

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ВІРТУАЛЬНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

(на матеріалах: ПРАТ «МХП», м. Київ)

Студентки 5 курсу, 4 групи,
спеціальності 292

«Міжнародні економічні
відносини» спеціалізації
«Міжнародний бізнес»

підпис студента

Грінько Анни
Андріївни

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

підпис керівника

Ладиченко Катерина
Іллівна

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент

підпис гаранта

Лежешькова Вікторія
Геннадіївна

Київ 2022

АНОТАЦІЯ

Грінко Анна Андріївна. Віртуальні форми міжнародного бізнесу (на матеріалах: ПРАТ «МХП», м. Київ).

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини» спеціалізації «Міжнародний бізнес», Київський національний торговельно-економічний університет, 2022.

Випускна кваліфікаційна робота містить теоретико-методичне обґрунтування та розробка комплексу практичних заходів щодо роботи віртуальної діяльності ПРАТ «МХП» як суб'єкта міжнародного бізнесу.

Під час дослідження проведено ґрунтовний аналіз фінансових результатів досліджуваного підприємства, проведено оцінку його віртуальних форм ведення міжнародного бізнесу.

У результаті проведеного аналізу були сформовані пропозиції, щодо удосконалення зовнішньо-торгівельної діяльності та проведені розрахунки щодо ефективності віртуальної діяльності для ПРАТ «МХП» на закордонному ринку.

Ключові слова: торгівля, віртуальні форми, віртуальне підприємництво, комунікаційні технології, онлайн-торгівля, цифрова комерція, торговельна стратегія, торговельна діяльність.

ANNOTATION

Hrinko Anna Andriivna. Virtual forms of international business (based on materials of PJSC MHP, Kyiv)

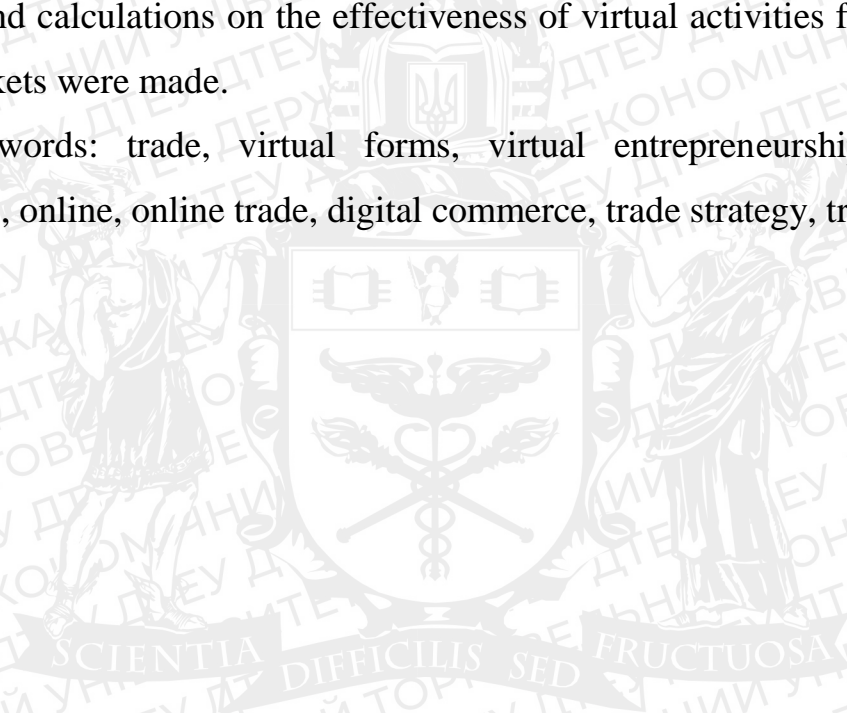
Final qualifying paper of educational bachelor's degree specialty 292 «International economic relations», specialization "International business". Kyiv National University of Trade and Economics, 2022.

The issue of the qualification work contains theoretical and methodological substantiation and development of a set of practical approaches to the work of the virtual activity of PJSC "MHP" as a subject of international business.

During the study, a thorough analysis of results of the financial activity of the researched enterprise was completed, as well as an assessment of its financial condition, the potential of virtual forms of the enterprise-subject of international business.

As a result of the analysis, proposals to improve foreign trade activities were produced, and calculations on the effectiveness of virtual activities for PJSC "MHP" in foreign markets were made.

Key words: trade, virtual forms, virtual entrepreneurship, communication technologies, online, online trade, digital commerce, trade strategy, trade activities.



Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права ; Кафедра світової економіки
Спеціальність, спеціалізація: 292 Міжнародні економічні відносини,
міжнародний бізнес

Затверджую

Зав. кафедри _____

« ___ » _____ 2022 р

Завдання**на випускн кваліфікаційну роботу (проект) студентів**Грінко Анни Андріївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту):
«Віртуальні форми міжнародного бізнесу» (на матеріалах ПрАТ «МХП»,
м. Київ).

Затверджена наказом ректора від « ___ » _____ 20__ р. № _____

2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту):

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту):

Мета роботи (проекту): Теоретико-методичне обґрунтування та
розробка комплексу практичних заходів щодо роботи віртуальної
діяльності ПРАТ «МХП» як суб'єкта міжнародного бізнесу.

Об'єкт дослідження: Процес віртуалізації міжнародного бізнесу.

Предмет дослідження: Теоретичні засади та практичні аспекти
віртуалізації міжнародної діяльності підприємства.

4. Перелік графічного матеріалу: 4 рисунки та 12 таблиць

5. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ФОРМ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ПРАТ «МХП»

- 1.1. Сутність, види та ключові характеристики віртуальних форм міжнародного бізнесу
- 1.2. Аналіз фінансово-господарської та зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ «МХП»

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОЇ ФОРМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ПРАТ «МХП»

- 2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ПРАТ «МХП»
- 2.2. Пріоритети розвитку та пропозиції щодо вдосконалення віртуальних форм міжнародного бізнесу ПРАТ «МХП»

Висновки до розділу 2

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР	до 10.11.2021	10.12.2021
2	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 30.11.2021	09.12.2021
3	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 10.12.2022	17.01.2022
4	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 14.12.2022	20.01.2022
5	Подача готової ВКР на кафедру	до 20.01.2022	25.01.2022
6	Попередній захист ВКР	За графіком (18 - 26.01.2022)	За графіком (18 - 26.01.2022)
7	Захист ВКР	За графіком (з 27.01.2022)	За графіком (з 27.01.2022)

8. Дата видачі завдання « _____ » _____ 20__ р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

_____ (прізвище, ініціали, підпис)

10. Керівник освітньої програми

_____ (прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент

_____ (прізвище, ініціали, підпис)

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студента

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник освітньої програми _____

В.Г. Лежепьокова

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____

Г.В. Дугінець

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ »

20 _____ р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ФОРМ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ПРАТ «МХП».....	5
1.1. Сутність, види та ключові характеристики віртуальних форм міжнародного бізнесу	5
1.2. Аналіз фінансово-господарської та зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ «МХП»	9
Висновки до розділу 1.....	15
РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОЇ ФОРМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ПРАТ «МХП».....	16
2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ПРАТ «МХП».....	16
2.2. Пріоритети розвитку та пропозиції щодо вдосконалення віртуальних форм міжнародного бізнесу ПРАТ «МХП»	23
Висновки до розділу 2.....	27
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	32
ДОДАТКИ.....	37

ВСТУП

Сучасні умови, які характеризуються динамізацією усіх процесів, розширенням потреб споживачів та підвищенням їх вимог до товарів та послуг, за допомогою яких ці потреби задовольняються, та підвищенням рівня інноваційності господарства, важливим напрямком розвитку міжнародного співробітництва є його перехід у віртуальну площину. Останній рік, який світ провів у «віддаленому форматі», лише посилив тенденцію до диджиталізації усіх сфер життя, у тому числі і підприємницької діяльності. У 2020 році віртуальні продажі склали вже п'яту частину всіх роздрібних продажів. За цей рік показник зріс із 16 % до 19 % (за даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку). У таких умовах підвищилася увага дослідників, практиків та віртуальних підприємств як елемента міжнародного бізнесу, формат якого повною мірою відповідає вимогам сьогодення.

Серед вчених, що досліджували віртуальне підприємництво, можна виділити таких як: Бабич Т. О., Глущевський В. В., Голіонко Н. Г., Дяченко Р. О., Калінеску О. С., Павленко В. М., Резниченко Р. В., Рудь Н. Т., Соколовський С. А., Устенко О. В., Устенко О. В. та ін. Водночас переваги віртуального підприємництва як елемента міжнародного бізнесу та перспективи його розвитку з огляду на пандемію COVID-19 недостатньо, що і обумовило вибір теми дослідження.

Метою роботи є теоретико-методичне обґрунтування та розробка комплексу практичних заходів щодо роботи віртуальної діяльності ПРАТ «МХП» як суб'єкта міжнародного бізнесу. Для досягнення поставленої мети було виконано такі завдання:

- дослідити генезис визначення сутності віртуального підприємництва в міжнародному бізнесі;
- провести аналіз фінансового стану ПРАТ «МХП» та оцінити наявну віртуальну діяльність ПРАТ «МХП»;
- здійснити вибір країн-контрагентів розвитку віртуального підприємництва ПРАТ «МХП»;

– розробити комплекс заходів щодо підвищення ефективності діяльності ПРАТ «МХП» та здійснити їх прогностичну оцінку.

Об'єктом випускної роботи є процес віртуалізації міжнародного бізнесу.

Предмет роботи – теоретичні засади та практичні аспекти віртуалізації міжнародної діяльності підприємства.

При написанні випускної кваліфікаційної роботи було використано низку наукових методів, зокрема: аналіз статистичної інформації та фінансової звітності підприємства; синтез інформації щодо діяльності підприємства на вітчизняному та закордонних ринках; систематизація даних про представлені торгові марки; узагальнення даних для виокремлення основних напрямків діяльності; спостереження за діяльністю компанії.

Інформаційною базою роботи стали публікації міжнародних організацій, присвячені інноваційному розвитку та диджиталізації, наукові праці, у яких представлено тенденції розвитку віртуального підприємництва, матеріали, отримані на підприємства.

Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи: Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, 38 використаних джерел та 7 додатків.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ФОРМ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ПРАТ «МХП»

1.1. Сутність, види та ключові характеристики віртуальних форм міжнародного бізнесу

Сучасні умови, які характеризуються динамізацією усіх процесів, розширенням потреб споживачів та підвищенням їх вимог до товарів та послуг, за допомогою яких ці потреби задовольняються, та підвищенням рівня інноваційності господарства, важливим напрямком розвитку міжнародного співробітництва є його перехід у віртуальну площину. Останній рік, який світ провів у «віддаленому форматі», лише посилив тенденцію до диджиталізації усіх сфер життя, у тому числі і підприємницької діяльності. У таких умовах підвищилася увага дослідників, практиків та віртуальних підприємств як елемента міжнародного бізнесу, формат якого повною мірою відповідає вимогам сьогодення.

В умовах пандемії COVID-19 підприємства, що функціонують у всьому світі, змушені були перевести значну частину своєї роботи в онлайн режим, саме: переведення штату працівників на віддалену роботу, проведення ділових переговорів через віртуальні ресурси, організувати документообіг в електронному режимі (на скільки це можливо), створення віртуальних ресурсів для дистрибуції своєї продукції через онлайн замовлення. Концепція віртуального підприємництва базується на тому, що компанії, з метою скорочення витрат, об'єднують свої потужності у тих сферах, які мають для них стратегічний інтерес, віддалено координуючи співпрацю. Це дозволяє підвищити ефективність їх роботи та забезпечити досягнення їх цілей та завдань.

При цьому мова не іде про перетворення реальних підприємств на віртуальні, а лише про підтвердження факту життєздатності досліджуваної концепції тими численними компаніями, які за останній рік впровадили у свою діяльність новий формат роботи [16].

Стрімкий розвиток віртуального підприємництва пов'язаний з тим, що вже значна частина елементів бізнес-середовища поступово переходила в онлайн режим. Процеси, що проходять в такій формі значно зручніше відслідковувати та контролювати завдяки сучасним технологіям та мережевим програм, що дозволяють значно спростити процес комунікації між різними департаментами та з партнерами.

Ознайомившись з працею Тимашова Л.А., Козлова В.П., Лещенко В.А., Шейко О.Ю про реалізацію та підтримку роботи віртуального підприємства можна зробити висновок, що це нова концепція виробництва, цілком зорієнтована на замовника, адже, цей процес забезпечує швидкість виконання замовлень і повноту задоволення потреб клієнта та отримання зворотного зв'язку на базі зосередження діяльності підприємств за допомогою технологій. Основною для організації взаємозв'язку бізнес-процесів є механізм виробництва товарів (надання послуг) на територіально розподілених підприємствах, при якій максимально проявляються ключові компетенції організацій, колективів і людей [20].

На наш погляд, віртуальне підприємство являє собою цифровий кластер, який передбачає створення віртуальної інфраструктури для взаємодії учасників в одній або декількох сферах при абсолютній їх автономності щодо функціонування в усіх інших напрямках.

У 1998 році, генеральний директор Всесвітньої організації торгівлі Ренато Руджеро, визначив інтернет торгівлю, як специфічну форму торгівлі, що має на увазі принципово новий спосіб придбання, реалізації та поширення товарів і послуг, що регулюється визнаними у міжнародному праві багатосторонніми правилами торгівлі. До таких правил належить Генеральна угода про торгівлю послугами [21].

В своїй роботі, призначеній перевагам та проблемам розвитку інтернет-торгівлі в Україні, Ілляшенко С.М. та Іванова Т.Й. визначили перелік видів діяльності, в яких можливо вести віртуальні форми організації бізнесу, а саме: торгівлю, агентські угоди, комерційні представництва, дистриб'юторські угоди,

лізингову діяльність, факторингові договори, будівельну діяльність, інжинірингові послуги, консультативні послуги; інвестиційну та фінансову діяльність, ліцензійні угоди, страхову діяльність, банківську діяльність, концесійні угоди та інші. Інтернет торгівля виступає в якості сектора світової економіки, який динамічне розвивається [22].

Електронна торгівля потребує швидкого розвитку і постійної модернізації моделі ведення бізнесу, відслідковуючи реакцію потенційних покупців та замовників. Відповідно, вона має свої особливості, які необхідно знати для утримання конкурентної переваги підприємства [25].

Дослідницька група Linchpinseo зазначає, що віртуальна платформа може бути як основою створення бізнесу, так і допоміжним інструментом, націленим на розвиток і розширення вже наявного бізнесу, тим самим сприяти додатковому залученню клієнтів і капіталу. Виходячи з цього, основними тягачами розвитку Інтернет-торгівлі можна вважати зростання конкуренції Інтернет-магазинів та динаміку розвитку електронних платежі [25].

Також Linchpinseo виокремили 10 різновидів бізнес-моделей для Інтернет-торгівлі, але основними і найбільш популярними вважаються моделі:

- B2C - компанія - споживач;
- B2B - компанія-компанія;
- C2B - споживач - компанія;
- C2C - споживач - споживач.

Категорія B2C історично вважається першою моделлю, в якій комерційне підприємство виступає в якості продавця товарів і послуг, а замовником (споживачем) є приватна особа.

Оскільки нас цікавить саме галузь оптової торгівлі слід розглянути більш детально модель. Дана бізнес-модель відкриває для компаній можливість розміщення комерційних пропозицій, укладання великих угод і контрактів, розширення ділових зв'язків на міжнародному рівні і збільшення активності на глобальному ринку [25].

Як видно з табл. 1.1., наразі в Україні та Європейському союзі за окремими

видами віртуальних сервісів використовується достатньо повно, втім навіть за найбільш схильними до віртуалізації напрямками існує потенціал до збільшення рівня диджиталізації. Це вказує на перспективність розвитку формату віртуального підприємства у найближчі роки.

Таблиця 1.1

Структура віртуальних сервісів окремих сфер бізнес-діяльності в Україні та ЄС станом на 2020 рік, %

Віртуальні сервіси	Показник в Україні (%)	Показник у ЄС (%)
Частка електронної торгівлі у роздрібній торгівлі	4	7
Частка організацій, які застосовують CRM-системи	10	33
Частка людей, які купують онлайн	23	55
Частка людей, які отримують послуги онлайн	29	48
Частка організацій, які мають сайт	43	77
Проникнення мобільного Інтернету	47	57
Проникнення смартфонів	60	62
Проникнення Інтернету	73	82

Джерело: складено автором на основі [17]

Основними перевагами, які отримують учасники віртуальних підприємств, є гнучкість, адаптивність, динамічність, що пов'язано з тим, що підприємство фактично не існує, а створюється шляхом інформаційної інтеграції ресурсів партнерів. Водночас за обґрунтованого підходу до створення віртуального підприємства, у ньому може бути створена дієва корпоративна культура, що сприятиме формуванню в учасників спільних цінностей та бачення майбутнього.

Наразі Шеремет Ю.А. та Пермінова С.О. виділяють два типи: віртуальні корпорації і віртуальні товариства (партнерства).

Віртуальна корпорація, на їх думку, являє собою віртуальне об'єднання різних складових бізнес середовища, а саме: фінансового, технологічного,

людського, задля виконання складних проектів, створення продукції високого класу і максимально повного задоволення вимог замовника [23].

Віртуальне товариство, в свою чергу, являє собою штучну електронну організацію осіб, з метою отримання прибутку, будучи географічно віддаленими. У даному випадку кожен партнер, несе індивідуальну відповідальність за результати роботи, причому втрата партнера означає розпад віртуальної організації [23].

Водночас важливо відзначити, що названі вище переваги є у той самий часі слабкими сторонами віртуальних підприємств: виникає питання контролю їх діяльності, регламентації взаємних прав і обов'язків, оподаткування отриманих доходів тощо.

На наш погляд, у нинішніх умовах, обумовлених пандемією COVID-19, зазначені питання привернуть увагу як дослідників, так і практиків, знаменуючи новий етап у розвитку віртуального підприємництва на національному та міжнародному рівнях.

1.2. Аналіз фінансово-господарської та зовнішньоекономічної діяльності ПРАТ «МХП»

Приватне Акціонерне Товариство «МХП» (далі ПРАТ "МХП") (код ЄДРПОУ 25412361) було засновано 27 березня 2006 року. Основним видом діяльності обраного підприємства є оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами (КВЕД 46.32); також додаткові види діяльності: розведення свійської птиці, виробництво м'яса свійської птиці, вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур, розведення свиней, виготовлення виробів із бетону для будівництва, будівництво інших споруд, н.в.і.у., діяльність посередників у торгівлі паливом, рудами, металами та промисловими хімічними речовинами, діяльність посередників у торгівлі продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами, діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами, оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і

кормами для тварин, надання в оренду сільськогосподарських машин і устаткування, неспеціалізована оптова торгівля, роздрібна торгівля м'ясом і м'ясними продуктами в спеціалізованих магазинах, роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими, роздрібна торгівля іншими продуктами харчування в спеціалізованих магазинах та інші пов'язані категорії.

МХП — найбільший виробник та експортер курятини в Україні. Компанія спеціалізується на виробництві курятини та вирощуванні зернових, а також веде іншу аграрну діяльність (виробництво м'ясо-ковбасних виробів і м'ясних виробів, готових до вживання) [25].

ПРАТ «МХП» обрав вектор розвитку в напрямку цифрової трансформації, задля оновлення, оптимізації та автоматизації ключового бізнесу процесів. В свої діяльності компанія використовує наступні віртуальні форми своєї діяльності:

- сайт ПРАТ «МХП» та сайти торгових марок, що представлені;
- онлайн-платформи для участі в тендерних закупках;
- мобільний додаток, запроваджений з метою єдиного обміну інформацією між структурними підрозділами агродіяльності «МХП» і зовнішніми постачальниками матеріалів та послуг;
- внутрішня система для ведення документообігу та віддаленої роботи співробітників в умовах карантину.

МХП володіє успішними впізнаваними брендами «Наша Ряба», «Qualiko», «Ukrainian Chicken», «Sultanah», «Assilah», «Секрети Шефа», «Kurator», «Легко!», «Башинський» [26]. Кожен представлений компанією бренд, в свою чергу, має віртуальну платформу орієнтовану на український ринок та замовників, 40% з них мають можливість перекладу на англійську мову.

Оскільки ПРАТ «МХП» веде свою збутову діяльність за моделлю B2B та постачає свою продукцію в торгові мережі, так як: Fozzy, «Сільпо», «АТБ», «Еко», «Новус», MetroCash & Carry, Auchan, тощо. Тому разом з цим, завдяки віртуальній формі ведення процесів, ПРАТ «МХП» проводить тендери на продаж своєї продукції як на внутрішні, та закордонні ринки, на такому інтернет-ресурсі як «ІТ-

enterprise» та «E-tender».

Основними методами збуту продукції представленою ПРАТ «МХП» є продажі до вітчизняних мережових супермаркетів (33,1%) та продажі в магазинах ТМ (28,2%); разом з цим підприємство виконує продажі від участі в тендерах (15,8%), веде експортну діяльність (8,2%), прями поставки за контрактами в заклади харчування (8,2%) (рис.1.1).

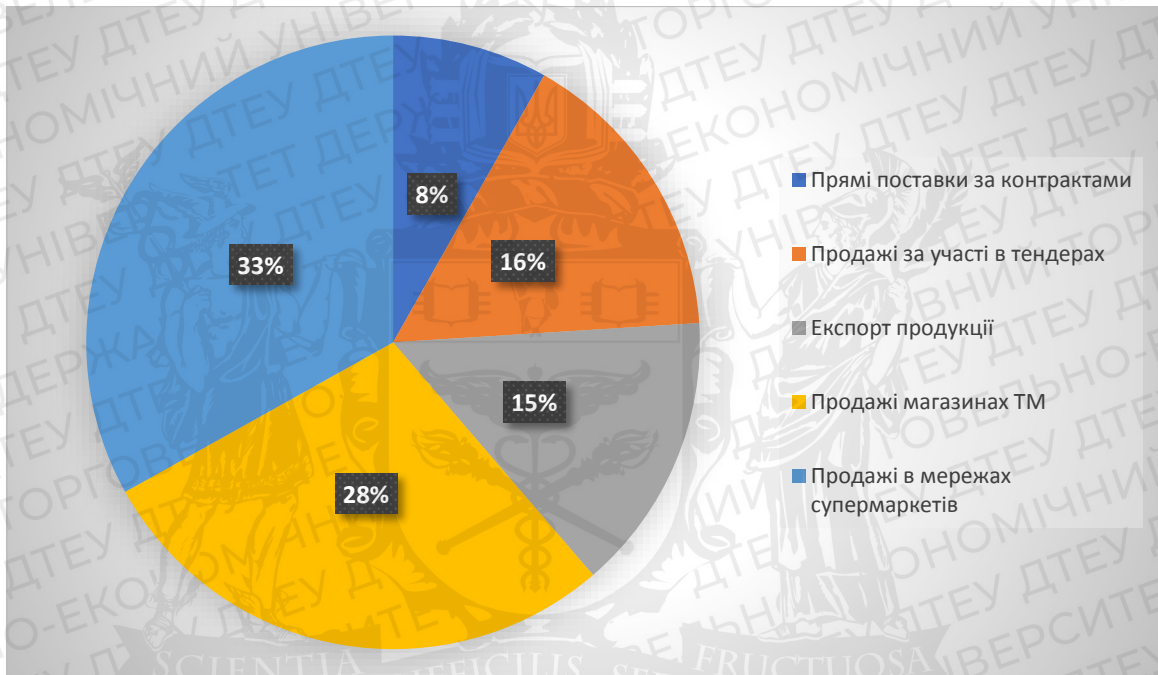


Рис. 1.1. Структура збутової структури ПРАТ «МХП» в 2020 році, %

ПРАТ «МХП» запровадив проект «Агропортал» – Інтернет -платформа та мобільний додаток, запроваджений з метою єдиного обміну інформацією між структурними підрозділами агродіяльності «МХП» і зовнішніми постачальниками матеріалів та послуг відповідно до актуальних цін закупівлі та продажу, внесення поточних залишків на складах аграрної продукції, формування пропозиції або замовлення тощо. Проект спрямований на підвищення оперативності та точності інформації про потенційні угоди та сприяє ефективності планування закупки [27].

ПРАТ «МХП» продовжує дотримуватися міжнародної стратегії диверсифікація та оптимізація продукції, включаючи продаж більше продуктів з

доданою вартістю на деякі експортні ринки. Чистий дохід від експорту продукції в 2020 році склав 1016 млн дол. США. Компанія експортує м'ясо птиці в наступні регіони: країни СНД, ЄС, Африки (без урахування Єгипту), Близького (Середнього) Сходу, Північної Африки та країни Азії (рис. 1.2.).

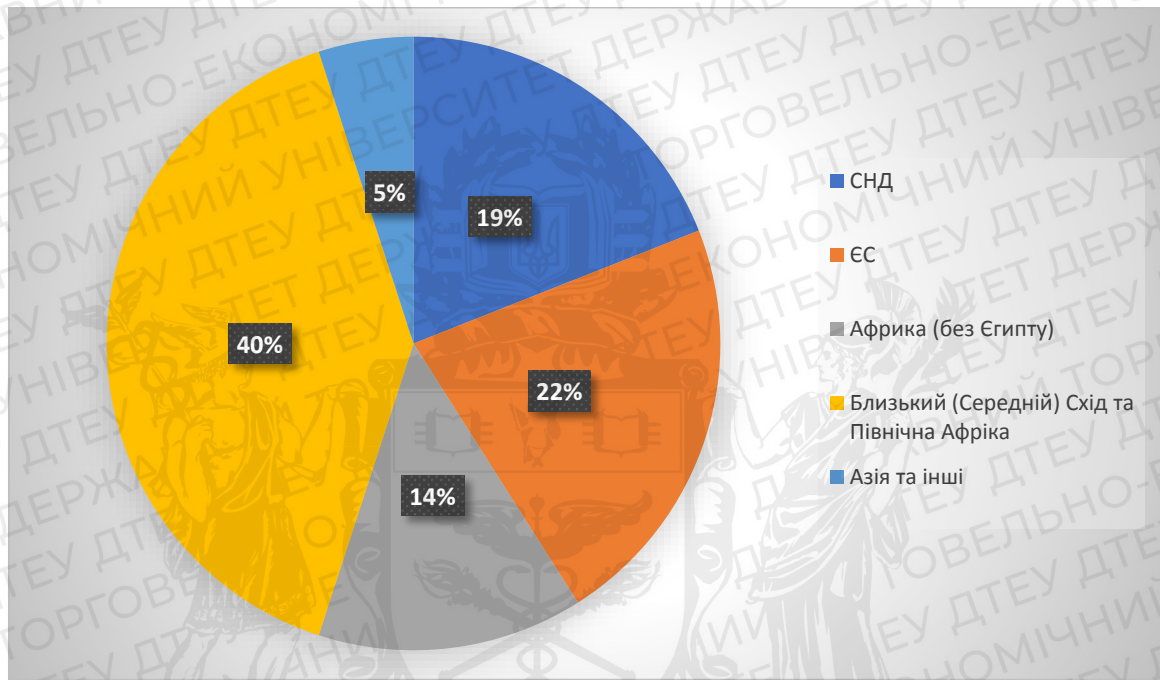


Рис. 1.2. Обсяги експорту птиці ПРАТ «МХП» у 2020 р. за регіонами в тонах, %

Основною продукцією, що експортується на іноземні ринки, є охолоджене, заморожене та оброблене куряче м'ясо. Ця продукція, з метою експорту, реалізується під такими торговими марками: «Qualiko»; «Sultanah»; «Assilah»; «Ukrainian Chicken». У асортименті «Qualiko» — широкий вибір охолодженого, замороженого та обробленого курячого м'яса. Це розумний вибір для тих, хто прагне забезпечити краще для своїх сімей, оскільки піклується про здоров'я і благополуччя. «Sultanah» та «Assilah» - бренди, розроблені для країн Близького Сходу та Африки, із урахуванням місцевих традицій та особливостей. Вони вважаються доступними продуктома для сегменту масового ринку. Асортимент продукції обох брендів складається лише з замороженої курки (ціла тушка та її частини). «Ukrainian Chicken» - бренд, який пропонує асортимент замороженого

м'яса курки (ціла тушка та її частини). Експорт продукції здійснюється до країн СНД, Близького Сходу, Азії та Африки [28]. На рис. 1.3 ми можемо спостерігати структуру цих торгових марок за кількістю їх експорту на закордонні ринки.

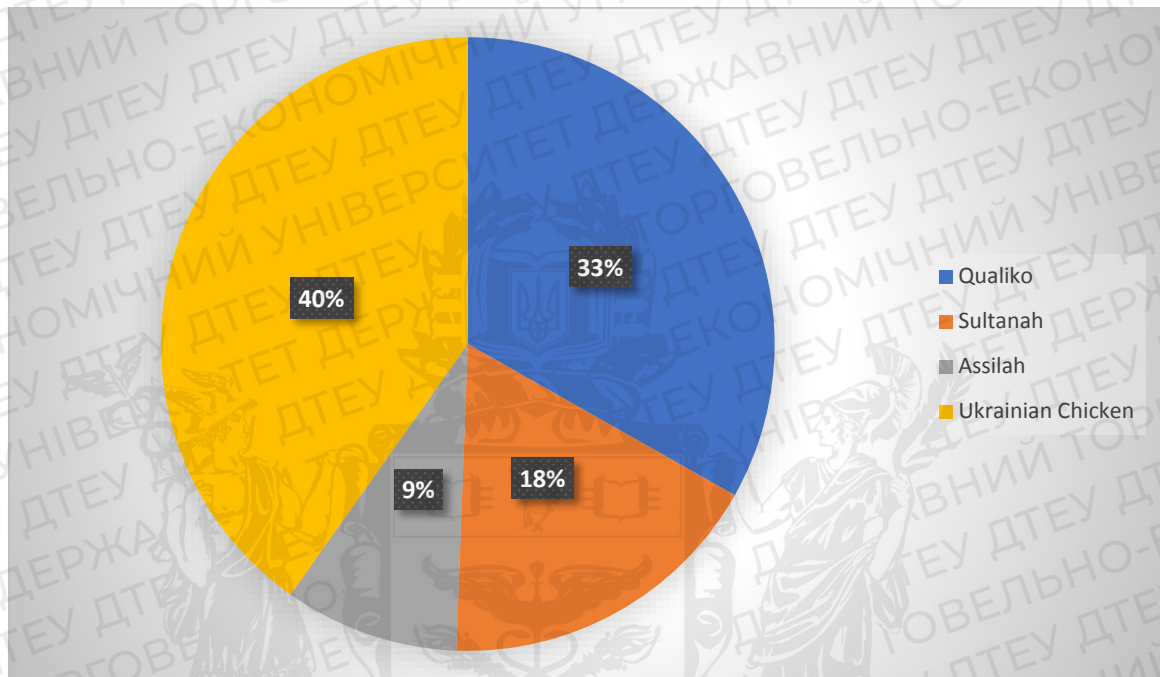


Рис. 1.3. Структура експорту продукції торговими марками ПРАТ «МХП» в 2020 р.
Джерело: складено автором.

Оскільки ПРАТ «МХП» має вдалий досвід роботи з віртуальним підприємництвом на вітчизняному ринку, є доцільним розглянути можливість впровадити її в роботу на закордонному ринку. Для цього необхідно детально розглянути фінансову звітність даного підприємства для оцінки його перспектив та ефективності створення розглянутого явища.

Виходячи з основного виду діяльності ПРАТ «МХП» (оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами), головної метою для створення віртуального підприємства є можливість збуту продукції на закордонні ринки за допомогою використання онлайн-ресурсів, розташованих в мережі Інтернет.

Для оцінки потенціалу підприємства ПРАТ «МХП» перш за все необхідно розглянути основні фінансові показники компанії та прослідкувати тенденцію змін за останні 5 років (Додаток А-Е) (табл 1.2).

Чистий дохід станом на початок 2021 року зменшився на 877177 тис. грн. порівняно з попереднім роком, що зумовлено сезонністю діяльності. Валовий прибуток (в 2020 році зменшився на 69191 тис. грн.) та чистий прибуток (в 2020 році зменшився на 6852217 тис. грн.) пропорційно знижувався з кожним роком.

Таблиця 1.2

Основні фінансово-економічні показники ПРАТ «МХП» у 2016 – 2020 рр., тис. грн.

Показники	Абсолютне відхилення, (+/-)				Відносне відхилення, %			
	16 /17	17/18	18/19	19/20	16 /17	17/18	18/19	19/20
Чистий дохід від реалізації продукції	5150405	16607020	2393230	-877 177	40,55	93,03	6,95	-2,38
Собівартість реалізованої продукції	-3503942	13801360	-1969653	797215	36,38	105,06	7,31	-2,76
Валовий прибуток	1688630	2829370	394683	-69191	55,91	60,09	5,24	-0,87
Фінансовий результат до оподаткування	392 460	5 851 062	1 040 153	-6 852 217	-17,23	310,27	26,23	136,90
Витрати з податку на прибуток	7140	504	0	0	-93,41	100,00	0	0
Чистий фінансовий результат	362 460	5 799 901	1 051 209	-6 852 217	-16,41	314,24	26,58	136,90

Джерело: складено на основі додатків А-Е.

Як можна побачити ПРАТ «МХП» має стабільні фінансові показники, що значно сприятиме формуванню віртуального підприємництва на закордонному ринку. Разом з цим компанія підтримує сучасні тенденції в виробництві та реінвестує дохід в подальший розвиток виробництва та в удосконалення цього вже наявних віртуальних бізнес-процесів, завдяки чому має значні конкурентні переваги на українському та зарубіжних ринках.

Висновки до розділу 1

Аналізуючи наукові роботи Тимашова Л.А., Козлова В.П., Лещенко В.А., Шейко О.Ю про реалізацію та підтримку роботи віртуального підприємства, можна зробити висновок, що це нова концепція виробництва, цілком зорієнтована на замовника, адже, цей процес забезпечує швидкість виконання замовлень і повноту задоволення потреб клієнта та отримання зворотного зв'язку на базі зосередження діяльності підприємств за допомогою технологій.

Приватне Акціонерне Товариство «МХП» (далі ПРАТ "МХП") (код ЄДРПОУ 25412361) було засновано 27 березня 2006 року. Основним видом діяльності обраного підприємства є оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами (КВЕД 46.32).

ПРАТ «МХП» обрав вектор розвитку в напрямку цифрової трансформації, задля оновлення, оптимізації та автоматизації ключового бізнесу процесів. В свої діяльності компанія використовує наступні віртуальні форми своєї діяльності: сайт ПРАТ «МХП» та сайти торгових марок, що представлені; онлайн-платформи для участі в тендерних закупках; мобільний додаток, запроваджений з метою єдиного обміну інформацією між структурними підрозділами агродіяльності «МХП» і зовнішніми постачальниками матеріалів та послуг; внутрішня система для ведення документообігу та віддаленої роботи співробітників в умовах карантину.

Виходячи з основного виду діяльності ПРАТ «МХП» (оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами), головної метою для створення віртуального підприємства є можливість збуту продукції на закордонні ринки за допомогою використання онлайн-ресурсів, розташованих в мережі Інтернет.

Як можна побачити ПРАТ «МХП» має стабільні фінансові показники, що значно сприятиме формуванню віртуального підприємства на закордонному ринку.

РОЗДІЛ 2

РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОЇ ФОРМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ПРАТ «МХП»

2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ПРАТ «МХП»

За даними Statista, очікується, що світова торгівля зросте на 5,3 % у 2021 р. І це після того, як Світова організація торгівлі прогнозує спад на рівні 9,2 % за 2020 р. (коли в кінці цього року будуть опубліковані остаточні дані). Попри те, що зростання буде нижчим за рівень до пандемії, ці прогнози разом зі значними досягненнями у створенні вакцини проти COVID-19 показують, що можуть бути підстави сподіватися на швидше відновлення, ніж очікувалося. Міжнародний індекс споживчої активності (PMI) для нових експортних замовлень — це провідний показник траєкторії експорту, де будь-яке значення вище за 50 указує на зростання [31; 32; 33].

Ситуація, що склалась з пандемією COVID-19 та початком карантинних обмежень наприкінці 2019 року спричинила стрімкий рівень зростання кількості як електронної торгівлі, так і інтернет покупок, що стали здійснюватися значно частіше. В 2020 році приріст продажу в мережі інтернет склав 28,1% порівняно з попереднім роком (рис 2.1) [37].

За оцінками у звіті ЮНКТАД, опублікованому 3 травня, різке зростання електронної комерції на тлі обмежень на пересування, викликаних COVID-19, збільшило частку онлайн-роздрібних продажів у загальному обсязі роздрібних продажів з 16% до 19% у 2020 році [38].

У той же час, згідно з останніми доступними оцінками, світові продажі електронної комерції підскочили до 26,7 трильйона доларів у 2019 році [38].

У звіті оцінюється вартість глобальної електронної комерції B2B у 2019 році в 21,8 трильйона доларів, що становить 82 % усієї електронної комерції, включаючи як продажі через онлайн-платформи, так і транзакції електронного обміну даними [38].

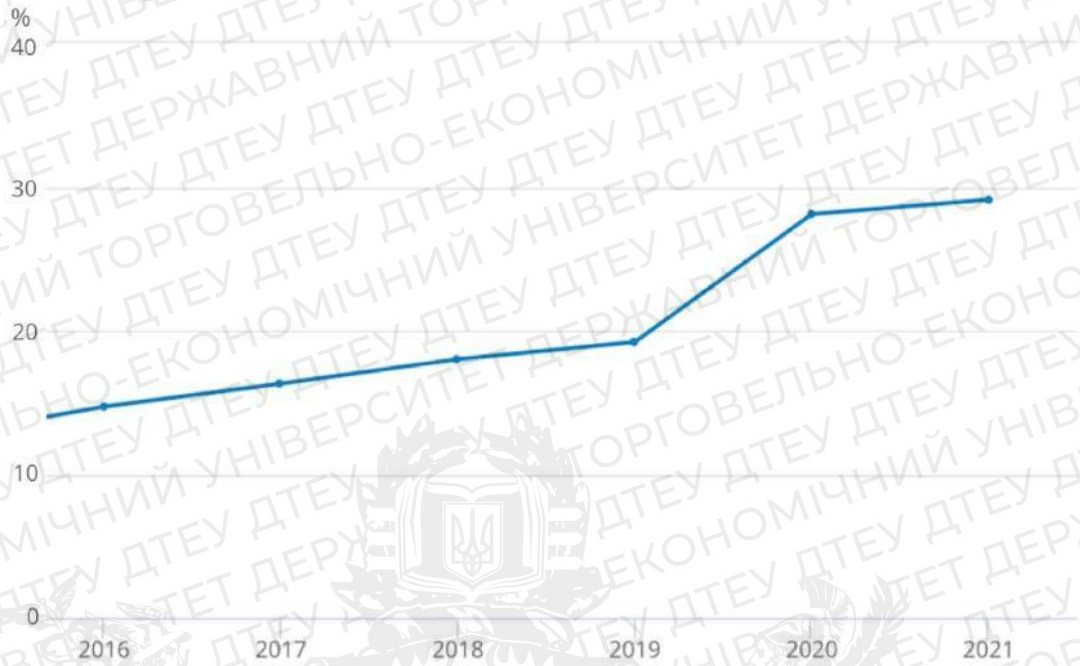


Рис. 2.1 Продажі через Інтернет у відсотках від загального обсягу роздрібних продажів (%) у світі у 2016 – 2021 рр.

Джерело: [37]

Як зазначалося вище, наразі важливе значення у діяльності ПРАТ «МХП» посідає міжнародна діяльність – переважна частина доходів підприємства формується у сфері експорту (53% від всіх доходів), і для поступового збільшення обсягів діяльності та підвищення рентабельності підприємству доцільно розглянути можливість виходу на іноземні ринки з продукцією, що не експортувалася раніше. При цьому компанія може як продовжувати працювати за існуючим сценарієм, співпрацюючи з зарубіжними ринками, так і пропонувати свої послуги малому та середньому бізнесу країн-сусідів нової продукції однієї із торгових марок.

З огляду на це, вважаємо, що у якості потенційних країн-партнерів для розширення клієнтської мережі підприємству доцільно обрати Угорщину, Румунію та Чехію – країни, бізнес-середовище яких є близьким до українського (що дозволить ПРАТ «МХП» якісно задовольняти попит індивідуальних клієнтів), а

ринок відкритий для діяльності міжнародних компаній, які також можуть виступати замовниками послуг досліджуваного підприємства.

Обрані країни є торговельними партнерами України (табл. 2.1). Вітчизняні підприємства щорічно підвищують показники експорту в Європейські країни. Як ми можемо спостерігати, за статистичними даними Україна та Угорщина мають найвищий рівень співробітництва, порівняно з іншими обраними країнами.

Таблиця 2.1

**Аналіз ринку потенційних партнерів та співпраці між країнами,
2020 рік**

Показник	Угорщина	Румунія	Чехія
Концентрація ринку імпорتنих товарів	низько-концентрований	низько-концентрований	Середньо-концентрований
Країни, що займають високу часту імпорتنих товарів	Німеччина та Китай	Німеччина та Італія	Німеччина та Китай
Місце в рейтингу торгових партнерів України	9	17	16
Загальний товарообіг, млрд дол. США.	3,1	1,6	2
Експорт, дол. США	1,5 млрд	1 млрд	922 млн
Частка в торговельній структурі країни, %	1,5	1,1%	0,7%

Джерело: складено автором на основі [34; 35; 36]

Враховуючи особливості віртуальних форм ведення бізнес-процесів доцільно розглянути індекс Світовий рейтинг цифрової конкурентоспроможності (World Digital Competitiveness Ranking), а саме індекси, що пов'язані з залученням населення в мережу Інтернет в запропонованих країнах (табл. 2.2). Як можна прослідкувати Чехія має найкращі показники та займає 33 позицію в даному рейтингу, що значно вище ніж Угорщина (45 місце) та Румунія (50 місце) [30].

Таблиця 2.2

Окремі індикатори цифрової конкурентоспроможності потенційних країн-партнерів ПРАТ «МХП»

Індекс	Угорщина	Румунія	Чехія
Комунікаційні технології	42	25	28
Абоненти мобільного мережі	14	55	29
Бездротовий доступ до мережі	54	40	27
Користувачі Інтернету	34	50	35

Джерело: складено автором на основі [30]

Оцінку привабливості ринків обраних країн будемо здійснювати на основі міжнародних рейтингів, які є сьогодні дієвим джерелом отримання інформації про середовище будь-якої країни та можливості ефективного ведення бізнесу у ній, саме: індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index), рейтинг економічної свободи (Economy Freedom Index) та індекс легкості ведення бізнесу (Doing business).

Одним з найбільш складних за методикою розрахунку з огляду на велику кількість індикаторів різної природи, які враховуються при обчисленні, є індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index).

При оцінці країни за цим підходом до уваги беруться показники економічного розвитку, ефективності державного управління, якості інфраструктури, відкритості ринків, інноваційної активності. Загалом, положення будь-якої країни у цьому рейтингу дозволяє зробити висновок про соціально-економічний рівень її розвитку, що робить його дієвим інструментом оцінки її інвестиційної привабливості.

З-поміж переліку усіх показників, на основі яких розраховується індекс глобальної конкурентоспроможності, було обрано найбільш релевантні до сфери діяльності підприємства (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Окремі індикатори глобальної конкурентоспроможності потенційних
країн-партнерів ПРАТ «МХП»**

	Угорщина	Румунія	Чехія
Соціальний капітал	49,4	48,7	50
Макроекономічна стабільність	55,7	61,1	62,3
Внутрішня конкуренція	64,2	72,0	68,4
Культура ведення бізнесу	90	89,7	100
Корпоративне управління	43,6	44,9	54,7
Навики робочої сили	69,2	52	58,4
Відкритість торгівлі	44,9	54,2	53,4
Дослідження та розвиток	60	56,6	53
Проникнення інформаційних технологій	91,3	88,4	61,7
Навики майбутньої робочої сили	40,9	48,1	93,6
Стабільність фінансової системи	48,6	34,8	57,6

Джерело: сформовано автором за даними [14]

Як видно з табл. 2.3, найвищі показники з-поміж обраних країн має Чехія: вона випереджає решту країн за якістю соціального капіталу, корпоративного управління, рівнем макроекономічної стабільності навиками наявної робочої сили, відкритістю торгівлі. Стабільністю фінансової системи, культурою ведення бізнесу та динамікою досліджень. Водночас необхідно відзначити, що у цілому суттєвого розриву між країнами немає (хоча Румунія за низкою показників є слабшою за інші досліджувані держави), і таким чином після виходу на ринок Чехії і закріплення на ньому доцільно буде розглядати Угорщину та Румунію як подальші цілі для підприємства. Особливу увагу слід звернути на показник проникнення інформаційних технологій, найкращій показник за цією складовою має Чехія (61,7).

Наступним рейтингом, дані якого було нами використано для оцінки середовища потенційних країн-партнерів ПРАТ «МХП» є рейтинг економічної свободи. (табл.2.4).

Таблиця 2.4

**Окремі індикатори економічної свободи потенційних країн-партнерів ПРАТ
«МХП»**

	Угорщина	Румунія	Чехія
Юридична ефективність	52,4	63,1	56,8
Податковий тиск	83,6	94,3	79,1
Фіскальне здоров'я	83,3	78,9	98,1
Свобода ведення бізнесу	59,9	59,7	68,8
Фінансова свобода	79	50	80

Джерело: сформовано автором за даними [15]

Як видно з табл. 2.4, за даними цього рейтингу Румунія є лідером серед розглянутих країн за рівнем юридичної ефективності та податкового тиску, у той час як за рівнем фінансової свободи та фіскальним здоров'ям позиції країни є найгіршими. Водночас за показниками свободи ведення бізнесу, фіскального здоров'я та фінансової свободи Чехія залишається найпривабливішою для ПРАТ «МХП» країною.

З-поміж показників рейтингу Doing business були обрані ті показники, які мають високий рівень впливу на ведення зовнішньоторговельної діяльності вітчизняних підприємств (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Окремі індикатори рейтингу Doing Business потенційних країн-партнерів
ПРАТ «МХП»**

	Заснування бізнесу	Стягнення податків	Виконання контрактів	Отримання кредитів	Торгівля через кордон
Угорщина	87,9	75	73,8	100	71
Румунія	83,9	80	80,3	100	72,3
Чехія	83,6	70	81,4	100	56,4

Джерело: сформовано автором за даними [13]

Дані свідчать, що за привабливістю економіки для заснування бізнесу лідером з-поміж обраних країн є Угорщина, за доступністю кредитів та виконання контрактів - Румунія, за податковим навантаженням – Чехія. При цьому усі розглянуті нами країни є відкритими до міжнародної співпраці.

Загалом, розрахунок середнього рівня привабливості країн на основі розглянутих індикаторів дозволив зробити висновок, що ринок Чехії є найбільш цікавим для ПРАТ «МХП», у той час як решта країн за своїми характеристиками є дуже близькими (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

**Характеристика привабливості ринків потенційних країн-партнерів
ПРАТ «МХП» на основі глобальних рейтингів**

Індикатор	Угорщина	Румунія	Чехія
Середнє значення показників рейтингу глобальної конкурентоспроможності	59,80	59,19	64,84
Середнє значення показників рейтингу економічної свободи	71,64	69,20	76,56
Середнє значення показників рейтингу Doing Business	81,54	83,29	78,27
Рівень привабливості зовнішнього ринку	70,99	70,56	73,22

Джерело: складено автором на основі Додатку «З»

Таким чином, у найближчій перспективі ПРАТ «МХП» доцільно сформувавши план виходу на ринок Чехії, після закріплення на якому підприємству доцільно буде здійснити спробу одночасного налагодження контактів з клієнтами з інших розглянутих нами країн. Розширення міжнародної діяльності є наразі оптимальним для підприємства шляхом збільшення обсягів діяльності, і перехід усього світу до онлайн формату створює для компанії додаткові можливості реалізувати свій потенціал.

2.2. Пріоритети розвитку та пропозиції щодо вдосконалення віртуальних форм міжнародного бізнесу ПРАТ «МХП»

У найближчій перспективі ПРАТ «МХП» доцільно сформувавши план виходу на ринок Чехії, після закріплення на якому підприємству доцільно буде здійснити спробу одночасного налагодження контактів з клієнтами з інших розглянутих нами країн, щодо експорту нової продукції розглянутого підприємства. Розширення асортименту експорту є наразі оптимальним для підприємства шляхом збільшення обсягів діяльності, і перехід усього світу до віртуального формату створює для компанії додаткові можливості реалізувати свій потенціал.

Враховуючи особливості представленої продукції зручним для перевезення та збереження буде товар, який матиме більший термін придатності (ніж м'ясо птиці) та вищу додану вартість, задля збільшення прибутку. Тому, я вважаю, що товар ТМ Башинський, що виробляє м'ясопереробну продукцію. На сьогоднішній день ТМ «Башинський» входить до ТОП-5 найбільших м'ясопереробних компаній України.

За обсягами виробництва у натуральних показниках та за даними звіту Держкомстату на початок 2020 року, ТМ «Башинський» займає друге місце в країні серед інших виробників з часткою ринку 14% [29].

А за даними дослідження Nielsen, 55% знання серед українців, № 1 за споживацькими вподобаннями в конкурсі «Фаворити Успіху» в категорії «сосиски-сардельки» [29].

В асортименті компанії представлено сосиски, варена ковбаса, сардельки, ковбасні делікатеси, кулінарні вироби, сендвічі, снеки та заморожені готові продукти [29].

Оптимальним варіантом при виході на іноземний ринок для ПРАТ «МХП» є європейська країна, а саме Чехія, та поєднання традиційних засобів комунікацій з нетрадиційними. Цільова аудиторія даних каналів може не пересікатися, що значно підвищить ефективність їх використання. Розглянемо основні засоби просування

На основі проведеного дослідження, були розроблені пропозиції для впровадження віртуального підприємництва ПРАТ «МХП» на зовнішніх ринках:

- Посилення інформаційного впливу на потенційних іноземних клієнтів.
- Розробка окремого нового англomовного сайту для ТМ Башинський, орієнтованого на співробітництво в мережевій структурі (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

**Основні інструменти розробки програми розвитку просування продукції
ПРАТ «МХП» зовнішній ринок ЄС (Чехія)**

<i>Заходи</i>	<i>Особливість використання у процесі розширення зовнішнього ринку</i>	<i>Очікувані результати від використання</i>
Посилення інформаційного впливу на потенційних іноземних клієнтів	Розміщення інформації про підприємство та його продукції на інформаційних ресурсах ЄС	Розширення клієнтської бази
Розробка окремого нового сайту, орієнтованого для зарубіжного покупця	Потрібно сформулювати новий сайт, на якому буде міститися інформація про продукцію	Ефектом від впровадження нового сайту буде посилення іміджу компанії на європейському ринку

Джерело: складено автором

Для розрахунку прогнозу на 2021 - 2023 рр. без урахування вдосконалень, що були запропоновані, необхідно розглянути фінансову звітність за останні 5 років діяльності компанії (Додаток А-Е). Результати розрахунку вказаний в табл. 2.8. Методи розрахунку наведені в додатку Ж.

Таблиця 2.8

**Прогноз результатів діяльності ПРАТ «МХП»
на 2021-2023 рр., тис.грн (без урахування пропозиції)**

Показники	Факт	Прогноз		
	2020	2021	2022	2023
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ЧД	5 897 449	10304230,00	14711011,00	19117792,00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), СВ	-4914873	-8712293,33	-12509713,67	-16307134,00

Продовження табл. 2.8

1	2	3	4	5
Валовий прибуток, ВП	948059	19016523,33	27220724,67	35424926,00
Інші операційні доходи, ІД	-51439	-61443	-71447	-81451
Адміністративні витрати, АВ	-13351	104	13559	27014
Витрати на збут, ВЗ	795828	1521657,00	2247486	2973315
Інші операційні витрати, ІОВ	-7853	161222,667	330298,3333	499374
Фінансовий результат від операційної діяльності прибуток, ФР	106730	17272096,67	24557934,33	31843772,00
Інші фінансові доходи, Діф	-479	-479	-479	-479
Інші доходи, Ід	0	0	0	0
Фінансові витрати, ФВ	-1195	-1195	-1195	-1195
Фінансовий результат до оподаткування, ФРоп	107370	17272812,67	24558650,33	31844488,00
Витрати (дохід) з податку на прибуток, Пп	0	3422974,2	4899730,44	6376486,68
Чистий фінансовий результат: прибуток, ЧП	85116	13849838,47	19658919,89	25468001,32

Джерело: виконано на основі Додатку А-Е.

Бюджет витрат на заходи з просування продукції на ринок ЄС наведено у табл. 2.9. Отже, бюджет заходів на впровадження віртуальній торгівлі підприємства на ринок ЄС становить 2 977 тис. грн та 300000 грн щорічно.

Таблиця 2.9

Можливі витрати та результати від реалізації експортної стратегії ПРАТ «МХП» на території Чехії

Пропозиція	Можливі витрати на реалізацію	Очікуваний дохід
Адресна розсилка презентаційних матеріалів для європейських компаній	Додатково 300000 грн щорічно	Очікуваний дохід компанії 15% від загального обороту щорічно
Створення окремого англомовного сайту, орієнтованого для зарубіжного покупця	Витрати на розширення складатимуть 8% (2 977 тис. грн) від вартості основних засобів	

Джерело: складено автором

Виходячи з табл. 2.8, необхідно провести аналогічне прогнозування, але з коригуванням в залежності від потенційних витрат та прибутку від діяльності (табл. 2.10). Щорічно дохід компанії за прогнозними даними має становити 15% від загального обороту компанії.

Таблиця 2.10

**Прогноз можливих результатів діяльності ПРАТ «МХП» на 2021-2023 рр.,
тис. грн (з урахування пропозиції)**

Показники	Факт	Прогноз		
	2020	2021	2022	2023
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ЧД	5 897 449	11188847,35	11188847,35	11188847,35
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), СВ	-4914873	-8709316,33	-8709316,33	-8709316,33
Валовий прибуток, ВП	948059	19898163,68	19898163,68	19898163,68
Інші операційні доходи, ІД	-51439	-61443	-61443	-61443
Адміністративні витрати, АВ	-13351	104	104	104
Витрати на збут, ВЗ	795828	1721657,00	1721657,00	1721657,00
Інші операційні витрати, ІОВ	-7853	164944,6667	164944,6667	164944,6667
Фінансовий результат від операційної діяльності прибуток, ФР	106730	21723426,35	21723426,35	21723426,35
Інші фінансові доходи, Діф	-479	-479	-479	-479
Інші доходи, Ід	0	0	0	0
Фінансові витрати, ФВ	-1195	-1195	-1195	-1195
Фінансовий результат до оподаткування, ФРоп	107370	3258621,35	3258621,35	3258621,35
Витрати (дохід) з податку на прибуток, Пп	0	3581669,463	3581669,463	3581669,463
Чистий фінансовий результат: прибуток, ЧП	85116	-323048,11	-323048,11	-323048,11

Джерело: виконано на основі Додатку А-Е.

Додатково необхідно включити наступні статті витрат до прогнозу: витрати розробку сайту розмірі 2 977 тис. грн (8% від вартості основних засобів), в які вже враховано складські послуги; інші операційні витрати (пов'язані з розробкою дистрибуційної політики) в розмірі 300000 грн щорічно.

Звісно потрібно очікувати підвищення такої статті розходів, як адміністративні витрати, адже разом з доходом буде збільшуватися сума податків, яку підприємство має виплатити державі.

Розглядати тенденцію розвитку фінансових показників з та без урахування пропозицій для вдосконалення діяльності підприємства було проведено на основі прогнозу на 2023 рік, адже прогноз був створений пропорційно до попередніх років. Це допоможе нам побачити зміни в довгостроковій перспективі.

Ми можемо спостерігати покращення фінансових результатів ПРАТ «МХП», незважаючи на те що інші операційні витрати підвищились (2 977 тис. грн щорічно) та витрати на розробку дистрибуційної політики збільшились (300 000 грн щорічно), чистий прибуток від реалізації продукції збільшився на 136 896,97 тис. грн, та чистий дохід від реалізації продукції підвищився, але незначно. Незважаючи на це за рахунок розроблених пропозицій було перекрито збитки за період пандемії, через це стрімкий ріст чистого прибутку не спостерігається.

Отже, результат даного прогнозування щодо виходу ПРАТ «МХП» на ринок європейської країни, а саме Чехії, з продукцією ТМ Бащинський є ефективним та позитивно відобразиться на фінансових показниках підприємства.

Висновки до розділу 2

З огляду на те, що переважна частина доходів підприємства формується у сфері експорту, у якості потенційних країн-партнерів для розширення клієнтської мережі підприємству доцільно обрати Угорщину, Румунію та Чехію – країни, бізнес-середовище яких є близьким до українського, а ринок відкритий для діяльності міжнародних компаній, які також можуть виступати замовниками послуг досліджуваного підприємства.

У найближчій перспективі ПРАТ «МХП» доцільно сформувавши план виходу на ринок Чехії з новою продукцією, після закріплення на якому, підприємству доцільно буде здійснити спробу одночасного налагодження контактів з клієнтами з інших розглянутих нами країн. Розширення асортименту експорту є наразі оптимальним для підприємства шляхом збільшення обсягів діяльності, і перехід усього світу до онлайн формату створює для компанії додаткові можливості.

Для експорту нової одиниці асортименту був обраний ТМ Бащинський, що виробляє м'ясопереробну продукцію.

На основі проведеного дослідження, були розроблені пропозиції для впровадження віртуального підприємництва ПРАТ «МХП» на зовнішніх ринках:

- Посилення інформаційного впливу на потенційних іноземних клієнтів.
- Розробка нового англomовного сайту для ТМ Бащинський, орієнтованого на співробітництво в мережевій структурі.

В зв'язку з цим збільшаться витрати на збут в розмірі 2 977 тис. грн (8% від вартості основних засобів), в які вже враховано складські послуги та інші операційні витрати (пов'язані з розробкою дистрибуційної політики) в розмірі 300000 грн щорічно.

В результаті введення пропозицій чистий прибуток від реалізації продукції підприємства збільшився на 136 896,97 тис. грн, та чистий дохід від реалізації продукції підвищився, але незначно. Незважаючи на це за рахунок розроблених пропозицій було перекрито збитки за період пандемії, через це стрімкий ріст чистого прибутку не спостерігається.

Отже, результат даного прогнозування щодо виходу ПРАТ «МХП» на ринок європейської країни, а саме Чехії, з ТМ Бащинський є ефективним та позитивно відобразиться на фінансових показниках підприємства.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В умовах, що склалися на протязі останніх років динамізацією усіх процесів характеризується розширенням потреб споживачів та підвищенням їх вимог до товарів та послуг, за допомогою яких ці потреби задовольняються, та підвищенням рівня інноваційності господарства, важливим напрямком розвитку міжнародного співробітництва є його перехід у віртуальну площину. Тенденцію до диджиталізації усіх сфер життя, у тому числі і підприємницької діяльності, набула піку своєї актуальності, в результаті значна частина елементів бізнес-середовища поступово переходила в онлайн режим.

Зважаючи на науковий доробок Тимашова Л.А., Козлова В.П., Лещенко В.А., Шейко О.Ю, що аналізує реалізацію та підтримку роботи віртуального підприємства можна зробити висновок, що це нова концепція виробництва, зорієнтована на замовника.

Основним видом діяльності Приватного Акціонерного Товариства «МХП» (далі ПРАТ "МХП") (код ЄДРПОУ 25412361) є оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами (КВЕД 46.32).

ПРАТ «МХП» активно спрямований на цифрову трансформацію, задля оновлення, оптимізації та автоматизації ключового бізнесу процесів в сучасних умовах. В свої діяльності компанія використовує наступні віртуальні форми своєї діяльності: сайт ПРАТ «МХП» та сайти торгових марок, що представлені; онлайн-платформи для участі в тендерних закупках; мобільний додаток, запроваджений з метою єдиного обміну інформацією між структурними підрозділами агродіяльності «МХП» і зовнішніми постачальниками матеріалів та послуг; внутрішня система для ведення документообігу та віддаленої роботи співробітників в умовах карантину.

Оскільки ПРАТ «МХП» має вдалий досвід роботи з віртуальним підприємництвом на вітчизняному ринку, було розглянуто можливість впровадити її в роботу на закордонному ринку.

ПРАТ «МХП» має стабільні фінансові показники, що значно сприятиме формуванню віртуального підприємництва на закордонному ринку. Разом з цим компанія підтримує сучасні тенденції в виробництві та реінвестує дохід в подальший розвиток виробництва та в удосконалення цього вже наявних віртуальних бізнес-процесів, завдяки чому має значні конкурентні переваги на українському та зарубіжних ринках.

Переважаюча частина доходів ПРАТ «МХП» формується у сфері експорту, і для поступового збільшення обсягів діяльності та підвищення рентабельності підприємству доцільно розглянути можливість виходу на нові ринки. Для аналізу було обрано наступні потенційні ринки: Угорщину, Румунію та Чехію (країни, бізнес-середовище яких є близьким до українського). Ці країни наразі є партнерами України в співробітництві в сфері торговельних відносин та мають сприятливі умови для їх подальшого розвитку.

У найближчій перспективі ПРАТ «МХП» було обрано сформуванню плану виходу на ринок Чехії з новою продукцією, адже, вона має високі технологічні показники, що є важливим фактором для створення віртуальної платформи з метою оптової торгівлі продукцією.

Розширення асортименту експорту є наразі оптимальним для підприємства шляхом збільшення обсягів діяльності, і перехід усього світу до онлайн формату створює для компанії додаткові можливості. Враховуючи особливості представленої продукції зручним для перевезення та збереження буде товар, який матиме більший термін придатності (ніж м'ясо птиці) та вищу додану вартість, задля збільшення прибутку. Тому, я вважаю, що товар ТМ Бащинський, що виробляє м'ясопереробну продукцію.

На основі проведеного дослідження, були розроблені пропозиції для впровадження віртуального підприємництва ПРАТ «МХП» на зовнішніх ринках:

- Посилення інформаційного впливу на потенційних іноземних клієнтів.
- Розробка нового англomовного сайту для ТМ Бащинський, орієнтованого на співробітництво в мережевій структурі.

Додатково були включені наступні статті витрат до прогнозу: витрати на збут в розмірі 2 977 тис. грн (8% від вартості основних засобів), в які вже враховано складські послуги; інші операційні витрати (пов'язані з розробкою дистрибуційної політики) в розмірі 300000 грн щорічно.

Розглядаючи тенденцію розвитку фінансових показників з та без урахування пропозицій для вдосконалення діяльності підприємства, спостерігалось покращення фінансових результатів ПРАТ «МХП», незважаючи на те що інші операційні витрати підвищились та витрати на розробку дистрибуційної політики збільшилися.

Чистий прибуток від реалізації продукції збільшився на 136 896,97 тис. грн, та чистий дохід від реалізації продукції підвищився, але незначно.

За рахунок розроблених пропозицій було перекрито збитки за період пандемії, через це стрімкий ріст чистого прибутку не спостерігається. Незважаючи на це, результат даного прогнозування щодо виходу ПРАТ «МХП» на ринок європейської країни, а саме Чехії, з ТМ Башинський є ефективним та позитивно відобразиться на фінансових показниках підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабич Т. О. Нові форми підприємництва в умовах віртуалізації глобальної економіки [Електронний ресурс] / Т. О. Бабич // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. - 2017. - Т. 22, Вип. 7. - С. 13-18. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2017_22_7_4
2. Глушевський В. В. Проектування організаційних інновацій: модель віртуальної організаційної структури управління підприємством [Електронний ресурс] / В. В. Глушевський // Технологический аудит и резервы производства. - 2016. - No 4(6). - С. 4-9. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2016_4\(6\)_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2016_4(6)_2)
3. Голіонко Н. Г. Віртуальні технології як передумова розвитку конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Н. Г. Голіонко, А. М. Островська. // Ефективна економіка. - 2020. - No 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_1_37
4. Дяченко Р. О. Віртуалізація підприємницької діяльності в умовах інформатизації суспільства [Електронний ресурс] / Р. О. Дяченко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2015. Вип. 62. - С. 222-231. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpqgvzdia_2015_62_23
5. Калінеску Т. В. Кластери підприємств: віртуальність та практика застосування [Електронний ресурс] / Т. В. Калінеску // Часопис економічних реформ. - 2019. - No 1. - С. 82-89. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Cher_2019_1_14
6. Павленко В. М. Проблеми інформатизації логістичних процесів при створенні віртуальних підприємств [Електронний ресурс] / В. М. Павленко, І. В. Шостак, М. О. Данова, О. І. Морозова // Радіоелектронні і комп'ютерні системи. - 2016. - No 6. - С. 152-157. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/recs_2016_6_25

7. Резниченко Р. В. Прийняття рішень для віртуальних підприємств з використанням рішень Кіні і Райфа в умовах невизначеності [Електронний ресурс] / Р. В. Резниченко, Л. А. Тимашова // Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем. - 2015. - Вип. 20. - С. 309-317. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/emmses_2015_20_18
8. Рудь Н. Т. Віртуальні підприємства: сутність та доцільність використання в інноваційній діяльності [Електронний ресурс] / Н. Т. Рудь, М. Мохнар // Економічний форум. - 2016. - № 4. - С. 197-207. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2016_4_30
9. Соколовський С. А. Моделювання інноваційної діяльності віртуального підприємства в умовах інформаційної економіки [Електронний ресурс] / С. А. Соколовський // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2017. - Вип. 57. - С. 120-128. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2017_57_18
10. Устенко О. В. Розроблення моделей віртуальних підприємств [Електронний ресурс] / О. В. Устенко, Р. В. Пендюрін // Збірник наукових праць Українського державного університету залізничного транспорту. - 2015. - Вип. 158(2). - С. 137-140. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpudazt_2015_158\(2\)_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpudazt_2015_158(2)_27)
11. Устенко О. В. Удосконалення систем автоматизації віртуальних підприємств [Електронний ресурс] / О. В. Устенко, А. В. Рева // Збірник наукових праць Українського державного університету залізничного транспорту. - 2015. - Вип. 158(2). - С. 135-137. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpudazt_2015_158\(2\)_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpudazt_2015_158(2)_26)
12. Digital economy report 2021: Cross-border data flows and development: For whom the data flow [електронний ресурс]. – режим доступу: https://unctad.org/system/files/official-document/der2021_en.pdf
13. Doing business 2020. [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/688761571934946384/pdf/Doing-Business-2020-Comparing-Business-Regulation-in-190-Economies.pdf>

14. Global Competitiveness Report 2019. [електронний ресурс]. – режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
15. Index of Economic Freedom 2021 [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.heritage.org/index/ranking>
16. Technology and innovation report 2021: Catching technological waves Innovation with equity [електронний ресурс]. – режим доступу: https://unctad.org/system/files/official-document/tir2020_en.pdf
17. What's next for remote work: An analysis of 2,000 tasks, 800 jobs, and nine countries [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/whats-next-for-remote-work-an-analysis-of-2000-tasks-800-jobs-and-nine-countries#>
18. Size of the management consulting market worldwide 2011-2020 [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/466460/global-management-consulting-market-size-by-sector/>
19. WTO Statistics on trade in commercial services [електронний ресурс]. – режим доступу: https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/tradeserv_stat_e.htm
20. Тимашова Л.А., Козлова В.П., Лещенко В.А., Шейко О.Ю. Інформаційна підтримка організації віртуальних підприємств: Тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції “Проблеми впровадження ІТ в економіці”. – Ірпінь, 2018
21. Fedulova, L.I. (2015), “Prerequisites for the formation of information and technological infrastructure of trade enterprises”, *Marketynh i menedzhment innovatsij*, vol. 1, pp. 73-86.
22. Illiashenko, S.M. and Ivanova, T.Ye. (2014), “Prospects and main problems of development of Internet trade in Ukraine”, *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, vol. 3 pp. 72-81.
23. Юлия Андреевна Шеремет, Світлана Олександрівна Пермінова, Юлія Шеремет // Віртуальне підприємство як ефективна форма організації

- зовнішньоекономічної діяльності компанії // Наукові конференції України, VIII Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні підходи до управління підприємством» // Остання редакція: 2015-04-22
24. О.І. Романчук, Т.О. Біляк // ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ // Житомирський державний технологічний університет”. – Житомир, 2019
25. Офіційний сайт ПрАТ МХП агроіндустріальний холдинг // Про компанію // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mhp.com.ua/uk/pro-kompaniiu>
26. Офіційний сайт ПрАТ МХП агроіндустріальний холдинг // Наші бренди // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mhp.com.ua/uk/pro-kompaniiu>
27. MHP Agro and Industrial holding // A LEADING INTERNATIONAL AGRO - INDUSTRIAL COMPANY ANNUAL REPORT AND ACCOUNTS 2020 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://api.next.mhp.com.ua/images/45ee7/4173c/cc8c9485b677b.pdf>
28. Офіційний сайт ПрАТ МХП агроіндустріальний холдинг // Бренди експорту // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mhp.com.ua/uk/nashi-brendy/brendy-eksportu>
29. Офіційний сайт ПрАТ МХП агроіндустріальний холдинг // ТМ Башинський // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mhp.com.ua/uk/nashi-brendi/tm-bashchynskiy>
30. International Institute for Management Development // World Digital Competitiveness Ranking 2021 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness/>
31. Statista // Growth in GDP and trade volume worldwide from 2007 to 2022 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/1032199/global-growth-gdp-trade/>
32. Statista // Global Purchasing Manager Index (PMI) for manufacturing and new export orders from January 2018 to August 2021 // [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/1032013/global-purchasing-manager-index-manufacturing-new-export-orders/>

33. WTO // Trade shows signs of rebound from COVID-19, recovery still uncertain //

[Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://www.wto.org/english/news_e/pres20_e/pr862_e.htm

34. Єдиний експортний портал Дія Бізнес.Експорт // Угорщина // [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <https://export.gov.ua/country/112-ugorshchina>

35.Єдиний експортний портал Дія Бізнес.Експорт // Румунія // [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <https://export.gov.ua/country/105-rumuniia>

36.Єдиний експортний портал Дія Бізнес.Експорт // Чехія // [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <https://export.gov.ua/country/117-chehiia>

37. Office of national statistic // Internet sales as a percentage of total retail sales (ratio)

(%) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.ons.gov.uk/businessindustryandtrade/retailindustry/timeseries/j4mc/drsl>

38. UNCTAD // ESTIMATES OF GLOBAL E-COMMERCE 2019 AND

PRELIMINARY ASSESSMENT OF COVID-19 IMPACT ON ONLINE RETAIL

2020 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d18_en.pdf

ДОДАТКИ

Додаток А

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	Коди
ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "МХП"	за ЄДРПОУ	2016 12 31
Територія	за КОАТУУ	25412361
Організаційно-правова форма господарювання	за КОПФГ	3222285600
Вид економічної діяльності	за КВЕД	232
Середня кількість працівників, осіб		46.32
Одиниця виміру:		
Адреса, телефон		

Україна, 08800, Київська обл., Кагарлицький р-н, місто Миронівка, вул.Елеваторна, будинок 1

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2016 р.

Актив	Форма № 1-м Код за ДКУД		1801001
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	13 195	22 742
первісна вартість	1001	29 508	25 378
накопичена амортизація	1002	(16 318)	(22 892)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 378 396	883 575
Основні засоби :	1010	7 437 533	20 231 409
первісна вартість	1011	10 738 981	25 363 143
знос	1012	(3 287 458)	(5 283 746)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	570 377	604 394
Інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	44 237	17 480
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	52 289	62 424
Усього за розділом I	1095	9 496 027	21 822 024
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	1 375 328	1 929 399
виробничі запаси	1101	1 375 328	1 929 399
Незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	29 952	53 943
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансам	1130	-	-
з бюджету	1135	4 615 839	6 511 748
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 151 238	7 748 328
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	337 389	1 284 002
Готівка	1166	-	-
рахунки в банках	1167	337 389	1 284 002
Витрати майбутніх періодів	1170	4 942 746	6 002 746
Інші оборотні активи	1190	144 983	192 597
Усього за розділом II	1195	14 422 165	22 438 761
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вилучення	1200	-	-
Баланс	1300	29 584 891	38 968 286

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	786 927	786 927
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	16 732	11302467
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-11 215 328	-13 523 345
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	-10 411 669	-1 433 951
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	15 327 748	16839366
Інші довгострокові зобов'язання	1515	226 398	156 126
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	15 554 146	16995492
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	1204372	1 835 473
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	3826288	3 715 378
товари, роботи, послуги	1615	14 310 437	16 500 348
розрахунками з бюджетом	1620	4 278	6 632
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	4 827	5 372
розрахунками з оплати праці	1630	19 363	24 466
За одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	5 072 849	6 869 927
Усього за розділом III	1695	24 442 414	23 406 745
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	29 584 891	38 968 286

1. Звіт про фінансові результати за Рік 2020 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	12 700 378	10 700 654
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(9 632 326)	(8 253 323)
Валовий			
Прибуток	2090	3 020 298	2 463 193
Збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	7 324 918	14 169 934
Адміністративні витрати	2130	596 377	582 579
Витрати на збут	2150	1 725 474	1 248 367
Інші операційні витрати	2180	(9 250 251)	(19 197 381)
Фінансовий результат від операційної діяльності			
Прибуток	2190	-	-
Збиток	2195	1 173 388	4 472 388
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	241 946	20 119
Інші доходи	2240	118 461	39 952
Фінансові витрати	2250	1 368 478	776 255
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	(137 826)	(39 467)
Фінансовий результат до оподаткування			
Прибуток	2290	-	-
Збиток	2295	2 278 283	5 139 237
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(7 644)	(26 459)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат			
Прибуток	2350	-	-
Збиток	2355	2 208 178	5 131 433

Додаток Б

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди		
ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "МХП"	за ЄДРПОУ	2017	12	31
Територія	за КОАТУУ	25412361		
Організаційно-правова форма господарювання	за КОПФГ	3222285600		
Вид економічної діяльності	за КВЕД	232		
Середня кількість працівників, осіб		46.32		
Одиниця виміру:	тис. грн без десяткового знака			
Адреса, телефон	Україна, 08800, Київська обл., Кагарлицький р-н, місто Миронівка, вул.Елеваторна, будинок 1			

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2017 р.**

Актив	Форма № 1-м Код за ДКУД		1801001
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	22 742	49 427
первісна вартість	1001	25 378	90 783
накопичена амортизація	1002	(22 892)	(40 928)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	883 575	2 054 755
Основні засоби :	1010	20 231 409	22 834 094
первісна вартість	1011	25 363 143	29 536 436
знос	1012	(5 283 746)	(6 687 467)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	604 394	2 103 943
Інші фінансові інвестиції	1035	-	1 244
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	17 480	74 804
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	62 424	71 244
Усього за розділом I	1095	21 822 024	27 189 511
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	1 929 399	633 939
виробничі запаси	1101	1 929 399	633 939
Незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	-	-
Говари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	53 943	3 655 439
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансам	1130	-	2 747 488
з бюджету	1135	6 511 748	231 487
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	7 748 328	5 384 283
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 284 002	784 024
Готівка	1166	-	-
рахунки в банках	1167	1 284 002	784 024
Витрати майбутніх періодів	1170	6 002 746	-
Інші оборотні активи	1190	192 597	202 975
Усього за розділом II	1195	22 438 761	14 423 659
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	38 968 286	41 613 170

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	786 927	786 927
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	11 302 467	14 103 676
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-13 523 345	-21 293 453
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	(1 433 951)	(6 402 850)
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	16839366	3 809 636
Інші довгострокові зобов'язання	1515	156 126	17 360 921
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	16 995 492	21 170 557
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	1 835 473	273 734
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	3 715 378	2 783 363
товари, роботи, послуги	1615	16 500 348	10 419 738
розрахунками з бюджетом	1620	6 632	7 828
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	5 372	10 724
розрахунками з оплати праці	1630	24 466	27 666
За одержаними авансами	1635	-	62 345
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	6 869 927	9 791 007
Усього за розділом III	1695	23 406 745	23 376 405
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	38 968 286	41 613 170

1. Звіт про фінансові результати за
Рік 2017 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007	
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	17 850 783	12 700 378
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(13 136 268)	(9 632 326)
Валовий			
Прибуток	2090	4 708 928	3 020 298
Збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	13 342 218	7 324 918
Адміністративні витрати	2130	1 361 717	596 377
Витрати на збут	2150	2 025 754	1 725 474
Інші операційні витрати	2180	(14 150 251)	(9 250 251)
Фінансовий результат від операційної діяльності			
Прибуток	2190	543 828	-
Збиток	2195	-	1 173 388
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	44 046	241 946
Інші доходи	2240	93 619	118 461
Фінансові витрати	2250	2 183 748	1 368 478
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	(440 286)	(137 826)
Фінансовий результат до оподаткування			
Прибуток	2290	-	-
Збиток	2295	1 885 823	2 278 283
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(504)	(7 644)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат			
Прибуток	2350	-	-
Збиток	2355	1 845 718	2 208 178

Додаток В

Підприємство

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "МХП"

Дата(рік,місяць,число)

за ЄДРПОУ

Територія Київська обл., Кагарлицький р-н

за КОАТУУ

Організаційно-правова форма господарювання приватне акціонерне товариство

за КОПФГ

Вид економічної діяльності оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами

за КВЕД

Середня кількість працівників, осіб 332

Одиниця виміру: тис. грн без десяткового знака

Адреса, телефон Україна, 08800, Київська обл., Кагарлицький р-н, місто Миронівка, вул.Елеваторна, будинок 1

Коди		
2018	12	31
25412361		
322285600		
232		
46.32		

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2018 р.**

Форма № 1-м Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	49 427	85 274
первісна вартість	1001	90 783	150 830
накопичена амортизація	1002	(40 928)	(71 289)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	2 054 755	1 641 575
Основні засоби :	1010	22 834 094	11 539 941
первісна вартість	1011	29 536 436	13 536 436
знос	1012	(6 687 467)	(1 607 676)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	2 103 943	2 003 463
Інші фінансові інвестиції	1035	1 244	874
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	74 804	12 048
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	71 244	86 454
Усього за розділом I	1095	27 189 511	15 369 629
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	633 939	1 831 309
виробничі запаси	1101	633 939	1 831 309
Незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	3 655 439	2 754 319
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансам	1130	2 747 488	3 341 828
з бюджету	1135	231 487	305 827
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	5 384 283	4 504 833
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	784 024	1 083 247
Готівка	1166	-	-
рахунки в банках	1167	784 024	1 083 247
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	202 975	1 002 175
Усього за розділом II	1195	14 423 659	15 906 785
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	41 613 170	31 276 414

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	786 927	786 927
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	14 103 676	5 432 716
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(21 293 453)	(19 812 052)
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	(6 402 850)	(13 592 409)
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	3 809 636	2 991 326
Інші довгострокові зобов'язання	1515	17 360 921	18 004 231
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	21 170 557	20 995 557
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	273 734	1 476 374
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	2 783 363	3 287 633
товари, роботи, послуги	1615	10 419 738	6 194 368
розрахунками з бюджетом	1620	7 828	10 028
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	10 724	19 244
розрахунками з оплати праці	1630	27 666	40 646
За одержаними авансами	1635	62 345	78 846
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	9 791 007	5 061 957
Усього за розділом III	1695	23 376 405	12 881 463
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	41 613 170	31 276 414

1. Звіт про фінансові результати за Рік 2018 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	34 457 803	17 850 783
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(26 937 628)	(13 136 268)
Валовий			
Прибуток	2090	7 538 298	4 708 928
Збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	16 442 185	13 342 218
Адміністративні витрати	2130	1 701 178	1 361 717
Витрати на збут	2150	2 525 547	2 025 754
Інші операційні витрати	2180	(16 050 518)	(14 150 251)
Фінансовий результат від операційної діяльності			
Прибуток	2190	3 786 281	543 828
Збиток	2195	195 365	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	234 546	44 046
Інші доходи	2240	93 619	93 619
Фінансові витрати	2250	3 839 482	2 183 748
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	(2 307 862)	(440 286)
Фінансовий результат до оподаткування			
Прибуток	2290	3 965 239	-
Збиток	2295	-	1 885 823
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-	(504)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат			
Прибуток	2350	3 954 183	-
Збиток	2355	-	1 845 718

Додаток Д

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди		
ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "МХІ"	за ЄДРПОУ	2019	12	31
Територія	за КОАТУУ	25412361		
Організаційно-правова форма господарювання	за КОПФГ	322285600		
Вид економічної діяльності	за КВЕД	232		
Середня кількість працівників, осіб		46.32		
Одиниця виміру:		тис. грн без десяткового знака		
Адреса, телефон		Україна, 08800, Київська обл., Кагарлицький р-н, місто Миронівка, вул.Елеваторна, будинок 1		

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2019 р.**

Актив	Код рядка	Форма № 1-м Код за ДКУД	
		На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	85 274	84 274
первісна вартість	1001	150 830	207 301
накопичена амортизація	1002	(71 289)	(110 891)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 641 575	1 641 575
Основні засоби :	1010	11 539 941	9 534 041
первісна вартість	1011	13 536 436	10 363 369
знос	1012	(1 607 676)	(893 763)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	2 003 463	2 247 631
Інші фінансові інвестиції	1035	874	514
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	12 048	25 489
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	86 454	146 541
Усього за розділом I	1095	15 369 629	13 680 065
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	1 831 309	481 094
виробничі запаси	1101	1 831 309	481 094
Незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2 754 319	2 340 197
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансам	1130	3 341 828	4 241 283
з бюджету	1135	305 827	384 278
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 504 833	7 674 313
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 083 247	2 182 473
Готівка	1166	-	-
рахунки в банках	1167	1 083 247	2 182 473
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	1 002 175	1 208 759
Усього за розділом II	1195	15 906 785	20 694 870
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	31 276 414	34 374 935

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	786 927	786 927
Капітал у дооцінках	1405	-	504
Додатковий капітал	1410	5 432 716	5 238 168
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(19 812 052)	(14 812 052)
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	(13 592 409)	(8 786 957)
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	2 991 326	791 262
Інші довгострокові зобов'язання	1515	18 004 231	10 304 319
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	20 995 557	11 095 581
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	1 476 374	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	3 287 633	6 007 323
товари, роботи, послуги	1615	6 194 368	6 007 323
розрахунками з бюджетом	1620	10 028	4 522
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	19 244	27 424
розрахунками з оплати праці	1630	40 646	35 426
за одержаними авансами	1635	78 846	92 461
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	5 061 957	9 561 572
Усього за розділом III	1695	12 881 463	21 736 051
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	31 276 414	34 374 935

1. Звіт про фінансові результати за Рік 2019 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	36 851 033		34 457 803
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(28 907 281)		(26 937 628)
Валовий Прибуток	2090	7 932 981		7 538 298
Збиток	2095	-		-
Інші операційні доходи	2120	20 853		16 442 185
Адміністративні витрати	2130	2 004 728		1 701 178
Витрати на збут	2150	3 225 471		2 525 547
Інші операційні витрати	2180	(130 138)		(16 050 518)
Фінансовий результат від операційної діяльності				
Прибуток	2190	2 562 811		3 786 281
Збиток	2195	-		195 365
Дохід від участі в капіталі	2200	-		-
Інші фінансові доходи	2220	113 463		234 546
Інші доходи	2240	7 593 619		93 619
Фінансові витрати	2250	1 639 822		3 839 482
Втрати від участі в капіталі	2255	-		-
Інші витрати	2270	(3 472 625)		(2 307 862)
Фінансовий результат до оподаткування				
Прибуток	2290	5 005 392		3 965 239
Збиток	2295	-		-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-		-
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-		-
Чистий фінансовий результат				
Прибуток	2350	5 005 392		3 954 183
Збиток	2355	-		-

Додаток Е

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди		
ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "МХП"	за ЄДРПОУ	2020	12	31
Територія	за КОАТУУ	25412361		
Організаційно-правова форма господарювання	за КОПФГ	322285600		
Вид економічної діяльності	за КВЕД	232		
Середня кількість працівників, осіб		46.32		
Одиниця виміру:		тис. грн без десятичного знака		
Адреса, телефон	Україна, 08800, Київська обл., Кагарлицький р-н, місто Миронівка, вул.Елеваторна, будинок 1			

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 р.**

Актив	Код рядка	Форма № 1-м Код за ДКУД	
		На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	84 274	107 384
первісна вартість	1001	207 301	267 037
накопичена амортизація	1002	(110 891)	(159 653)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 641 575	761 562
Основні засоби :	1010	9 534 041	8 604 892
первісна вартість	1011	10 363 369	10 754 358
знос	1012	(893 763)	(2 149 466)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	2 247 631	2 224 223
Інші фінансові інвестиції	1035	514	364
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	25 489	11 936
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	146 541	150 507
Усього за розділом I	1095	13 680 065	11 860 868
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	481 094	508 355
виробничі запаси	1101	481 094	508 355
Незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2 340 197	2 929 737
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансам	1130	4 241 283	1 130 989
з бюджету	1135	384 278	384 278
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	7 674 313	6 414 038
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	100 463
Гроші та їх еквіваленти	1165	2 182 473	2 091 999
Готівка	1166	-	-
рахунки в банках	1167	2 182 473	2 091 999
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	1 208 759	1 100 643
Усього за розділом II	1195	20 694 870	20 607 916
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	34 374 935	32 468 784

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	786 927	786 927
Капітал у дооцінках	1405	504	508
Додатковий капітал	1410	5 238 168	4 328 505
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(14 812 052)	(15 434 522)
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	(8 786 957)	(10 318 581)
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	791 262	695 087
Інші довгострокові зобов'язання	1515	10 304 319	17 721 705
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	11 095 581	18 416 792
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	6 007 323	1 289 812
товари, роботи, послуги	1615	6 007 323	648 721
розрахунками з бюджетом	1620	4 522	14 212
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	27 424	13 540
розрахунками з оплати праці	1630	35 426	45 731
за одержаними авансами	1635	92 461	35 426
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	9 561 572	15 605 122
Усього за розділом III	1695	21 736 051	24 370 573
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	34 374 935	32 468 784

1. Звіт про фінансові результати за Рік 2020 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	35 973 856	36 851 033
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(28 110 066)	(28 907 281)
Валовий			
Прибуток	2090	7 863 790	7 932 981
Збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	485 593	20 853
Адміністративні витрати	2130	2 165 853	2 004 728
Витрати на збут	2150	3 576 132	3 225 471
Інші операційні витрати	2180	(155 481)	(130 138)
Фінансовий результат від операційної діяльності			
Прибуток	2190	2 451 917	2 562 811
Збиток	2195	-	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	97 223	113 463
Інші доходи	2240	2 641 561	7 593 619
Фінансові витрати	2250	1 516 747	1 639 822
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	(5 520 779)	(3 472 625)
Фінансовий результат до оподаткування			
Прибуток	2290	-	5 005 392
Збиток	2295	1 846 825	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-	-
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат			
Прибуток	2350	-	5 005 392
Збиток	2355	1 846 825	-

Методи розрахунків прогнозу на майбутні періоди

Показники	Пояснення
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ЧД	На основі середнього значення
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), СВ	
Валовий прибуток, ВП	$ВП = ЧД - СВ$
Інші операційні доходи, ІД	На основі середнього значення
Адміністративні витрати, АВ	
Витрати на збут, ВЗ	
Інші операційні витрати, ІОВ	
Фінансовий результат від операційної діяльності прибуток, ФР	$ФР = ВП + ІД - АВ - ВЗ - ІОВ$
Інші фінансові доходи, Діф	Зміни не прогнозуються
Інші доходи, Ід	
Фінансові витрати, ФВ	
Фінансовий результат до оподаткування, ФРоп	$ФРоп = ФР + Дук + Діф + Ід - ФВ$
Витрати (дохід) з податку на прибуток, Пп	Визначено на рівні 18% від оподаткованої бази
Чистий фінансовий результат: прибуток, ЧП	$ЧП = ФРоп - Пп$

**Характеристика привабливості ринків потенційних країн-партнерів
ПРАТ «МХП» на основі глобальних рейтингів**

Індикатор	Угорщина	Румунія	Чехія
Соціальний капітал	49,40	48,70	50,00
Корпоративне управління	55,70	61,10	62,30
Проникнення інформаційних технологій	64,20	72,00	68,40
Макроекономічна стабільність	90,00	89,70	100,00
Навики робочої сили	43,60	44,90	54,70
Індикатор	Угорщина	Румунія	Чехія
Навики майбутньої робочої сили	69,20	52,60	58,40
Внутрішня конкуренція	44,90	54,20	53,00
Відкритість торгівлі	60,00	56,60	61,70
Стабільність фінансової системи	91,30	88,40	93,60
Культура ведення бізнесу	40,90	48,10	53,50
Дослідження та розвиток	48,60	34,80	57,60
Середнє значення показників рейтингу глобальної конкурентоспроможності	59,80	59,19	64,84
Юридична ефективність	52,40	63,10	56,80
Податковий тиск	83,60	94,30	79,10
Фіскальне здоров'я	83,30	78,90	98,10
Свобода ведення бізнесу	59,90	59,70	68,80
Фінансова свобода	79,00	50,00	80,00
Середнє значення показників рейтингу економічної свободи	71,64	69,20	76,56
Заснування бізнесу	87,89	83,90	83,56
Отримання кредитів	75,00	80,00	70,00
Стягнення податків	73,81	80,30	81,42
Торгівля через кордони	100,00	100,00	100,00
Виконання контрактів	70,98	72,25	56,38
Середнє значення показників рейтингу Doing Business	81,54	83,29	78,27
Рівень привабливості зовнішнього ринку	70,99	70,56	73,22
Середнє значення показників рейтингу розраховано за середнім арифметичним значенням необхідних показників, що входять до індексу. Рівень привабливості зовнішнього ринку розраховано за середнім арифметичним значенням індексів рейтингу глобальної конкурентоспроможності, рейтингу економічної свободи, рейтингу Doing Business.			

Джерело: складено автором на основі [13,14,15]