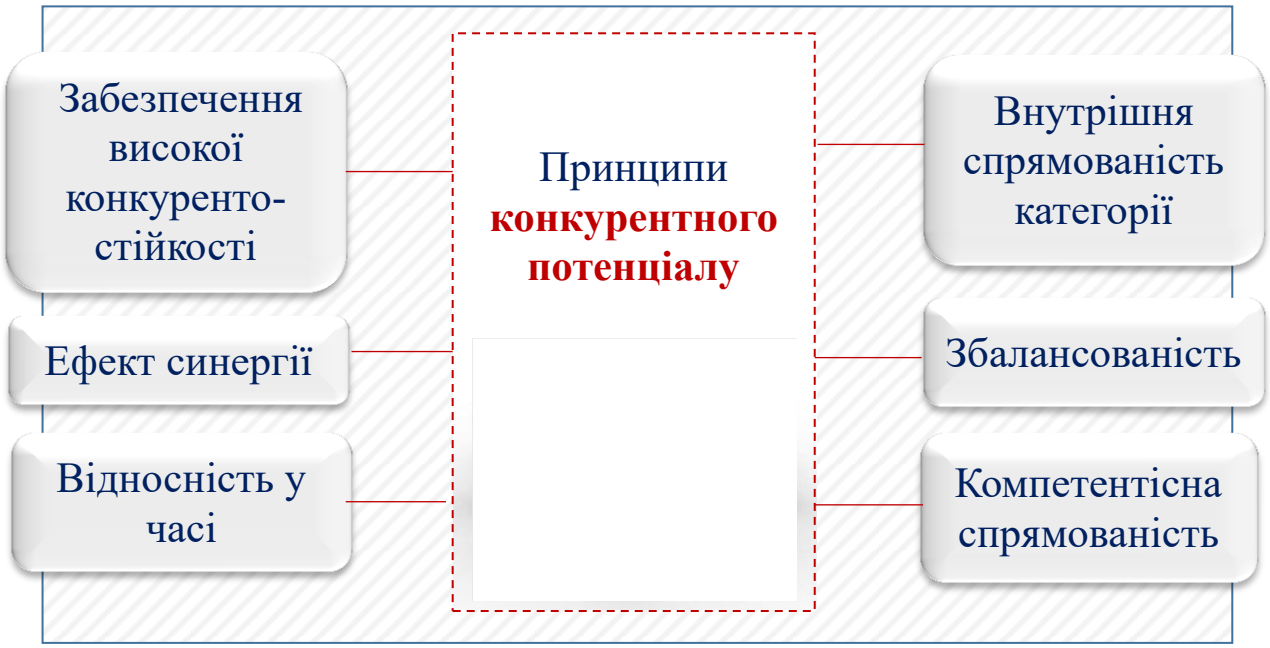


Рисунок 1.2 – Принципи конкурентного потенціалу

Традиційно виділяють чотири основні складові, які впливають на конкурентний потенціал та формують внутрішні конкурентні можливості

підприємства є маркетинговий, інноваційний, ресурсний і трудовий потенціал.

Маркетинговий потенціал є невід'ємною складовою частиною конкурентного потенціалу підприємства. Його доцільно розглядати у вузькому і широкому змісті. У вузькому змісті комплексний маркетинговий потенціал являє собою сукупний потенціал маркетингових ресурсів і сукупний потенціал маркетингових зусиль підприємства, ефективне використання якого забезпечить досягнення корпоративних цілей. У широкому змісті маркетинговий потенціал - це декомпозиція маркетингових ресурсів і маркетингових зусиль на окремі потенціали [4, с. 5].

Інноваційний потенціал – це реальна і/або ймовірна спроможність підприємства розробляти і впроваджувати інновації. Загалом, успішна інноваційна діяльність підприємства залежить від рівня його інноваційного потенціалу, системи трансферу технологій та ефективності реалізації інноваційних проектів і програм, а також від інноваційної активності (оновлення ідей, нові розробки, виробництво, просування та збут) [5, с. 10].

Ресурсний потенціал підприємства - це сукупність ресурсів підприємства, що забезпечують безперервність і ефективність її діяльності [6, с. 61].

Ресурсний потенціал включає в себе:

- основні виробничі і невиробничі фонди;

- нормативні запаси матеріальних цінностей у сфері виробництва та обігу;

- реалізовану в технологіях, засобах, предметах і продуктах праці науково-технічну інформацію;

- наднормативні запаси, резерви матеріальних цінностей у сфері виробництва та обігу;

- реалізовану в проектах науково-технічну інформацію;

- результати наукових і дослідно-конструкторських розробок.

Трудовий потенціал можна визначити як динамічну, інтегральну

характеристику здібностей та можливостей населення як наявних так і перспективних, які визначаються у формі ресурсів та резервів живої праці у сукупності їхньої кількісної та якісної характеристик, що реалізуються в суспільно корисній праці в умовах певного етапу розвитку продуктивних сил і виробничих відносин та забезпечують реалізації поставлених цілей [7, с 246].

При цьому ці потенціали знаходяться у взаємозв'язку один з одним, так що трудовий потенціал безпосередньо впливає на інноваційний в області генерування і пропозиції нових ідей з приводу створення нових товарів і технологій, на маркетинговий потенціал як джерело нових способів просування товарів і послуг, формування довгострокових відносин з клієнтами і споживачами компанії. Ресурсний потенціал формує матеріальну базу для розвитку маркетингового і інноваційного потенціалів і нематеріальну базу в якості людських ресурсів на трудовий потенціал.

При цьому ми вважаємо, що традиційні підходи не враховують такі два види потенціалу, які у теперішній час набувають особливого значення – інтелектуальний потенціал (інтелектуальні можливості працівників підприємства) та інформаційний потенціал (якісна інформаційна система). Саме ці види у поєднанні з інноваційним потенціалом формують більшість конкурентних переваг на сучасному ринку.

Це дає нам можливість говорити про 3-І модель конкурентного потенціалу підприємства.

Узгодження розвитку конкурентного потенціалу підприємства за рахунок внутрішніх і зовнішніх можливостей вимагає нового підходу до формування стратегій конкурентного потенціалу.

Загальна модель конкурентного потенціалу в системі управління підприємством представлена на рисунку 1.3.

Зазначимо, що конкурентний потенціал підприємства має декілька особливостей, а саме:

- конкурентоспроможність не є іманентною якістю підприємства. Вона може біти виявлена і оцінена тільки за наявності конкурентів (реальних або потенційних);

- це поняття є відносним, тобто воно має різний рівень відносно різних конкурентів;

- конкурентоспроможність потенціалу підприємства визначається продуктивністю використання залучених до процесу виробництва ресурсів [8, с. 43].

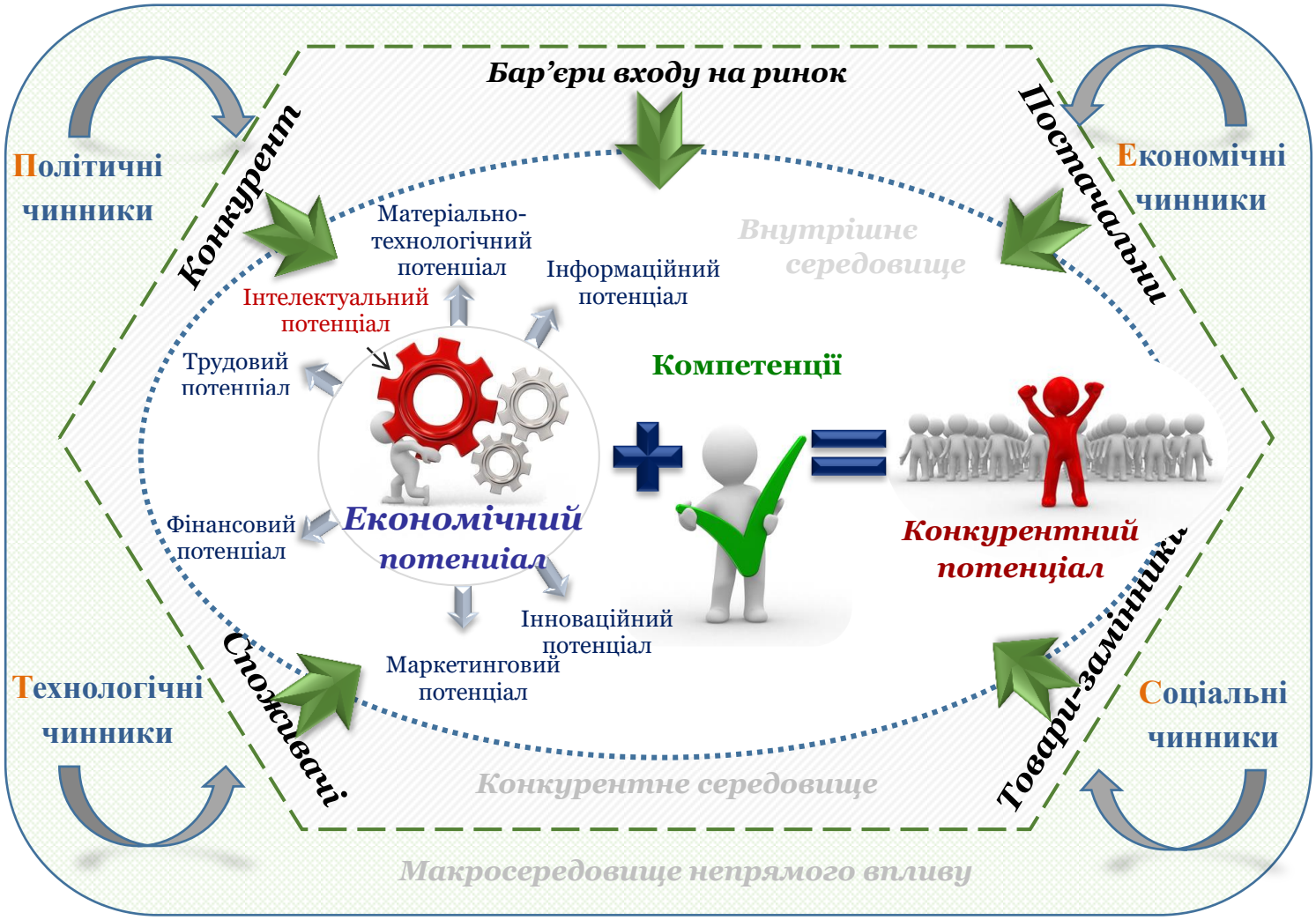


Рисунок 1.3 – Модель конкурентного потенціалу в системі управління підприємством

Таким чином, розвиток конкурентного потенціалу підприємства

залежить від комплексного підходу до процесу управління всіма елементами його структури з метою досягнення синергетичного ефекту. Все це необхідно враховувати при розробці стратегії розвитку конкурентного потенціалу, звертаючи увагу на внутрішні і зовнішні конкурентні можливості підприємства, які залежать від відповідних потенціалів.

## 2. Економічний аналіз конкурентного потенціалу підприємства

Агропромисловий комплекс (АПК) має дуже важливе значення в економіці країни. Він відноситься до числа основних народногосподарських комплексів, що визначають умови підтримки життєдіяльності суспільства. Значення його не тільки у забезпеченні потреб людей у продуктах харчування, але в тому, що він істотно впливає на зайнятість населення й ефективність усього національного виробництва.

Агропромисловий комплекс є одним із найважливіших секторів національної економіки; у 2018 р. в АПК було сформовано 12% ВВП країни.

На рисунку 2.1 наведені основні види економічної діяльності та їх питома вага в ВВП України. Ми можемо зробити висновок, що АПК знаходиться на третьому місці за питомою вагою після переробної промисловості (14%) та оптової, роздрібної торгівлі (16%). Це говорить про те, що на сучасному етапі економічного розвитку агропромисловий сектор України є однією з найважливіших ланок економічних систем більшості країн світу з ринковою економікою.

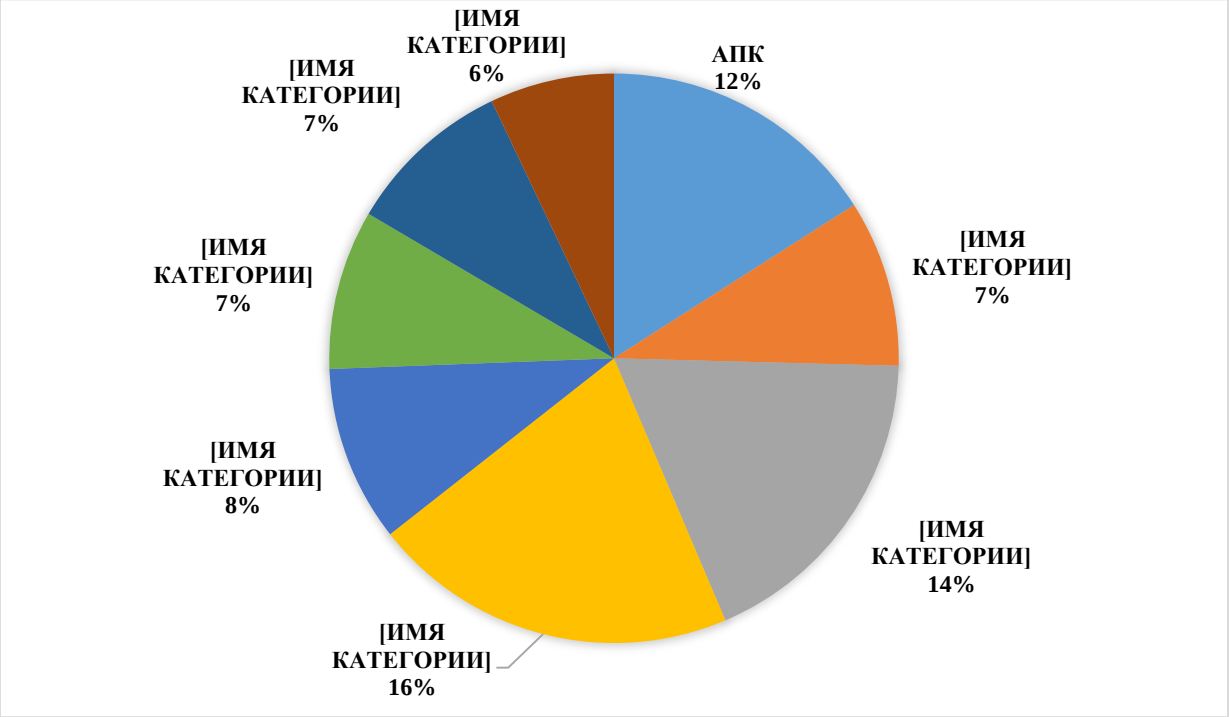


Рисунок 2.1 – Питома вага за видами економічної діяльності в ВВП

Обсяг продукції сільського господарства у фактичних цінах 2018 рік становив 74,2 млрд грн експортовано продукції на 16,8 млрд дол. США, що становило 31,1 % товарного експорту України [9].

Одним із перспективних напрямків сільського господарства є виробництво м’яса та птиці, адже стан та динаміка виробництва м'яса та птиці в Україні протягом останніх років має тенденцію до збільшення.

За 2018 року в Україні було вироблено 1 844,9 тис. тон м’яса всіх видів, що на 3,2 тис. тон більше порівняно із відповідним періодом минулого року. Падіння пов’язано зі зменшенням виробництва яловичини і телятини (-5,5%) та свинини (-4,3%). Виробництво м’яса птиці в Україні зросло на 4,5% [10].

За інформацією органів статистики, станом на 01.12.2018 року порівняно з відповідною датою минулого року поголів’я великої рогатої худоби скоротилося на 3,9% або 154,6 тис. голів (до 3775,7 тис. гол), свиней – на 3,4 % або 229,5 тис. голів (до 6 426,0 тис. гол). Поголів’я птиці зросло на 5,1% або 11399,0 тис. голів (до 235 773,5 тис. гол). Експорт м’яса та м’ясопродуктів у січні-вересні склав 328 тис. тонн (на 34 тисяч тонн більше ніж минулого року), імпорт склав 236 тис. тонн (на 52 тисячі тонн більше).

Провідною позицією вітчизняного експорту є м’ясо птиці, частка якого у загальних обсягах становить 82,6%, або 271 тис. тонн. Порівняно з минулим роком експорт м’яса птиці збільшився на 18,3% [11]

Компанія, яка робить великий внесок в розвиток цієї галузі в Україні є ПрАТ «Миронівський хлібопродукт».

ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» (ПрАТ «МХП) – це вертикально інтегроване підприємство, яке об’єднує всі стадії м’ясного виробництва.

Мета діяльності ПрАТ «МХП» - бути одним зі світових лідерів аграрного ринку в галузі птахівництва, що демонструє стійке фінансово-економічне та операційне зростання завдяки постійному підвищенню ефективності бізнесу. Основу успіху становлять люди, прогресивна модель бізнесу, ефективні управлінські рішення та сучасні передові технології.

Успіх цього підприємства зумовлений його вертикальною інтеграцією (при якій одне підприємство холдингу вирощує зернові, друге – виробляє з них комбікорми, а третє – згодовує худобі чи птиці, тоді як в Європі виробники комбікормів – незалежні підприємства). Вертикальна інтеграція зменшує залежність ПрАТ «МХП» від постачальників і цін на сировину. Крім економічної ефективності, вертикальна інтеграція дозволяє ПрАТ «МХП» втілювати сувору політику біобезпеки, контролювати якість сировини і кінцеву якість, також безпечність продукції до точок продажу [12].

ПрАТ «МХП» відповідає за всі стадії процесу виробництва курятини: від виробництва інкубаційного яйця до розповсюдження й продажу фінальної продукції, від вирощування власних зернових до виробництва необхідних для годівлі птиці комбікормів. Це забезпечує повний контроль за якістю та собівартістю – від поля до столу.

Основними напрямами діяльності є такі:

- рослинництво (вирощування кукурудзи, соняшнику, пшениці, ріпаку, сої ті та інших культур);

- птахівництво і супровідні виробництва (виробництво охолодженої курятини, олій);
- інша діяльність (виробництво ковбасних виробів і копченостей, готових продуктів харчування (напівфабрикатів);
- виробництво біогазу.

МХП - провідна компанія українського ринку курятини, охоплює близько 35% від загального споживання курятини і більше 55% українського промислового виробництва курятини.

МХП – найкрупніший виробник та експортер курятини в країні . Його частка у загальному виробництві м’яса в Україні становить 58%, а комбікормів, відповідно, 25%. У 2018 році агрохолдинг виробив близько 617 943 тис. т (+9%) м’яса птиці, з яких продали 552 тис. т (+11%). Причому зовнішні продажі курячого м'яса агрохолдингу виросли за рік на 30% [13].

Найближчими конкурентами МХП є ТОВ «Комплекс Агромарс» (18,6%), ПАТ «Волинська птахофабрика» (6,4%), ПрАТ «АПК-Інвест» (6,2%), ТОВ «Агро – промислова корпорація «Дніпровська»» (5,7%) та ТОВ «Агро - Овен» (5,4%) (рисунок 2.2).

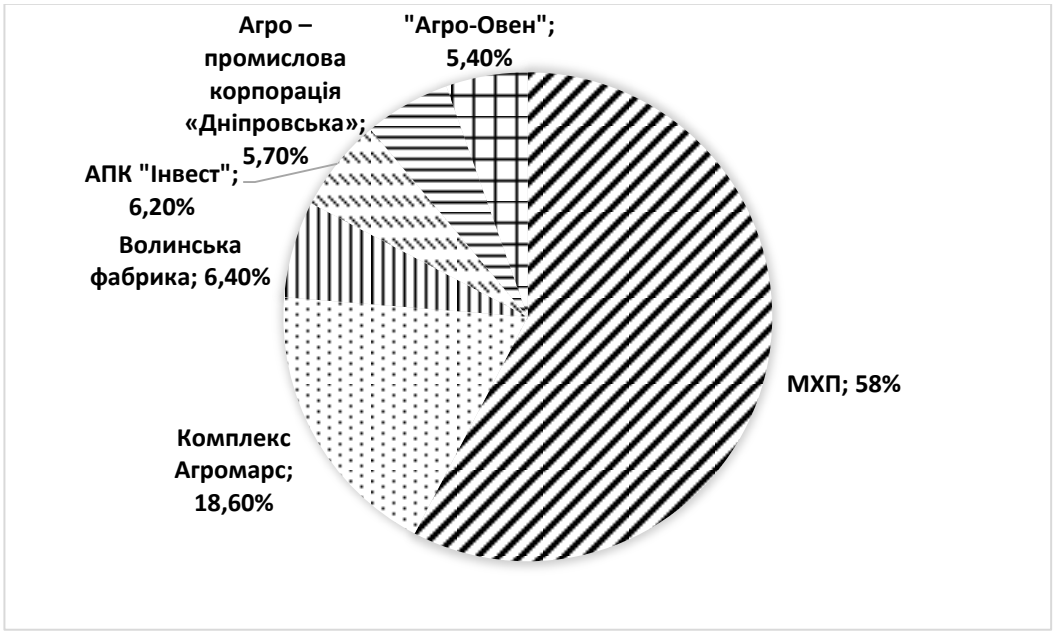


Рисунок 2.2 – Найбільші виробники м’яса та птиці в Україні

З кожним роком ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» нарощує своє виробництво та посідає впевнено лідерські позиції на ринку, про що нам говорить питома вага МХП в загальному виробництві м’яса та птиці в Україні протягом останніх 5 років (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1– Питома вага МХП на ринку промислового виробництва м’яса та птиці

| | Од.вим | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Виробництво по Україні | тис.т | 868,1 | 966,6 | 974,4 | 967,7 | 992,4 |
| Виробництво "МХП" | тис.т | 404 | 447 | 525,4 | 519,5 | 617.9 |
| Питома вага "МХП" | % | 46,5 | 46,2 | 53,9 | 53,7 | 58 |

Ми бачимо, що з кожним роком ринкова частка виробництва м’яса та птиці підприємства МХП має тенденцію до збільшення, адже в 2018 питома вага в порівнянні з 2014 збільшилась на 15,2%.

Для оцінки функціонування МХП на ринку, проаналізуємо показники обсягу виробництва основних видів продукції за 2018 рік (табл.2.2) [13].

Таблиця 2.2 – Показники обсягу виробництва продукції МХП за 2018 рік

| Основний вид продукції | Обсяг виробництва продукції | | |
|---|---|---|---|
| | У натуральній формі (фіз.од.виміру) | У грошовій формі (тис.грн) | У відсотках до всієї виробленої продукції |
| М’ясо птиці | 617 943 | 10 176 740 | 58,3 |
| М’ясо – ковбасні вироби | 31529 | 922 929 | 5,3 |
| Олія соняшникова | 302289 | 2 966 916 | 17 |
| Інше | | 3 384 344 | 19,4 |
| Всього | 951761 | 17 450 929 | 100 |

Аналізуючи результати діяльності підприємства, можна зробити висновок що в 2018 році було вироблено всього основних видів продукції на

суму 17 450 929 грн. Ми бачимо, що ключову роль у розвитку підприємства відіграє діяльність з виробництва та реалізації м'яса птиці, адже виробництво саме цієї продукції становить більше ніж половину від всіх видів діяльності на підприємстві (58,3%), а найменшу часту займає такий вид продукції, як м'ясо – ковбасні вироби (5,3%).

Для визначення резервів розвитку і нарощування конкурентного потенціалу ПрАТ «Миронівський хлібопродукт», проведемо фінансово – економічний аналіз показників.

В таблиці А.1 (Додаток А) [14] наведені основні показники господарської діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт», які є вихідним етапом аналізу господарської діяльності.

Аналіз основних показників показав, що чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 108,7% (1 023 893 тис.грн); собівартість в 2018 році зросла на 104,6%, в порівнянні з 2017 роком; валовий прибуток виріс на 123,9% та становить в 2018 році 3 081 342 тис.грн; адміністративні витрати зменшились на 12%, але витрати на збут та інші операційні витрати зросли на 105,2% та 114,5% відповідно. Прибуток до оподаткування в 2018 році становить 1 983 590 тис.грн, що на 156,7% більше ніж в 2017 році. Врахувавши податок, чистий прибуток в 2018 році становить 1 626 544 тис.грн, тобто виріс на 156,7%. Чисельність працівників в 2018 році зменшилась на 221 особу та становить 3004 особи. Не дивлячись на це, продуктивність праці в 2018 році збільшилась на 116,7%. Середньорічна вартість оборотних активів в 2018 році збільшилась на 131%, а рентабельність капіталу зросла на 117,8 %, що є позитивним трендом у діяльності підприємства загалом, та нарощуванні обсягів його конкурентного потенціалу зокрема.

Наступним етапом аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства у контексті оцінки його конкурентного потенціалу є дослідження показників фінансового блоку.

Рентабельність є однією з базових економічних категорій економіки. Різні варіанти рішень, що приймаються для визначення прибутку, поточних витрат, авансованої вартості, для розрахунку рентабельності зумовлюють наявність значної кількості показників рентабельності.

Показники рентабельності характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (операційної, фінансової, інвестиційної); вони більш повно, чим прибуток, характеризують узагальнюючі результати господарювання.

Рентабельність є показником, який комплексно характеризує на скільки є ефективною діяльності підприємства. На його підставі динаніми цього показника можна оцінити ефективність управління підприємством, адже високий прибутку і достатній рівень прибутковості багато в чому залежить від правильності і оперативності управлінських рішень. Тому рентабельність можна розглядати як один із критеріїв якості управління суб'єктом господарювання

По значенню рівня рентабельності можна оцінити довгостроковий конкурентний потенціал підприємства, тобто здатність підприємства одержувати достатній прибуток на здійснені своєї подальшої діяльності на ринку. Основні показники рентабельності «МХП» наведені в таблиці 2.3

Таблиця 2.3 – Основні показники рентабельності «МХП»

| Показники | 2017 | 2018 | темп зміни % | абсолютне відхилення |
|---|---|---|---|---|
| Комерційна рентабельність (брутто, по прибутку до оподаткування) | 19,18 | 25,74 | 134,18 | 6,56 |
| Комерційна рентабельність (нетто, по чистому прибутку) | 15,73 | 21,10 | 134,18 | 5,38 |
| Рентабельність основних фондів | 14,48 | 17,51 | 120,88 | 3,02 |
| Рентабельність оборотних активів | 11,08 | 13,50 | 121,8 | 11,7 |
| Рентабельність капіталу | 5,94 | 9,29 | 156,41 | 3,35 |
| Рентабельність витрат | 16,3 | 22,84 | 139,88 | 6,51 |

Проаналізувавши показники рентабельності ПрАТ «МХП», можемо зазначити, що комерційна рентабельність (нето, по чистому прибутку) показує, скільки прибутку одержує підприємство з кожної гривні реалізованої продукції. Цей показник в 2018 році збільшився по відношенню до 2017 року на 5,38%, що говорить про збільшення отриманого прибутку.

Рентабельність оборотних активів визначається як відношення прибутку до середньорічної вартості усіх активів, тобто показує скільки прибутку припадає на 1 грн. активів, чим вищий показник тим краще. Рентабельність оборотних активів значно зросла на 11,7% в 2018 році, отже це говорить про ефективне управління підприємством.

Рентабельність капіталу розраховується як відношення прибутку підприємства до середньорічної вартості капіталу та показує величину одержаного прибутку в розрахунку на одну гривню капіталу власників. Цей показник в 2018 році майже в половину зріс, а саме на 3,35%.

Рентабельність витрат визначається як відношення суми прибутку підприємства до суми його витрат за певний період. Цей показник характеризує ефективність поточних витрат підприємства, їхню окупність і величину прибутку, що припадає на одиницю витрат. Ця рентабельність зросла на 6,51%, що говорить про збільшення витрат на 1 грн продукції.

Абсолютно всі показники рентабельності в 2018 році збільшились відносно 2017 року, саме це говорить про ефективну діяльність підприємства, правильне використання наявних ресурсів та правильне співвідношення балансу доходів та витрат.

Будь-яке підприємство як соціально-економічна система незалежно від галузевої приналежності і форми власності може успішно функціонувати у зовнішньому середовищі, якщо воно має відповідний запас стійкості, який дає змогу освоювати нові ринки, нові способи фінансово-господарської діяльності і змінюватися з тією ж швидкістю, що й зовнішнє середовище. Саме від економічної стійкості залежить конкурентний потенціал підприємства на ринку.

Аналіз економічної стійкості ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» наведений в таблиці 2.4

Таблиця 2.4 – Показники економічної стійкості «МХП»

| Показники | 2017 | 2018 | Темп зміни, % | Абсолютне відхилення |
|---|---|---|---|---|
| Коефіцієнт автономії | 0,8 | 1 | 125 | 0,2 |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності | 0,73 | 0,62 | 84,93 | -0,11 |
| Коефіцієнт фінансування | 1,11 | 1,25 | 112,61 | 0,14 |
| Коефіцієнт термінової ліквідності | 0,75 | 0,71 | 94,67 | -0,04 |
| Норма прибутку | 26,4 | 32 | 121,21 | 5,6 |

Проаналізувавши показники, які характеризують економічну стійкість підприємства, можемо зробити висновки, що коефіцієнт автономії (показує, яку частину у загальних інвестиціях у підприємство складає власний капітал та) в 2017 році збільшився на 0,2 (на 125%) та має оптимальне значення 1, що є більше 0,5, а отже характеризує фінансову незалежність підприємства «МХП» від зовнішніх джерел фінансування його діяльності.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності демонструє частку поточних зобов'язань компанії, яка може бути погашена негайно. Нормативне значення цього показника становить 0,1 – 0,2. Ми бачимо, що ні в 2017, ні в 2018 році цей показник не знаходиться в межах норми, але зменшився на 0,11 (на 15,07%). Отже, ПрАТ «МХП» повинно залучити позикові кошти, реалізувати частину зайвих активів для збільшення суми найбільш ліквідних активів.

Коефіцієнт фінансування говорить про здатність підприємства відповідати за своїми зобов'язаннями в середньо- і довгостроковій перспективі. Значення показника вказує на те, скільки гривень власного капіталу припадає на кожну гривню зобов'язань компанії. Нормативне значення становить 0,67 – 1,5. Цей показник збільшився в 2018 році, по відношенню до 2017 року на 0,14 ( на 112,61%) та знаходиться в межах норми (1,25).

Коефіцієнт термінової ліквідності характеризує здатність компанії вчасно погасити свої короткострокові зобов'язання з допомогою високоліквідних активів. Норматив показника повинен бути в межах 0,5-1. В 2017 та в 2018 роках цей показник відповідає нормативному значенню, але він зменшився в 2018 році на 0,04 (на 5,33%) , тому ПрАТ «МХП» потрібно залучати більше високоліквідних активів, аби залучати їх для погашення зобов’язань.

Норма прибутку є процентним відношенням прибутку за певний період до авансованого перед початком цього періоду капіталу. Норма прибутку «МХП» має тенденцію до збільшення на 5,6 та становить в 2018 році 32.

Аналіз коефіцієнту автономії, коефіцієнту рентабельності власного капіталу, коефіцієнту фінансування, коефіцієнтів ліквідності дав змогу відобразити стан діяльності підприємства:

− ПАТ «Миронівський хлібопродукт» може виконувати свої зовнішні зобов’язання за рахунок використання власних коштів, воно не залежне від залучених позичкових коштів, що підтверджується розрахованими значеннями коефіцієнту автономії (0,2);

– розраховані показники ліквідності проілюстрували можливість швидкого перетворення будь-яких цінностей ПАТ «Миронівський хлібопродукт» у грошові кошти з метою погашення боргових зобов’язань.

В таблиці 2.5 наведені основні показники, які характеризують наявний стан ресурсного забезпечення ПрАТ «МХП».

Таблиця 2.5 – Аналіз ресурсного забезпечення

| Показники | Од. | 2017 | 2018 | Темп зміни,% | Відхилення |
|---|---|---|---|---|---|
| Фондовіддача | грн | 1,22 | 0,97 | 79,5 | -0,25 |
| Фондомісткість | грн | 0,82 | 1,03 | 125,6 | 0,21 |
| Рентабельність ОФ | % | 14,48 | 17,51 | 120,88 | 3,02 |
| Коефіцієнт оборотності оборотних активів | - | 0,94 | 0,65 | 69,39 | -0,29 |
| Коефіцієнт обороту в днях | - | 255,50 | 307,99 | 120,54 | 52,49 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Рентабельність оборотних активів | % | 12,54 | 15,00 | 119,65 | 2,46 |

Ми бачимо, що фондовіддача зменшилась в 2018 році на 20,5 %, а отже, це може говорити про те, що в 2018 році підприємство спрямовувало певні інвестиції на нові об'єкти, технології, які ще не були введені в дію. Для підвищення цього показника необхідно забезпечити 100% завантаженість обладнання, або необхідно продати частину невикористовуваних основних засобів. Фондомісткість підвищилась на 125,6% та становить 1,03 грн. Рентабельність основних фондів зменшилась в 2018 році на 4,78%, отже одним з напрямків підвищення є можливий продаж частини основних засобів. Коефіцієнт оборотності оборотних активів зменшився на 30,61%, необхідним є зниження суми виробничих запасів до мінімального допустимого рівня, який забезпечить безперебійність операційного процесу. Коефіцієнт оборотності в днях та рентабельність оборотних активів в 2018 році збільшились на 120,54% та 119,65% відповідно.

Далі проаналізуємо базові показники забезпеченості підприємства персоналом та його продуктивність (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Аналіз трудових ресурсів

| Показники | Од. | 2017 | 2018 | Темп зміни,% | Відхилення |
|---|---|---|---|---|---|
| Чистий дохід від реалізації продукції | тис.грн | 11826711 | 12850604 | 108,7 | 1023893 |
| Середньооблікова чисельність робітників | осіб | 3225 | 3004 | 93,1 | -221 |
| Продуктивність праці | тис.грн | 3667197 | 4277831 | 116,7 | 610634 |
| Фонд заробітної плати, в сумі | тис.грн | 18705 | 19024,8 | 101,7 | 319,8 |
| Середня заробітна плата одного робітника в місяць | грн | 5800,0 | 6333,2 | 109,2 | 533,2 |
| Частка витрат на оплату праці в операційних витратах | % | 17,8 | 20,1 | 112,9 | 2,3 |

Проаналізувавши трудові ресурси (табл.2.6), можемо зробити висновки, що чисельність робітників в ПрАТ «МХП» в 2018 році зменшилась

на 6,9% та становить 3004 ос. Продуктивність праці зросла на 116,7% в порівнянні з 2017 роком, не дивлячись на зменшення кількості працівників підприємство ефективно використовувало в 2018 році наявні трудові ресурси, що призвело до збільшення чистого доходу від реалізації, а це в свою чергу, підвищило продуктивність праці. Фонд заробітної плати зріз на 101,7% та становить в 2018 році – 19 024 800 тис.грн, адже підприємство підвищило заробітну плату на 109,2%. Частка витрат на оплату праці в структурі операційних витрат в 2018 році становить 20,1%, що на 2,3% перевищує минулий рік, це говорить про незначне відхилення частки в витрат на оплату праці в загальній структурі операційних витрат.

Проаналізувавши основні сторони та показники діяльності ПрАТ «МХП», можна зробити висновки, що загалом підприємство за останні два роки нарощує свою виробничу потужність, про що говорить підвищення чистого прибутку, виручки від реалізації продукції, ефективно використовує наявні трудові та матеріально – технічні ресурси. На даному етапі необхідним є підвищення фондовіддачі, ліквідності активів та показників рентабельності.

## 3. Стратегія нарощування конкурентного потенціалу на основі диверсифікації діяльності

Для виявлення нових методів ефективного господарювання та підвищення конкурентного потенціалу підприємств актуальним стає питання розробки й реалізації нових стратегій діяльності. В результаті дії несприятливих факторів зовнішнього середовища необхідно зосереджувати основну увагу на стратегіях наступального характеру, спроможних забезпечити ефективне функціонування в конкурентному середовищі вивести підприємства на новий рівень господарювання.

Серед існуючих стратегічних альтернатив такі перспективи може забезпечити диверсифікація їхньої діяльності як стратегія різнобічного

розвитку, що, в свою чергу, призведе до забезпечення конкурентоспроможності.

Диверсифікація — це, у загальному розумінні, розширення діапазону економічної діяльності, проникнення в інші сфери діяльності, що пов'язані або не пов'язані з основним напрямом діяльності [15, с.41] .

Актуальність впровадження стратегії диверсифікації обумовлена підвищенням динамічності ринкової економіки, швидкими змінами попиту, виникненням великої кількості нових галузей та ринків. У таких умовах диверсифікація діяльності дозволяє компенсувати падіння збуту на одному ринку за рахунок збільшення його на інших ринках [15, с.40].

Завдяки цьому, саме диверсифіковані підприємства, які впроваджують диверсифікацію діяльності, більш стійкі та конкурентоспроможні в порівнянні з вузькоспеціалізованими, оскільки вони проникають у нові для себе сфери діяльності, розширюють асортимент товарів.

Підприємство, що має міцну конкурентну позицію на ринку, повинно розглянути стратегію диверсифікації для розподілу ризику і перенесення накопичених досвіду і знань у близький, споріднений вид бізнесу.

Саме стратегія диверсифікації допоможе ПрАТ «МХП» нарощувати конкурентний потенціал підприємства на інших ринках. Адже, підприємство займає лідерські позиції на ринку м’яса та птиці, має достатні фінансові можливості для розширення своєї діяльності та посідання певних позицій на іншому ринку.

Проект під назвою «Виробництво продукції дитячого харчування (пюре на основі курятини та овочів)» продемонструє, яким чином ПрАТ «МХП» може застосувати стратегію диверсифікації.

Основне завдання: забезпечити попит на екологічно чисте дитяче харчування продуктами вітчизняного виробництва;

Мета проекту: виробництво дитячого харчування (пюре,суміші на основі курятини та овочів) використовуючи передові технології та родючі

екологічно чисті землі, запроваджуючи модель агроекологічного овочівництва та об'єднання всіх стадій виробництва дитячого харчування.

Перспективність та привабливість розвитку дитячого харчування в Україні обумовлене можливістю зростання обсягів його виробництва і реалізації за рахунок розширення контингенту споживачів та освоєння нових сегментів ринку.

Попит на ринку цієї продукції в Україні обумовлений, в першу чергу, незадоволеною потребою в продуктах дитячого харчування при зростаючому попиті на них. Споживачі висувають все більш жорсткі вимоги до продуктів дитячого харчування, зокрема до складу продукту, безпечності споживання, неалергенності, збагачення вітамінами і мінеральними речовинами.

Український ринок дитячого харчування привабливий малим числом конкурентів, причому серед національних виробників це лише декілька гравців, велику частину займають транснаціональні компанії з їх іменитими брендами.

Згідно з дослідженням рітейл аудиту Nielsen, продажі на ринку дитячого харчування України з січня по грудень 2018 року зросли на 16,4% в натуральному вираженні (в порівнянні з аналогічним періодом 2017 року), в той час як роком раніше зростання становило 8,9%. Темпи зростання продажів в грошовому вираженні також зросли: з січня по грудень 2017 року – на 19,1%, роком раніше – на 14,3%.

Сегментарний ринок представлений наступними виробниками:
– сухі суміші та каші: Хорольський МКДХ («Нутрітек», марки «Малиш», «Малютка», «Малышка»), Південний КЗ (Асоціація дитячого харчування, ТМ «Карапуз»);
– плодово-овочеві, м'ясні пюре: Одеський КЗДХ («Вітмарк-Україна», ТМ «Чудо-Чадо»), Південний КЗ (Асоціація дитячого харчування, ТМ «Карапуз»).

Виробництво дитячого харчування для ПрАТ «МХП» є доцільним з наступних причин:

- наявності значної кількості екологічно-чистих земель в аграрних районах які мають високий бонітет (чорноземи);
- наявності значної кількості сільської робочої сили, не залученої до економічної діяльності;
- наявності незайнятих виробничих площ.

Для реалізації цього проекту є необхідим наявність земельних ресурсів. В 20 квітня 2017 року ПрАТ «МХП» придбало 2 100 га землі в Київській області, Переяслав– Хмельницького району.

На цій території знаходиться підприємство «Агро С», що належить до холдингу «МХП» » — підприємство, яке спеціалізується на вирощування сільськогосподарської продукції.. Це підприємство займається вирощуванням сільськогосподарських культур. Таким чином, для реалізації цього проекту є вже наявні земельні ресурси. Для реалізації цього проекту необхідним є поля для вирощування овочевих культур. Станом на 2019 рік ПрАТ «МХП» поставило завдання збільшити земельний банк МХП в Україні до 500 тис.г

Місце діяльності: Переяслав – Хмельницький район Київської області.

Земельний фонд складає 5 887 га, з яких 2100 га є необробленими та можуть бути задіяні для вирощування овочей.

Ця територія має сприятливі кліматичні умови та високу родючість грунтів.

Щодо технології виробництва продукції дитячого харчування, то є необхідним придбання лінії безперервного виробництва дитячого пюре.

Дана лінія дозволяє виробляти найрізноманітнішу продукцію: від однорідних овочевих пюре до пюре з куркою і картоплею, які відрізняються корисними властивостями і мають підвищену поживну цінність, свіжий і натуральний колір і смак. М'яка обробка запобігає пошкодженню форми шматочків і забезпечує їх рівномірний розподіл. Завдяки мінливої (в залежності від рецепту) швидкості зсуву в процесі змішування, а також програмою теплової обробки досягаються необхідні характеристики

продукту. Ця лінія гарантує безпеку виробничих рішень, неперевершена якість, експлуатаційну гнучкість і високу ефективність.

Вибір технічного обладнання для виробництва прдставлений трьома варіантами:

1) міні-завод на умовах EX WORK Tessa (Ізраїль): загальна вартість $ 1 987 600;
2) міні-завод на умовах GEA Liquid Processing (Данія): згальна вартість € 3 378 000;
3) міні-завод на умовах Engineering Technologie Agroalimentari (Італія): загальна вартість € 2 487 900.

Функціонування виробництва дитячого харчування (пюре,суміші на основі курятини та овочів) сприятиме вирішенню таких завдань :

- Ефективному використанню потенціалу родючих екологічно чистих земель району.
- Впровадженню моделі агроекологічного землеробства в регіоні з використанням досвіду європейських країн.
- Одержанню необхідної кількості продукції дитячого харчування для потреб суспільства.
- Забезпеченню створення продуктивних робочих місць в віддалених сільських населених пунктах, як результат збільшенню працемісткості основних виробничих процесів.
- Розвитку індустрії з виробництва екологічно чистих продуктів харчування.
- Підвищенню конкурентоспроможності продуктів дитячого харчування як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку.

Оцінка економічної ефективності проектів є одним з найбільш важливих етапів в процесі управління інвестиціями. Тому, наскільки якісно виконана така оцінка, залежить правильність ухвалення остаточного рішення.

Для реалізації інноваційно – інвестиційного проекту «Виробництво продукції дитячого харчування» ПрАТ «МХП» необхідно вкласти 50 млн.грн

для придбання необхідного обладнання. Підприємство планує отримувати протягом п’яти років таку виручку від реалізації:

1-й рік – 127,2 млн.грн;

2-й рік – 146,49 млн.грн;

3-й рік – 154,72 млн.грн;

4-й рік – 153,02 млн.грн;

5-й рік – 167, 46 млн.грн.

Індекс дисконтування дорівнює 15%. Необхідно оцінити доцільність реалізації інноваційно – інвестиційного проекту шляхом визначення чистого прибутку, чистого дисконтованого прибутку, індексу дохідності, дисконтованого періоду окупності та внутрішньої норми дохідності. В таблиці 3.1 наведений розрахунок запланованого чистого прибутку від реалізації проекту «Виробництво продукції дитячого харчування (пюре на основі курятини та овочів)».

Таблиця 3.1 - Розрахунок чистого прибутку

| Показник (млн.грн) | 1-й рік | 2-й рік | 3-й рік | 4-й рік | 5-й рік |
|---|---|---|---|---|---|
| Виручка від реалізації | 127,20 | 146,49 | 154,72 | 153,02 | 167,46 |
| Поточні витрати | 112,26 | 125,32 | 129,84 | 125,17 | 136,4 |
| Прибуток до оподаткування | 14,94 | 21,17 | 24,88 | 27,85 | 31,06 |
| Сума податку | 2,69 | 3,81 | 4,48 | 5,01 | 5,59 |
| Чистий прибуток | 12,25 | 17,36 | 20,4 | 22,84 | 25,47 |

До поточний витрат належать витрати на узгодження та отримання необхідних дозволів, витрат на закупівлю сировини і формування оборотних коштів для виробництва, витрати на закупівлю і підтримання запасу

сировини, обсяг якого розраховується з урахуванням прийнятої програми виробництва, витрати на рекламу і просування продукції і т.д.

Визначивши заплановану виручку, поточні витрати ми знайшли прибуток до оподаткування. Податок на прибуток дорівнює 18%, а отже чистий прибуток дорівнює: Чп1 = 12,25 млн.грн, Чп2 = 17,36 млн.грн, Чп3 = 20,4 млн.грн, Чп4 = 22,84 млн.грн, Чп5 = 25,47 млн.грн.

Фінансовими аналітиками обирається ставка дисконтування у відповідності до потреб зацікавлених осіб. Єдиної вірної ставки дисконтування не існує, однак використовується ключове інвестиційне правило: «Ставка дисконту повинна бути більшою, ніж безризикові інвестиції».

Відповідно до статистичних даних Національного Банку України за 2019 рік можна використовувати ставку для дисконтування на рівні 15-16% [16].

Наступним кроком є визначення чистого дисконтованого доходу. Суть цього критерію полягає в порівнянні поточної вартості майбутніх грошових надходжень від реалізації проекту з інвестистиційними витратами для реалізації проекту. Чистий дисконтований дохід цього проекту є більшим за 0, а отже проект є успішним.

$$\text{NPV} = -50 + 12{,}25 \times 0{,}870 + 17{,}36 \times 0{,}756 + 20{,}4 \times 0{,}658 + 22{,}84 \times 0{,}572 + 25{,}47 \times 0{,}497 = 12{,}93 \text{ млн.грн}$$

Розрахуємо індекс дохідності. В нашому випадку він є більшим за 1, а отже проект є ефективним.

$$PI = \frac{62{,}92}{50} = 1{,}26$$

Під періодом окупності розуміють період часу від моменту початку його реалізації до того моменту експлуатації, в якому дохід від експлуатації стає рівним витратам експлуатації.

$$PP = \frac{50}{62{,}92} \times 5 = 3{,}97$$

Отже ми бачимо, що період окупності нашого проекту складає майже 4 роки.

На відміну від NPV, при розрахунку якого, приймається визначена ставка дисконта, IRR визначає цей коефіцієнт, при якому значення надходжень та витрат співпадають.

$IRR\ (15\%) = 12{,}93$ млн.грн

$IRR(18\%) = -50 + 10{,}38 + 12{,}46 + 12{,}42 + 11{,}79 + 11{,}13 = 8{,}18$ млн.грн

$IRR\ (20\%) = -50 + 10{,}20 + 12{,}05 + 11{,}81 + 11{,}01 + 10{,}24 = 5{,}31$ млн.грн

$IRR\ (24\%) = -50 + 9{,}87 + 11{,}28 + 10{,}69 + 9{,}66 + 8{,}69 = 0{,}19$ млн.грн

Внутрішня норма дохідності інноваційно – інвестиційного проекту ПрАТ «МХП » складає 24%.

Для того, щоб проект можна було визначити ефективним необхідно виконання однієї з умов: $NPV \geq 0$, $PI \geq 1, PP <$ нормативному строку окупності, $IRR \geq r$.

Цей проект по всім показникам відповідає визначеним умовам, а отже можна впевнено стверджувати, що цей проект є ефективним та інвестиційно вигідним.

Проект «Виробництво продукції дитячого харчування (пюре на основі курятини та овочів)» є наявним прикладом диверсифікації діяльності ПрАТ «МХП», адже підприємство зможе закріпити свої позиції у різних галузях і забезпечити отримання найкращого результату. Важливим моментом є те, що диверсифікація для ПрАТ «МХП» виступає як "спосіб підвищення адаптивних якостей підприємства" та виникає як "ефект різноманітності". Диверсифікація служить страховим механізмом і підсилює конкурентні позиції бізнес-лідерів.

# ВИСНОВКИ

У науковій роботі було розкрито сутність та теоретичні основи конкурентного потенціалу підприємства

У першому розділі було визначено поняття «Конкурентний потенціал» та були розглянуті та охарактеризовані основні складові конкурентного потенціалу, а саме ресурсний, маркетинговий, інноваційний та трудовий потенціал. Обгрунтовано необхідність виокремлення таких видів як інформаційний та інтелектуальний потенціал.

У другому розділі, ми проаналізували основні тенденції розвитку АПК України, провели оцінку конкурентного потенціалу за допомогою експрес – аналізу основних показників господарсько – фінансової діяльності підприємства ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

У третьому підрозділі, ми обгрунтували стратегію нарощування конкурентного потенціалу на основі диверсифікації діяльності ПрАТ «МХП». Ми розробили проект «Виробництво продукції дитячого харчування (пюре на основі курятини та овочів)», визначили економічну ефективність та продемонстрували, яким чином ПрАТ «МХП» може застосувати стратегію диверсифікації діяльності.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бєляєва Н.С. Методи оцінки та роль ланцюжка цінностей при формуванні конкурентного потенціалу промислового підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». 2013. Т. 2. № 4. С. 52.

2. Кирчата І. М. Теоретичні засади конкурентного потенціалу в сист емі управління конкурентоспроможністю підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки: Електронне наукове видання Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Миколаїв. 2015. Випуск 7. С. 362-366.

3. Омельчак Г.В. Інституціональне середовище та сутність конкурентного потенціалу корпорацій / Г.В. Омельчак // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2016. – № 3. – С. 125.

4. Балабанова Л.В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства: Навч. посібник/ - К: Профессіонал, 2016 - 288с.

5. Єрмошенко М.М., Ганущак-Єфіменко Л.М. Механізм розвитку інноваційного потенціалу кластерооб'єднаних підприємств: Монографія. – К.: Національна академія управління, 2014. – 236 с

6. Савицька, Г.В. Аналіз господарської діяльності підприємства .: навч. посібник.- Мінськ: Нове видання, 2016. - 688с.

7. Сімчера О.І. Наукові підходи до дослідження сутності трудового потенціалу підприємства / О.І. Сімчера // Економічний простір. – № 75. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2017. – 308 с.

8. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2016. – 470 с.

9. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу

: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2018/soes/ukr/sed/ser_04_2018.pdf

10. Асоціація «Союз птахівників України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.poultryukraine.com/

11 Статистичний збірник «Регіони України» за 2018 рік [Електронний ресурс] / за ред. І. Є. Вернера – Режим доступу : https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2018/zb/11/zb_ru2ch2018.pdf

12. ПАТ «Миронівський хлібопродукт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.mhp.com.ua/uk/home

13. ПАТ «Миронівський хлібопродукт». Прес реліз та аудовані фінансові результати за 2018 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.mhp.com.ua/library/file/press-release-12m-2018-ukr-fin.pdf

14. Фінансова звітність ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» [електронний ресурс]. — Режим доступу: https://smida.gov.ua/db/participant/25412361

15. Колесник В. М. Розробка стратегії диверсифікації на сільськогосподарських підприємствах / В. М. Колесник, А. С. Бойко // Агросвіт. – 2016. – №3. – С.44.

16. Офіційне Інтернет – представництво Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/allinfo

# Додаток А

Таблиця А.1

## Основні показники господарської діяльності ПрАТ «МХП»

| Показники | Од. виміру | Минулий рік | Звітний рік | Темп зміни, % | Абсолютне відхилення (+,-) |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 Чистий дохід від реалізації продукції | | | | | |
| у поточних цінах | тис.грн | 11826711 | 12850604 | 108,7 | 1023893,0 |
| у порівняних цінах | тис.грн | 11826711 | 11302202,3 | 95,6 | -524508,7 |
| 2.Собівартість реалізованої продукції | тис.грн | 9339398 | 9769262 | 104,6 | 429864,0 |
| 3. Валовий прибуток | тис.грн | 2487313 | 3081342 | 123,9 | 594029,0 |
| 4. Інші операційні доходи | тис.грн | 964670 | 1129133 | 117,0 | 164463,0 |
| 5.Адміністративні витрати | тис.грн | 293185 | 257867 | 88,0 | -35318,0 |
| 6. Витрати на збут | тис.грн | 737744 | 776315 | 105,2 | 38571,0 |
| 7. Інші операційні витрати | тис.грн | 240192 | 274962 | 114,5 | 34770,0 |
| 8. Прибуток (збиток) від операційної діяльності, в сумі | тис.грн | 2180862 | 2901331 | 133,0 | 720469,0 |
| у % до чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | % | 18,4 | 22,6 | 122,4 | 4,1 |
| 9. Доход від участі у капіталі | тис.грн | 23538 | 25624 | 108,9 | 2086,0 |
| 10. Інші фінансові доходи | тис.грн | 33885 | 36957 | 109,1 | 3072,0 |
| 11. Інші доходи | тис.грн | 7793 | 1983 | 25,4 | -5810,0 |
| 12. Фінансові витрати | тис.грн | 875076 | 904033 | 103,3 | 28957,0 |
| 13.Витрати від участі у капіталі | тис.грн | 0 | 0 | #ДЕЛ/0! | 0,0 |
| 14. Інші витрати | тис.грн | 105317 | 128374 | 121,9 | 23057,0 |
| 15. Прибуток (збиток) до оподаткування, в сумі | тис.грн | 1265685 | 1983590 | 156,7 | 717905,0 |
| у % до чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | % | 10,7 | 15,4 | 144,2 | 4,7 |
| 16. Податок на прибуток | тис.грн | -227823 | -357046 | 156,7 | -129223,0 |

Продовження табл.А.1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|
| 17.Чистий прибуток (збиток) | тис.грн | 1037862 | 1626544 | 156,7 | 588682,0 |
| 18.Середньооблікова чисельність робітників | осіб | 3225 | 3004 | 93,1 | -221,0 |
| 19. Продуктивність праці | тис.грн | 3667,2 | 4277,8 | 116,7 | 610,6 |
| в поточних цінах | тис.грн | 3667,2 | 4277,8 | 116,7 | 610,6 |
| в порівняних цінах | тис.грн | 3667,2 | 4863,9 | 132,6 | 1196,7 |
| 20. Фонд заробітної плати, в сумі | тис.грн | 18705000 | 19024800 | 101,7 | 319800,0 |
| у % до чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | % | 158,2 | 148,0 | 93,6 | -10,1 |
| 21. Середня заробітна плата одного робітника в місяць | грн | 5800,0 | 6333,2 | 109,2 | 533,2 |
| 22. Середньорічна вартість основних засобів по первісній вартості | тис.грн | 8930673,5 | 14698464,5 | 164,6 | 5767791,0 |
| 23. Фондовіддача | тис.грн | 1,32 | 0,87 | 66,0 | -0,4500 |
| 24. Середньорічна вартість оборотних активів | тис.грн | 8278802 | 10843392,5 | 131,0 | 2564590,5 |
| 25.Оборотність оборотних активів | об. | 1,43 | 1,19 | 83,0 | -0,243 |
| 26. Капітал (майно) | тис.грн | 20579448,5 | 27377473 | 133,0 | 6798024,5 |
| 27.Рентабельність капіталу | % | 5,04 | 5,94 | 117,8 | 0,90 |
| 28. Власний капітал | тис.грн | 9159976,5 | 6042838,5 | 66,0 | -3117138,0 |
| 29.Рентабельність власного капіталу | % | 11,3 | 26,9 | 237,6 | 15,6 |
| 30. Статутний капітал | тис.грн | 786928 | 786928 | 100,0 | 0,0 |